



UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL  
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y COMUNICACIÓN  
ESCUELA DE PERIODISMO

Tesis previa a la obtención del título de  
Licenciada en Periodismo

**DEL PERIODISMO TRADICIONAL AL PERIODISMO DIGITAL; ESTUDIO DE  
LA INCIDENCIA DEL USO DE LA REDES SOCIALES (FACEBOOK) EN LOS  
ESTUDIANTES DE LA CARRERA DE PERIODISMO DE LA UNIVERSIDAD  
TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL EN EL PERÍODO SEPTIEMBRE-DICIEMBRE  
DE 2014.**

**Autora**

Mónica Fernanda Peñaherrera Calvopiña

**Director**

Mst. Kléber Mantilla Cisneros

Quito – Ecuador

Marzo 2015

## **CARTA DE AUTORÍA**

Yo, Mónica Fernanda Peñaherrera Calvopiña portadora de la cédula de ciudadanía N°050306138-4, doy fe que el trabajo aquí descrito es de mi autoría; que no ha sido anteriormente presentado para ningún grado o calificación profesional; que he consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento y que no he plagiado dicha información.

---

**MÓNICA FERNANDA PEÑAHERRERA CALVOPÍÑA**

**C.I. 0503061384**

## **CERTIFICADO DE RESPONSABILIDAD**

Yo, Kléber Baldemar Mantilla Cisneros, certifico que la Srta. Mónica Fernanda Peñaherrera Calvopiña, con cédula de ciudadanía N°050306138-4, realizó el presente trabajo de titulación con título **“DEL PERIODISMO TRADICIONAL AL PERIODISMO DIGITAL; ESTUDIO DE LA INCIDENCIA DEL USO DE LA REDES SOCIALES (FACEBOOK) EN LOS ESTUDIANTES DE LA CARRERA DE PERIODISMO DE LA UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL EN EL PERIODO SEPTIEMBRE-DICIEMBRE DE 2014.”** Y es autora intelectual del mismo, que es original, auténtico y personal.

---

**KLÉBER BALDEMAR MANTILLA CISNEROS**

**C.I. 1709775132**

"LA MAYOR GLORIA NO ES NUNCA CAER, SINO LEVANTARSE SIEMPRE".

N. MANDELA

# CONTENIDO

INTRODUCCIÓN .....	1
CAPÍTULO I .....	5
EL PROBLEMA .....	5
1.1. Identificación del Problema .....	5
1.2. Línea de Investigación .....	8
1.2.1. Periodismo de Investigación .....	8
1.3. Planteamiento del Problema.....	12
1.4. Delimitación del Problema.....	17
1.5. Título.....	17
1.6. Objetivos:.....	19
i. Objetivo General .....	19
ii. Objetivos Específicos.....	20
1.7. Justificación .....	20
1.8. Idea a defender.....	22
1.9. Resumen Capítulo I.....	23
CAPÍTULO II .....	25
MARCO DE REFERENCIA .....	25
2.1. Antecedentes de la Universidad Tecnológica Equinoccial .....	25
2.2.1. Objetivos de la universidad.....	26
2.2.2. Misión, visión y valores .....	28
2.3. Facultad de Ciencias Sociales y Comunicación.....	29
2.4. El Periodismo.....	32
2.4.1. Periodismo Informativo .....	34
2.4.2. Periodismo de Investigación .....	34
2.4.3. Periodismo de Datos .....	34
2.4.4. Periodismo de Geo-localización .....	35
2.4.4. Periodismo de Animación.....	35
2.4.6. Periodismo de Redes Sociales.....	36
2.5. Géneros Periodísticos.....	36

2.5.1. Géneros Informativos.....	36
2.5.2. Géneros de opinión .....	38
2.5.3. Géneros mixtos .....	39
2.6. La Era de la Información .....	39
2.7. Antecedentes del Periodismo Tradicional.....	41
2.8. Antecedentes del Periodismo Digital.....	42
2.9. Breve historia y cronología de la Página Web.....	43
2.9.1. Web 2.0.....	48
2.9.2. Web 3.0.....	50
2.9.3. Web 4.0.....	52
2.10. Breve historia del Hipertexto .....	54
2.11. Resumen del Capítulo II .....	55
CAPÍTULO III.....	57
MARCO TEÓRICO.....	57
3.1. Redes sociales.....	57
3.1.1. Significado .....	57
3.1.2. Origen .....	58
3.1.4. Características de las redes sociales.....	58
3.2. Tendencias en el uso de redes sociales de los estudiantes de la Carrera de Periodismo de la Universidad Tecnológica Equinoccial .....	59
3.2.1. Edad promedio .....	59
3.2.2. Tendencia según sexo .....	60
3.2.3. Ocupación de los usuarios.....	61
3.2.4. Tecnología preferida .....	61
3.2.5. Interés por las redes sociales.....	63
3.2.6 Accesibilidad a la red.....	63
3.3. Conectividad .....	64
3.3.1. Frecuencia en el acceso a la red .....	64
3.3.2. Confiabilidad en el uso de la Internet .....	64
3.3.3. Cambio de prioridad en las actividades cotidianas .....	65
3.3.4. Herramientas a las que tienen acceso.....	66
3.3.5. Redes utilizadas.....	66
3.4. Forma de uso de las redes .....	67

3.4.1. Redes preferidas.....	67
3.4.2. Círculos de amigos en la red.....	69
3.4.3. Funcionalidad que se da a las redes .....	69
3.4.5. Tiempo destinado para el uso de redes .....	71
3.4.6. Forma de uso de las redes .....	71
3.4.7. Credibilidad en las redes .....	72
3.4.8. Uso de la redes con fines comerciales.....	72
3.4.9. Ética en la red.....	73
3.5. Derivaciones en el ámbito periodístico.....	75
3.6. Usos periodísticos de las Redes Sociales.....	77
3.7. Las Redes Sociales en la FCSC-UTE .....	83
3.8. Análisis de redes sociales.....	84
3.8.1. Monitoreo y análisis de la página de la FCSC-UTE en Facebook.....	84
3.8.2. Monitoreo y análisis de la página de la Escuela de Periodismo-UTE en Facebook. ....	92
3.10. Resumen del Capítulo III.....	98
CAPÍTULO IV.....	100
MARCO METODOLÓGICO.....	100
4.1. Estrategia Metodológica .....	100
4.2. Operacionalización de Variables .....	100
4.3. Diseño de la Investigación .....	101
4.4. Población y Muestra .....	101
4.5. Técnicas e instrumentos para la recolección de datos.....	102
4.6. Encuestas.....	102
4.6.1. Modelo de encuesta.....	102
4.6.2. Importancia de la encuesta.....	103
4.6.3. ¿Por qué se hacen preguntas?.....	104
4.6.4. Cronología de datos .....	105
4.7. Entrevista .....	106
4.7.1. Modelo de entrevista.....	107
4.8. Interpretación de Datos .....	107
4.9. Resumen del capítulo IV.....	108
CAPÍTULO V.....	109

PROPUESTA.....	109
5.1. Presentación .....	109
5.2. Secciones.....	110
5.2.1. Sección 1 .....	110
5.2.2. Sección 2.....	111
5.2.3. Sección 3.....	111
5.3. Objetivos de la Propuesta.....	113
5.4. Justificación de la Propuesta.....	113
5.5. Resumen del capítulo V .....	114
6. CONCLUSIONES .....	115
7. RECOMENDACIONES.....	117
REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS.....	118
ANEXOS .....	125



## RESUMEN

El objetivo de la presente tesis es establecer a base de datos obtenidos en encuestas, la incidencia de las redes sociales en los jóvenes; en particular, de los estudiantes de la carrera de periodismo de la Facultad de Ciencias Sociales y Comunicación de la Universidad Tecnológica Equinoccial del Ecuador.

Además fijar conceptos básicos de la comunicación y el periodismo; sus antecedentes históricos, su perfeccionamiento, y su evolución desde el periodismo tradicional hasta la actualidad en el periodismo digital. La relevancia de la comunicación tradicional hasta abordar la comunicación digital. Es decir, establecer conocimientos sobre la comunicación tradicional, digital, la Internet, redes sociales, entre otros.

La investigación requirió de un sondeo sustentado en encuestas, entrevistas y monitoreo de las páginas oficiales de Facebook de la FCSC-UTE y de la escuela de Periodismo.

De este modo, el trabajo intentó comprobar cómo la tecnología logra consolidarse, incidir y ayudar personal y profesionalmente a las personas que usan redes sociales y en las redacciones de medios de información.

Un tema de análisis es la importancia del uso y planificación entre comunicadores y periodistas en torno a la dirección y manejo de las comunidades virtuales.

Para concluir, el estudio busca promover una propuesta adicional a la investigación, un *“Manual de monitoreo de redes sociales”*, el cual, es una herramienta de pasos a seguir para dar seguimiento a las comunidades virtuales y conocer la incidencia de sus usuarios.

**Palabras clave:** comunicación, periodismo tradicional, periodismo digital, Internet, redes sociales.

## **ABSTRACT**

The objective of this thesis is to establish a basis of survey data, the incidence of social media on young people; in particular, students of journalism career at the Faculty of Social Sciences and Communication Technology University of Equator.

Besides fixing basics of communication and journalism; historical background, development, and evolution to the present. The relevance of traditional communication to digital communication. In addition to establish knowledge of traditional and digital communication, the Internet, social networks, among others.

The research required the survey supported by surveys, interviews and monitoring official Facebook page of the FCSC – UTE and School of Journalism-UTE.

So, the study aimed to test how the technology can be consolidated, impact and help personally and professionally among people who use social networks and in the newsrooms of media.

One topic of discussion is the importance of using and planning among communicators and journalists around the direction and management of virtual communities.

To conclude, the study seeks to promote additional research proposal, a "Social Networks monitoring manual", which specifies the different definitions, functions and basic tips that should or should not apply to the use of the Internet and social networks.

**Keywords:** communication, traditional journalism, online journalism, Internet, Social Networks.

# INTRODUCCIÓN

La comunicación tiene uno de los papeles más importantes en la vida actual y evolución de los seres humanos, mientras las necesidades de nuestra sociedad aumentan, la importancia de interactuar y comunicarse correctamente también crece.

Arnulfo Pérez, para en diario de Xalapa de México, señala que: “la comunicación es un instrumento social importante, sin esta herramienta, se puede afirmar, jamás podríamos influir en las ideas, en los sentimientos o en las acciones de otras personas. El destino del hombre es afrontar y resolver problemas; y esto, como es natural, es obra de la comunicación.” (Pérez A. , 2011)

La comunicación, como una herramienta humana, facilita las relaciones en cualquier ámbito, a pesar de que sus herramientas habitualmente sean instrumentos tecnológicos, en la actualidad pueden perfeccionar el trabajo intelectual y la interacción social.

Las herramientas de comunicación permiten crear, investigar, idealizar, indagar y abren la posibilidad de interactuar con el mundo físico.

La vida moderna cuenta con mecanismos tecnológicos sorprendentes que ayudan al desarrollo de la comunicación.

Todo lo realizado en la vida; la conducta del ser humano, sus necesidades, signos y señales, son comunicación.

Está negado no comunicar. Esto es una virtud única y exclusiva de la humanidad y nos diferencia de cualquier otro ser viviente.

Por la comunicación, la necesidad de recibir y emitir información, se produce la llegada de nuevas herramientas tecnológicas para el ejercicio del periodismo y de los profesionales de la comunicación.

El periodismo dentro de la comunicación es un segmento fundamental. Cada día se producen hechos para activar el proceso de comunicación, más allá de una simple conversación entre familia o amigos se producen acontecimientos clave.

Gracias al periodismo digital y la ampliación de los procesos de comunicación se puede acceder a una infinidad de información científica a escala mundial. Esto con la capacidad de interactuar y conectarse.

Un tiempo de sobre información y desborde de datos que requieren ser seleccionados o rechazados por el periodismo en ejercicio durante el siglo XXI.

La ventaja de las herramientas digitales es el obtener información para sintetizar jerarquizar, valorar o emitir de acuerdo a intereses y establecer beneficios tanto para emisor como para receptor de los diferentes procesos informativos.

Además en el mundo virtual aparece la ventaja de sintetizar, exponer e interpretar hechos para jerarquizar su contenido, es decir; organizar y ordenar acontecimientos a través de un determinado criterio.

A su vez, colocar valores; proporcionar cualidades y emitir datos; manifestando juicios u opiniones.

Por el rápido avance de las nuevas tecnologías se crean nuevas formas de comunicación, los individuos logran conectarse sin límites ni distancias. Esto beneficia las relaciones interpersonales y los mecanismos sirven para optimizar a los medios tradicionales.

Es así que se crea a finales de los años 90' el periodismo digital, con la finalidad de crear un ámbito noticioso eficaz, veloz y se realiza en tiempo real. (Tovar , Florence , & Crovi , 2006)

Después de la creación de páginas web, correos electrónicos, promotores de búsqueda y comunicación vienen consigo una serie de ideas sobre la web.

Un problema por analizar es el debate sobre el fácil acceso a la Internet a través de la evolución diaria de la tecnología, en donde se explotan nuevas formas de interacción y la llegada de las redes sociales en los años 90'.

Las redes sociales históricamente nacen en 1995 cuando se crea el sitio web classmates.com, de Randy Conrads. Por medio de esta página se busca que grupos de personas mantengan contacto con compañeros de antiguos colegios y universidades. (Anidjar , Gun, Luna , & Navarro , 2009)

Para 2002 aparece 'friendster' y en 2003 'MySpace y LinkedIn' que finalmente llevarían, para 2004, a Mark Zuckerberg a lanzar Facebook, en la actualidad la red social más conocida y famosa. (Anidjar , Gun, Luna , & Navarro , 2009)

Facebook durante esa temporada contaba con 600 millones de usuarios alrededor del mundo.

Hoy, las comunidades virtuales son la forma más utilizada para comunicar y lanzar nueva información instantánea, son uno de los medios de comunicación digital más importante y relevante después de las páginas web y los correos electrónicos.

A continuación, en el desarrollo de la investigación, se aborda la llegada de la tecnología, la Internet y las redes sociales. Además, sus ventajas, desventajas y cómo las mismas han cambiado notablemente la vida y la mentalidad de los seres humanos a través del tiempo.

El papel de la sociedad de la información es relevante, pues facilita la creación, invención, manipulación y distribución de información a cualquier nivel.

Esto dentro de todas las actividades que realizan los seres humanos sea en sociedad, cultura, religión, economía, u otro tipo a través del uso de las tecnologías, la cuales colaboran con el desarrollo de gestión humana y de la sociedad global actual.

# CAPÍTULO I

## EL PROBLEMA

### 1.1. Identificación del Problema

El entorno es bombardeado por la tecnología que avanza a pasos agigantados, el mundo cuenta con grandes adelantos científicos que modifican lo que hace pocas décadas conocíamos como el escenario tradicional y el ambiente que parte de un ecosistema definido.

Con la llegada de la Internet y de los medios de comunicación digitales, que alteran el manejo profesional de la comunicación, muchas concepciones se transforman aunque con cierto grado de desconfianza por lo que vemos y leemos.

Una de las herramientas más imponentes es la red social, la cual permite una difusión de manera directa con el consumidor final.

Así como es un medio inofensivo también puede ser nocivo por todo lo que se postea<sup>1</sup>. Son cien por ciento verdadero o falso. Un universo de dudas y certezas.

Según el libro “redes sociales para estudiantes de comunicación”, los autores definen a las redes sociales como;

*“...herramientas de comunicación que se caracterizan por su inmediatez y su viralidad, características que hay que tener en cuenta con rigor a la hora de plantearse una estrategia de comunicación en social media” (Noruega , Martínez , & Grandío , 2011)*

---

<sup>1</sup> Remitir un mensaje al público mediante un foro, bitácora, grupo de noticias u otro medio informático similar.

Los autores del libro *Networking; uso práctico de las redes sociales*, Montse Calvo y Carolina Rojas mencionan sobre la nueva forma de comunicación que son las redes sociales, además;

*“... donde antes hacíamos llamadas de teléfono, después mandábamos e-mails y enviábamos SMS, ahora conectamos a través de nuestros perfiles creados online y hacemos amigos en Facebook”* (Calvo & Rojas, 2011)

Así también lo menciona Juan José de Haro, profesor de informática de la Universidad Autónoma de Barcelona y experto en redes sociales enfocadas a la educación, indica;

*“Las redes sociales cambian la forma de relacionarse con el entorno”* (Vásquez , 2011)

Las comunidades virtuales cambiaron la forma habitual de manejar las relaciones de todo tipo, la evolución de la tecnología cambió la vida tradicional de las personas, pero el problema radica en el uso y el correcto manejo de la información y la reputación que generan los usuarios ante las redes sociales y la web.

Uno de los puntos relevantes en la investigación social es el explicar cómo se maneja la reputación de la información. ¿La información es escasa o todo es tomado en cuenta? ¿Existe popularidad en las publicaciones realizadas?

Según José Antonio Paoli, escritor mexicano, la información se refiere, al conjunto de mecanismos que permiten al individuo retomar los datos de su ambiente y estructurarlos de una manera determinada, de modo que le sirvan como guía de su acción. (Paoli , 1989)

Además, cabe mencionar la definición de información, Iván Thompson considera:

*“La información es un conjunto de datos acerca de algún suceso, hecho, fenómeno o situación, que organizados en un contexto determinado tienen su significado, cuyo propósito puede ser el de reducir la incertidumbre o incrementar el conocimiento acerca de algo.”* (Thompson, 2008)



El plantear popularidad en las publicaciones se refiere a la aceptación y aprobación que alguien puede dar sobre algo o alguien. Las publicaciones se describen como información volátil.

El término reputación según la Real Academia de la Lengua Española es;

*“Opinión, consideración o prestigio en que se tiene a alguien o a algo”*

Estamos ante la posibilidad de calificar la información. Los mensajes, que son subidos a la red, son criticados y se cuestionan los espacios de comunicación, tanto tradicionales como digitales, descubriendo la calidad de la información colocada.

Podemos obtener respuestas positivas o negativas de la información que recibimos a diario. Esto podríamos interpretarlo como una manera de calificar la información socializada.

La reputación puede ser negativa, dependiendo del contexto o el argumento al que regimos ciertos datos, es decir; damos connotación<sup>2</sup> y esta puede ser negativa.

Para Fernando Polo, director de Territorio Creativo, en uno de sus artículos para la revista Cuadernos de Comunicación “evoca”, habla sobre el acceso ilimitado a información a través de la red; donde los medios, comunicadores, periodistas y todo el mundo se ven regidos a ser honestos y transparentes con los datos emitidos, es el usuario quien basa los contenidos en códigos deontológicos (periodístico), manejando la ética y moral, es decir, la aplicación de un código deontológico.

Esto funciona en referencia a un conjunto de normas y valores que establecen pulcritud en cualquier actividad profesional.

---

<sup>2</sup> Significado secundario y subjetivo que tiene una palabra por su asociación con otras.

El código deontológico además representa a los aspectos éticos de las profesiones; estilo periodístico en este caso.

La ética y la moral están relacionadas a los valores morales que guían el comportamiento humano dentro de las sociedades.

La moral es un conjunto de reglas que los seres humanos las aplicamos dentro de nuestra vida cotidiana; costumbres, comportamientos, conductas, normas, entre otros, ayudando al individuo a reflexionar sobre lo bueno y malo de las cosas. (Nuño , 2004)

Además comenta que el uso de menos reputación establece la mayor cantidad de usuarios referidos al digital.

## **1.2. Línea de Investigación**

### **1.2.1. Periodismo de Investigación.**

El periodismo de investigación requiere basarse en hechos estudiados previamente y generar algo original y nuevo. Si bien es cierto, todo el periodismo se basa en la investigación. El periodismo común usa datos obtenidos por terceros mientras el periodismo de investigación trata de conocer algo nuevo e interesante, así sea mínimo o pequeño, pasajero, o muchas veces imperceptible.

El Premio Nobel de Literatura 1982, Gabriel García Márquez, indica sobre la investigación:

*“... no es una especialidad del oficio, sino que todo el periodismo tiene que ser investigador por definición”* (Díaz , 2003)

Para David Randall el periodismo de investigación;

*“... no consiste en resumir o encajar descubrimientos y datos de otros, sino realizar investigaciones originales;... se puede obtener mediante una amplia serie de entrevistas, o bien cotejando datos y cifras.”* (Díaz , 2003)

Asimismo el fundador del *Investigative Reporters and Editors (IRE)*<sup>3</sup>, Robert Greene, cree que el periodismo de investigación:

*“... es el que se realiza a través de la iniciativa y el trabajo del periodista, sobre asuntos de importancia que algunas personas u organizaciones desean mantener en secreto...”* (Díaz , 2003)

Si de algo se alimenta el periodismo de investigación es de la web, en la cual se pueden realizar búsquedas infinitas.

El trasladarse de un lugar a otro para obtener cierta información no es necesario con la ayuda de la tecnología (Internet) y se pueden acceder a datos en cualquier parte del mundo.

Una faceta clave es navegar, moverse de página a página, investigar y conocer sin necesidad de salir de casa.

Web es un vocablo inglés que significa “telaraña”, en una de las publicaciones digitales de Clara López Guzmán y Adrián Estrada de la Universidad Nacional Autónoma de México, mencionan sobre la web que:

*“Es un documento digital en el que se puede hallar información variada y numerosa. ... Donde se pueden localizar una gama de contenidos, cuya diferencia radica sólo en aspectos como la organización y la selección de información”* (Estrada & López , 2007)

---

<sup>3</sup> Organización de base sin fines de lucro dedicada a mejorar la calidad de los informes de investigación. Se formó en 1975 para crear un foro en el que los periodistas de todo el mundo podrían ayudar mutuamente compartiendo ideas de la historia, las técnicas de recopilación de noticias y fuentes de noticias.

En la Internet encontramos mucha información útil y de todo tipo, por ejemplo, en *tendenciasweb.about.com*, Begoña Oliver explica el uso de la web, indica que es:

*“un documento disponible en la Internet, codificado según sus estándares y con un lenguaje específico para web...”* (Oliver , 2001)

Sin duda estos datos cambian a las comunicaciones y la actualidad. La era digitalizada avanza y las formas tradicionales pierden fuerza.

Pero ¿hasta cuándo sobrevivirán los medios tradicionales?

Al parecer la tecnología revolucionó a las comunicaciones y llegó para instalarse, su comparación con la comunicación tradicional es simple; el digital es inmediato, permite ampliar la información, es ilimitado, ofrece acceso a videos, fotografías, audios y lo relevante es que no existen limitaciones de tiempo ni espacio; mientras el tradicional tiene una capacidad centrado en el mundo cognitivo cotidiano y convencional.

La Internet es una plataforma tecnológica para los medios de comunicación, allí se crean nuevas formas de información y esto permite revalorizar las funciones de los medios tradicionales. Estos medios son los nuevos paradigmas de la comunicación o e-comunicación.

El maestro Miguel Ángel Barroso, catedrático de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Autónoma de Coahuila de México señala sobre la e-comunicación;

*“... los medios dejaron de ser protagonistas del proceso y ahora es el usuario quien es el centro de todo”* (Barroso , 2012)

Él numera como una de las características fundamentales de la e-comunicación al consumo y transmisión de las noticias, mientras para un medio tradicional el emitir una noticia fue cuestión de horas o días, con la tecnología la transmisión es inmediata.

José Cegarra, autor del libro “La Tecnología”, define a la misma como una serie de conocimientos, los que nos permiten la creación de nuevos artefactos, procesos o técnicas. (Cegarra , 2012)

Esta investigación realiza un estudio sobre la sociedad y la cultura de la web, desde el conocimiento previo.

La evolución del periodismo tradicional hacia la convergencia tecnológica y el desarrollo de un estilo de periodismo digital.

La tecnología, sin duda, cambió la manera de interpretar el mundo. Esta organiza herramientas, técnicas y estilos. La Internet permite tener cierto control humano de lo que vemos y escuchamos. Según Pascual Serrano en su libro “La comunicación jibarizada”;

*“Internet y la tecnología no son herramientas de nuestro mundo, ellos pretenden ser el mundo”* (Serrano, 2013, pág. 57)

El ser humano es esclavizado por la red y aparecen situaciones como falta de responsabilidad sobre la información, insuficiencia de profesionalismo, contexto difícil y credibilidad en duda en lo que se ve, lee y escucha. Los conceptos cambian con la velocidad de las nuevas tecnologías.

### 1.3. Planteamiento del Problema

Con el pasar de los años el ser humano tuvo la capacidad de desarrollarse en muchos ámbitos; con la tecnología y otros avances científicos aparece un nuevo homo sapiens.

La información y las nuevas formas de comunicación son de vital importancia para el desarrollo de la civilización; el periodismo digital es una herramienta de información para que el usuario interactúe de manera eficaz, rápido, en tiempo real y, sobretodo, con las personas de un mundo interconectado.

La sociedad de la información permite analizar el entorno y el bombardeo de signos y símbolos.

Raúl Trejo, investigador titular de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM) en la revista Iberoamericana de Ciencia y Tecnología, menciona que la sociedad de la información;

*“es expresión de las realidades y capacidades de los medios de comunicación más nuevos, o renovados merced a los desarrollos tecnológicos que se consolidaron en la última década del siglo: la televisión, el almacenamiento de información, la propagación de video, sonido y textos, han podido comprimirse en soportes de almacenamiento como los discos compactos o a través de señales que no podrían conducir todos esos datos si no hubieran sido traducidos a formatos digitales.”*  
(Trejo , 2001)

Claudia Castro, productora de Contenidos de eluniversal.com.mx, afirma el aspecto positivo del periodismo digital;

*“...es que todo el mundo tiene acceso, pese a que no todos tienen computadora, es fácil conseguir una,... por eso es inmediato y una nota puede verse en todo el mundo.”* (Rendón , 2007)

En el informativo del Segundo Foro de Periodismo Digital de Rosario, Argentina, sobre el Periodismo Digital, Laura Bartolacci, menciona que el periodismo;

*“...atraviesa un momento de profunda transición... el soporte no tiene que cambiar la esencia. Hay que hacer periodismo cercano a la calle, sobre lo que preocupa a los ciudadanos. Internet aporta inmediatez y frescura, pero hay que seguir*

*apostando por el análisis crítico y profundizar más en la información”* (Bartolacci, 2010)

El periodismo digital o periodismo en red es la nueva forma de hacer comunicación pues permite eliminar la comunicación lineal tradicional y hacerla interactiva hacia todos los sectores y obtener feedback<sup>4</sup> instantáneo.

El periodismo en red es viable por la facilidad de los usuarios de moverse de un lado a otro en la web, pues posee enlaces de navegación que permiten visitar una o más páginas a la vez, esto se lo conoce como hipertext<sup>5</sup> en inglés o hipertexto en español.

Nuevos términos se usan en el periodismo digital, la red es un medio de comunicación más efectivo por su capacidad de expansión en los públicos masivos.

Mails, correos electrónicos, páginas web, chats en línea (básicos al principio), hasta la posibilidad de hacer de los medios de comunicación tradicionales pasen al digital y a su vez poderlos complementar con fotografías, videos y archivos de audio.

La fotografía nace en 1839, con el lanzamiento del primer procedimiento fotográfico conocido como daguerrotipo<sup>6</sup>.

Para el siglo XIX nace la fotografía a color, y 1861 James Clerk Maxwell obtiene la primera fotografía con colores.

A finales del siglo XX, aparece la fotografía digital y en 1990 con la digitalización de las imágenes se presenta la inmediatez de las mismas. (Monje , 2008)

Para 1947, Edwin Herbert Land por medio de la cámara creada por él mismo, una Polaroid Land, logró revelar las películas a pocas horas de haberla capturado.

---

<sup>4</sup> Retroalimentación o dar respuesta a un determinado pedido o acontecimiento.

<sup>5</sup> Documento digital que aprovecha la ventaja de la computabilidad para permitir un acceso no secuencial a la información. En este sentido, se entiende un hipertexto como contenido de la información, incluyendo los fragmentos de información y las conexiones entre esos fragmentos, indiferentemente de cuál sea el sistema utilizado para leer o escribir tal documento.

<sup>6</sup> Es un proceso por el cual se obtiene una imagen en positivo a partir de una placa de cobre recubierta de yoduro de plata. Tras ser expuesta a la luz, presentado por François Arago en la Academia de Ciencias de París el 19 de agosto de 1839.

El 1986 se comercializa la primera cámara digital de marca Canon a un costo que superaba los \$20.000 dólares. La década de los 90 es considerada como la época de la evolución de la fotografía digital. (Tecniber-5, 2012)

En cuanto al sonido, Thomas Alva Edison inventó el fonógrafo que fue el primer grabador y reproductor de sonido.

Desde 1890 a 1980 el dispositivo de sonido utilizado en la época fue el gramófono que tocaba discos de vinilo de larga duración y de buena calidad. (Jiménez , AUDIO, 2013)

Ernst Siemens, crea a su vez el parlante. Para 1878 el micrófono de carbón es creado por David Edgard Hughes.

Elementos como los anteriores evolucionaron pronto y ahora se amplían a CD, MP3, IPod, entre otros.

En 1927 se inventó la fonovisión por John Logie Baird para grabar imágenes, pero de baja calidad.

Las empresas Bing Crosby en 1951, crea el primer magnetoscopio a blanco y negro para más tarde desarrollarlo a color.

El video nace en los años 50 como una tecnología relacionada con la televisión. La dinámica permitía emitir programas sin ser en directo y desarrolla las primeras cámaras grabadoras de cinta magnética elaboradas en Estados Unidos. (Reynaza , 2010)

Para los años sesenta empresas como Sony y General Electric crean nuevos formatos y herramientas de video. Y a principios de los años 90 se empieza a interpretar la era digitalizada, la que evoluciona hasta la actualidad. (Fernández, 2005)

La red social es una estructura social o plataforma en la cual se agrupan una cierta cantidad de gente con la finalidad de interactuar mediante un tema de interés del grupo. Un problema



es la carencia de información que se emite por este medio. Pascual Serrano se pregunta si la misma es un elemento de socialización o más bien de aislamiento.

Él señala que lo que motiva a una persona a usar este medio son;

*“... los contenidos y temáticas... el exhibicionismo de la intimidad, la vanidad y el egocentrismo... priman en redes como Facebook por encima del interés de formarse cultural o intelectualmente”* (Serrano, 2013)

La red social, no solo establece un lado positivo, sino la falta de madurez y la vanidad de las personas. El término *networking* en español se interpreta como la “creación de redes” y apuesta a la evolución.

Esto a manera de acceso y facilidad para capturar la información. En el libro “Redes Sociales y Networking” de Filipe Carrera, autor español, menciona al *networking* como una estructura social dispuesta por grupos de organizaciones, de entidades y de personas individuales con ideas, puntos de vista tanto familiares y personales en común. (Carrera F. , 2011)

El *networking* es una forma de uso de las redes sociales de manera positiva. El mismo ofrece la ventaja de “buscar amigos”, siempre y cuando el interés sea hacer algo efectivo, en este caso; negocios, ideas académicas comunes, empleo, conocimientos nuevos, entre otros. A su vez hacer amigos y hasta encontrar parejas.

El *networking* se usa, como ejemplo, para el manejo de las comunidades virtuales. Las redes sociales son la base para conectarse con cierto grupo de gente con ideales en común, funciona como conector entre personas.

*“...distinguir lo valioso de lo irrelevante, lo riguroso del rumor, lo verdadero de lo falso, el especialista con lo improvisado, el análisis brillante del comentario de bar”* (Serrano, 2013)

Pascual Serrano indica que los usuarios no pueden filtrar la información, los elementos positivos y negativos son parte de la red.

Las redes sociales o comunidades virtuales son estructuras sociales compuestas por un grupo de personas conectadas por uno o varios tipo de relaciones; amistad, familiares, intereses comunes, entre otros. (Serrano, 2013)

En 1991 aparece el primer proveedor de la Internet, Ecuánex. Ciertas compañías y empresas lograron abrir páginas y nuevos dominios. Entre las primeras estuvieron: FLACSO, Universidad Andina Simón Bolívar, entre otros. (IMnegocios, 2014)

En 1995 el diario Hoy fue el primer periódico colocado en web e ingresó a la era digital y se cerró en 2014 durante el gobierno de Rafael Correa, tras una imagen de oposición.

En 2011 América Latina contabiliza 114,5 millones de personas que accedían a una red social, un 96% de la población del sur del continente con un incremento del 16% anual. (Seguic, 2011)

El uso de la Internet en Ecuador registra *11,645,340* consumidores para marzo de 2014, según estadísticas de la Internet World Stats.

La Internet World Stats es un sitio web internacional, donde se encuentran estadísticas de población y de viaje de la Internet en más de 200 países.

Además genera diariamente estadísticas en línea sobre; datos de penetración de la Internet, estadísticas de población mundial, estadísticas de Facebook por país, entre otros datos.

El presente trabajo pretende plantear un estudio sobre la incidencia de la información emitida en redes sociales con muchos usuarios (Facebook) y en referencia los jóvenes de la carrera de periodismo y comunicación social de la Universidad Tecnológica Equinoccial; los efectos en el desarrollo del ejercicio estudiantil y profesional.

#### **1.4. Delimitación del Problema**

La investigación se realizará a través de una muestra; los estudiantes de todos los semestres de la carrera de periodismo y comunicación social de la Universidad Tecnológica Equinoccial junto a un comparativo, con la página de Facebook de la Facultad de Ciencias Sociales y Comunicación como con la página de Facebook de la Escuela de Periodismo, se pretende establecer la carencia de uso periodístico en las páginas mencionadas.

#### **1.5. Título**

*“Del periodismo tradicional al periodismo digital; estudio de la incidencia del uso de las redes sociales (Facebook) en los estudiantes de la carrera de periodismo de la Universidad Tecnológica Equinoccial en el periodo septiembre-diciembre de 2014.”*

Este trabajo se delimitó únicamente a Facebook por ser una red social multitudinaria y popular. El uso de otras comunidades virtuales como Twitter o MySpace no fueron acogidas por los públicos investigados ni exponen resultados en la muestra analizada.

Mediante el muestreo realizado por medio de las encuestas se demostró que las redes sociales como Twitter y MySpace, si bien son conocidos, no son utilizadas, existen varias diferencias entre estas páginas, las mismas que hacen las preferencias por Facebook.

El uso de las diferentes páginas web por ende redes sociales en la universidad según los responsables tanto del área académica como técnica del IDIC-UTE, es completamente desconocida, el ingeniero Wilton Largo encargado del Departamento Técnico del mismo menciona que el IDIC ofrece únicamente el servicio de red a la universidad. *“Nuestra función es más técnica que analítica.”*

Twitter fue creada en 2005, con la característica de emitir mensajes instantáneos con una extensión máxima de 140 caracteres. Los mensajes son cortos, concretos y rápidos.

Twitter no cambia ni evoluciona sus características. (Guembe, 2011, págs. 10-11)

MySpace fue creada en 2004 tiene características similares a Facebook pero con un énfasis musical, uno de sus creadores fue Justin Timberlake cantante de pop norteamericano. No determinó su fama, aunque MySpace para 2008 contaba con 240 millones de usuarios su notoriedad empezó a declinar por la fama de Facebook. (Robayo, 2012)

El técnico de redes de la UTE, Wilton Largo, menciona que los alumnos usan más redes sociales, a pesar de que no tiene datos exactos; la universidad, al poseer la red inalámbrica ofrece al estudiante a que se conecte a la Internet a través de los dispositivos móviles que actualmente todos poseen.

Mientras Facebook evolucionó y se adaptó a la web 4.0 por ser una red en la que los usuarios tienen la capacidad de interactuar, jugar, informarse, formar comunidades o grupos con intereses comunes, redes sociales como Twitter y MySpace no lograron la evolución y la fama de Facebook por no contar con nuevos servicios.

Según la entrevista realizada a una alumna de la carrera de periodismo, la fama de Facebook se produce porque esta red es una comunidad virtual que ofrece varias herramientas de distracción como de información noticiosa.

Gustavo Ruíz, egresado de periodismo de la Universidad Tecnológica Equinoccial, cree que la preferencia por Facebook es consecuencia de que los usuarios pueden informarse y entretenerse.

Además si algo mencionaron los expertos del IDIC en temas informáticos es que en general el uso de las diferentes redes sociales es amplio y casi todos tienen acceso.

Se desvincula el uso de Twitter por ser mayormente un medio clave para contactos profesionales, mientras MySpace es una red social en desuso.

En el ámbito educativo, comunidades virtuales como Facebook, tienen más acogida por mantener herramientas efectivas en interacción de red y se podría mencionar a YouTube por ser un espacio para compartir videos y ser útil en el aprendizaje periodístico.

La Universidad Tecnológica Equinoccial ofrece al alumno ciertas herramientas de uso en la web como la Intranet o el campus virtual que educativamente es un complemento a la educación, de igual manera las redes sociales pueden llegar a ser una herramienta para fines pedagógicos y de comunicación.

Existen otras redes sociales de impacto como *Whatsapp* en móviles como medio de mensajería instantánea o *LinkedIn* para contactos laborales, estas redes son un ejemplo de lo que está ocurriendo en la evolución tecnológica. La red deja de ser únicamente tratada por un computador pues existe la posibilidad de ser manejada por dispositivos móviles y tablets u otro dispositivo electrónico.

## **1.6. Objetivos:**

### **i. Objetivo General**

Analizar la incidencia del uso de las redes sociales como; Facebook, en los estudiantes de la carrera de periodismo y comunicación social de la Universidad Tecnológica Equinoccial.

## **ii. Objetivos Específicos**

- Establecer antecedentes generales de la comunicación y el periodismo.
- Determinar la importancia de la Internet y las redes sociales en los jóvenes de la FCSC-UTE.
- Analizar el uso y manejo de Facebook del grupo escogido.
- Diseñar un “Manual de monitoreo de redes sociales”, para determinar la incidencia del uso de las comunidades virtuales.

### **1.7. Justificación**

La comunicación es fundamental en la vida de los seres humanos, somos seres que nos desarrollamos gracias a la comunicación. Esta no puede viajar sola, los medios de comunicación son la conexión entre el usuario y quienes emiten la noticia.

En Ecuador, el gobierno posee 23 medios de comunicación y en el país existen 57 impresos, 133 emisoras de radio y alrededor de 30 canales de televisión todos con un número aceptable de sintonía y de emisiones. (Ciespal, 2012) (*Ver gráfico anexo 1/2*)

En esta tesis se propone además su objetivo central el emitir un primer “Manual de monitoreo de redes sociales”, es decir; una guía de instrucciones para realizar seguimientos a determinadas comunidades virtuales y así poder obtener y analizar la incidencia en quienes las usan.

No dejar de considerar que existe comunicación por medio de la Internet con; correos electrónicos, blogs, periódicos, televisión y radios digitales, además de la forma de comunicarse en auge en el mundo; las redes sociales.<sup>7</sup>

---

<sup>7</sup> La red social es una estructura social donde hay individuos que se encuentran relacionados entre sí, con intereses en común que a su vez se usa como medio de interacción como chats, foros, juegos en línea, etc.

Las redes sociales son el medio más utilizado por su facilidad y cercanía con los nuevos datos. La información puede presentar beneficios y desventajas para sus usuarios.

Según el diccionario de la Real Academia de la Lengua Española un usuario es quien usa ordinariamente una cosa, en el campo de la comunicación un usuario es definido como quien consume información sin importar el lugar donde se encuentre.

Según Mario Espinoza Vergara en su libro Evaluación de Proyectos Sociales, define al impacto social como;

*“... aquello que mide los efectos de un proyecto sobre la población beneficiaria del mismo...”* (Espinoza, 1983)

Pascual Serrano explica que:

*“Cuando nos conectamos a la Red, entramos en un entorno que fomenta la lectura somera, un pensamiento superficial”* (Serrano, 2013)

Según el experto en periodismo 2.0 Oscar del Salto, en su artículo para la empresa de comunicación online especializada en redes sociales MarfiCom, afirma;

*“Periodismo 2.0, supone una transformación radical de la forma de hacer periodismo, relacionarse con las fuentes de noticias, interactuar con los lectores, estar presentes de forma activa y estratégica en las redes y medios sociales...”* (Santo, 2013)

Ben Mutzabaugh, columnista de viajes de negocios del USAToday.com, en el libro “periodismo 2.0”;

*“En el impreso es fácil sentir que se está en pleito con los lectores porque la gente encontrará una pequeña cosa equivocada. Así, como periodista usted se pone a la defensiva. Los lectores en un blog se unen a la conversación y lo ayudan. Ellos desean que usted consiga la historia correcta.”* (Briggs, 2007)

Alejandro Piscitelli sobre la Internet aclara que;

*“...fue el primer medio masivo de la historia que permitió una horizontalización de las comunicaciones, una simetría casi perfecta entre producción y recepción, alterando en forma indeleble la ecología de los medios.” (Piscitelli, 1998)*

La tecnología busca educación y también diversión.

### **1.8. Idea a defender**

La vida en la actualidad está rodeada de avances tecnológicos y científicos. José Cegarra en su monografía La Tecnología, define a esta como un conjunto de conocimientos propios de arte industrial, que permite la creación de artefactos o procesos para producirlos. (Cegarra , 2012)

El argentino Leandro Alegsa en el Diccionario de Informática y Tecnología de Argentina, menciona que;

*“...es un concepto amplio que abarca un conjunto de técnicas, conocimientos y procesos, que sirven para el diseño y construcción de objetos para satisfacer necesidades humanas.” (Alegsa , 2009)*

Este trabajo busca conocer el efecto de la Internet y las redes sociales sobre los estudiantes de la carrera de periodismo de la Universidad Tecnológica Equinoccial y demostrar cuál es el uso de redes sociales, el análisis busca fijar las relaciones personales o periodísticas. Cabe destacar la trascendencia desde el periodismo tradicional hacia el digital y su efecto de cambio ante la tecnología.

Facebook, en sus inicios, fue una red social creada para la comunidad de estudiantes de la Universidad de Harvard.

Ahora ésta es la red social más grande y quizá más importante del mundo, mientras que Twitter es un servicio de microblogging. Este se utiliza como red social, blog y servicio de mensajería instantánea por la extensión de mensajes.



YouTube es una red social para subir y compartir videos, utilizada como blog o vlog (v por video).

Se pretende además conocer mediante el análisis del manejo de las redes sociales determinar si existe o no el uso periodístico y comunicacional.

### **1.9. Resumen Capítulo I**

El capítulo I tiene como finalidad el descubrimiento del problema; la carencia de correcto uso de la Internet y las redes sociales en los estudiantes universitarios, futuros periodistas.

Luego indica los objetivos que se desarrollan en el curso de la investigación, tanto el objetivo central general como los objetivos específicos que son la base para el avance de cada capítulo.

La propuesta busca ser una ayuda para la elaboración de monitoreo de redes sociales y comunidades virtuales que proporcione la incidencia de uso.

En futuros capítulos se profundiza el análisis histórico de los medios tradicionales y su uso de herramientas en la Internet.

Luego viene el uso de Facebook en los alumnos de la carrera de periodismo. El ingeniero Wilton Largo, jefe del Departamento Técnico del IDIC, asegura que el uso en general de redes sociales en estudiantes, docentes y personal administrativo es extenso, pues la mayor parte del tiempo corresponde al uso de Facebook y YouTube.

El objeto de estudio es la red social Facebook por ser popular a nivel mundial.

Otro aspecto corresponde a lo educativo: el valor de las páginas web y las redes sociales en el ámbito educativo y lo relacionado a lo posterior de los profesionales.

La justificación argumenta el desarrollo del tema. La idea que se pretende defender es el efecto e incidencia de esta página virtual social sobre el desarrollo estudiantil y futuro profesional de los encuestados.

# CAPÍTULO II

## MARCO DE REFERENCIA

### 2.1. Antecedentes de la Universidad Tecnológica Equinoccial

El Instituto Tecnológico Equinoccial nace el 11 de agosto de 1971 con la finalidad de aportar con el crecimiento en educación superior para el Ecuador por parte de ex alumnos del colegio “San Gabriel” de Quito.

El 22 de enero 1986 se aprobó la creación de la Universidad Tecnológica Equinoccial, para más tarde el 18 de febrero de 1986 y después de 15 años se publicara su creación en el Registro Oficial N.377. La Universidad Tecnológica Equinoccial se convierte en la primera universidad privada del Ecuador. (Trueva Barahona , 1971-1973, págs. 23-24)

Para ese entonces la universidad contaba con 11 carreras propuestas, entre ellas; Diseño, Restauración y Museología. Mercadotecnia, Hotelería y Turismo, Ingeniería en empresas, entre otras.

En la actualidad cuenta con 26 carreras de pregrado, 11 a distancia, 6 postgrados y Educación a distancia y tiene tres campus a nivel nacional: Quito, Santo Domingo y Santa Elena.

La universidad propone responder a los desafíos actuales y colaborar con los avances y adelantos científicos del mundo. Donde se destacan sus tres principios de filosofía humanista: excelencia, visión y liderazgo.

***Excelencia;*** Optimizar los recursos tecnológicos al máximo.

**Visión;** Ampliar los horizontes para aportar con el desarrollo del Ecuador.

**Liderazgo;** Definir objetivos propios para emprender nuevos proyectos en beneficio de la comunidad universitaria.

### **2.2.1. Objetivos de la universidad**

Los objetivos primordiales de la universidad se enfocan al crecimiento académico y la capacidad de servicio en el país.

Además busca ampliar la capacidad de proyectarse profesionalmente en diferentes áreas, la motivación necesaria y un claro sentido de responsabilidad personal y social, profundizar en la ciencia y en su aplicación práctica y, también, contribuir al estudio para solucionar los problemas del país.

Otros objetivos de la universidad son: estimular el desarrollo de la capacidad creativa del estudiante y la investigación, establecer programas de postgrado para fomentar la preparación de profesionales innovadores a un nivel avanzado y especializado.

Al final consta promover y realizar la actividad investigadora como función primordial de la Universidad Tecnológica Equinoccial. (<http://www.ute.edu.ec/>)

El primer año en la universidad es una experiencia enriquecedora. Este período es el comienzo de nuevos hábitos dentro de la educación superior que, para cualquier joven, marca su vida pre-profesional.

Ser universitario implica muchos cambios entre ellos; nuevas responsabilidades como seres humanos comprometidos con la sociedad, la continua maduración de habilidades y el desarrollo académico.

El proceso académico dentro de la universidad es un proceso para adquirir nuevos conocimientos y conquistar oportunidades.

Sin embargo, todas las dificultades que se presentan desde el primer día de ingreso a la universidad tienen ventajas a futuro, un mercado laboral competitivo, capacidades de acción proactiva y la superación personal.

La Universidad Tecnológica Equinoccial ofrece un amplio y profundo p ensum académico. El esfuerzo personal, la dedicación continua y la aplicación de los conocimientos en la vida diaria suponen la respuesta afirmativa sobre lo aprendido. El estudiante de periodismo cursa una etapa que no implica velocidad sino resistencia.

El periodismo pasa por una época de censura a nivel mundial y nacional. Los diferentes gobiernos de turno y formas de poder estigmatizan la verdadera labor periodística, haciendo que el profesional de la comunicación limite sus críticas y se vea afectada la libertad de expresión. Esto en medios de comunicación tradicionales: prensa, radio y televisión y simultáneamente en medios digitales, pese a tener acceso libre e independiente.

Christian Zurita Ron, periodista y autor del libro “El Gran Hermano”, fue el primer periodista en recibir un juicio del Presidente de la República, Rafael Correa, por un trabajo de investigación informativo. Indica que las redes sociales actualmente no son controladas por la Ley de Comunicación ecuatoriana ni por algún reglamento. La ley puede ser reformada y su contenido cambiado desde el Ejecutivo. La ley cambia con la política y el control est  relacionado con la gestión del poder.

Zurita indica que en el país se controlan los contenidos emitidos por los medios, ‘la Superintendencia de Comunicación es un organismo de justicia para la prensa y funciona como un organismo de verificación de lo expuesto’.

Las redes sociales no están al alcance administrativo pero ello no impide enjuiciamientos por opiniones vertidas en la Internet y las redes sociales.

Un ejemplo de este control es la empresa Ares Right que ha sacado del aire a tuiteros por su ‘mal uso’. La sociedad también ha podido constatar que empresas alineadas al pensamiento del gobierno del Ecuador manejan o representan a las grandes empresas de las redes sociales: Ximah Digital, empresa indirectamente vinculada a la Secretaría de Comunicación (Secom), representa a Twitter en Ecuador y ha cerrado cuentas importantes, quien se cree bloqueó a “Crudo Ecuador”. ‘En Ecuador en esencia, existe un supremo interés de controlar las redes’.

### **2.2.2. Misión, visión y valores**

#### **Misión**

“La UTE es una institución particular ecuatoriana, humanista, innovadora, de servicio a la comunidad y comprometida con la calidad de la educación, de la investigación científica y del desarrollo tecnológico”

#### **Visión**

“Ser una universidad reconocida por sus altos estándares de calidad, su innovación académica y resultados científicos, destinados al desarrollo del país”

## **Valores**

En los más importantes consta el espíritu crítico, el pluralismo ideológico, la autodisciplina, la transparencia, la acción afirmativa, la excelencia, la excelencia y la responsabilidad social y ambiental.

### **2.3. Facultad de Ciencias Sociales y Comunicación**

La Facultad de Ciencias Sociales y Comunicación cuenta con 5 carreras: Publicidad y Gestión, Educación Inicial, Relaciones Públicas, Diseño Gráfico Publicitario y Periodismo.

**Misión.-** “Formar, con las condiciones generales de la Universidad, relacionistas, publicistas, diseñadores gráficos publicitarios, periodistas y educadores iniciales capaces de dirigir y liderar programas y organizaciones públicas, sociales y privadas.”

**Visión.-** “Constituirse en la Facultad líder en el país y Latinoamérica en la formación de profesionales de las ciencias sociales y la comunicación.”

#### **2.3.1. Carrera de Periodismo**

La carrera de Periodismo es la más nueva en la facultad creada en 2007 para la formación de periodistas y comunicadores sociales integrales. Los profesionales desarrollan el manejo ético e imparcial de la información, con hábitos de lectura e investigación, creativos e innovadores y con amplios conocimientos de cultura general.

El objetivo de la carrera es el formar profesionales competentes, cualificados y comprometidos, capaces de liderar el proceso comunicacional, dentro de un marco histórico socio-cultural, que demuestren siempre su vocación, idoneidad en el

trabajo y coherencia vital entre el ser, hacer y sentir, para así poder mejorar la calidad de vida de la sociedad. ([www.ute.edu.ec](http://www.ute.edu.ec))

La carrera consta de nueve niveles a modalidad presencial. Y, a su vez, una amplia malla curricular académica y complementada con talleres como recursos académicos adicionales.

La carrera de periodismo expone al estudiante la posibilidad de adquirir conocimientos de provecho tanto para el desarrollo profesional como para su vida diaria.

La propia experiencia indica que los componentes estudiados al transcurso de los años, nos capacitan para desenvolvernó en todas las ramas de la comunicación, tomando en cuenta que estudios en historia de la comunicación, periodismo, redacción, investigación, son módulos de conocimiento general tradicionales necesarios para la carrera.

Los mismos que se complementan con los nuevos paradigmas de la comunicación y el periodismo, como; redacción digital, creación y manejo de herramientas digitales, Tecnologías de Información y Comunicación, en fin parámetros que han colaborado con el desarrollo de la comunicación.

La Universidad Tecnológica Equinoccial, pretende crear profesionales íntegros y responsables con capacidades de desenvolvimiento y toma de decisiones encaminados al mejoramiento del país y de cada una como nuevo profesional. Sus profesionales tienen la capacidad de desarrollarse para próximos retos académicos, según su página web.



El presente trabajo expone una experiencia personal y la capacidad de desenvolverse en el ámbito social y la participación en medios de comunicación. La carrera es multidisciplinaria.

Las capacidades del alumno se desarrollan: expresión oral, redacción, la capacidad del uso de herramientas de investigación como las encuestas, entrevistas y asociar varias herramientas.

El Ecuador atraviesa tiempos de crisis en cuestión de comunicación y periodismo, diariamente se reciben ataques contra periodistas y se observa como la libertad de expresión está en cuestión. En todo ámbito, la comunicación es indispensable para hacer que la información llegue a la sociedad.

El periodista entrevistado, Christian Zurita, comenta que no hay forma de evaluar la censura en los medios de comunicación o en redes, se trata de un gobierno efectivamente en busca de condiciones para acallar las voces críticas pero no se sabe su alcance en el tiempo.

Además no existe claridad en la forma en que pueden censurarse (redes), se trata de un sistema grande de acciones efectivas para intentar controlar aunque, la censura es casi imposible. Menciona a China como ejemplo de la censura, en la totalidad de los medios, 'el mundo estará perdido y habrá menos libertad'.

Cada vez la libertad de prensa y de información es más escasa, en el mundo es un bien en decrecimiento, actualmente se emplean técnicas para controlar la información mediante la censura. (Sinova & De Miguel, 2006)

El autor del libro, La censura de prensa, Justino Sinova, señala a la censura como la fórmula que eliminaba todo aquello que no “convenía” a los intereses de los gobernantes y que, a tiempo, obligaba a publicar lo que el poder en cada momento quería. (Sinova & De Miguel, 2006)

El Ecuador atravesó situaciones de censura, el caricaturista ecuatoriano Xavier Bonilla, más conocido como Bonil, compareció ante la SUPERCOM el pasado 09 de febrero de 2015 por una de sus publicaciones y fue obligado a rectificar. La prensa del Ecuador atraviesa ataques sistemáticos desde el gobierno que afectan la libertad de prensa y de expresión.

#### **2.4. El Periodismo**

El periodismo surge en el Imperio Romano donde se publicaban edictos<sup>8</sup>, noticias de sociedad, sucesos de interés público y rumores.

A los siglos VII-VIII (Edad Media), principalmente en Europa los reyes emitieron las primeras crónicas y en donde los juglares<sup>9</sup> iban de pueblo en pueblo transmitiendo la información. (Biblioteca Arango , 2006)

En el siglo XIII en Inglaterra se creó la “Nouvelle Manuscrite” para difundir las noticias más importantes, para el siglo XV en París “Journal d’un Burgeois” para anécdotas y noticias.

Después de la aparición de la imprenta (año 1400 por Johannes Gutenberg), aparecen varios manuscritos, gacetas y semanarios en varios países de Europa.

En Alemania, para el año 1457 se publicó el primer diario llamado “Nurenberg Zeitung”.

---

<sup>8</sup> Mandato o decreto publicado con autoridad por u magistrado, juez o autoridad.

<sup>9</sup> Artista medieval itinerante, de clase humilde, que se dedicaba a recitar composiciones de trovadores a cambio de dinero.

En América Latina el periodismo nace en México en 1542 con la emisión de hojas volantes y para 1722 aparece La Gaceta de México que para 1734 cambia su denominación a Mercurio de México. (De la Torre, 2006)

“Primicias de la Cultura de Quito” fue la primera publicación periodística por Eugenio de Santa Cruz y Espejo que fue el origen del periodismo en Ecuador.

Además de la creación de “primicias” se da lugar en Ambato en la época de la Colonia la implementación de la imprenta traída por padres jesuitas y operada por el tipógrafo alemán Johannes Schartz, hoy esta imprenta se encuentra en el seminario San Luis en Quito desde 1670. Ecuador contó con su primer periódico en 1835.

La actividad periodística escrita se realiza el 16 de febrero de 1884 cuando aparece “El Decano de la República Nacional” conocido después como “El Telégrafo”.

Años más tarde el periodismo se extendió y surgen diarios importantes hoy como; “La Opinión de Manabí”, “La Época de Latacunga”, “El Cosmopolita”, “El Correo del Azuay”. Además de “El Comercio”, “El Tiempo” y para septiembre de 1921 llega “El Universo”, el diario de mayor circulación nacional vigente.

¿Cómo definir el periodismo mundial? El periodismo es una profesión que tiene como fin la búsqueda de información y la producción de noticias que informen a una sociedad, ayudando a mantenerse informada de todos los sucesos.

El periodismo comúnmente se divide en dos grandes ramas; periodismo informativo y periodismo investigativo o de investigación.

Pero a través de la investigación se llega a la conclusión que el periodismo puede dividirse en varias clases, la investigación arrojó cuatro tipos de periodismo complementarios a la web y la era digital, tales como; periodismo de datos, periodismo de geo-localización, periodismo en redes sociales y periodismo de animación. Detallados a continuación.

### **2.4.1. Periodismo Informativo**

El encargado de informar sobre los hechos actuales que se presentan en la sociedad.

Su objetivo es el de relatar hechos de índole coyuntural refiriéndose a un personaje o situación específica, además de que la noticia a transmitir sea actual e interesantes para los consumidores por generar impacto público.

### **2.4.2. Periodismo de Investigación**

Este género nos permite profundizar en la noticia, involucrarnos en un proceso de búsqueda de datos, testimonios, pistas, personajes y demás que sean piezas dentro de la investigación. Tanto el periodismo informativo como el de investigación permiten generar información relevante e importante que generan noticias de toda índole de valor trascendental. (Edo, 2009)

El periodismo puede ser deportivo, cultural, político, económico, de entretenimiento, entre otros y posee géneros.

### **2.4.3. Periodismo de Datos**

El periodismo de datos se refiere a la posibilidad de digitalizar la documentación, el hecho de que el periodista pueda analizar y procesar datos matemáticos o estadísticos con la ayuda de instrumentos que se encargan de ello.

Para Andrea Fama especializado en esta división del periodismo, el periodismo de datos requiere del uso de herramientas y programas especiales, así de habilidades técnicas para usarlos. (Fama, 2011, pág. 7)

Además este plantea ciertos parámetros para complementar datos, según Giannina Segnini periodista costarricense. (Ramírez, 2012), sus fases:

- Obtención de datos, o el acceso del periodista a la comunicación.
- Limpieza de datos, revisar y examinar la información de acuerdo a las necesidades del comunicador.
- Análisis, el paso más relevante el mismo ayuda a comparar y medir la información que se adquirió.
- Verificación de la información, toda la información obtenida no siempre es real, por ello verificar sobre el análisis.
- Visualización, buscar la mejor manera de explicar los resultados.

#### **2.4.4. Periodismo de Geo-localización**

Uno de los factores determinantes en esta clase de periodismo es el cómo podemos dar uso a instrumentos como el GPS. Este es un sistema de localización por satélite que logra determinar sitios; localiza, fija horas, orienta y tiene un sistema global.

El aporte de esta clase de periodismo es la facilidad de localización de lugares exactos de noticias y evita situaciones de retrasos o conglomeraciones innecesarias.

#### **2.4.4. Periodismo de Animación**

Periodismo visual o iconográfico busca ofrecer información por medio de dibujos, gráficas o caricaturas. La comunicación gráfica, muchas veces, es más relevante que una nota con miles de caracteres.

### **2.4.6. Periodismo de Redes Sociales**

El más utilizado es la red social, un medio donde la información viaja con mayor velocidad, considerado rápido, con pocas palabras y complementario.

En redes sociales no opera la gran redacción, pues necesita de un titular atractivo que llame la atención. Muchas veces se ayuda del direccionamiento a otras páginas para complementar la información.

## **2.5. Géneros Periodísticos**

El periodismo se basa en el transmitir información de interés actual para la sociedad y pasa por determinados estilos que los ubican como géneros periodísticos. Estos se dividen en tres: géneros informativos, géneros de opinión y géneros mixtos.

### **2.5.1. Géneros Informativos**

#### **2.5.1.1. La noticia**

La noticia es el género estrella y representativo del periodismo, se lo define como el género de relatos oficiales. No emite comentarios de los hechos y acontecimientos a más de informar a modo de discurso.

La noticia es un género tradicional, que se basa en contar lo sucedido, relatando hechos atractivos e incluyentes de la sociedad, sin dar explicaciones.

La noticia se caracteriza por contar acontecimientos, detallar y muchas veces relatar consecuencias. (García V. , 2011, págs. 61-62)

### **2.5.1.2. El reportaje**

Es un género más amplio que la noticia y se diferencia, no por la extensión, sino por la explicación de hechos y su finalidad. Mientras la noticia trata de ser urgente el reportaje busca dar datos concretos ampliados y fundamentados.

Los autores del libro “Manual de Géneros Periodísticos” García y Gutiérrez afirman que el reportaje en definición es;

*“... el más complejo género de información, cuyos principales rasgos característicos son la exhaustiva investigación que le precede, el contexto en el que encuadra los hechos, el lenguaje que libremente usa el periodista para escribirlo y su intención de hacer claridad sobre los acontecimientos que le interesan a la gente.” (García V. , 2011, pág. 156)*

### **2.5.1.3. La entrevista**

Es una conversación con un personaje destacado, o no, con el fin de recolectar información necesaria para informar.

El periodista pregunta la segunda persona responde. (García V. , 2011)

Este género se caracteriza por ser complicado y complejo, el no estar preparado o desconocer temáticas afecta la producción.

Martín Vivaldi dice que la entrevista es el género en el cual se reproduce en escrito un diálogo mantenido con una tercera persona. (García V. , 2011, pág. 80)

Juan Cantavella califica a la entrevista como;

*“La conversación entre el periodista y una o varias personas, con fines informativos y que se trasmite a los lectores como como tal diálogo, en estilo directo o indirecto” (Cantavella , 1996, pág. 26)*

## **2.5.2. Géneros de opinión**

### **2.5.2.1. El editorial**

Un texto que genera la postura de un medio tomando en cuenta hechos de interés relevantes y actuales. Un texto argumentativo que presenta la valoración del medio y se caracteriza por no tener firma de autor.

Otto Morales afirma;

*“Realmente los diarios apoyan a una u otra persona, pero su misión no es solo la política. El periódico señala una posición. Al asumirla, quiere manifestar cuál es su conducta ante el país. Qué piensa de este; qué desea en el gobierno; cómo concibe las relaciones entre sus compatriotas” (Morales, 1989, pág. 66)*

### **2.5.2.2. El artículo de opinión**

Es un texto de una tercera persona independiente para un medio puede ser un destacado de diferentes ramas que aporte su opinión sobre un tema actual.

Víctor García, autor del libro “Manual de géneros periodísticos”, afirma que el artículo de opinión consiste en;

*“...la posición individual ante los hechos, de los cuales se informa y se opina...” (Martínez Albertos, 1974, pág. 139)*

### **2.5.2.3. La columna**

Con características similares al artículo de opinión, lo que diferencia el texto es su brevedad y su relación entre lector-escritor y permite al lector percibir el mensaje central tomando en cuenta sus gustos y necesidades.



#### **2.5.2.4. Cartas al director**

Las cartas no son tomadas como género periodístico pues no están escritas por un profesional en la comunicación pero buscan interactuar con el lector convirtiéndolo en generadores de opinión e información. (García V. , 2011)

El lector trata de dar su punto de vista acerca de cualquier situación o acontecimiento social de relevancia.

### **2.5.3. Géneros mixtos**

#### **2.5.3.1. La crónica**

Es un género informativo mixto por compartir características tanto de noticia como reportaje. Además esta relatado con periodos de tiempo o cronológicos.

El teórico Martín Vivaldi dice que la crónica es un género particular que interpreta y valora los hechos noticiosos y además se acopla como relato y como juicio del cronista. (Vivaldi, 2001)

La palabra crónica se deriva del griego *cronos* que significa tiempo.

#### **2.5.3.2. La crítica**

Es un género cultural, se basa en que debe informar, comentar y opinar sobre ciertos temas de índole cultural. (García V. , 2011)

## **2.6. La Era de la Información**

*Nuestras sociedades se estructuran cada vez más entorno a una oposición bipolar entre la red y el yo.* (Castells, 1996)

*Manuel Castells*

La revolución de la tecnología está basada en las tecnologías de la información y crece a ritmo acelerado. Por ejemplo, las economías independientes a escala mundial, reestructuración del capitalismo<sup>10</sup>, individualización<sup>11</sup> en las relaciones de trabajo, incorporación masiva de mujeres, intervención del Gobierno para regular los mercados de la gran demanda de bienes y servicios por la creciente geografía del planeta, entre otras situaciones de impacto, que son parte del desarrollo de la tecnología.

Un nuevo sistema de comunicación es más digital. Las Redes de Información son interactivas y crecen aceleradamente, estableciendo nuevas formas virtuales.

Existen procesos de cambios sociales fenomenales; en medicina, cultura, profesionales; la Internet, las comunicaciones móviles, la banda ancha, los satélites, los microondas. Estas producen cambios significativos en la estructura económica y social, y en el conjunto de las relaciones sociales. (Weblog, 2008)

Los adolescentes manejan competencias de las TICs<sup>12</sup> y son parte de la nueva era de la Información y Comunicación. La evolución de la tecnología incide en la división de grupos y es presencial; se reagrupan grupos por religión, política, estatus económico, social, etnia, territorio y existe una pérdida de identidad o un traslado.

El Primer Entorno es el natural y físico; el Segundo Entorno el de las relaciones urbanas y el Tercero: el que se relaciona con las nuevas tecnologías de la información. Este último

---

<sup>10</sup> Sistema socioeconómico en el cual los medios de producción y distribución son de propiedad privada y con fines de lucro. Las decisiones relativas a la oferta, la demanda, el precio, la distribución y las inversiones no son tomadas por el gobierno.

<sup>11</sup> f. Diferenciación que se hace atribuyendo características distintivas.

<sup>12</sup> (Tecnologías de la Información y de la Comunicación) son aquellas tecnologías que se necesitan para la gestión y transformación de la información, y muy en particular el uso de ordenadores y programas que permiten crear, modificar, almacenar, administrar, proteger y recuperar esa información.

está inmerso en ese espacio digital que engloba a todo el planeta, la capacidad de relacionarse e interactuar a distancia. (Alonso, 2001)

La tecnología intercambia información desde todos los rincones del mundo en tiempo record, un mundo sin distancias donde cada noticia, acontecimiento y situación relevante se conoce en cualquier lugar. Una “aldea global”<sup>13</sup> íntimamente conectada.

## **2.7. Antecedentes del Periodismo Tradicional.**

*“El periodismo es una actividad humana de trascendencia sociopolítica y cultural, inscrita en el terreno de la comunicación social, que a través de los medios de difusión busca ofrecer informaciones, opiniones e interpretaciones sobre el acontecer público a fin de brindarle a la gente elementos para comprender su mundo y poder tomar sus propias decisiones con conocimiento de causa.”*  
(Martínez O. , 2003)

Las características del periodismo son simples; es una actividad que tiene como finalidad el recolectar, transmitir e publicar información de actualidad.

El experto en comunicación tiene que acudir a fuentes verificables para acceder a un posterior testimonio.

El periodismo puede ser difundido por medios escritos (periódicos, revistas), visuales (televisión), radiofónicos (emisoras de radio) y digitales (Blogs, Redes Sociales).

El periodismo tradicional basa su andar en el uso de los medios tradicionales de comunicación, también es caracterizado por tener un límite y espacio para detallar la noticia.

---

<sup>13</sup> Término que busca describir las consecuencias socioculturales de la comunicación inmediata y mundial de todo tipo de información que posibilita y estimula los medios electrónicos de comunicación. El término fue acuñado por el sociólogo canadiense Marshall McLuhan.

## 2.8. Antecedentes del Periodismo Digital

El periodismo digital tiene sus inicios en 1945 cuando Vannevar Bush sorprendido por la tecnología e investigación, crea el Memex<sup>14</sup> (*Ver dibujo anexo 3*), el primer dispositivo de almacenamiento, de similares características que un computador de escritorio que permitía almacenar. “Memory Extended” aparece después de 20 años del nacimiento del Hipertexto por Ted Nelson.

En 1992, Estados Unidos, se lanza vía Internet en primer diario digital (*The Chicago Tribune*), así una serie de diarios seguidores lo hicieron y convirtieron a Internet en una herramienta para transmitir información. (Cano Orón , 2011)

En síntesis;

1990: Se crea la Internet Society (ISOC) para promocionar la Internet como solución mundial para la comunicación y transferencia de datos.

1991: La Universidad de Minnesota hace su debut el Gopher<sup>15</sup> de Internet.

1993: Aparece el servicio de información www (World Wide Web) lanzado por el Laboratorio Europeo de Física de Partículas (CERN), situado en Ginebra (Suiza).

1995: Se inicia el proceso de privatización de los troncos principales (Nodos<sup>16</sup>) de la red Internet en Estados Unidos. Aparece un número importante de proveedores de acceso a la

---

<sup>14</sup> Dispositivo en el que se almacenarían todo tipo de documentos.

<sup>15</sup> Es un servicio de distribución de documentos e información que permite a los usuarios explorar, buscar y recuperar información residente en bancos de datos de forma fácil a la vez que potente.

<sup>16</sup> Punto de intersección o unión de varios elementos que confluyen en el mismo lugar en una red de ordenadores cada una de las máquinas es un nodo, y si la red es Internet, cada servidor constituye también un nodo

Internet en España. Las universidades, centros de investigación y empresas empiezan a evaluar el potencial de la Red, propagándose la incorporación a Internet.

1997: Se acentúan e intensifican los valores agregados de la información con base en Internet. Aparecen otras redes paralelas a Internet en Europa y Estados Unidos. (Ventura, 2012)

La tecnología produce condicionamientos temporales pues fractura la barrera del tiempo: millones de personas saben de noticias a pesar de encontrarse a kilómetros de distancia; y, espaciales, pues la Internet almacena volúmenes inimaginables de información, documentos y bases de datos e información multimedia. (Videos, fotos, galerías electrónicas, música, etc.)

La transportabilidad, con ayuda de Pen Drives o USB revolucionó la sociedad. (Jiménez García, 2007)

## 2.9. Breve historia y cronología de la Página Web

Tim Berners-Lee fue el creador de los tres términos clave para el nacimiento de la Web:

- **HTML** lenguaje utilizado para crear contenidos en la Web, se basa en *Standard Generalized Markup Language (SGML)*.<sup>17</sup>
- **HTTP** protocolo de comunicación entre ordenadores Web, encargado de la transferencia de las páginas Web y de otros recursos.
- **URL** medio de direccionamiento<sup>18</sup> de los recursos de Internet. (Luján Mora, 2002)  
(Ver dibujo anexo 4)

---

<sup>17</sup> Sistema para la organización y etiquetado de documentos.

<sup>18</sup> Acción de asignar una dirección de memoria a un conjunto de datos.

Después de la creación del Memex, y del Hipertexto, existen otros acontecimientos que suscitaron en los años cuarenta;

1945, aparece el Memex.

1965 aparece el Hipertexto.

1967, Andy Van Dam construye el *Hypertext Editing System (HES)*, el primer sistema de Hipertexto. Este editar grandes cantidades de texto en pantalla, escribe cadenas largas y se enlaza dentro del mismo documento o hacia otros.

1968, Goug Engelbart inventa el sistema *On-Line System (NLS)*, una herramienta de trabajo en grupo que permite enlaces entre documentos.

1969, Andy Van Dam construye el *File Retrieval and Editing System (FRESS)*, que permite el uso de terminales gráficos, de caracteres no occidentales, y cualquier tipo de símbolos en pantalla con enlaces bidireccionales y con opción de “deshacer”.

1980, Tim Berners-Lee escribe un programa llamado Enquire-Whitin-Upon-Everything, que permite crear enlaces entre nodos<sup>19</sup>.

1989, Tim Berners-Lee escribe “Information Management: A Proposal”, un informe que circula por la CERN<sup>20</sup>.

1990, Tim Berners-Lee desarrolla un editor y navegador gráfico de Hipertexto para NeXTStep<sup>21</sup>, el sistema operativo de control gráfico para ordenadores tipo NeXT<sup>22</sup>.

---

<sup>19</sup> Es un «punto de intersección o unión de varios elementos que confluyen en el mismo lugar». Por ejemplo: en una red de ordenadores cada una de las máquinas es un nodo, y si la red es Internet, cada servidor constituye también un nodo.

Un nodo posee un título, un tipo y una lista de enlaces.

<sup>20</sup> Organización Europea para la Investigación Nuclear, European Organization for Nuclear Research (French: Organisation européenne pour la recherche nucléaire).

1990, se instala el primer servidor web y la primera página Web.

1991, se publican en Internet los primeros ficheros del primer navegador. Además se instala el primer servidor web fuera de Europa en *Stanford Linear Accelerator Center (SLAC)*.

1992, aparecen los primeros navegadores de terceras partes; Erwise, Viola y Midas. Conjuntamente Marc Andreessen y Eric Bina crean un nuevo navegador gráfico para Unix<sup>23</sup>, con características innovadoras como; etiquetas, la introducción de imágenes en línea y navegación sencilla a través de hiperenlaces.

1993, se publica el navegador gráfico NCSA Mosaic para X-Windows sobre Unix.

1993, se anuncia que la plataforma WWW, podrá ser utilizada gratuitamente, sin que tener que pagar licencia y la NCSA<sup>24</sup> publica versiones de NCSA Mosaic<sup>25</sup> para sistemas operativos de Unix, Microsoft Windows y Apple Macintosh.

1995, se presenta el Microsoft Internet Explorer 1.0 e inicia la “Guerra de Navegadores” y luego nace Microsoft Internet Explorer 2.0.

1996, se lanza Netscape Navigator 2.0 con elementos HTML, marcos, capacidad de ejecutar applets<sup>26</sup>, soporte JavaScript, etc.

---

<sup>21</sup> Es el sistema operativo orientado a objetos, multitarea que NeXT Computer, Inc. diseñó para ser ejecutados en los computadores NeXT.

<sup>22</sup> NeXT Computer, Inc. Fue una empresa estadounidense de informática con sede en Redwood City, California, que desarrolló y fabricó una serie de estaciones de trabajo destinadas a la educación superior y las empresas. NeXT fue fundada en 1985 por el co-fundador de Apple, Steve Jobs después de su renuncia forzada de Apple.

<sup>23</sup> Es un sistema operativo portable, multitarea y multiusuario; desarrollado, en principio, en 1969.

<sup>24</sup> Son las siglas en inglés del National Center for Supercomputing Applications, (Centro Nacional de Aplicaciones de Supercomputación). Es un organismo estadounidense relacionado con la investigación en el campo de la Informática y las Telecomunicaciones.

<sup>25</sup> Fue el segundo navegador gráfico disponible para visualizar páginas web (el considerado como primer navegador gráfico es Viola WWW, cuya primera versión completa data de 1992), y el primer navegador gráfico para Microsoft Windows.

1996, se lanza Microsoft Internet Explorer 3.0. Los avances en tecnología, Internet siguen avanzando. (Luján Mora, 2002)

Al Ecuador la Internet llega en 1991, por medio de la compañía EcuaneX, esta empresa accede a la red varias junto con instituciones como: Acción Ecológica, Agencia Latinoamericana de Información, escuelas politécnicas y universidades.

Para octubre de 1992 llega EcuaneT, establecido por la Corporación Ecuatoriana de Información y auspiciado por otras entidades privadas como el Banco del Pacífico.

La masificación de la Internet en Ecuador se inicia con el uso de exploradores gráficos como; Netscape, Opera, correos electrónicos creados a principios de los años 90' y además se crea una cierta rivalidad con el fax.

A partir de 1995 varios centros educativos, universidades, instituciones públicas y privadas además de hogares presionaban con la necesidad de bajar los costos de acceso a la red.

Pero al año 2000 la Internet es privilegio de ciertos hogares y de algunas instituciones.

En 2005, el uso de blogs, redes sociales y páginas personales son más comunes además el mailing<sup>27</sup> de campañas políticas, empresas, bienes o servicios.

En 2007, el Ecuador mejora su conexión a Internet a través de cables submarinos instalados por la empresa Telefónica.

La Universidad Tecnológica Equinoccial cuenta con el servicio de la Internet desde el año 1994, Wilton Largo jefe del Departamento Técnico del IDIC menciona que en este año

---

<sup>26</sup> Son componentes de una aplicación que se ejecuta en el contexto de otro programa, por ejemplo en un navegador web.

<sup>27</sup> Envío de información o de propaganda publicitaria por correo a varias personas.



había un enlace de 64Kbps (kilobit/seg) servicio que se encontró únicamente en un laboratorio, en biblioteca, ampliándose posteriormente a toda la universidad. El servicio se ofrecía a las oficinas y aulas, mientras su velocidad cambió y pasó de 64Kbps a 512Kbps.

A finales de agosto de 2014, la universidad contó con 300Megas de velocidad, actualmente con 600Megas distribuidas en; 400Megas para Quito, 150Megas para Santo Domingo y 50Megas para Salinas, siendo los anchos de banda de velocidad.

Además Héctor Ávalos Director Académico del IDIC, afirma que el crecimiento diario de la Internet es respuesta a la necesidad de progresión de la institución.

El país con participación del Ministerio de Telecomunicaciones lanza estrategias como “Ecuador Digital 2.0”, que pretende que la mitad de la población tenga acceso a banda ancha dentro de 4 años y para el 2016 suba un 70%.

*“(...) Ecuador Digital 2.0 se basa en cuatro ejes fundamentales: equipamiento, conectividad, capacitación y aplicaciones y contenidos. (...) promueve el acceso a las TIC por parte de todos los ciudadanos, sobre todo al Internet, incluyendo a educadores, profesionales de la salud, funcionarios públicos, etcétera, a través de programas de alfabetización digital.*

*El segundo plan, (...) incorpora aplicaciones, contenidos y servicios de gobierno electrónico, públicos y en línea, para mejorar la eficiencia de los servicios (...) creación del Sistema Nacional del Registro de Datos Públicos, modernización del Sistema Nacional del Registro Civil, entre otros.*

*Finalmente, el tercer Plan Nacional de Banda Ancha busca masificar el Internet en el país, dando prioridad a las zonas rurales.” (Ciespal, 2012)*

El servicio más importante dentro de la comunicación de masas es la Internet.

Según Marshall McLuhan, los medios de comunicación de masas son industrias o empresas que crean opinión pública en un espacio individual social o familiar. Además de ser instrumentos que permiten la difusión de cultura, relaciones o de estar en contacto con el mundo que nos rodea. **(McLuhan, 1964)**

### **2.9.1. Web 2.0**

El término web 2.0, está relacionado con el fenómeno social; se usa para facilitar el intercambio información. A esta web se considera de comunidades de la Internet, las aplicaciones web, las redes sociales, los servicios de alojamiento de videos, fotografías, blogs, entre otros y señala servicios como:

Bitácoras personales en línea o blogs, donde se actualiza información por medio de entradas o post. La persona que escribe un blog se denomina “blogger” y el acto de escribir es “blogging”. Se pueden leer actualizaciones y lograr retroalimentación.

Las páginas web o varias páginas con contenido ilimitado se llaman wiki y son sitios de administración combinada de varios usuarios, con temas específicos. Los usuarios pueden añadir, eliminar o editar los contenidos.

Marcadores Sociales o Social Bookmarking son un medio social que permite almacenar, clasificar y compartir enlaces. *(Ver dibujo anexo 5)*

Almacenar y compartir contenidos multimedia es decir; Intercambio Multimedia. Páginas web más populares para este tipo de acciones son YouTube (videos), Flickr (Fotografías) y Odeo (Podcasts).

Audio-blogs o también conocidos como Podcasting, consisten en archivos de video y audio por medio de un sistema de redifusión (RSS)<sup>28</sup> que permite al usuario suscribirse y tener la posibilidad de descarga de archivos. Ejemplo, la página web 4shared.com.

Las páginas web de círculos de amigos o redes sociales, ahora la web tiene 200 sitios con las mismas características y se destacan actualización perfiles personales, la conexión social en línea y tener una lista de amigos.

Por último, compras en línea como amazon.com y enciclopedias como Wikipedia.com son conocidas como aplicaciones web. La Web 2.0, es un apelativo de esta etapa evolutiva de la web que empezó a colaborar, compartir, contribuir, editar e interactuar entre personas. (Marín Iglesia, 2010) *(Ver dibujo anexo 6)*

Según estadísticas de Alexas Top Sites, Ecuador tiene un ranking de páginas frecuentadas o visitadas hasta el 31 de enero del 2104. *(Ver dibujo anexo 7)*

En Ecuador uno de los ejemplos de web 2.0, es la página web visitaecuador.com, esta página es un portal web de información presente en el país desde 1992 manejada por Ecuonet. **(visitaecuador.com, 2006)**. La misma es una marca de promoción turística del país en la Internet y además acumula información de productos y servicio internos del Ecuador.

La universidad está conectada a la web 2.0 gracias a su suscripción a CEDIA, que es una organización que permite estimular, promover y coordinar proyectos de redes avanzadas para el desarrollo de tecnologías de información para el desarrollo

---

<sup>28</sup> Really Simple Syndication o Redifusión Web es un formato XML para syndicar o compartir contenido en la web. Se utiliza para difundir información actualizada frecuentemente a usuarios que se han suscrito a la fuente de contenidos.

educativo del país y por ende como forma de manejar a la web 2.0 y a futuro de nuevas redes.

Héctor Ávalos, jefe del Departamento Académico del IDIC-UTE, indica que mediante un convenio se puede tener acceso a la web 2, y a otras herramientas. Esto es un ejemplo de cómo fue el inicio de la web 2.0 en el país. El objetivo básico de la misma fue su relación con la comunidad y también lograr interacción entre las personas que visitaban diariamente esta página web.

### **2.9.2. Web 3.0**

La web 3.0 o web semántica es una plataforma “online” que permiten la comunicación entre usuarios con intereses parecidos en: gustos, preferencias, hábitos, entre otros. La web trata de crear cierta inteligencia artificial e innovación tecnológica y además posee ciertas características donde se destacan;

Es una red con principios semánticos, es decir; se construye de acuerdo al idioma, lengua, símbolos y signos de acuerdo a la interpretación de los mismos.

Será capaz de actuar y resolver problemas por sí misma basado en la conocimiento humano, a esto se lo denomina inteligencia artificial y presenta programas avanzados y tecnificados en la red, los que son accesibles en cualquier parte del mundo.

Además la web 3.0 posee características de conexión, difusión, alcance y distribución; su conexión es rápida por lo general a esta web se le atribuye las conexiones de fibra óptica. Está al alcance de todo el mundo, y se puede conectarse

independientemente del dispositivo, desde ordenadores de escritorio hasta Smartphones.

*“La Web 3.0 marca los principios para crear una base de conocimiento e información semántica y cualitativa...” (Küster & Hernández, 2013)*

La web 3.0 pretende seleccionar diferentes gustos y preferencias de un usuario como costumbres, gustos, entre otros.

El acceso a la información no registra filtros y posee contenidos digitales, promociona y es indispensable para el usuario o una marca en específica. (Küster & Hernández, 2013) *(Ver gráfico anexo 8)*

*“web 3.0 estará más conectado, abierto e inteligente, con las tecnologías semánticas Web, bases de datos distribuidas, procesamiento del lenguaje natural, aprendizaje de máquina, el razonamiento de la máquina, y agentes autónomos.” (Lifeboat Foundation, 2002)*

Un ejemplo de lo que representa la web 3.0 es *google earth* la aplicación web que permite al usuario a colocarse en tiempo real sobre el globo terrestre y visitar distintas ciudades independientemente de donde se encuentre el usuario.

La UTE tiene un convenio con el Consorcio Ecuatoriano para el Desarrollo de Internet Avanzado (CEDIA), el mismo que permite tener acceso a ciertas herramientas de evolución web, es así que por medio de esta se puede acceder a repositorios digitales, bibliotecas multimedia, videos en streaming además de otras oportunidades de educación complementaria como tele-cirugía que se aplica en la Universidad.

### **2.9.3. Web 4.0**

La tecnología crece en una proporción desmedida y así como la web 3.0, y a futuro se plantea mejores entre ellas la web 4.0 se la conocería como una recapitulación o una suma de las anteriores, que facilitaban el contacto con personas, disponibilidad de contenidos y otras características.

La web 4.0 es una web ubicua<sup>29</sup>, donde personas logran comunicarse entre sí. (Daccach, 2011)

En el cine se aplicó con la película Johnny Mnemonic (1995) donde Johnny es un correo humano, es decir; poseen un implante neuronal insertado en el cerebro para transportar información o la película Matrix donde se insertan implantes neuronales y una realidad virtual sustituye a la realidad. (Blog 1703, 2013)

Estas son películas de ciencia ficción que pretenden dar una visión sobre el futuro incierto de la tecnología y además la capacidad del ser humano por crear paulatinamente nueva tecnología.

Las diferencias y el desarrollo desde la web 1.0 hasta lo que se planea tener con la web 4.0 son infinitas, a pesar de todo la tecnología de mano con la Internet ayudado de un sinnúmero de maneras a la humanidad y se puede decir que actualmente dependemos de ella. (*Ver gráfico anexo 9*)

---

<sup>29</sup> Presencia en dos sitios diferentes en el mismo momento, viene a significar que todo lo quiere presenciar y vive en continuo movimiento.

El uso de nuevas tecnologías controla ámbitos de la sociedad y las tecnologías poseen ventajas espaciales, la web 4.0 se enmarca en el desarrollo tecnológico.

La Universidad Tecnológica Equinoccial usa a este proceso evolutivo de la web de manera beneficiosa. Las principales herramientas en la comunicación entre partes: profesor/alumno.

La web 4.0 en la universidad como ejemplo puede ser la aplicación del campus virtual, Héctor Ávalos indica que el campus virtual es una herramienta de software desarrollada en la universidad.

Un ejemplo, la creación de la plataforma virtual, la misma que lleva años de implementación y es trabajada para diferentes actividades; tareas, conferencias, descarga de archivos, clases virtuales, entre otras actividades que benefician al alumno.

Según Renato Barros, responsable del manejo de las redes sociales de la FCSC-UTE, educativamente la plataforma ofrece información relevante sobre las profesiones, tips y nuevas tecnologías que aparecen en las carreras. Se comparte información importante, más no se genera información y esto es una debilidad. Pero el mayor uso de la web, como de las redes sociales, es en informar sobre eventos y actividades de la carrera.

En cuanto a la evolución de las páginas de la facultad ante el desarrollo de la tecnología, las TIC's que entraron en vigencia y por la necesidad de comunicar a través de medios rápidos y baratos se generan las páginas de las redes sociales, pero

en principio no se manejan de forma apropiada sino más bien empíricamente y teniendo resultados a corto plazo.

## **2.10. Breve historia del Hipertexto**

El hipertexto se creó para cubrir necesidades de almacenamiento de datos, jerarquizar la información y colaboración con otras ventanas y usuarios. Theodor Nelson es quien acuña el término *hipertexto*.

Como definición de hipertexto podemos destacar las siguientes definiciones por parte de autores expertos:

*“El concepto de hipertexto es sencillo: las ventanas en la pantallas están asociadas con objetos (nodos) en la base de datos y, por otra parte, las ligaduras o relaciones entre aquellos objetos, se presentan tanto gráficamente (marcas rotuladas), como en la base de datos (en forma de punteros)” (Conklin, 1988)*

Por su parte, Theodor Nelson el creador del mismo definió al hipertexto como:

*“La combinación de textos en lenguaje natural con la capacidad del ordenador para la absorberencia interactiva o la visualización dinámica (...) de un texto no lineal (...) que no puede ser impreso adecuadamente en páginas convencionales” (Nelson, 1988)*

El hipertexto es un ‘software’ que permite crear, agregar, enlazar y compartir todo tipo de información desde diversas fuentes con enlaces a terceras páginas asociadas. El hipertexto permite conectar una infinidad de textos de manera automática e instantánea y abre la posibilidad de compartir imágenes, videos y sonidos. Este es un sistema que permite eliminar la comunicación lineal tradicional y hacerla multidireccional.

El hipertexto se refiere básicamente al enlace entre páginas por medio de un clic, el que permite mayor facilidad de direccionamiento entre páginas visitadas.



Esta visión del hipertexto pretende dar a conocer su uso básico sobre la importancia del mismo en la web, el mismo es un término informático que ayuda al direccionamiento entre páginas.

El hipertexto es el enlace que tiene una información. El fin es contextualizar o dar mayor información al lector; esto enriquece más el texto y genera mayor conocimiento, además el hipertexto que se maneja en la facultad es externo y no existe un contenido propio, por temas ajenos al manejo de la web de la facultad.

Para los responsables del Departamento Técnico y Académico, los hipertextos son una serie de documentos que están en la web en algún formato en particular, en la Internet y con posibilidad de acceder y hacer uso. Es decir, la Universidad diariamente sube archivos a la web de todo tipo y sería la manera de usar al hipertexto.

## **2.11. Resumen del Capítulo II**

El capítulo II detalla en un principio los antecedentes de la comunicación y el periodismo, delimitando conceptos básicos y etimológicos.

El análisis trata sobre los tipos de periodismo y sus géneros.

Ecuador cuenta desde 1997 con la facilidad de acceso a redes de Internet y web, en este capítulo se dio a conocer sobre cómo llegó a nuestro país y sobre cómo estas herramientas se manifiestan y nos benefician.

Enseguida la evolución y referencias del periodismo tradicional hasta el periodismo digital, una mirada a nivel mundial, en Latinoamérica y nacional de importancia.

La evolución de las diferentes webs es el ejemplo de interacción entre personas y de obtener información en contados instantes.

La evolución de la Internet se produjo en la UTE desde 1994 hasta la actualidad; la universidad cuenta para tres campus con 600Megas de velocidad distribuidos allí.

Las comunidades virtuales evolucionan con el uso de tecnologías en desarrollo como computadores o los teléfonos inteligentes. El hipertexto se usa para la inmersión de las personas en la red y lograr comunicación por medio de recursos digitales.

La relevancia y el uso que produce en Internet por el hipertexto, el mismo que permite una comunicación multidireccional. Este es el inicio de las comunicaciones sin barreras y a nivel mundial.

# CAPÍTULO III

## MARCO TEÓRICO

### 3.1. Redes sociales

#### 3.1.1. Significado

Las Redes Sociales y Comunidades Virtuales son una herramienta o aplicación que facilita el contacto entre usuarios de las Red.

El término ‘red social’ se usa para los diferentes sitios o páginas de la Internet que ofrecen registrarse a las personas y contactarse con infinidad de individuos a fin de compartir contenidos, interactuar y crear comunidades sobre intereses similares: trabajo, lecturas, juegos, amistad, relaciones amorosas, entre otros.

A las redes sociales las podemos definir cómo;

*“(...) el conjunto de personas, comunidades, entes u organizaciones que producen, reciben e intercambian bienes o servicios sociales para su sostenimiento en un esquema de desarrollo y bienestar esperado. Dicho bienestar es mediatizado por los avances en el campo de la ciencia y la tecnología producidos y ofrecidos en su valor social y mercantil a las personas o grupos de ellas, en un territorio y en unas condiciones económicas sociales determinadas. Estos intercambios se dan a nivel local regional, nacional, internacional y global”. (Royero, 2007)*

El impacto de las Redes Sociales es grande, se innovan a diario y son un aporte para las tecnologías de la comunicación; un medio convergente para saberes y otros.

Las corporaciones y empresas tienen un encuentro cercano a sus clientes por este medio de comunicación.

### **3.1.2. Origen**

El origen de las redes sociales se da en 1997 con 'sixdegrees.com' la primera red que permitía crear perfiles, tener una lista de amistades y encontrar personas.

Para el año 2000 existían redes con características semejantes como; Asian Avenue, Blackplanet y Mi-Gente los que permitían a los usuarios tener relaciones personales y profesionales, poseer perfiles. (González J. , 2013)

Ahora existen otras comunidades virtuales con posibilidades nuevas.

### **3.1.4. Características de las redes sociales**

Las redes sociales evolucionan las formas de comunicar e informar. Entre las características relevantes constan; cualquier tipo de persona puede tener un perfil y es el medio de comunicación más utilizado superando al correo electrónico.

Estas tienen como finalidad poner en contacto e interconectar a personas, a través de la plataforma electrónica.

Las redes sociales tienen grandes ventajas entre las cuales se puede mencionar; permiten y fomentan la posibilidad de que los usuarios inicialmente contactados a través del mundo online acaben entablando un contacto real, del que muy probablemente nacerán nuevas relaciones sociales, permite que el contacto entre usuarios sea ilimitado y gratis.

Además es una comunidad virtual en la cual los usuarios comparten, administran y desarrollan conocimientos, descargar, subir archivos de texto, audio y video.

Permite el acceso a suscripciones a eventos, noticias, boletines y a servicios personalizados, como encuestas y entrevistas.

También es de fácil acceso a través de PC, Tabletas, Teléfonos celulares.

### **3.2. Tendencias en el uso de redes sociales de los estudiantes de la Carrera de Periodismo de la Universidad Tecnológica Equinoccial** *(Ver tabulaciones anexo 10)*

#### **3.2.1. Edad promedio**

La red social es una tendencia posterior al apareamiento de la Internet. Según datos del último estudio de 2013 del Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos el 40,4% de usuarios en redes sociales comprendidos en un rango de edad de 5 años en adelante.

En el caso de la muestra investigada en los estudiantes de la Carrera de Periodismo el 76% de investigados están en el rango de edad 18 a 23 años y el 23% entre 24 a 28 años.

La muestra además indica otros datos; de las 200 personas encuestadas existe un rango de edad de 46 a 51 años los que representan el 1%, como conclusión se puede decir que en comparación a la población total de un país este rango minoritario es relativo y las personas de esta edad son los que menos manejan este tipo de herramientas web.

En conclusión, la población favorita en el uso de las redes sociales son los más jóvenes. Estos usuarios son denominados nativos y los de mayor edad inmigrantes digitales.

Los usuarios nativos u homo sapiens digital son todas aquellas personas que nacieron entre 1980 y 1990, en esta década la era digital era considerablemente moderada, desarrollada y estaba al alcance de algunas personas.

Para los nativos digitales las herramientas tecnológicas son importantes y ocupan un espacio fundamental en sus vidas, tanto como depender de la tecnología para elaborar actividades cotidianas; informarse, estudiar, hacer amigos, divertirse, entre otras.

Respecto a los inmigrantes digitales este término se refiere aquellas personas que se adaptaron a la tecnología, y han aprendido a vivir dentro de un mundo tecnificado. (García , Portillo, Romo, & Benito, 2009)

### **3.2.2. Tendencia según sexo**

En el último censo de población y vivienda realizado en 2010 por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos la población nacional es de 14.483.499 millones de habitantes en el Ecuador.

En Pichincha la población es de 2.576.287 millones de personas, de las cuales 1.255.711 son hombres y 1.320.576 son mujeres.

La muestra determina que el 56% de los encuestados son mujeres y el 44% son hombres.

Los datos obtenidos tanto por el INEC como por la investigación determinan que la población nacional en su mayoría son mujeres.

En conclusión, la mayoría de personas investigadas fueron de género femenino.

### **3.2.3. Ocupación de los usuarios**

Los datos de ocupación de los encuestados determinan la actividad de una persona para generar ingresos, el fin de la investigación es determinar a que se dedican los encuestados a trabajar o a estudiar.

Según la muestra se puede observar que el 88% tienen actualmente ocupaciones académicas y el 11% al trabajo.

La mayoría de encuestados son personas que se dedican a estudiar, es decir; nuevamente es la población joven.

### **3.2.4. Tecnología preferida**

Al hablar de tecnología nos referimos a un conjunto de experiencias y técnicas con las cuales los seres humanos nos desarrollamos y cambiamos con la finalidad de crear máquinas, servicios o productos que nos faciliten compensar ciertas necesidades que como humanos creamos a través del tiempo.

El sistema Memex de Bush inventado en 1945 es la tecnología más antigua, vendría a ser el antecesor al computador de escritorio.

Actualmente contamos con varias tecnologías en diferentes ramas; educación, salud, ingeniería, comunicación. Tecnologías como Smartphone o GPS son una de las que se tomarán en cuenta.

Los estudiantes de la Carrera de Periodismo de la Universidad usan varios tipos de tecnologías que están en apogeo actualmente, entre ellas podemos destacar usos de móviles; celulares y tablets.

Seguido de uso de las mismas con servicio de datos, es decir; se encuentran las 24/7 conectados a la Internet por medios móviles.

Otro tipo de tecnología que es utilizado por los mismos son los MP3, herramientas para consumo de música y GPS para movilización. La investigación arrojo que son muy pocas personas las que no tienen contacto con las mismas.

Los estudiantes están muy interesados en los avances y las innovaciones tecnológicas, los móviles son el avance tecnológico más completo.

Las tecnologías están al alcance de todos, la totalidad de personas dicen tener la posibilidad de acceder a los avances tecnológicos, sin importar que en cada parte del mundo las tecnologías no sean gratis.

La tecnología posee modelos y son sinónimo de dinero. Un ejemplo, a Ecuador, llegó el iPhone 6 después de tres meses de su lanzamiento oficial en Estados Unidos, el 12 de diciembre de 2014. Este móvil está a un costo de entre USD 1150 a USD 1250 dólares. (Redacción Tecnológica, 2014)

En un país donde aún se habla de tercer mundo, sería improbable que el total de la población acceda a la última tecnología en móviles la más utilizada por los alumnos.

La muestra investigada en los estudiantes de la Carrera de Periodismo indica que el 52% usan las tecnologías móviles, el 7% corresponde a tecnologías como Mp3 para escuchar música.

Esto quiere decir que en la actualidad los móviles tanto como celulares y tablets son los más usados, además así concluyen los expertos en informática de la UTE, los



dispositivo móviles son lo más usado por los estudiantes, docentes y hasta administrativos de la universidad.

### **3.2.5. Interés por las redes sociales**

Las redes sociales son una herramienta alcanzable para todo el mundo, y por ende se convierte en una actividad famosa entre quienes las utilizan y dedican tiempo e interés a las mismas.

La muestra determina el grado de utilidad que el grupo escogido da a las comunidades virtuales, el 43% de los estudiantes de la carrera de Periodismo le dan bastante interés a las mismas mientras el 5% al contrario.

Una mitad de los estudiantes de la carrera de periodismo considera la utilidad de las redes sociales.

Danah Boyd y Nicole Ellison, profesoras de la Universidad de Berkeley, aseveran que el interés en las mismas se genera por la facilidad al adquirir información además de su utilidad y alcance. (Pérez F. , 2014)

Estas redes permiten a los individuos construir perfiles públicos, poseer una lista de usuarios y relacionarse con otras.

### **3.2.6 Accesibilidad a la red**

En cuanto acceso físico a nuevas tecnologías, independientemente por criterios como costos, los jóvenes encuestados creen que las mismas están al alcance de las personas.

Esta accesibilidad se refiere a cómo las personas poseen una herramienta para poder ingresar a la red, por medio de qué instrumento se puede ingresar.

No todas las personas tienen recursos altos para conseguir un computador, una Tablet o un Smartphone, el país registra dificultades para acceder.

Otras variables fuera de la economía son: discapacidad, edad, localización, entre otros. Datos que limitan el acceso a la red. El 57% cree que las tecnologías están al alcance de todos y el 43% no.

### **3.3. Conectividad**

#### **3.3.1. Frecuencia en el acceso a la red**

Según el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) para el año 2013 a nivel nacional, 64% de usuarios se conectan a la Internet por lo menos una vez al día, seguidos por ‘una vez a la semana’, un 32%.

En el estudio de campo realizado por diario El Comercio sobre el uso de las redes sociales en el Ecuador, la penetración de la Internet en 2014 coloca al país en el puesto 96 a escala mundial.

Según la página Stat Counter, esto corresponde al 40.4% de inserción del país a la Internet. (*Ver cuadro anexo 11*)

Según la encuesta, el 78% de las personas invierten todo el día en la Internet por la facilidad de acceso y tecnologías móviles. Muy pocas personas ingresan a la Internet una vez al mes, la encuesta registra un 3%.

#### **3.3.2. Confiabilidad en el uso de la Internet**

La muestra indica alto acceso. Mucha gente se conecta todo el día, y dicen que el uso de la Internet no es seguro.

Los usuarios son mayores y las páginas visitadas a nivel mundial no son de educación, salud o economía. Las más frecuentes son páginas de comunidades virtuales como Facebook. La Internet no es segura (79,1%) y pocos lo aprueban, un 20,9%.

La llegada de la Internet cambia la vida de millones de personas. La tecnología forma parte de todo ámbito social y personal. Las nuevas generaciones conocen el uso de las TIC's y de las redes de la Internet. Niños, niñas y adolescentes viven la Internet de modo cotidiano en juegos en red, videojuegos en línea, chat, fotografías, música y videos. Existe contenido falso y contenido dudoso siempre.

### **3.3.3. Cambio de prioridad en las actividades cotidianas**

La Internet y las redes sociales cambian la forma de vida de las personas.

La web es una herramienta nueva, el 58% de estudiantes afirman que no han dejado de realizar otras actividades por mantenerse conectados a Internet y 41% sí.

Según un estudio internacional de 2011 elaborado por la Fundación BBVA sobre universitarios y la Internet, la totalidad de encuestados ingresa diariamente a la Internet y esta es más utilizada como un espacio de comunicación e información. (Fundación bbva, 2011)

El 10% de encuestados realizan actividades habituales como leer libros, asistir a eventos públicos, conciertos y espectáculos.

### **3.3.4. Herramientas a las que tienen acceso**

La Internet ofrece servicios on-line, los estudiantes lo afirman. El 66% mencionan que el servicio más utilizado son las redes sociales, seguido por chats un 21%, mails y páginas web con 10% y 3% respectivamente.

La red social es el servicio con más fama a nivel mundial no solo en el Ecuador, según el blog de Esmeralda Díaz la penetración de los medios sociales a nivel mundial el del 26% tomando en cuenta que existe 2,5 millones de usuarios en la Internet sobre una población mundial de 7.000 millones de personas.

### **3.3.5. Redes utilizadas**

La encuesta determinó que la Internet nos proporciona varios servicios, tales como; mails, páginas web, chats y comunidades virtuales o redes sociales.

Para conocerlos éstas son las definiciones básicas de cada uno, la Real Academia Española de la lengua en su versión digital, afirma;

- Páginas web. Documento situado en una red informática, al que se accede mediante enlaces de hipertexto.
- Mails. Sistema de comunicación personal por ordenador a través de redes informáticas.
- Chats. Intercambio instantáneo de mensajes electrónicos a través de la Internet que permite establecer una conversación entre dos o varias personas.

- Redes Sociales. Servicio web que permite agruparse según intereses y necesidades de los usuarios, además que permite la administración de elementos multimedia como fotos, videos y música.

Hay que tomar en cuenta que los anteriores están mencionados de acuerdo a su desarrollo y uso desde su llegada.

La Internet ingresó al mundo del contacto con sus usuarios por webs que permiten información procesada por un administrador. Más tarde a nivel mundial a través de mails y chats en línea. Y hoy, las redes sociales permiten hablar, ver, compartir información en tiempo real o en segundos y desde cualquier parte del mundo.

Es así, las comunidades virtuales son el servicio de la Internet más usado por jóvenes, un 66% de la encuesta. El 97% de las personas encuestadas poseen una cuenta en redes sociales.

Según datos del INEC para 2013, de una población de 14.478.129 habitantes, 365.427 usa redes sociales.

La Internet está bombardeada de redes sociales podemos encontrar muchas al navegar en la web, pero Facebook es más usada, seguida por Instagram, Twitter y otras redes como 'soundcloud'.

### **3.4. Forma de uso de las redes**

#### **3.4.1. Redes preferidas**

Facebook es la red social más utilizada por los encuestados y tal vez en el mundo.

Según la página Global Stat desde enero 2014 a enero de 2015 los internautas de Ecuador prefieren Facebook, esto corresponde al 85,67%, de casi 15 millones de habitantes, Twitter un 8,32%, YouTube 2,59% y a Google+ con 0,26%. (*Ver gráfico anexoII*)

Según la encuesta, el 66% prefiere Facebook, seguido de Instagram con 18%. Instagram fue comprada por Facebook en 2012 por mil millones de dólares, es parte de Facebook. En un artículo web de Practical Ecommerce señala a Facebook como la red social y marca más reconocida en la web, para el 2011 con más de 600 millones de usuarios. (Practical Ecommerce, 2011)

Facebook es una red social creada por Mark Zuckerberg, en un principio establecido para estudiantes de la Universidad de Harvard en Boston, USA.

Facebook nació en el año 2004 como TheFacebook, como dato interesante a las 24 horas de su lanzamiento contó con 1200 usuarios y para el 2005 cambio su nombre a Facebook como hasta ahora. (infotechnology.com, 2014)

Para el 2007 la red social logró posicionarse como una de las más importantes con 30 millones de usuarios junto con MySpace.

En 2008 tenía un valor estimado de \$41 mil millones de dólares y empezaba su expansión a nivel mundial.

Facebook es tan popular que en 2010 se estrenó la película de su historia y además actualmente compra acciones de otras redes sociales menos relevantes.

La compañía recaudó para el 2012 una cantidad de \$16 mil millones de dólares y es la tercera empresa más grande de Estados Unidos. En febrero del 2014, Facebook cumplió 10 años de existencia. (infotechnology.com, 2014)

Según el autor del libro “El efecto Facebook”, David Kirkpatrick Facebook es;

*“...el segundo sitio más visitado, después de Google, y dice tener más de cuatrocientos millones de usuarios activos”* (Kirkpatrick, 2000, pág. 16)

### **3.4.2. Círculos de amigos en la red**

El círculo de amigos en redes sociales es importante, el mismo determina el grado de confianza que se posee a un selecto grupo de personas. Esto determina la calidad de las publicaciones y cuáles son los elementos para escoger a quién aceptar en un círculo de amigos.

El 43% dice tener más de 100 amigos en redes sociales pero no más de 500, esto corresponde al 25%. Un 12% de los encuestados tiene de 100 o más de 1000 amigos.

No es relevante la cantidad de amigos a las horas de conexión a las redes sociales, no llega a la mitad la opción de más de 100 y una cantidad mínima sobrepasa los 1000 amigos.

### **3.4.3. Funcionalidad que se da a las redes**

Esta tesis plantea determinar el uso exacto que los jóvenes conciben sobre la Internet y a las redes sociales, como un dato de interés según un artículo publicado por el diario on-line de España elmundo.com, el uso de la Internet y redes sociales para jóvenes de entre 16 a 26 años es indispensable. (Portalatín, 2014)

El estudio “Jóvenes y Comunicación: La impronta de lo virtual” señala que los jóvenes cuando no están en la Internet se sienten aislados, incompletos y que muchas veces por esta razón pierden una forma de socializar. (Megías & Rodríguez, 2007)

El uso en contenido y en tiempo de redes sociales es excesivo cuando se trata de entretenimiento e información, los datos del estudio así lo demuestran; utilizan las redes sociales para “leer noticias” y “entretenimiento” (29% c/una), “hablar con amistades” (23%), “amigos que no veo y relaciones personales” (8%) y finalmente “conocer gente nueva” (3%), resultados de personas de entre 18 a 51 años de edad de ambos sexos. Según ellos, el uso de las redes sociales debe ser responsable, de personas con criterio formado.

Importa la creación de contenidos de información y desarrollo de noticias de calidad, temas relevantes que sirven a medios de comunicación y a la sociedad. Los encuestados consideran clave informar a la sociedad de manera responsable, generar análisis de notas y comprobar la información.

En el caso de noticias, reportajes, entre otras, cabe comprobar, la web hace que muchas veces la información no contenga información verdadera.

Verónica López, experta en manejo de TIC's y comunicación digital, indica la relación entre nuevas tecnologías y periodismo que están en época de aprendizaje. El periodista no solo conoce el manejo de las nuevas herramientas y la información, sino que es consciente de enfrentar el reto de estructurar la información adecuada en medios digitales.



Las redes sociales sirven para encontrar y reencontrar personas, a nivel profesional contacta personas, segmenta, comparte y recibe retroalimentación inmediata. Existe desconfianza por las políticas de seguridad y transparencia de la información.

Los jóvenes entienden a las redes sociales como un medio de aporte informativo, de recreación; compartir música, arte, frases de autor, juegos, entre otros. Una conexión entre usuarios y el generador del contenido.

Las redes sociales ayudan a la comunicación y colocan conocimientos en común (noticias, marcas, etc.), generan comunidades, cooperan con opiniones y nuevos saberes.

#### **3.4.5. Tiempo destinado para el uso de redes**

Los jóvenes de la Carrera de Periodismo usan en nivel alto de su tiempo en redes sociales. El 28% de los alumnos usan todo el día la red social, el porcentaje más alto dentro de la consulta. Mientras el 8% es el nivel más bajo con más de 5 horas/día.

En un estudio realizado por la página web *fayerweyer.com* sobre redes sociales, el latinoamericano promedio navega 26,1 horas mensuales en la web de las cuales 10,32 horas las dedica a las redes sociales si lo comparamos con Norteamérica donde 5,5 horas mensuales a los mismos servicios.

#### **3.4.6. Forma de uso de las redes**

La mayoría de personas cree manejar adecuadamente las redes sociales, esto indica que las personas jamás han omitido mensajes negativos por este medio.

Todo el mundo tiene acceso a los datos en redes sociales; datos personales, fotos, videos y además a comentarios.

En un principio es limitado el círculo de amigos y luego se expande cuando la publicación crece. Los encuestados afirman en un 80% que usan correctamente las redes sociales. Todas son distintas y su contenido también lo es, es por ello la necesidad de saber manejar y manipular los contenidos.

### **3.4.7. Credibilidad en las redes**

Toda la información que vierte la Internet no siempre es verdadera, una de las desventajas de la Internet es que no tiene seguridad de lectura, consulta o investigación. Según los encuestados un 96% cree que es verdadera, únicamente el 4% de los encuestados afirman lo contrario.

El resultado a la pregunta, ¿Cree usted que la información subida en la Internet es verdadera? la mayoría de personas confía en la información que la Internet imparte, independientemente de quien la desarrolle o lo que se esté buscando.

### **3.4.8. Uso de la redes con fines comerciales**

Además de los servicios de mensajería y de correos electrónicos existen otro tipo de actividades comerciales que nos ofrece la web, como compras vía on-line.

Los estudiantes de la carrera de periodismo si ocupan este servicio, el 59% de los encuestados indicaron que si realizan compras on-line mientras el 41% no las hace.

Los resultados demuestran que la mayoría de personas hacen compras vía on-line lo que quiere decir que esta es una de las opciones por las cuales una persona ingresa a la Internet.

Esta es una manera de asociar a los servicios de las redes sociales con una marca la cercanía a los usuarios y la inmediatez ya que proporcionan una carta de presentación al usuario.

Además de otros factores como compras en línea en páginas como amazon.com, dresslink.com, sheinside.com, entre otras.

### **3.4.9. Ética en la red**

La ética juega un papel importante cuando se va a manejar una red social, a manera de concepto autores de libros de ética como Adolfo Sánchez Vásquez la define como la ciencia del comportamiento moral de los seres humanos en la sociedad, es decir; la conducta humana. (Sánchez Vásquez, 1969)

Dentro de la Internet el manejo de la reputación<sup>30</sup> no es controlado a más del mismo usuario, es decir; auto reputación.

El usuario es capaz de percibir todo tipo de información pero él es quien responde positiva o negativamente dependiendo de lo que desea, teniendo en cuenta que la Internet es un medio de transferencia más no un medio que tiene la capacidad de pensar por sí mismo, es decir la reputación se refiere a la consideración u opinión sobre algo o alguien.

Las ventajas de una red en la Internet son conocidas y muy manejadas, pero en estos últimos años se han presentado casos de extremo cuidado que son las causas y consecuencias del mal uso de esta red.

---

<sup>30</sup> Opinión, idea o concepto que la gente tiene sobre una persona o una cosa.

No se podría reconocer una edad exacta para un manejo correcto de la reputación de contenidos web, pero los principales casos en todas las edades son;

- **Contenido**, gestos obscenos, sexo implícito, violencia, erotismo, prácticas ilegales, entre otros.
- **Contacto**, usuarios malintencionados por medio de las redes sociales, correos y chats.
- **Descarga**, de archivos contaminados.
- **Adicción**, generar dependencia de la red. (Everett & Rice, 2002)

Además en la actualidad se ha generado otro tipo de casos de relevancia como consecuencia del mal uso de la Internet.

El *Cyberbullying*<sup>31</sup>, *Grooming*<sup>32</sup> y el *Sexting*<sup>33</sup>, unos de las consecuencias más graves dentro de la Internet (Col. St. Tomás de Pamplona, 2012), siendo las primeras consecuencias de suicidios a nivel mundial.

Según cifras de la Organización Mundial de la Salud (OMS), alrededor de 600 mil adolescentes y jóvenes entre 16 y 28 años se suicidan por estas causas, siendo los países europeos los más afectados con 200 mil jóvenes. (nota22.com, 2013)

---

<sup>31</sup> Es el uso de los medios telemáticos (Internet, telefonía móvil y videojuegos online principalmente) para ejercer el acoso psicológico entre iguales. No se trata aquí el acoso o abuso de índole estrictamente sexual ni los casos en los que personas adultas intervienen.

<sup>32</sup> Nuevo tipo de problema relativo a la seguridad de los menores en Internet, consistente en acciones deliberadas por parte de un adulto , con el fin de establecer lazos de amistad con un niño o niña en Internet, con el objetivo de obtener una satisfacción sexual mediante imágenes eróticas o pornográficas del menor o incluso como preparación para un encuentro sexual.

<sup>33</sup>Es un anglicismo para referirse al envío de contenidos eróticos o pornográficos por medio de teléfonos móviles.

La mayoría han experimentado alguna manera de acoso o intimidación, sean estos verbales, físicos o psicológicos.

El 93% de personas presencian el maltrato y humillación por medio de estas comunidades virtuales. Un 7% no lo ha visto.

La Internet ayuda en aspectos educativos y profesionales pues ofrece herramientas provechosas. Los correos electrónicos, los blogs, las redes sociales son usados por periodistas.

La ética en la red se relaciona completamente con cómo se califica a los contenidos es decir; reputación.

### **3.5. Derivaciones en el ámbito periodístico**

Las comunidades virtuales son un medio de comunicación y fuente de información basadas en cuentas personales y entidades que ofrecen información relevante para la comunidad.

Según el Lic. Rodolfo Salazar CEO de ideaworks en El Salvador y el mismo que fue parte de los entrevistados, las redes sociales permiten generar popularidad, credibilidad e identidad en sus usuarios, ayudan a ganar reputación o destruirla.

En redes sociales buenos comentarios, buenas noticias hacen que la comunicación gane credibilidad o la pierda.

Las innovaciones tecnológicas siempre han actuado como motor de cambio en el entorno del Periodismo. (Bustamante , 2003)

Las redes sociales se han transformado en una herramienta base para el ciberperiodismo, se caracteriza por permitir producir, distribuir y participar dando comentarios y generando opiniones tanto usuarios como los comunicadores.

Por ejemplo, cuando se maneja cuentas en diferentes medios es responsabilidad del comunicador crear aceptación ante un público de la información transmitida que será considerada como tal.

El periodista debe aprovechar las cuentas personales y profesionales para crear notoriedad e importancia para seguir informando.

En redes sociales la noticia es elaborada por los propios dueños de las cuentas, independientemente de ser comunicadores o no.

La ventaja de la información en las redes sociales se da al ser un medio donde la información no termina, se tiene la posibilidad de complementarla con otras páginas, comentar y además crear retroalimentación.

El periodista debe forjar identidad digital como periodista en cuentas personales y en corporativas cuando forma parte de un medio.

No es suficiente generar aprobación; para Tiscar Lara, existen ciertos criterios relevantes que son; crear conectividad basada en diálogos y colaboración del usuario y viceversa, crear material de interacción como aplicaciones, participación abierta, dinámica en las redes sociales y finalmente crear contenido de calidad inspirando conocimiento y juicio.

(Lara, 2008, págs. 128-131)

Periodistas y usuarios hablan, critican, comentan; intercambian información instantánea, las redes sociales son un medio de comunicación, fuente de información. Twitter es el primer medio/fuente donde se publica toda información.

La investigación demuestra que el uso de las redes sociales en la universidad en estudiantes de periodismo es del 97% entre edades de 18 años en adelante.

Ecuador está en el séptimo lugar de Sudamérica con mayor cantidad de usuarios en las redes sociales según World Stats.

*“La adopción de las redes sociales por parte de las empresas periodísticas está positivamente asociada con el aumento de lectores online y, a su vez, fomenta el crecimiento del tamaño de las redes sociales en periódicos” (Hong, 2012, págs. 69-74)*

### **3.6. Usos periodísticos de las Redes Sociales**

Los comunicadores usan las redes como herramienta de trabajo. Una investigación realizada por Pilar Carrera directora del Departamento de Periodismo y Comunicación Audiovisual de la Universidad Carlos III de Madrid con título *“How spanish Journalist are using Twitter”* menciona que una de las herramientas virtuales para transmitir información es Twitter y además que las redes sociales son usadas para; en el 95% de los procesos para divulgar información, el 85% para crear tendencias que es muy común en esta red, y entre otros usos como buscar seguidores fieles (78%) o para la investigación (25%). (Carrera P. , 2012)

Además otra de las ventajas que se presentan en redes sociales es la posibilidad de investigación, información de ciertos sectores por medio de terceros sin necesidad de acudir a la fuente, lo que se convierte en una de las principales mejorías ante el tradicional.

Martínez y Torrado mencionan uno de los servicios para periodistas en redes sociales señala “algunos de los medios de comunicación están convirtiendo el contenido de las redes sociales en relatos informativos, en los que la propia red se establece en fuente y en protagonista de la noticia” (Martínez & Torrado, 2012)

Las redes sociales presentan una amenaza para los periodistas cuando existen noticias artificiales y falsas.

El Licenciado Rodolfo Salazar además acota; la sabiduría del comunicador ante este tipo de situaciones depende de su valoración ante la misma por ejemplo en nuestro país la mayoría de comunicadores usa el mismo medio (red social) para tratar de corroborar la información y encontrar la credibilidad ante lo que va a transmitir.

Como otro ejemplo de la importancia de un periodista sobre el correcto manejo de las redes sociales, la agencia española EFE crea “*La guía para empleados de la agencia para el uso de redes sociales*”<sup>34</sup>. La importancia es distinguir una red social personal con una profesional y orientada a comunicadores para su correcto uso y para informarse sobre las ventajas de usar las comunidades virtuales.

Verónica López afirma que el periodismo en redes sociales debe tener equilibrio, recurrir a diversas fuentes de información y principalmente a la verificación en el contenido publicado.

---

<sup>34</sup> <http://www.efe.com/FicherosDocumentosEFE/Gu%C3%ADaEFE-Redes.pdf>



Cabe revisar lo que publican los medios tradicionales y comprobar o cruzar versiones.

Las redes sociales son un medio que transmite y genera opinión, la opinión es una interpretación sobre algo o alguien que se crea después de un suceso, la opinión puede ser positiva o negativa, la misma que es dada libremente.

Las comunidades virtuales son el primer medio donde se genera esta opinión libre y democrática donde por el tipo de medio y por quien emite la opinión esta pasa a ser opinión pública, y donde existe opinión pública es porque existe una sociedad.

El filósofo y sociólogo alemán Jünger Habermas señalar;

*“por espacio público entendemos como un ámbito social de nuestra vida, en el que se puede construir algo así como opinión pública”* (Habermas, 1981)

Considera a la opinión pública como un espacio de dialogo de diferentes grupos de la sociedad, no es un espacio político más bien ciudadano.

En la actualidad diariamente se observa las repercusiones contra comunicadores a nivel mundial por ejercer este derecho a la libertad de expresión por diferentes medios de comunicación.

El periodismo en el Ecuador atraviesa una etapa de represión y autocensura, ejemplo de ello se pudo observar mediante el último caso en redes sociales, donde partió el ataque a CRUDO ECUADOR por parte del gobierno de turno.

Crudo Ecuador fue creada en el 2012, es una página de memes y satíricas contra diferentes actividades y grupos políticos donde la principal acción es hacer críticas por este medio digital.

El humor político y los memes se caracterizan por ridiculizar ciertos aspectos negativos de ciertos actores políticos, pero además son un ejemplo de libertad de expresión y pensamiento, no con la finalidad de crear violencia en redes.

En una entrevista para diario “El Comercio”, el administrador menciona sobre el humor político en redes sociales;

*“Es como pasó con No Noticias que pasó al canal del Estado y cambió de línea. Antes molestaban, se disfrazaban de hombre rana. Tal vez le puede molestar al Presidente, pero eso es algo a lo que debe estar dispuesto. ¡Hasta el presidente de grado o de curso debe aguantarse que le critiquen por las cosas que dice! No sé por qué se pone en esa actitud de que alguien no pueda reírse. Él habla de que nos metemos en su vida privada. No me meto en nada de eso. No lo hago como Rafael Correa ciudadano sino como Rafael Correa presidente.”* (elcomercio.com, 2015)

El gobierno censura a las redes sociales por ser el medio de transmisión de este tipo de artículos.

Rodolfo Salazar, Chief Executive Officer por sus siglas en inglés en español Director Ejecutivo de ideaworks al participar como entrevistado para esta investigación menciona aspectos que deben ser tomados en cuenta para que se genere una respuesta afirmativa en redes sociales ante el impacto en la opinión pública.

Se refiere principalmente a que se usa redes sociales para difundir información con la finalidad de crear notoriedad, generando hiper-tranparencia y fragmentándola.

La hiper-tranparencia se refiere al uso de las opiniones de manera positiva o negativa, esa es una de los pros y contras. La información aun es libre.

El periodismo tiene participación, según un estudio realizado por Rodolfo Salazar, el 95% de los comunicadores ven a las redes sociales como su mayor fuente de información.

Salazar dice que la información se forma con ciertos criterios, él menciona una simple fórmula;

$$\text{información} = \frac{\text{autoridad} + \text{notoriedad}}{\text{nivel de influencia}}$$

El hablar mucho sobre un determinado tema se crea autoridad, y la autoridad sin notoriedad no tiene influencia.

A partir de la polémica generada por parte del gobierno hacia CRUDO ECUADOR donde se mencionaba que en redes sociales se ha generado una campaña mediática de desprestigio, se llevó a cabo un debate público vía ECTV en el programa pulso político transmitido el viernes 27 de enero de 2015 con expertos sobre redes sociales dieron sus puntos de vista.

Romel Jurado, Mónica Mancero, Christian Espinoza y José Rivera para advertir si las redes sociales deben ser o no reguladas.

Las redes sociales han sido capaces de derrocar gobiernos, además el de incomodar y molestar a ciertos actores políticos, además se debe regular las redes sociales y se debe permitir el anonimato.

Sin duda su creación su creación significa uno de los inventos que revoluciono la sociedad, pero el concepto de las redes sociales va de mano con la libertad de expresión a pesar de ello en redes sociales no se tiene límites sobre lo que se publica.

Cada uno de los ponentes expresó ciertos criterios relevantes sobre; el límite entre el derecho a expresarse libremente o a realizar un comentario negativo.

Mónica Mancero profesora y catedrática universitaria menciona “en una sociedad democrática como la que hemos construido en límites hay que ser rigurosos ya que en sí mismo la sociedad se expresa mediante las redes como es la sociedad, si hay violencia en las redes es porque la sociedad es violenta, en vez de preocuparse de límites hay que preocuparse sobre cómo se logra cambiar a esta sociedad violenta, y esto debe hacerse de los dos lados del poder y de la ciudadanía”

Para Romel Jurado consultor político y comunicador social, “según las leyes creadas por la constitución los derechos humanos dicen –diga usted lo que quiera pero hágase responsable de lo que dice- sin importar la plataforma por la que se ha emitido; radio, tv o redes sociales, los límites se traducen en no falsificar la realidad”

José Rivera periodista y experto en nuevas tecnologías señala “hay que tener responsabilidad en lo que uno vierte en redes sociales, el mismo respeto de pararse frente al presidente y decirle una cosa así, lo misma cuenta para los espacios digitales”

Para finalizar Christian Espinoza periodista y profesor investigador de redes sociales afirman “las redes sociales no necesitan una regulación adicional, es lo mismo que cuando salimos a la calle y pasa alguien y nos lanza un criterio existen ya leyes preexistentes, donde se puede hacer la denuncia del caso y obviamente regular las redes sociales no se debe ni se puede”

La libertad de expresión nace de una forma libre no están manejados por nadie, independientemente por donde se transmitan, y los debates siempre van a estar plasmados de notoriedad y de control, de hacerse responsable de lo que se dice y se habla.

Las redes sociales nos permiten ser parte del debate y nos dan el derecho a expresarse y además quien emite hacerse responsable, en redes sociales el camino es educar.

Los usos periodísticos en las redes sociales son extensos la periodista boliviana Wilma Pérez del diario La Razón, en su artículo “Las redes sociales son la nueva herramienta de los periodistas” publica una infografía explicativa, con varios aspectos periodísticos en redes. (*Ver anexo infografía 12*) (Pérez W. , 2013)

### **3.7. Las Redes Sociales en la FCSC-UTE**

La Facultad de Ciencias Sociales y Comunicación de la Universidad Tecnológica Equinoccial en la actualidad cuenta con tres redes sociales; Facebook con activos desde el 15 de agosto de 2013, Twitter la cuenta de la universidad @SOMOSUTE desde noviembre 2012 y YouTube no se cuenta con un canal de esta red social netamente de la facultad es producido en su totalidad por la FSCS pero es un canal universitario, este cuenta con información en su mayoría de la facultad desde enero 2014.

Estas cuentas son una conexión entre estudiantes, la facultad y la universidad. Este es el enlace para mantenerse informados de los acontecimientos, eventos y novedades de la Facultad, una fuente de información con actualizaciones diarias a nivel internacional, nacional y local.

Además la posibilidad de ser un vínculo con futuros posibles “alumnos”, para que se conozca más acerca de la Universidad y la Facultad.

### **3.8. Análisis de redes sociales**

Datos obtenidos según Facebook Insights, períodos septiembre – diciembre 2014, durante el mismo se tomó en cuenta a las páginas sociales de Facebook de la Facultad de Ciencias Sociales y Comunicación y de la Escuela de Periodismo de la Universidad Tecnológica Equinoccial.

Este período de tiempo fue suficiente para poder analizar cómo trabajan tanto en contenidos periodísticos como no periodísticos.

En primer lugar se tomó en cuenta la cantidad de “me gusta” que posee la página actualmente y como aumentó en este período de tiempo (4 meses). Esto servirá para detallar el uso de la red social.

Además se analizará las publicaciones multimedia (video e imágenes) y enlaces para páginas externas.

Para el análisis se utilizó herramientas web que nos facilitarán obtener dicha información; para obtener los datos de las páginas se facilitó el ingreso por medio de Facebook Insights y de una herramienta digital llamada Simple Measured.

#### **3.8.1. Monitoreo y análisis de la página de la FCSC-UTE en Facebook.**

A continuación se detalla datos generales de la página de Facebook, además de las publicaciones más destacadas en estos meses, también se detalla las cantidades de “me gusta” hasta el mes de diciembre y las “personas que están hablando de esto”.

Esta página no cuenta con edición impresa, ya que además de ser página de noticias es una página de información académica y de actividades. (*Ver cuadro anexo 13*)

El nombre de la página es; UTE-Facultad de Ciencias Sociales y Comunicación, categorizada como educación, ubicada en Quito-Ecuador, además cuenta con su página web oficial [www.ute.edu.ec](http://www.ute.edu.ec)

Durante este período de septiembre a diciembre de este año cuenta con 1497 “me gusta” con un crecimiento del 0,4% según la misma página en la semana del 15 al 21 de diciembre.

Las personas que hablan de ello son 52, con 127 fotografías como contenido multimedia y sin videos. Con 4 enlaces externos desde el 25 de septiembre de 2014 hasta ahora.

La interacción de la página asciende y desciende en este período. Para inicios de septiembre tiene 1228 “me gusta” y para finales de diciembre con 1497 “me gusta” es decir se presenta un incremento del 21.9% en un período de 4 meses. *(Ver cuadros anexos 14/15/16)*

Cuando se trata de interactuar con la página los datos muestran que para inicios de septiembre existió una participación entre página y usuario de 121 personas y para finales del año de 2126 personas lo que corresponde a un incremento de más del 100%. *(Ver cuadros anexos 17/18)*

La primera publicación que hizo la página con contenido multimedia (fotografía) fue de la conferencia “Aprendiendo de los mejores” para la carrera de Publicidad y Gestión el 25 de septiembre del 2014 con Mauricio Rodríguez Vargas.

Además para el 26 de septiembre se subió la conferencia en fotografías. *(Ver fotografía anexo 19)*

El medio muestra una baja inmersión en el ámbito periodístico, pero por la carrera de periodismo que cuenta con una 'fan page' de estas características y con menos manejo. Una de las características de esta página es el de informar sobre oportunidades laborales que se presentan, este es uno de sus post más repetitivos, pero a pesar de ello con baja interacción. El mismo tuvo 2 comentarios, un me gusta y no fue compartido. (*Ver fotografía anexo 20*)

A continuación se detalla el monitoreo por publicación realizado de la página;



## MONITOREO

SEPTIEMBRE									“ME GUSTA”/ MES	INTERACCIÓN /MES
FECHAS	TEMA	GÉNERO	ENFOQUE	ACTORES	HERRAMIENTAS COMUNICACIONALES	COMPAR.	N. COMEN	“ME GUSTA” POR PUBLI.		
<b>18/2014</b>	Bolsa de empleo	Ninguno	Trabajo	ninguno	Aviso publicitario	0	0	1	1285	121
<b>26/2014</b>	Aprendiendo de los mejores	Ninguno	Informativo	Mauricio Rodríguez Vargas – Estudiantes de Publicidad	Fotografías	0	0	1		

OCTUBRE									"ME GUSTA"/MES	INTERACCIÓN/MESINA
FECHAS	TEMA	GÉNERO	ENFOQUE	ACTORES	HERRAMIENTAS COMUNICACIONALES	COMPAR.	N. COMEN	"ME GUSTA" POR PUBLI.	1358	2440
7/2014	UTE-Radio	Ninguno	Publicidad	Ninguno	Enlace externo	0	0	1		
7/2014	Bolsa de empleo	Ninguno	Trabajo	Ninguno	Aviso publicitario	0	2	1		
9/2014	Aprendiendo de los mejores	Ninguno	Informativo	Estudiantes de periodismo	Aviso más enlace a UTE Periodismo	0	0	4		
14/2014	Charla Aprendiendo de los mejores	Ninguno	Informativo	Estudiantes de Diseño	Afiche	8	4	9		
14/2014	El ojo de Iberoamérica	Ninguno	Publicidad	Ninguno	Enlace externo	0	0	11		
29/2014	Comunicado	Ninguno	Informativo	Decano (e). Marco López	Ninguno	2	0	15		
30/2014	Premiación Talleres profesionales	Ninguno	Informativo	Profesores y alumnos	Fotografías	0	15	0		

**NOVIEMBRE**

**“ME  
GUSTA”/MES      INTERACC  
IÓN/MES**

<b>FECHAS</b>	<b>TEMA</b>	<b>GÉNERO</b>	<b>ENFOQUE</b>	<b>ACTORES</b>	<b>HERRAMIENTAS COMUNICACIONALES</b>	<b>COMPAR.</b>	<b>N. COMEN</b>	<b>“ME GUSTA” POR PUBLI.</b>	<b>1446</b>	<b>952</b>
<b>2/2014</b>	Galería Talleres Profesionales	Ninguno	Informativo	Alumnos carreras FCSC	Fotografías	0	0	15		
<b>7/2014</b>	Bolsa de empleo	Ninguno	Trabajo	Ninguno	Aviso publicitario	0	0	3		
<b>10/2014</b>	Bolsa de empleo	Ninguno	Trabajo	Ninguno	Aviso publicitario	0	0	3		
<b>10/2014</b>	Juegos Deportivos UTE 2014	Ninguno	Informativo	Docentes	Fotografías	1	0	18		
<b>18/2014</b>	EspoAirbrush	Ninguno	Publicidad	Ninguno	Aviso externo	0	0	6		
<b>18/2014</b>	Bolsa de empleo	Ninguno	Trabajo	Ninguno	Aviso publicitario	1	1	0		
<b>19/2014</b>	Bolsa de empleo	Ninguno	Trabajo	Ninguno	Aviso publicitario	0	0	0		
<b>25/2015</b>	Aprendiendo de los mejores	Ninguno	Informativo	Estudiantes de periodismo	Aviso más enlace a UTE Periodismo	0	0	2		
<b>28/2014</b>	Gran Cóndor Estudiantil	Noticia	Estudiantil	Docentes	Fotografía	5	45	0		

**DICIEMBRE**

**“ME  
GUSTA”/  
MES**      **INTERACCIÓN  
N/MESNA**

<b>FECHAS</b>	<b>TEMA</b>	<b>GÉNERO</b>	<b>ENFOQUE</b>	<b>ACTORES</b>	<b>HERRAMIENTAS COMUNICACIONALES</b>	<b>COMPAR.</b>	<b>N. COMEN</b>	<b>“ME GUSTA” POR PUBLI.</b>	1497	2126
<b>1/2014</b>	Actualización de portada	Ninguno	Ninguno	Ninguno	Fotografía	5	0	15		
<b>3/2014</b>	Día de la discapacidad	Ninguno	Informativo	Alumnos	Fotografía	1	0	22		
<b>4/2014</b>	Día del publicista	Ninguno	Ninguno	Ninguno	Fotografía	3	0	9		
<b>10/2014</b>	Entrevista la decano	Entrevista	Informativo	Lic. Nelson Reinoso- Marbel Caicedo	Fotografías	0	0	14		
<b>10/2014</b>	Final baloncesto	Ninguno	Informativo	Ninguno	Aviso publicitario	0	0	4		
<b>11/2014</b>	Truequemanía	Ninguno	Informativo	Ninguno	Aviso publicitario	0	0	4		
<b>12/2014</b>	Truequemanía	Ninguno	Informativo	Ninguno	Aviso publicitario	0	0	14		

<b>16/2014</b>	Fundación Jonathan	Noticia	Informativo	Alumnos	Fotografías	0	0	21		
<b>17/2014</b>	Expo Rostros y Retratos	Ninguno	Informativo	Ninguno	Aviso publicitario	2	1	10		
<b>18/2014</b>	Concurso del bombillo creativo	Ninguno	Informativo	Alumnos	Fotografías	1	0	14		
<b>18/2014</b>	Publicación de Migle Siete	Ninguno	Publicidad	Ninguno	Fotografía	0	0	9		
<b>24/2014</b>	Mensaje Navideño	Ninguno	Publicidad	Lis. Nelson Reinoso	Video	1	0	8		
<b>24/2014</b>	Actualización de portada	Ninguno	Ninguno	Ninguno	Fotografía	0	0	4		

### **3.8.2. Monitoreo y análisis de la página de la Escuela de Periodismo-UTE en Facebook.**

El nombre de la página es; UTE-Periodismo, categorizada como educación, ubicada en Quito-Ecuador.

Asimismo la página no tiene edición impresa, es una página de avisos y actividades informativas de la carrera. (*Ver anexo cuadro 21*)

Las personas que hablan de ello son 38, con 40 fotografías como contenido multimedia y sin videos. Con 3 enlaces externos desde el 9 de septiembre de 2014 hasta diciembre.

La interacción de la página asciende en 1,4% en este período según las estadísticas de Facebook. Para inicios de septiembre cuenta con 238 “me gusta” y para finales de diciembre con 346 “me gusta” es decir se presenta un incremento del 5,84% en el período de 4 meses tomado en cuenta.

La interacción con la página rodea a la fecha de 311 usuarios al mes y con un alcance creciente de 3887 usuarios. (*Ver cuadros anexo22/23/24/25/26*)

La primera publicación de contenido multimedia fue 9 de octubre de este año con la publicidad de las conferencias “Aprendiendo de los mejores” para la carrera de Periodismo en conferencia con el periodista ecuatoriano Santiago Rosero.

A continuación el monitoreo detallado de cada publicación realizada en esta página en el período septiembre-diciembre del 2014

**SEPTIEMBRE**

**“ME  
GUSTA”  
AL MES**      **INTERACCIÓN  
DE PÁGINA**

<b>FECHAS</b>	<b>TEMA</b>	<b>GÉNERO</b>	<b>ENFOQUE</b>	<b>ACTORES</b>	<b>HERRAMIENTAS COMUNICACIONALES</b>	<b>COMPAR.</b>	<b>N. COMEN</b>	<b>“ME GUSTA” POR PUBLI.</b>		
<b>2/2014</b>	Entrega de certificados/ Capacitaciones	Ninguno	Informativo	Alumnos	Ninguno	0	0	4	238	33

**OCTUBRE**

**“ME  
GUSTA”  
AL MES**      **INTERACCIÓN  
DE PÁGINA**

<b>FECHAS</b>	<b>TEMA</b>	<b>GÉNERO</b>	<b>ENFOQUE</b>	<b>ACTORES</b>	<b>HERRAMIENTAS COMUNICACIONALES</b>	<b>COMPAR.</b>	<b>N. COMEN</b>	<b>“ME GUSTA” POR PUBLI.</b>	<b>241</b>	<b>14</b>
<b>13/2014</b>	Aprendiendo de los mejores	Ninguno	Informativo	Alumnos	Aviso publicitario	0	0	6		
<b>13/2014</b>	Pasantías	Ninguno	Informativo	Alumnos	Ninguno	0	0	0		
<b>14/2014</b>	Vinculación	Ninguno	Informativo	Alumnos	Ninguno	0	0	0		
<b>16/2014</b>	Miss guagua de pan	Ninguno	Informativo	Alumnos	Ninguno	0	0	0		
<b>17/2014</b>	Aprendiendo de los mejores	Ninguno	Informativo	Alumnos	Aviso publicitario	0	1	10		
<b>21/2014</b>	Foto galería/Aprendiendo con los mejores	Ninguno	Informativo	Alumnos	Fotografías	0	0	0		
<b>23/2014</b>	Talleres profesionales	Ninguno	Informativo	Alumnos	Enlace/Aviso publicitario	0	17	13		



<b>27/2014</b>	Entre tuits y plumas digitales (El Comercio)	Noticia	Periodismo digital	Alumnos	Enlace externo a noticia	0	0	3		
<b>27/2014</b>	Miss guagua de pan	Ninguno	Informativo	Alumnos	Ninguno	0	0	0		
<b>28/2014</b>	Conferencia con Ivanna Zauzich	Ninguno	Periodismo digital	Alumnos	Live Stream	0	0	0		
<b>28/2014</b>	Visita medios de comunicación	Ninguno	Periodismo	Alumnos	Fotografías	0	0	0		
<b>31/2014</b>	Premiación Talleres	Ninguno	Periodismo	Alumnos y Autoridades	Fotografías	0	0	0		

NOVIEMBRE

“ME  
GUSTA  
” AL  
MES

INTERACCIÓN  
DE PÁGINA

FECHAS	TEMA	GÉNERO	ENFOQUE	ACTORES	HERRAMIENTAS COMUNICACIONAL ES	COMPAR .	N. COME N	“ME GUSTA ” POR PUBLI.	256	189
3/2014	Día internacional de la discapacidad	Ninguno	Informativo	Ninguno	Ninguno	0	0	0		
5/2014	Cartelera informativa	Ninguno	Informativo	Ninguno	Fotografías	0	1	5		
6/2014	Aprendiendo con los mejores	Ninguno	Informativo	Alumnos	Aviso publicitario	0	0	0		
12/2014	Entrega de certificados	Ninguno	Informativo	Alumnos	Ninguno	0	0	0		
15/2014	Fiestas Navideñas	Ninguno	Navidad	Alumnos	Ninguno	0	0	1		
17/2014	Talleres Profesionales	Ninguno	Informativo	Ninguno	Fotografías	0	0	0		
18/2014	Cartelera informativa	Ninguno	Informativo	Ninguno	Fotografías	0	0	0		
18/2014	Conferencia Talleres Hernán Pernet	Ninguno	Historia de la comunicación	Hernán Pernet/Alumnos	Fotografías	0	0	0		
18/2014	Talleres profesionales estructuras	Ninguno	Informativo	Alumnos	Ninguno	0	0	0		

**DICIEMBRE**

**“ME GUSTA”/MES      INTERACCIÓN DE PÁGINA**

<b>FECHAS</b>	<b>TEMA</b>	<b>GÉNERO</b>	<b>ENFOQUE</b>	<b>ACTORES</b>	<b>HERRAMIENTAS COMUNICACIONALES</b>	<b>COMPAR.</b>	<b>N. COMEN</b>	<b>“ME GUSTA” POR PUBLI.</b>	<b>346</b>	<b>3887</b>
<b>7/2014</b>	EcuadorTV/Proyecto 7	Ninguno	Informativo	Alumnos	Ninguno	0	0	0		
<b>14/2014</b>	Aprendiendo con los mejores	Ninguno	Informativo	Alumnos	Aviso publicitario	0	3	15		
<b>14/2014</b>	Pasantías	Ninguno	Informativo	Alumnos	Ninguno	0	0	0		
<b>18/2014</b>	Conferencia	Ninguno	Informativo	Alumnos	Fotografías	0	0	8		
<b>25/2014</b>	Aprendiendo con los mejores	Ninguno	Informativo	Alumnos	Aviso publicitario	0	0	5		

En manejo de las diferentes redes sociales debe darse por un comunicador especializado en el tema, hoy son conocidos como community managers.

Los community managers no deben ser confundidos como aficionados a las redes sociales, cualquiera puede ser aficionado pero no cualquiera puede manejar una comunidad virtual.

Para el ex presidente de AERCO (Asociación española de responsables de comunidades online) José Antonio Gallego el community manager es;

*“quien se encarga de cuidar y mantener la comunidad de fieles seguidores que la marca o empresa atraiga, y ser el nexo de unión entre las necesidades de los mismos y las posibilidades de la empresa. Para ello debe ser un verdadero experto en el uso de las herramientas de social media” (Gallegos Vázquez, 2012)*

Además el community manager debe ser tomado como un comunicador que implemente nuevas estrategias de beneficio de las entidades y sobretodo que se conecte diariamente para escuchar a los usuarios.

### **3.10. Resumen del Capítulo III**

El capítulo III se desarrolla con la encuesta realizada a los alumnos de la carrera de periodismo de la Universidad y con la entrevista a Verónica López, experta en manejo de nuevas tecnologías y redes sociales.

Hay datos sobre el manejo de la Internet y las redes sociales en la universidad y de los responsables del Departamento Técnico y Académico del IDIC-UTE.

La Internet y las redes sociales se tratan junto a principales usos, preferencias y delimita valores porcentuales reales. Este capítulo se basó en el resultado de las encuestas elaboradas y considera cifras de INEC en 2013 y otros sitios como Global Stat para tener otras visiones, entre otras páginas de datos estadísticos del Ecuador y América Latina. Además se hizo el estudio de caso: Monitoreo de las páginas sociales de Facebook de la FCSC-UTE y de la Escuela de Periodismo, el objetivo es determinar el manejo y el uso de la información de este medio.

La finalidad del capítulo es saber el manejo de las redes sociales, la comunidad virtual más famosa: Facebook, análisis y monitoreo.

Para finalizar, se complementó a los mismos con información referencial de un cierto número de notas de diarios internacionales que los podemos comparar con los datos obtenidos.

# CAPÍTULO IV

## MARCO METODOLÓGICO

### 4.1. Estrategia Metodológica

Este trabajo tiene como propósito el análisis del manejo de las redes sociales en los estudiantes de la Carrera de Periodismo de la Universidad y complementarlo con la creación de un manual de monitoreo de Redes Sociales, basándose además en el seguimiento de los grupos escogidos para el estudio como son las páginas sociales de Facebook de la FCSC-UTE y de la Escuela de Periodismo.

Se emplea el método deductivo, con la investigación desde el Periodismo tradicional hacia el digital en el Ecuador, el manejo de contenidos e información del grupo antes mencionado.

¿Cuál es su participación dentro del Periodismo Digital y las Redes Sociales, elaborando un análisis de seguimiento de cuatro meses sobre los mismos?

La aplicación de encuestas a alumnos de la carrera de periodismo y entrevistas a expertos en el periodismo digital permite el desarrollo de un método inductivo. Al final, un resultado a través de manual como guía sobre la elaboración de monitoreo de redes sociales.

La investigación se levanta a partir de un supuesto problema o necesidad sentida con base a dos variables, en este caso: Las redes sociales en el periodismo.

### 4.2. Operacionalización de Variables

Para la investigación se determinó el uso de dos variables; dependiente e independiente. La variable dependiente se caracteriza por ser el evento o la característica que se está investigando, para este caso; el uso de las redes sociales. (*Ver anexo cuadro 28*)

Mientras la variable independiente es aquella cualidad o característica que no se puede cambiar y puede afectar a otras variables en la investigación; la evolución del periodismo.

*(Ver anexo cuadro 27)*

### **4.3. Diseño de la Investigación**

Con el fin de determinar la incidencia que ha tenido el avance tecnológico y como esto afectado el desarrollo de estudiantes de la carrera de periodismo, la creación o la evolución del tradicional al digital es aceptado como trabajo o es visto solo como uso personal y de entretenimiento.

Además la observación por medio del monitoreo de las páginas sociales de la FCSC-UTE y de la Escuela de Periodismo, con la facilidad de ordenadores.

### **4.4. Población y Muestra**

María Teresa Icart define a la población cómo;

*“conjunto de individuos que tiene ciertas características o propiedades que se desean estudiar”* (Icart, 2006)

Mientras que para la misma autora la muestra es;

*“una cantidad de individuos que se estudiarán, es un subconjunto de la población”* (Icart, 2006)

Para seleccionarlos se tomó como criterio personal el acercamiento, nuestro público objetivo estaría limitado a los alumnos de la Facultad de Ciencias Sociales y Comunicación en su totalidad, mientras las muestras las tomaremos limitándonos a la Carrera de Periodismo cuenta con 9 niveles de 212 alumnos, que serán la muestra representativa, por ser la población muy pequeña se tomará a toda la muestra.

## **4.5. Técnicas e instrumentos para la recolección de datos**

Para esta investigación se utilizó método de contenido cuantitativo en su mayoría y además método de contenido cualitativo para determinar resultados.

## **4.6. Encuestas**

Vidal Díaz de Rada define a la encuesta cómo;

*“una búsqueda sistemática de información en la que el investigador pregunta a los investigados sobre los datos que desea obtener durante la evaluación de datos agregados”* (Díaz de Rada, 2001)

### **4.6.1. Modelo de encuesta**

La encuesta se perfiló para la investigación de campo, la misma consta de 22 preguntas, sencillas, fáciles de entender para los alumnos y además fácil de interpretar para la investigadora.

Hay una rápida explicación de la finalidad del cuestionario, subsiguientemente se requiere que los alumnos llenen la misma.

Las preguntas de la encuesta son sencillas y de opción múltiple pero se pidió al alumno que se limite a una sola selección.

La primera pregunta tiene el objetivo determinar la edad de las personas encuestadas, este es el primer caso de segmentación, es importantes porque fijó la edad de consumo de la Internet y las redes sociales.

Desde la segunda a la sexta pregunta se pretende establecer las tendencias en el uso de la Internet y las redes sociales, tales como; sexo, ocupación, tecnología preferida, interés y accesibilidad en la red, lo cual dará información importante sobre que tendencias en red.



De la pregunta siete a la once, consiste en determinar la conectividad; frecuencia en el acceso a la red, confiabilidad en el uso de la Internet, cambio de prioridad en las actividades cotidianas, herramientas a las que se tiene acceso por este medio y finalmente las redes utilizadas.

De las preguntas restantes: de la ocho a la veinte y uno se conocen las formas de uso de las redes; redes preferidas, círculos de amigos, funcionalidad que se ofrece en redes, tiempo destinado para el uso de redes, forma de uso de las redes y además credibilidad.

La pregunta veinte y dos es abierta sobre el aporte que darían los encuestados sobre el correcto uso de las redes sociales.

La encuesta empleada fue la siguiente; (*Ver anexo encuesta 29*)

#### **4.6.2. Importancia de la encuesta**

Dentro de las investigaciones científicas es de interés conocer la obtención de información, y determinar las conclusiones sobre el proceso de observación.

La importancia de esta investigación comprende la aplicación de varias técnicas para resolver varias interrogantes. La encuesta es la técnica para la recopilación y recolección de datos.

El cuestionario comprende preguntas detalladas, tomando en cuenta ciertos aspectos como: edad, sexo, ubicación geográfica, entre otros. Este es la base del análisis e instrumento final. En la tesis se planteó determinar datos de análisis y detallar edad y género, ocupación actual, uso y conocimientos de tecnologías, actividades en web (la Internet y redes sociales) y responsabilidades.

### **4.6.3. ¿Por qué se hacen preguntas?**

En la encuesta se investigan datos generales para identificar aspectos positivos y negativos de los jóvenes y su relación con la tecnología.

La encuesta contó de 22 preguntas, de las cuales 21 fueron preguntas cerradas de opción múltiple y una pregunta abierta.

Las preguntas se dividieron en tres grupos de investigación como; tendencias de uso de las redes sociales, conectividad y forma de uso.

Para tendencias de uso las preguntas fueron; edad promedio, tendencia según sexo, ocupación de los usuarios, tecnologías preferida, interés por las redes sociales y accesibilidad a la red.

Para conectividad fueron; frecuencia en el acceso a la red, confiabilidad en el uso de la Internet, cambio de prioridad en las actividades cotidianas, herramientas a las que tienen acceso y redes utilizadas.

Para forma de uso de las redes sociales fueron; redes preferidas, círculo de amigos en la red, funcionalidad que se da a las redes, tiempo destinado para el uso de redes y forma de uso de las redes.

El objetivo de cada una de las preguntas fue determinar los conceptos antes mencionados, además los que nos permitirían delimitar de manera más exacta acerca del uso de las redes sociales en los estudiantes de la carrera.

Para concluir se obtuvo datos certeros sobre la Internet y las redes sociales.

#### **4.6.4. Cronología de datos**

La encuesta se realizó en octubre de 2014. La elaboración tardó un mes. De la semana del 1 al 10 de octubre se planificó un borrador de encuesta, determinando posibles preguntas que serían aceptadas y otras quedarían eliminadas. La encuesta final determinó sobre el uso de la Internet y las redes sociales, con 21 preguntas de opción múltiple cerradas y una pregunta abierta.

Del 13 al 17 de octubre se presentó la encuesta y se elaboraron permisos para ingresar a las aulas. La recolección de datos se realizó la semana del 20 al 24 de octubre, el día exacto fue el viernes 23 de octubre de 2014. Entre el 27 y 30 se realizó la tabulación de los datos, donde se interpretó y analizaron los resultados obtenidos. (*Ver cuadro anexo 30*)

En la mañana del viernes 23 de octubre se realizaron las encuestas a los alumnos de la carrera de periodismo, desde las 7h00 hasta las 11h00, se aplicaron las encuestas a los alumnos de semestres inferiores.

A partir de las 17h00 hasta las 21h00 hora de salida de última clase se realizaron las entrevistas a los niveles superiores siendo 200 personas, el total de encuestados entre alumnos y docentes encargados, de cada nivel, en cada una de las aulas, tanto de la Facultad de Ciencias Sociales y Comunicación como en las aulas de Instituto de Informática y Computación.

La facilidad y comprensión a las preguntas de las encuestas fue casi ninguna, las principales inquietudes se dieron después de pedir a los alumnos la selección de una

sola respuesta, las preguntas podían tener varias respuestas, pero para facilidad de la investigadora en tanto a tabulación de datos se recomendó la selección de una sola.

#### **4.7. Entrevista**

Al igual que las encuestas la entrevista es otra de las herramientas que se utiliza para obtener determinada información, es decir; la entrevista es aquella estrategia que nos permite la interacción personal con el objetivo de buscar o intercambiar cierto tipo de información de interés.

Los encuestados fueron;

1. Verónica López Yáñez, Ecuatoriana, docente universitaria. Licenciada en Publicidad graduada en la Universidad Tecnológica Equinoccial del Ecuador, Máster en Comunicación de la Universidad Andina Simón Bolívar. Community Manager y además posee una especialización en Nuevas Tecnologías de Comunicación. Con 8 años de experiencia.
2. Gustavo Ruíz, egresado de la carrera de periodismo de la Universidad Tecnológica Equinoccial.
3. Rodolfo Salazar, presidente y CEO (Chief Executive Officer) en español Director Ejecutivo de ideaworks de El Salvador en Centro América con más de 20 años de experiencia en tecnología global, telecomunicaciones y relaciones corporativas. Trabajó para Microsoft, Dell y Telefónica en Centro América. Además es asesor digital de grandes corporaciones. Respetado y reconocido como un líder de opinión, orador invitado para eventos corporativos y gubernamentales y consultor privado para la Responsabilidad Social Corporativa.

4. Christian Zurita Ron, periodista, reportero de investigación de la revista Vistazo, jefe de investigación de Teleamazonas, editor de investigación de diario Expreso. Actualmente periodista de investigación de diario El Universo. Además autor del libro “El Gran Hermano”.

5. Renato Barros, diseñador gráfico, responsable y administrador de las redes sociales de la Facultad de Ciencias Sociales y Comunicación de la Universidad Tecnológica Equinoccial.

6. Héctor Ávalos, ingeniero en informática, Coordinador Académico del Instituto de Informática y Computación (IDIC) de la Universidad Tecnológica Equinoccial.

7. Wilton Largo, ingeniero en informática, responsable del Departamento Técnico del Instituto de Informática y Computación (IDIC) de la Universidad Tecnológica Equinoccial.

#### **4.7.1. Modelo de entrevista**

*(Ver modelo y desarrollo de entrevistas anexos 31 al 36)*

#### **4.8. Interpretación de Datos**

Los estudiantes encuestados notablemente usuarios activos en redes sociales, hacen de las mismas una forma de contacto e interacción.

Al ser estudiantes de la carrera la intensión es conocer su uso, es decir; como son utilizadas por futuros profesionales de la comunicación.

Aunque los datos emitidos nos dan a notar que el uso dado es mayormente en entretenimiento y un rango bajo es noticias o uso profesional.

#### **4.9. Resumen del capítulo IV**

En este capítulo se detalla el tipo de investigación y el estudio de los resultados de la encuesta, entrevista y el caso de estudio como lo es el monitoreo y la comparación de páginas.

El esquema de la tesis está basado en la observación cuantitativa y cualitativa. Los resultados de las diferentes técnicas utilizadas son la base para emitir un análisis de resultados.

Luego constan los criterios para escoger el grupo a estudiar y otras páginas para hacer un análisis comparativo.

Además el detalle de la encuesta y entrevistas, que fueron las herramientas utilizadas para recolección de datos.

Se tomó en cuenta también los criterios de los ingenieros encargados del manejo del IDIC-UTE, ya que son la visión universitaria del manejo de la Internet en la Universidad.

Para concluir las entrevistas realizadas ayudaron a determinar el manejo de la Internet y las redes sociales además de comprender técnicamente los términos que giran alrededor de este tema.

# CAPÍTULO V

## PROPUESTA

Para la investigación se presenta un “Manual de monitoreo de redes sociales”, el mismo será un suplemento para la elaboración de seguimientos y controles a las comunidades virtuales.

El manual viene a ser un agregado para que tanto la Universidad, las Facultades y las carreras den un mejor control y seguimiento sobre el uso a las redes sociales tanto personales como profesionales y así determinar la incidencia en quienes las usan.

Además la propuesta parte después de llevarse a cabo el monitoreo de las páginas sociales estudiadas.

Después del seguimiento realizado se determinó que es importante aportar con el manual de monitoreo para que se pueda seguir empleándolo además sirva de referencia a futuros análisis.

### **5.1. Presentación**

El resultado de la investigación tiene la finalidad dar a conocer la incidencia de las redes sociales en los estudiantes de la carrera de periodismo.

Este manual es una guía básica que plantea desarrollar pautas sobre cómo se debe realizar un monitoreo básica pero suficiente cuando se habla de comunidades virtuales.

El mismo delimitará el manejo de fondo y forma de contenidos en redes sociales, es decir; permitirá tener conocimiento sobre interacción, comentarios, contenido, cantidad, entre otras.

El Manual de monitoreo de redes sociales, es un folleto en el que se da las instrucciones para realizar un seguimiento de las redes sociales asociándolos con las estadísticas que las mismas páginas ofrecen además posee 4 secciones.

## 5.2. Secciones

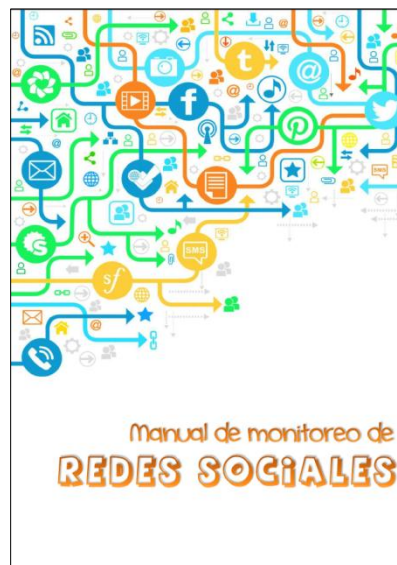
El manual contiene cuatro secciones detalladas a continuación;

### 5.2.1. Sección 1

Portada, contraportada y contenido.

La primera sección estará compuesta por la portada que detalla sobre el tratado del manual.

## PORTADAS

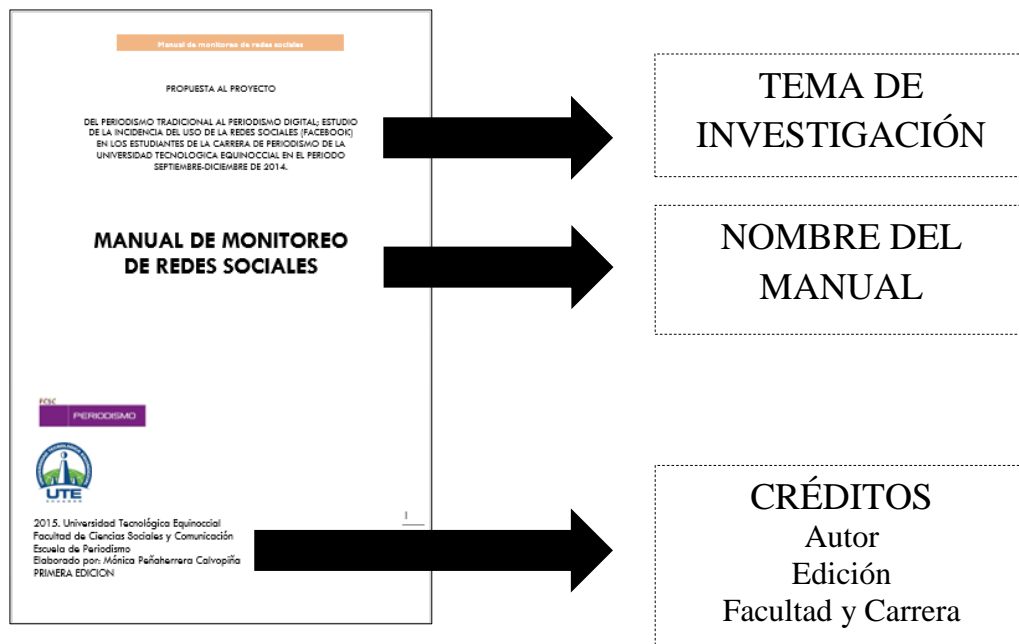


NOMBRE DEL  
MANUAL



La contraportada esta generalmente siguiente a la portada en la cual se presentará los créditos del mismo y finalmente el contenido de todo el manual indicado por el índice.

## CONTRAPORTADA



### 5.2.2. Sección 2

La sección número dos se detallará la presentación, es decir; compuesta por los objetivos y justificación del mismo.

### 5.2.3. Sección 3

La tercera sección es la descripción general del manual, en la que detalla que es un monitoreo, la finalidad del mismo y también las responsabilidades de hacer un seguimiento.

#### **5.2.4. Sección 4**

La sección final viene a ser el desarrollo de los contenidos del manual básico de monitoreo.

A continuación se presenta una parte de lo que será el desarrollo del manual, por cuestiones de extensión.

#### **4.2. RESPONSABILIDADES GENERALES**

La responsabilidad más relevante al hacer seguimiento en redes es el conocer la amplitud de las mismas y además de analizar los contenidos independientemente de las situaciones afirmativas o negativas a encontrar durante el proceso, es por ello se detalla a continuación las ventajas y desventajas de hacer monitoreo.

##### **4.2.1. VENTAJAS**

- Recoger información grande de las diferentes páginas sociales a estudiar.
- La internet es una plataforma infinita, lo que permite el acceso a todo tipo de información.
- En la actualidad se posee varias herramientas gratuitas y de pago en web para elaboración de análisis de páginas sociales, tales como; Simply Measure, Analytics, Hootsuite, entre otras. Además de las páginas “Insights” o “Analytics” propias de las redes sociales.

##### **4.2.2. DESVENTAJAS**

Así como existe ventajas, existen las desventajas que se pueden dar por varios factores, aquí las más comunes;

- La cantidad de información es demasiado extensa, lo que provoca la interferencia de información basura o spam que circula en la web siempre.

- Páginas de análisis gratuitas son por lo general en otro idioma, inglés.
- Actualizaciones diarias, por ende si no se tiene un período específico de análisis, el análisis diario puede ser más confuso.

### **5.3. Objetivos de la Propuesta**

- Determinar el procedimiento a llevarse a cabo para dar seguimiento y monitoreo a una red social con la finalidad de valorar el desempeño y la incidencia de las mismas en los usuarios.
- Determinar una estructura y características para exponer un informe final de monitoreo simple.
- Proporcionar la creación de una matriz simple de monitoreo en redes sociales.

### **5.4. Justificación de la Propuesta**

El presente manual es una herramienta que permitirá conocer los pasos y las herramientas para realizar un monitoreo básico de las diferentes comunidades virtuales que actualmente existen.

El monitoreo de medios digitales es importante en la actualidad ya que por ser un medio de actualización diaria por usuarios, además de ser un medio extenso es un medio que permite contenido de todo tipo; visual, auditivo y con diferentes enfoques da mayor apertura al seguimiento.

El motivo de elaborar un manual de monitoreo simple de redes sociales para los alumnos de la carrera de Periodismo es porque se pretende dar una herramienta de seguimiento de las redes sociales sobre la incidencia que tienen las mismas en los alumnos.

Esta propuesta pretende ser una guía de asistencia para quienes diariamente usan a los medios digitales como intermedio entre quien escribe y quien lee, una forma de interactuar y llevar un control sobre el crecimiento de la misma.

Procura además dar claves para que la experiencia del monitoreo sea fácil y satisfactoria.

Para concluir el manual se proyecta como un material de apoyo para alumnos y profesores que deseen controlar y llevar un análisis sobre la incidencia que tienen las páginas virtuales.

### **5.5. Resumen del capítulo V**

En este capítulo se presenta la propuesta adicional a la tesis, que es un manual de monitoreo de redes sociales para los estudiantes de la carrera de periodismo.

Detalla las secciones que tienen dentro del manual, objetivos y justificación de la propuesta y la última sección del manual. Por extensión, no se colocó el desarrollo del producto.

## **6. CONCLUSIONES**

6.1. Las redes sociales han cambiado la forma habitual de relacionarse sea de carácter personal, profesional, grupal, entre otras. Esto debido a la agresiva evolución de la tecnología, lo que ha provocado cambios en la vida tradicional de las personas, siendo el principal problema el uso correcto o incorrecto de la información que generan los usuarios en redes sociales.

6.2. En la actualidad a más del periodismo informativo y de investigación considerados como tradicionales, se utilizan nuevos tipos de periodismo y comunicación, como; periodismo de datos, de geo-localización, de animación y de redes sociales, los mismos han complementado las tareas de información y además se han diversificado generando una mejor labor informativa.

6.3. De acuerdo al estudio realizado sobre la Internet y las redes sociales en los jóvenes de la Escuela de Periodismo después de la encuesta, las entrevistas a expertos del periodismo y la informática se puede concluir que en un altísimo porcentaje de usuarios ocupan un elevado período de tiempo en el uso de este servicio.

6.4. La investigación tomo como fuente inicial a la hipótesis y la suposición ya establecidas, lo que permitió determinar que la Internet y las redes sociales son utilizadas permanentemente por los jóvenes pero su contenido es escaso en fondo y forma. Con la metodología de la observación se pudo comprobar que la hipótesis planteada es afirmativa porque la gran mayoría de usuarios usan este servicio vanamente.

6.5. Producto adicional de la investigación se diseñó un “manual de monitoreo” que va a permitir que la gran mayoría de usuarios que acceden a las redes sociales tengan una

herramienta complementaria para dar seguimiento y analizar este servicio que se ha generalizado y se ha convertido en imprescindible en la vida cotidiana de las personas en la actualidad.

## **7. RECOMENDACIONES**

7.1. El acceso a las redes sociales debe ser manejado de una manera específica (Community Managers) que no se convierta en un instrumento de libre albedrío, lo que provoca que los usuarios utilicen este medio en su gran mayoría de forma irresponsable, lo que provoca una desinformación constante entre todos los usuarios de redes sociales.

7.2. Los procesos informativos tradicionales, deberían alimentarse de las nuevas formas de comunicación, con lo que renovarían la estructura acostumbrada de información por medios ya establecidos.

7.3. De acuerdo a la investigación realizada se recomendaría que los jóvenes que habitualmente utilizan la Internet y las redes sociales diversifiquen las múltiples posibilidades que ofrece este servicio, además de su actual uso. Entonces este servicio debe ser utilizado para mejorar, extender, ampliar y renovar la información y los conocimientos que se generan diariamente en las sociedades.

7.4. Para mejorar el uso de la Internet y las redes sociales se debe educar a los usuarios a fin de dar un mejor uso al mismo, conociendo de manera adecuada las múltiples alternativas de esta herramienta de información.

7.5. Respecto a la investigación realizada se diseñó adicionalmente un Manual de monitoreo de redes sociales, se recomienda su uso ya que el mismo contiene diversas recomendaciones y consejos que ayudaría a que las personas a mejorar su permanente vinculación con la Internet, las redes sociales y la web en las varias actividades a las cuales se accede con este servicio.

## REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- Alegsa , L. (09 de 11 de 2009). *Diccionario de Informática y Tecnología*. Recuperado el 07 de 10 de 2014, de ¿Qué es tecnología?: <http://www.alegsa.com.ar/Dic/tecnologia.php>
- Alonso, J. (2001). *Redalyc*. Recuperado el 27 de marzo de 2014, de Reseña de "La era de la información" de Manuel Castells: <http://www.redalyc.org>
- Altamirano, V. (2011). *Comunicación 2.0 en las universidades en Ecuador*. UTPL.
- Anidjar , S., Gun, L., Luna , J., & Navarro , L. (2009). *LAS REDES SOCIALES*. Buenos Aires, Argentina: UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN LUIS.
- Ayerdi , K. (2007). Periodismo ciudadano: voces paralelas a la profesión periodística. *Chasqui*, 4-15.
- Barroso , M. (2012). *Universidad Autónoma de Coahuila Mexico*. Recuperado el 21 de 10 de 2014, de Universidad Autónoma de Coahuila Mexico: <http://www.comunicacion.uadec.mx>
- Bartolacci, L. (2010). *Periodismo Digital un paradigma en transición*. Rosario, Argentina: Fundación Capital.
- Bernal , C. (2006). *Metodología de la investigación*. México, México: Pearson.
- Biblioteca Arango , L. (02 de 02 de 2006). *Biblioteca Luis Ángel Arango*. Recuperado el 03 de 10 de 2014, de HISTORIA DEL PERIODISMO MUNDIAL: <http://www.lablaa.org/blaavirtual/ayudadetareas/periodismo/per3.htm>
- Blog 1703, A. (28 de mayo de 2013). *SURGIMIENTO DE LA WEB QUE CONOCEMOS HOY EN DÍA*. Recuperado el 03 de abril de 2014, de La Evolución de la Web, Web 4.0: <http://www.alexis1703.wordpress.com>
- Blog de Tecnología . (29 de enero de 2012). *Blog de Tecnología y la informática*. Recuperado el 04 de abril de 2014, de Historia y evolución de Internet: <http://www.myprofetecnologia.wordpress.com>
- Bolaños, B. (2002). *COMUNICACIÓN ESCRITA*. San José, Costa Rica: EUNED.
- Bravo, E. (02 de 10 de 2007). *MAESTROS DEL WEB*. Recuperado el 06 de 10 de 2014, de El arte de escribir bien para comunicar mejor: <http://www.maestrosdelweb.com>
- Briggs, M. (2007). *Periodismo 2.0: Una guía de alfabetización digital*. Austin, TX: Jan Schaffer, Editor.
- Bunge , M. (2004). *La investigación científica*. Madrid, España: siglo XXI ediciones.
- Bustamante , E. (2003). *Hacia un nuevo sistema mundial de comunicación. Las industrias culturales en la Era Digital*. Barcelona, España: Gedisa.
- Calvo, M., & Rojas, C. (2011). *NETWORKING: USO PRÁCTICO DE LAS REDES SOCIALES*. Pozuelo de Alarcón, Madrid: ESIC Editorial.
- Cano Orón , L. (3 de octubre de 2011). *Periodismo Digital*. Recuperado el 27 de marzo de 2014, de Orígenes del Periodismo Digital: <http://www.totsobreperiodismodigital.blogspot.com>



- Cantavella , J. (1996). *Manuela de la entrevista periodística*. Barcelona: Ariel Comunicación.
- Carrera , F. (2011). *Redes sociales y networking*. Barcelona, España: Editorial PROFIT.
- Carrera , P. (09 de 2012). *Join the conversation: How spanish journalist are using twitter*. Recuperado el 16 de 12 de 2014, de Pilar Carrera: [www.pilarcarrera.es](http://www.pilarcarrera.es)
- Castells, M. (1996). La Era de la Información. Economía, Sociedad y Cultura. En M. Castells, *La Era de la Información* (pág. 18). Mexico.
- Cegarra , J. (2012). *La Tecnología*. Albasanz, España: Ediciones Díaz de Santos.
- Ciespal. (2012). *Mapa de Medios Digitales del Ecuador 2012*. Quito: CIESPAL.
- Col. St.Tomás de Pamplona . (2012). *Internet Riesgos*. Recuperado el 04 de abril de 2014, de INTERNET; RIESGOS Y CONSECUENCIAS DE UN USO INADECUADO DE INTERNET: <http://www.dominicas.org/INTERNETRIESGOS.pdf>
- Conklin, J. (1988). *Hypertext, An introduction and Survey*. Austin, TX: MASSACHUSETTS INSTITUTE OF TECHNOLOGY.
- Daccach, J. (30 de octubre de 2011). *Hacia la Web 4.0*. Recuperado el 03 de abril de 2014, de Delta: <http://www.deltaasesores.com>
- De la Torre, F. (2 de 02 de 2006). *BREVE HISTORIA DE PERIODISMO MEXICANO*. Recuperado el 03 de 10 de 2014, de Taller de Lectura y Redacción 2: <http://www.udem.edu.mx/agencia/historia/mexico>
- Díaz , L. (2003). *PERIODISMO Y PERIODISTAS DE INVESTIGACIÓN EN ESPAÑA*. Madrid, España: UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID.
- Díaz de Rada, V. (2001). *Diseño y elaboración de cuestionarios para la investigación*. Pozuelo de Alarcon, España: ESIC Editorial.
- Edo, C. (2009). *PERIODISMO INFORMATIVO E INTERPRETATIVO*. Sevilla, España: Comunicación Social S.C.
- elcomercio.com. (23 de 01 de 2015). *El Comercio* . Recuperado el 28 de 01 de 2015, de El Comercio : <http://www.elcomercio.com/actualidad/crudoecuador-entrevista-reaccion-rafaelcorrea.html>
- Espinoza, M. (1983). *Evaluación de Proyectos Sociales*. Buenos Aires, Argentina: Hvmánitas.
- Estrada , A., & López , C. (2007). *La página Web*. México D.F. México: Universidad Nacional Autónoma de México.
- Everett, J., & Rice, R. (2002). *Consecuencias sociales del uso de Internet*. Barcelona: Editorial UOC.
- Fama, A. (2011). *Open Data. Data Journalism*. Narccisaa, Roma: Transparenza e informazione al servizio delle società nell' era digitale.
- Fernández, J. (2005). *Tecnologías para los sistemas multimedia*. Murcia: Universidad de Murcia.
- Franco, G. (2007). *CÓMO ESCRIBIR PARA LA WEB*. Texas, EEUU: Knight Foundation.

- Fundación bbva, D. (2011). *Universitarios combinan el uso de internet con otras actividades*. España: Fundación BBVA.
- Gallegos Vázquez, J. (2012). *Comunidades Virtuales y Redes Sociales*. Barcelona, España: Kindle Edition.
- García , F., Portillo, J., Romo, J., & Benito, M. (2009). *Nativos digitales y mo*. Recuperado el 23 de 01 de 2015, de Nativos digitales y mo: [www.ehu.es](http://www.ehu.es)
- García del Castillo, J., & López-Sánchez, C. (2009). *Medios de Comunicación, Publicidad y Adicciones*. Madrid: Editorial Edaf, S.L.
- García, V. (2011). *MANUAL DE GÉNEROS PERIODÍSTICOS*. Bogotá, Colombia: Ecoc Ediciones.
- González, E. (2004). Educar en comunicación con los medios digitales. *Revista Científica de Comunicación y Educación*, 154-155.
- González, J. (2013). *Redes Sociales y lo 2.0 y 3.0*. Madrid, España: ACCI.
- Guembe, J. (2011). *Twitter para dummies*. Barcelona, España: Grupo Planeta.
- Habermas, J. (1981). *Historia y crítica de la opinión pública*. Barcelona, España: G.Gili.
- Hong, S. (2012). *Online news on Twitter: Newspapers' social media adoption and their online readership"*. INFORMATION ECONOMICS.
- Icart, M. (2006). *Elaboración y presentación de un proyecto de investigación o tesina*. Barcelona, España: Ediciones de la Universitat de Barcelona.
- IMnegocios. (2014). *Imnegocios. inteligencia digital* . Recuperado el 12 de 11 de 2014, de <http://www.imnegocios.com/>
- INEC. (2013). *Encuesta Nacional de empleo y desempleo. TIC'S 2013*. Quito, Ecuador: INEC.
- infotechnology.com. (03 de 02 de 2014). *Infotechnology*. Recuperado el 13 de 01 de 2014, de Infotechnology: <http://www.infotechnology.com/internet/La-historia-de-Facebook-paso-a-paso-20140203-0003.html>
- Internet World Stats. (30 de junio de 2012). *Internet World Stats*. Recuperado el 04 de abril de 2014, de Ecuador Internet Stats: <http://www.internetworldstats.com/>
- Jiménez , L. (2013). *AUDIO*. México: UNIVERSIDAD PANAMERICANA.
- Jiménez García, A. (2007). *Aproximaciones al periodismo digital*. España: Dykinson.
- Jiménez, L. (2013). *Audio y sonido*. Unipanamericana.
- Jones, C. (29 de 06 de 2014). *Ventajas y desventajas de la investigación cuantitativa y cualitativa*. Recuperado el 12 de 11 de 2014, de eHow en español: <http://www.ehowenespanol.com>
- Kirpatrick, D. (2000). *El efecto Facebook*. Barcelona: Gestión.
- Küster, I., & Hernández, A. (2013). De la Web 2.0 a la Web 3.0: antecedentes y consecuencias de la actitus e intención de uso de las Redes Sociales en la Web Semántica. *UNIVERSIA BUSINESS REVIEW*, 107-108.

- Lara, T. (2008). *La nueva esfera pública. Los medios de comunicación como redes sociales*. TELOS.
- Lifeboat Foundation. (2002). *Lifeboat Foundation Safeguarding Humanity*. Recuperado el 03 de abril de 2014, de Web 3.0: The Third Generation Web is Coming: <http://www.lifeboat.com>
- Llacuna, J., & Pujol, L. (2000). *La comunicación en la organizaciones*. España: Centro Nacional de Condiciones de Trabajo.
- López, V. (19 de Noviembre de 2013). *SOTEC*. Recuperado el 27 de marzo de 2014, de CONOCIENDO MULTIMEDIA: <http://www.sotecpm.com>
- Lovink, G. (2002). *Uncanny Networks. Dialogues with the Virtual Intelligentsia*. Massachusetts, USA: MIT Press.
- Lozada, P. (2011). *Evolución de la Web*. Recuperado el 03 de abril de 2014, de Universidad Técnica Federico Santa María: <http://www.profesores.elo.utfsm.cl>
- Luján Mora, S. (2002). *Programación de aplicaciones web: Historia, principios básicos y clientes web*. San Vicente (Alicante): Club Universitario.
- Maciá, C. (2007). No todos somos ya periodistas. Un análisis de la utopía del periodismo ciudadano desde la perspectiva del reportaje interpretativo. En C. Maciá, *No todos somos ya periodistas. Un análisis de la utopía del periodismo ciudadano desde la perspectiva del reportaje interpretativo* (págs. 123-144). España.
- Malhotra, N. (2004). *Investigación de mercados, un enfoque aplicado*. México, México: Pearson.
- Marín Iglesia, J. (2010). *Web 2.0. Una Descripción Muy Sencilla de Los Cambios Que Estamos Viviendo*. La Coruña, España: Gesbiblio, S.L.
- Martínez Albertos, J. (1974). *Redacción Periodística*. Barcelona, España: ATE.
- Martínez Mahugo, S. (06 de agosto de 2006). *La influencia del periodismo ciudadano en los medios tradicionales*. Recuperado el 17 de abril de 2014, de Dos Doce: <http://www.dosdoce.com/articulo/opinion/2767/la-influencia-del-periodismo-ciudadano-en-los-medios-tradicionales/>
- Martínez, L., & Torrado, S. (2012). *Sport journalist: deportistas, periodistas y redes sociales*. Murcia: EDITUM.
- Martínez, O. (Octubre de 2003). *Razón y Palabra*. Recuperado el 27 de marzo de 2014, de Hacer Periodismo: <http://www.razonypalabra.org.mx>
- McLuhan, M. (1964). *Understanding Media*. New York: New York: McGraw.Hill.
- Megías, I., & Rodríguez, E. (2007). *Jóvenes y Comunicación: La impronta de lo virtual*. Madrid, España: INJUVE.
- Millán, R. (2006). *Domine las Redes PeertoPeer*. México: Alfaomega Grupo Editor S.A.
- Monje, L. (2008). *Introducción a la fotografía*. Recuperado el 27 de 10 de 2014, de Curso de iniciación a la fotografía: <http://foto.difo.uah.es/>

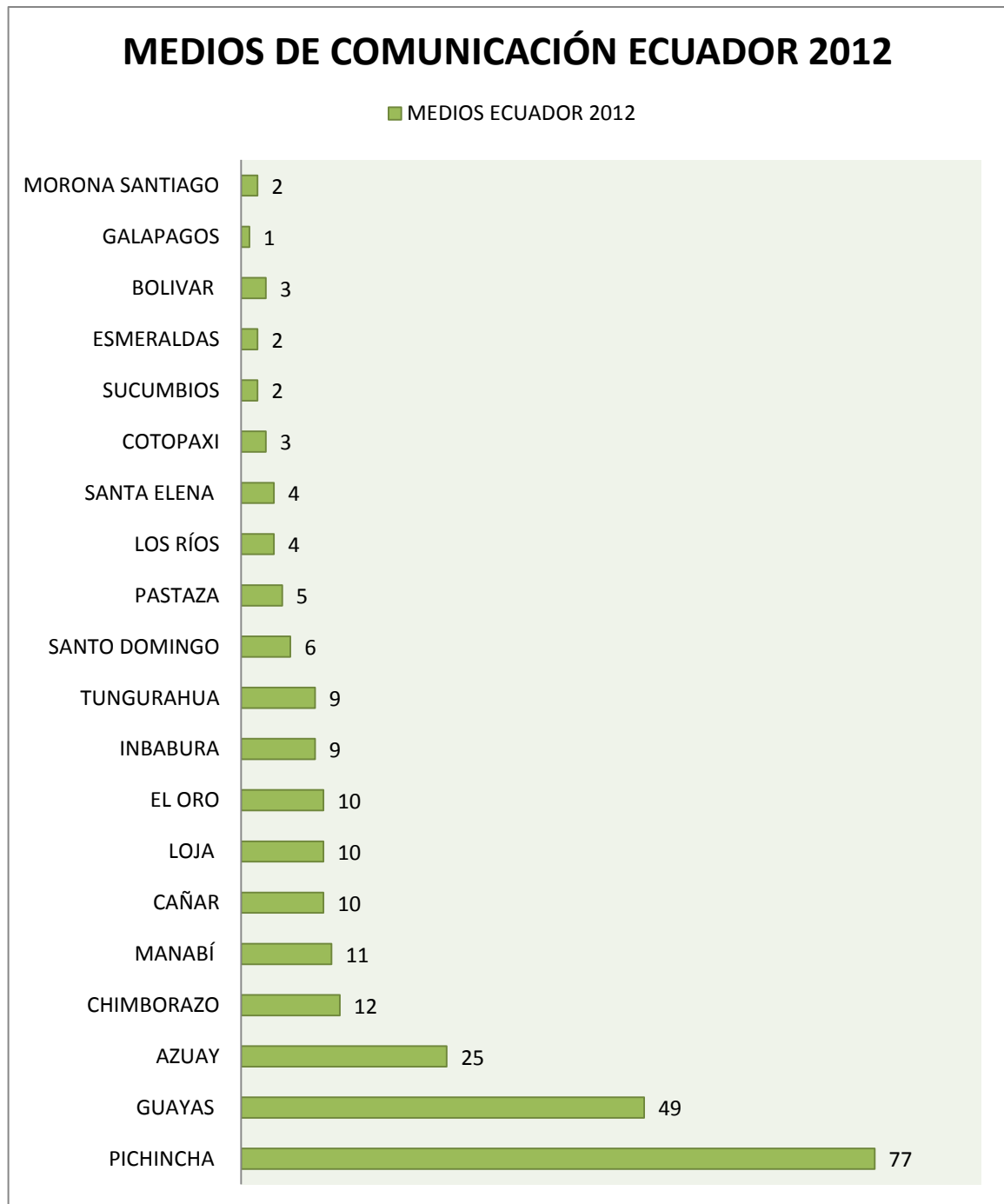
- Monsalve, A. (2003). *TEORÍA DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN SOCIAL*. Quito, Ecuador: Abya-Yala.
- Morales, O. (1989). *Reflexiones sobre el periodismo*. Bogotá, Colombia: Editorial Plaza y Janés.
- Nelson, T. (1988). *Managing Inmense Storage: Project Xanadu provides a model for the possible future of mass storage*. USA.
- Noruega, J., Martínez, J., & Grandío, M. (2011). *REDES SOCIALES PARA ESTUDIANTES DE COMUNICACIÓN*. Barcelona, España: Editorial UOC.
- nota22.com. (16 de septiembre de 2013). *Nota 22*. Recuperado el 04 de abril de 2014, de Cada año se suicidan unos 300.000 adolescentes en el mundo por bullying: <http://www.nota22.com/noticia>
- Nuño, F. (2004). *Filosofía, ética, moral y valores*. Cengage Learning Latin America.
- Oliver, B. (2001). *About en español*. Recuperado el 06 de 10 de 2014, de QUÉ ES UNA PÁGINA WEB: <http://WWW.tendenciasweb.about.com>
- O'sullivan, J. (1996). *LA COMUNICACIÓN HUMANA*. Caracas, Venezuela: TEXTO.
- Paoli, J. (1989). *Comunicación e información: perspectivas teóricas*. México D.F., México: Trillas.
- Pérez, A. (18 de 04 de 2011). La importancia de la comunicación humana. *Diario de Xalapa*.
- Pérez, F. (2014). Las nuevas redes sociales, ¿moda o revolución? *Nuestro Tiempo. Revista Cultural y de cuestiones actuales de la Universidad de Navarra*, 54.
- Pérez, W. (10 de 05 de 2013). Las redes sociales son la nueva herramienta de los periodistas. *La Razón*.
- Piscitelli, A. (1998). *POST-TELEVISIÓN: ECOLOGÍA DE LOS MEDIOS EN LA ERA DEL INTERNET*. Buenos Aires, Argentina: Contextos.
- Portalatín, B. (09 de 04 de 2014). *El Mundo*. Recuperado el 14 de 01 de 2015, de El Mundo: <http://www.elmundo.es/salud/2014/04/09/534563deca4741434c8b4578.html>
- Practical Ecommerce. (7 de 04 de 2011). *Practical Ecommerce*. Recuperado el 01 de 23 de 2015, de Practical Ecommerce: <http://www.practicalecommerce.com>
- Pumasunco, R. (2012). *FUNCIONES DEL LENGUAJE*. Lima, Perú: Universidad Nacional del Centro de Perú.
- Ramírez, F. (11 de 01 de 2012). *Periodismo de datos, periodismo de siempre*. Recuperado el 12 de 01 de 2014, de [www.lapatria.com](http://www.lapatria.com): <http://www.lapatria.com/blogs/periodismo-de-datos-periodismo-de-siempre>
- Redacción Tecnológica. (2014 de 09 de 2014). *Tiendas on-line ya ofertan el iPhone 6*. Recuperado el 13 de 01 de 2014, de El Comercio: <http://www.elcomercio.com>
- Rendón, H. (2007). *EL PERIODISTA DIGITAL MEXICANO: HACIA SU DEFINICIÓN*. México D.F., México: Universidad Nacional Autónoma de México.
- Reynaza. (02 de 2010). *Buenas Tareas.com*. Recuperado el 27 de 10 de 2014, de Buenas Tareas.com: <http://www.buenastareas.com/ensayos/La-Historia-Del-Video/124750.html>

- Robayo, M. (15 de 11 de 2012). *Slideshare*. Recuperado el 28 de 01 de 2015, de Slideshare: <http://es.slideshare.net/marcerobayo58/red-social-myspace-15198299>
- Rojas, O., Alonso, J., Antúnez, J., Orihuela, J., & Valera, J. (2006). *Blogs, La conversación en Internet que está revolucionando medios, empresas y ciudadanos*. Madrid: ESIC Editorial.
- Royero, J. (2007). *Redes sociales monografía por Elvis J Belial Diaz Marquis*. Recuperado el 28 de 10 de 2014, de monografías.com: <http://www.monografias.com/trabajos84/redes-sociales/redes-sociales.shtml#definicioa>
- Sánchez, D. (2007). El periodismo digital. Una nueva etapa del periodismo moderno. *Revista Lasallista de Investigación- Vol. 4 N° 1, 69*.
- Santo, O. d. (06 de 11 de 2013). *marficom*. Recuperado el 06 de 10 de 2014, de PERIODISMO 2.0: EL PERIODISMO DIGITAL DEL PRESENTE... Y DEL FUTURO: [www.marficom.com](http://www.marficom.com)
- Seguic, J. (09 de 2011). *Asociación Colombiana de Ingenieros ACIEM*. Recuperado el 12 de 11 de 2014, de ACIEM: [www.aciem.org](http://www.aciem.org)
- Seijas, M. (2012). Las TIC's y su impacto sobre la difusión por suscripción. *Cámara venezolana de Tv por suscripción (CAVETESU)*.
- Serrano, P. (2013). *LA COMUNICACIÓN JIBARIZADA. COMO LA TECNOLOGÍA HA CAMBIADO NUESTRAS MENTES*. Barcelona, España: Ediciones Península.
- Sinova, J., & De Miguel, A. (2006). *La censura de la prensa*. Barcelona, España: Random House Mondadori, S.A.
- Tecniber-5. (2012). *Fotografía digital*. TECNIBER-5.
- Thompson, I. (10 de 2008). *¿Qué es información?* Recuperado el 27 de 10 de 2014, de Promonegocios: <http://www.promonegocios.net>
- Tovar, A., Florence, T., & Crovi, D. (2006). *PERIODISMO DIGITAL EN MEXICO*. México D.F., México: UNAM.
- Trejo, R. (2001). La Sociedad de la Información. *Revista Iberoamericana de Ciencia, Tecnología, Sociedad e Innovación*.
- Trueva Barahona, Á. (1971-1973). *Pasado y Presente*. Quito: Colección Campus.
- UNAD, U. N. (2000). *Universidad Nacional Abierta y a Distancia de Colombia*. Recuperado el 03 de abril de 2014, de Características de la Web 3.0: <http://www.datateca.unad.edu.co>
- UNI. ELOY ALFARO. (10 de agosto de 2012). *Universidad Laica "Eloy Alfaro"*. Recuperado el 07 de abril de 2014, de Periodismo Digital: <http://www.facco.ulead.edu.ec/noticias/periodismo/item/40-periodismo-digital.html>
- Vásquez, M. (02 de 02 de 2011). "Las redes sociales fomentan la participación, la colaboración y el interés de los alumnos". *Eroski Consumer*.
- Velásquez, F. (2012). La necesidad de escribir bien en internet. *CEGESTI-Éxito Empresarial*, 1-3.

- Ventura, A. (13 de agosto de 2012). *ANTECEDENTES DEL PERIODISMO CIBERNÉTICO*. Recuperado el 31 de marzo de 2014, de Periodismo Digital UACH: <http://www.profeaventurals.blogspot.com>
- Vera, C. (18 de agosto de 2008). *SlideShare*. Recuperado el 04 de abril de 2014, de Historia del Internet en Ecuador: <http://www.slideshare.net/cvera/historia-internet-ecuador>
- Villacorta Michelena, A. (2013). *Enredados. El mundo de la Internet*. Perú: Estudio Ghersi Editores.
- visitaecuador.com. (12 de 2006). *Visita Ecuador* . Recuperado el 28 de 01 de 2015, de Visita Ecuador : <http://www.visitaecuador.com/ve/visitaecuador.php>
- Vivaldi, G. (2001). *Curso de redacción*. Madrid, España: Paraninfo.
- Weblog, M. (4 de octubre de 2008). *Cambios que la Tecnología ha tenido en la Sociedad: Aspectos sociales, culturales y profesionales*. Recuperado el 27 de marzo de 2014, de Martme's Weblog: <http://mirtme.wordpress.com>
- Wittgenstein, L. (1975). *Tractatus Logico-Philosophicus*. Madrid, España: 14ed Alianza Universidad.
- zonalibre.com. (2000). EL PROCESO DE COMUNICACIÓN. *Zona Libre*, 19-23.

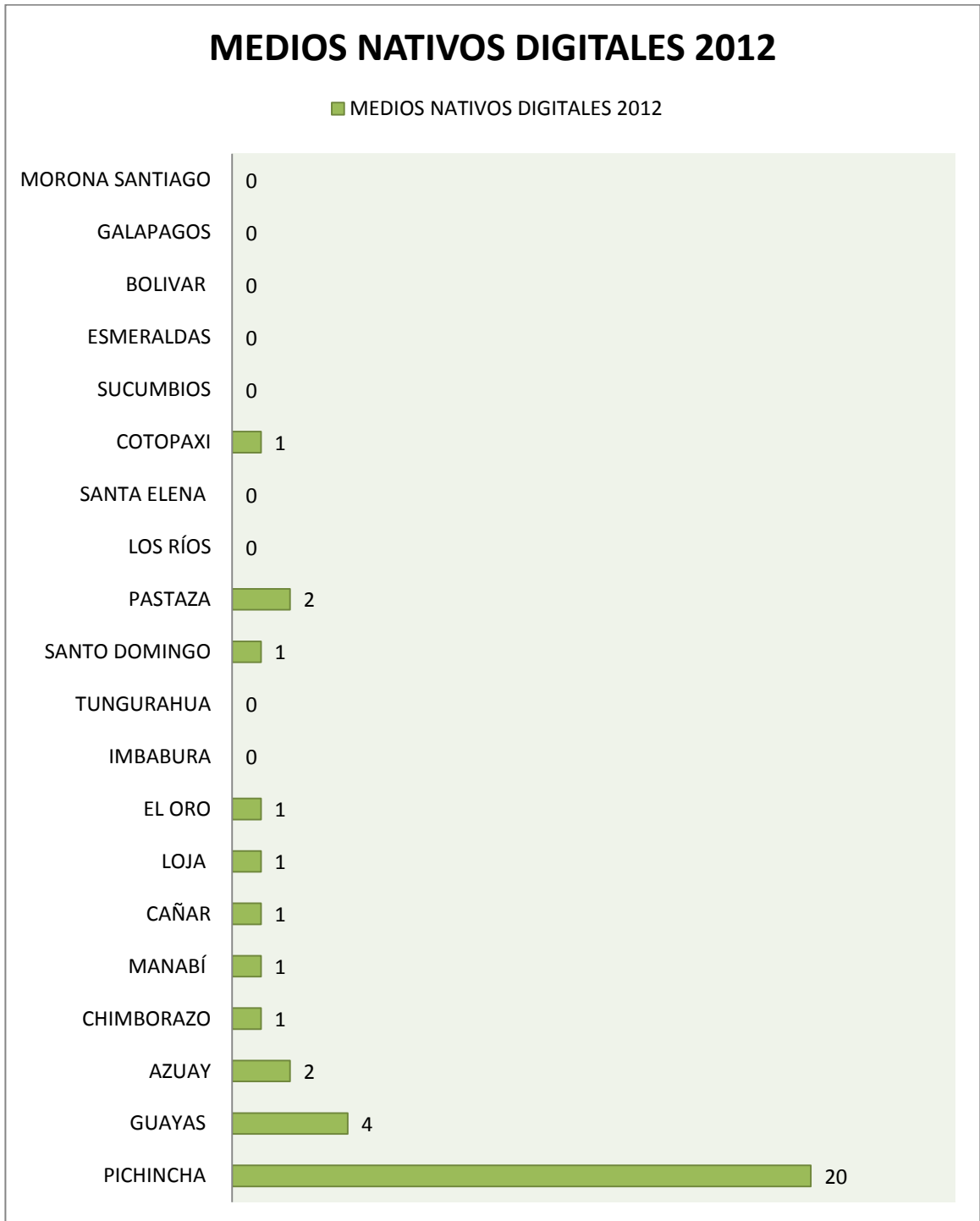
# ANEXOS

## 1. TOTAL DE MEDIOS DIGITALES ECUADOR 2012

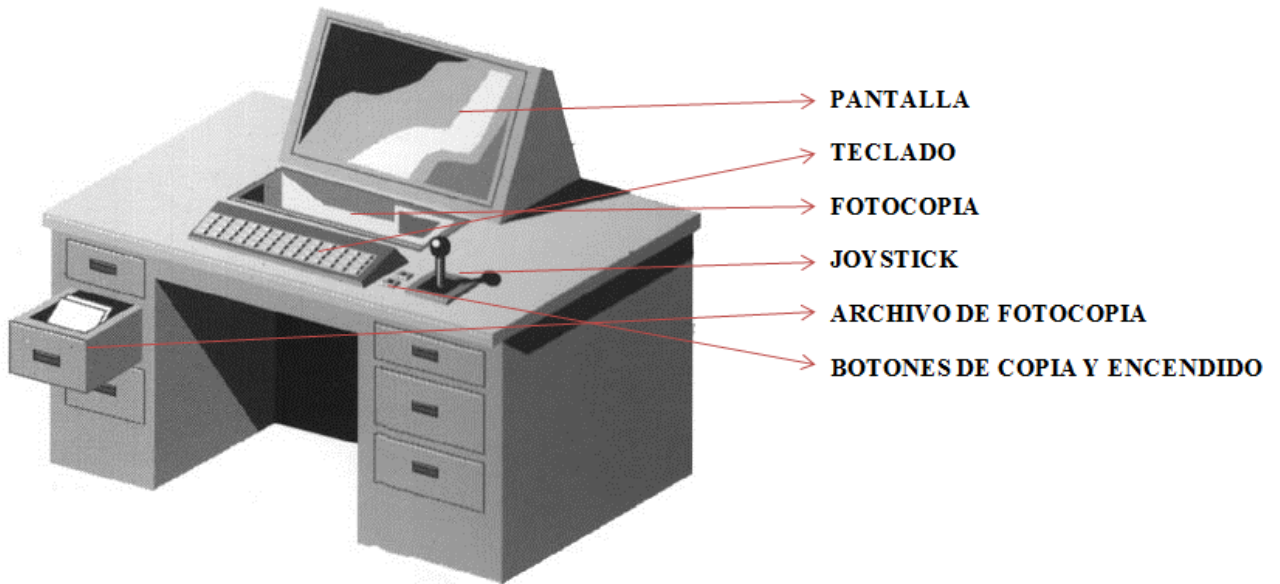




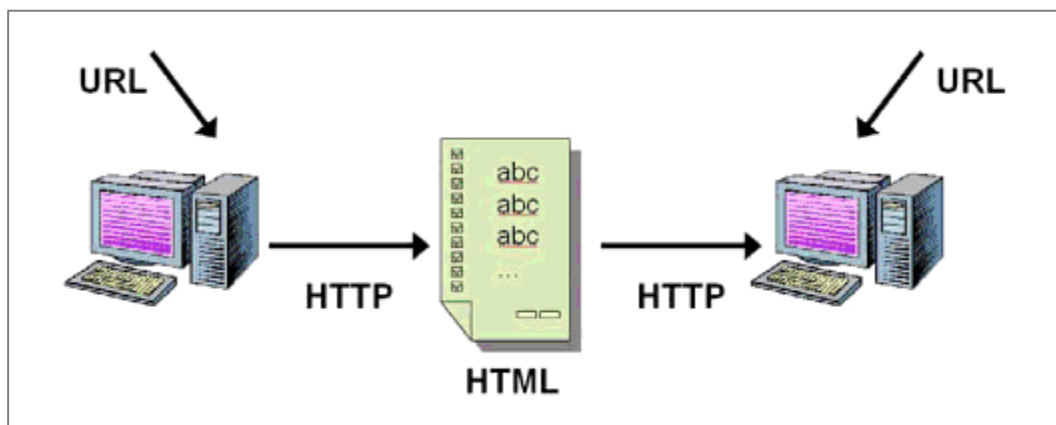
## 2. TOTAL DE MEDIOS NATIVOS DIGITALES ECUADOR 2012



### 3. DIBUJO DEL SISTEMA MEMEX – VANNEVAR BUSH 1945



### 4. TÉRMINOS CLAVE PARA NACIMIENTO DE LA WEB

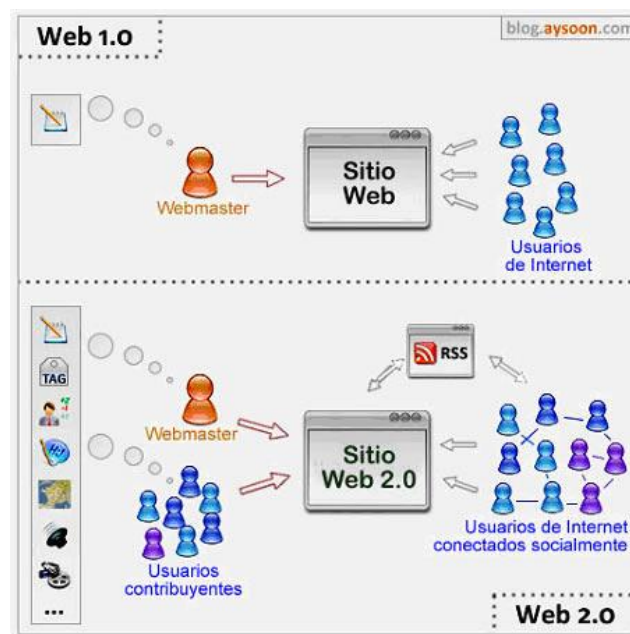


## 5. SOCIAL BOOKMARKING

It was popularised in the 1960s with the release of Letraset sheets containing Lorem Ipsum passages, and more recently with desktop publishing software like Aldus PageMaker including versions of Lorem Ipsum.



## 6. WEB 1.0 VS WEB 2.0



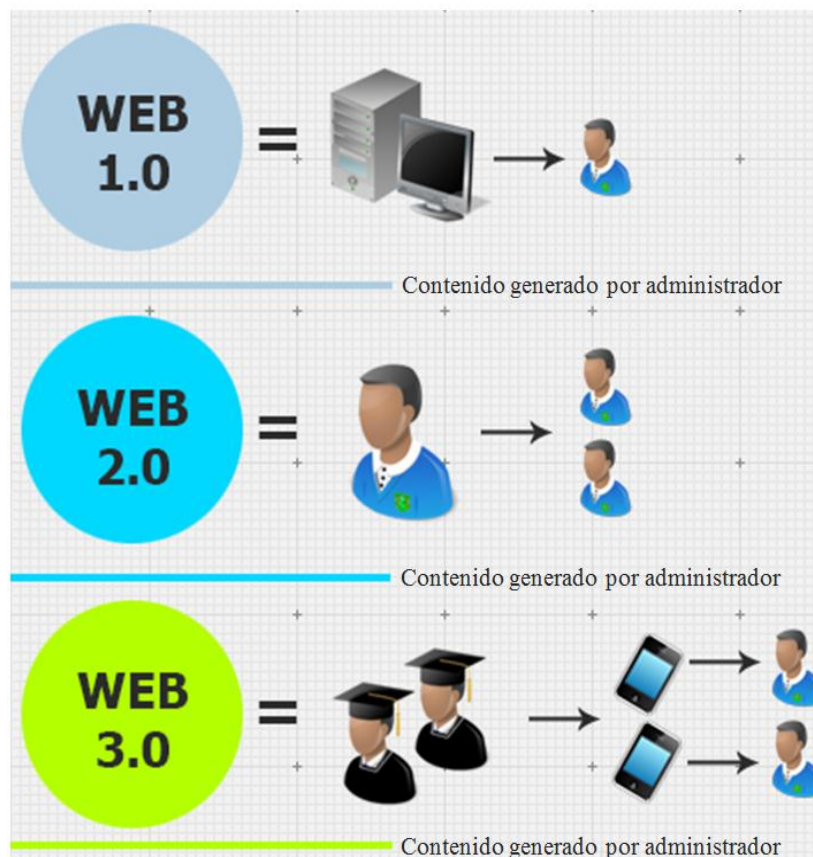
(Los cuadros y gráficos son elaborados por la investigadora, con las encuestas como fuente.)

## 7. RANKING DE PÁGINAS MÁS FRECUENTADAS HASTA EL 31 DE ENERO DEL 2014.

Posición	Página Web
1	<b>Diario El Universo</b>
2	Ecuavisa
3	Banco Pichincha
4	El Comercio
5	Ecuagol

Fuente: Alexa's top sites  
Elaborado por: Investigadora

## 8. WEB 3.0



## 9. DIFERENCIAS ENTRE WEB 1.0/2.0/3.0/4.0

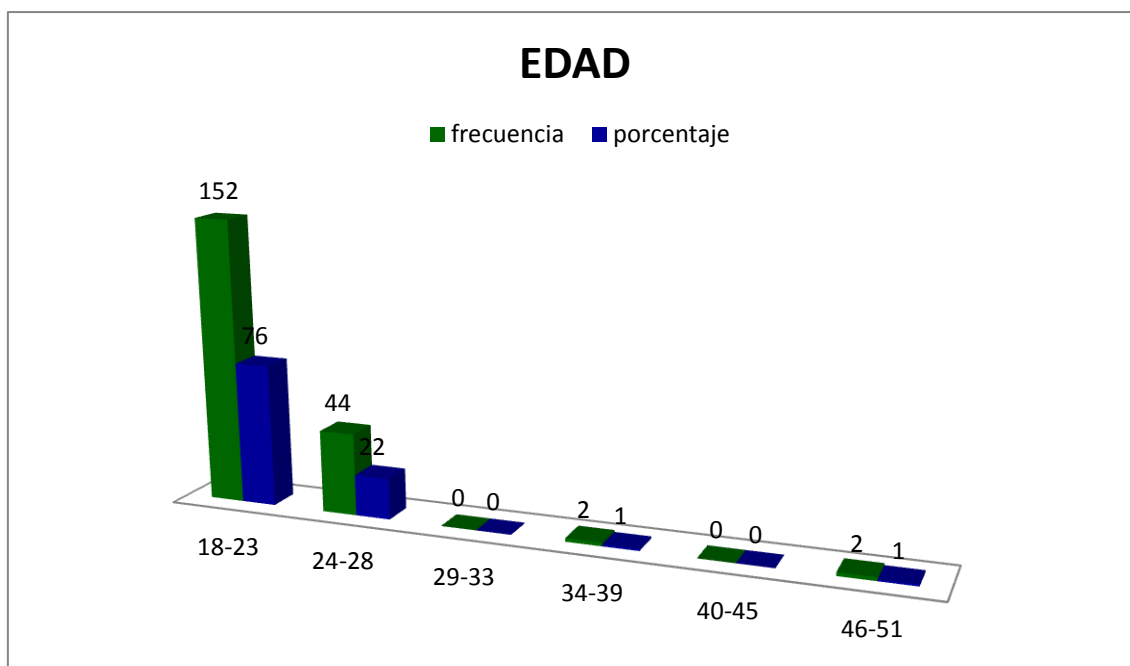
VERSIÓN	TIPO DE WEB	TECNOLOGÍAS	CARACTERÍSTICAS
<b>Web 1.0</b> “La Web”	Estática	HTML, GIF.	- Las páginas web son documentos estáticos que casi nunca se actualizan.
<b>Web 2.0</b> “Web Social”	Dinámica, Colaborativa	DHTML, ASP, CSS, AJAX, XML.	- Las páginas web son construidas dinámicamente a partir de una o varias bases de datos. - Los usuarios se convierten en contribuidores. Publican la información y realizan cambios en los datos.
<b>Web 3.0</b> “Web Semántica”	Estructurada con significados bien definidos	RDF,OWL, JENA, SESAME, SPARQL, etc.	- Basada en la representación del significado y conexión del conocimiento. - Añade metadatos semánticos a la información de la web a través de la utilización de ontologías. - Amplia la interoperabilidad entre los sistemas informativos. - Reduce la mediación de operadores humanos necesaria. - Creación colectiva y colaborativa de los recursos.
<b>Web 4.0</b> “Web Ubicua”	Conexión Inteligente	Algoritmos de Procesamiento de Lenguaje natural	- Desarrollo de Agentes personales inteligentes. - Desarrollo de Comunidades Semánticas. - Las aplicaciones de web ubicua podrán identificar recursos y gestionarlos dentro del contexto de sesiones temporales o duraderas.

## 10. TABULACIÓN DE DATOS

### Pregunta 1. ¿Qué edad tiene?

**Objetivo:** Conocer la edad promedio de la muestra escogida.

clases	f	fr	%
18-23	152	0,76	76
24-28	44	0,22	22
29-33	0	0	0
34-39	2	0,014	1
40-45	0	0	0
46-51	2	0,014	1
total	200	1	100%



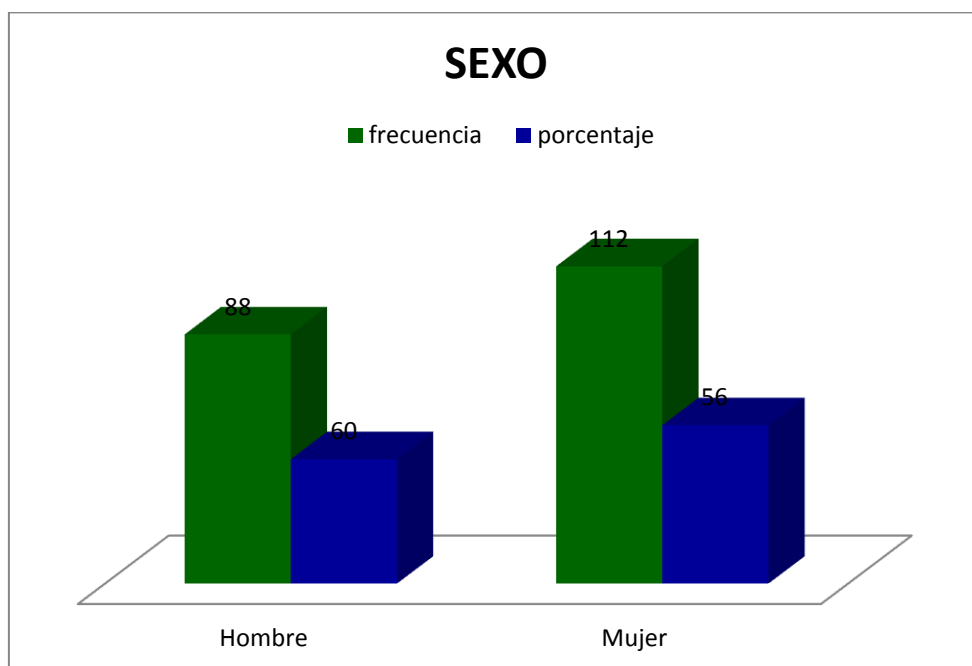
**Interpretación:** La muestra indica según el total de encuestados el 76% corresponde a un rango de edades de 18 a 23 años.

**Análisis:** Se muestra que los encuestados es la mayoría la población joven es decir se tiene edades de entre 18 años a 23 años de edad.

Pregunta 2. ¿Cuál es su sexo?

**Objetivo:** Conocer el género de las personas encuestadas.

clases	f	fr	%
Hombre	88	0,44	44
Mujer	112	0,56	56
total	200	1	100%



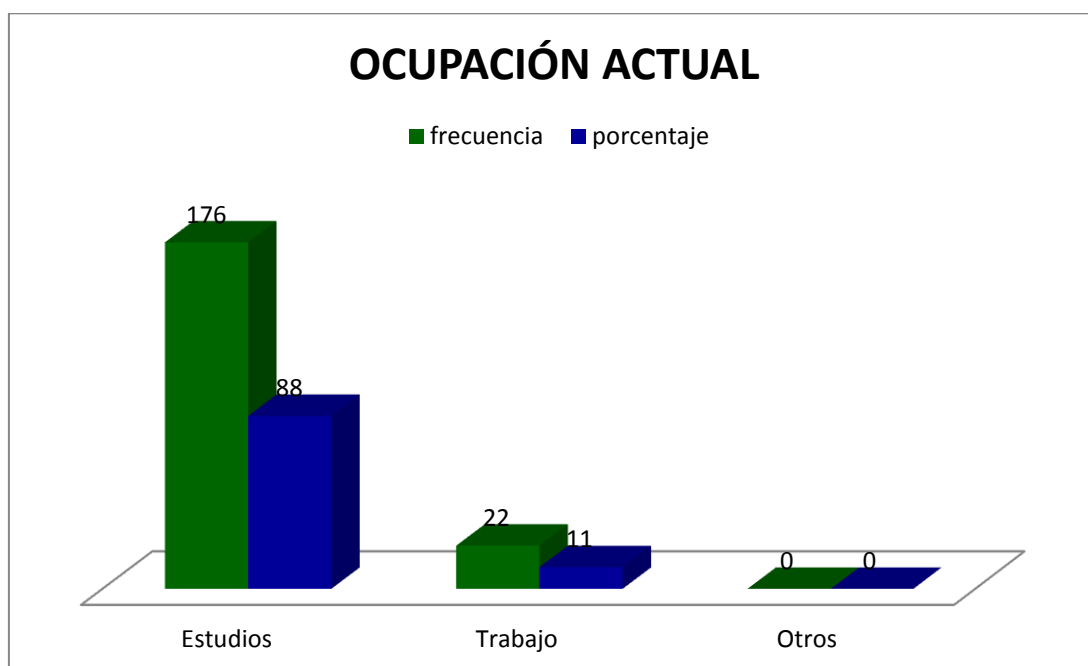
**Interpretación:** El 56% de las personas encuestadas son mujeres, y el 44% son hombres con un rango mínimo de diferencia.

**Análisis:** Se muestra que la mayoría de encuestados fueron mujeres.

Pregunta 3. ¿Cuál es su ocupación actual?

**Objetivo:** Conocer las funciones de las personas encuestadas.

clases	f	fr	%
Estudios	176	0,88	88,06
Trabajo	22	0,11	11,94
total	200	1	100%



**Interpretación:** Según la muestra se puede observar que el 88% tienen actualmente ocupaciones académica y el 11% al trabajo.

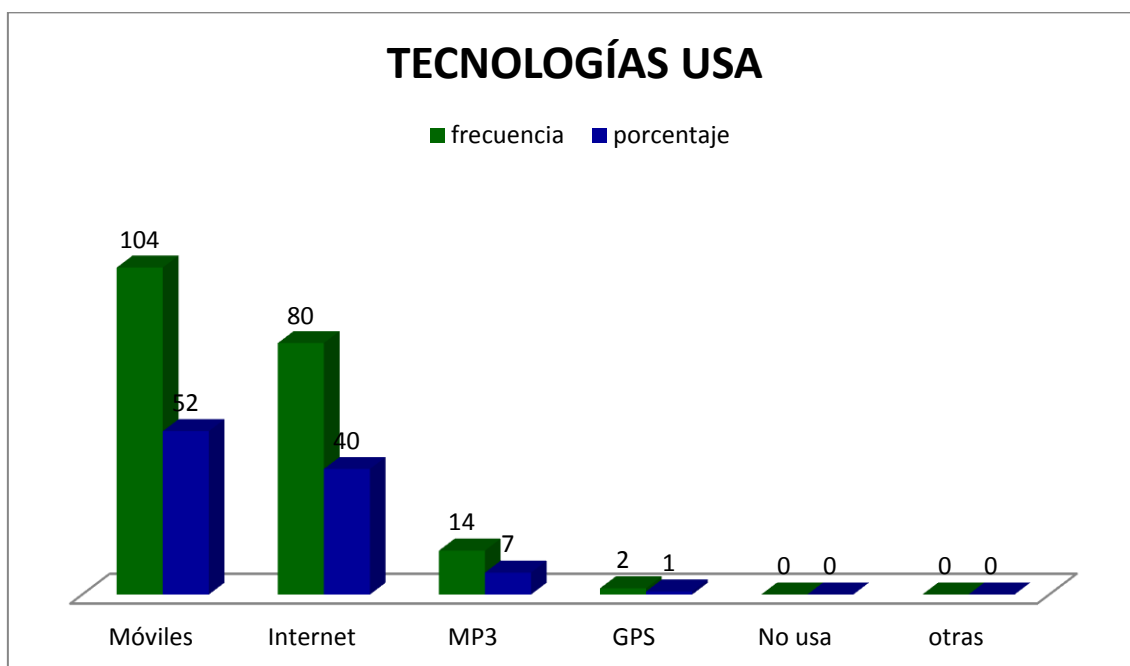
**Análisis:** Independientemente de la finalidad de la encuesta se demuestra a la mayoría de encuestados como personas que se dedican a estudiar, pero no depende al uso de las redes sociales.



Pregunta 4. De la siguiente lista ¿Puede decir qué tecnología usa con mayor frecuencia?

**Objetivo:** Conocer la técnica más usada en cuanto a tecnología y avances científicos digitales.

clases	f	fr	%
Móviles	104	0,52	52
Internet	80	0,40	40
MP3	14	0,07	7
GPS	2	0,01	1
No usa	0	0	0
Otras	0	0	0
total	200	1	100%



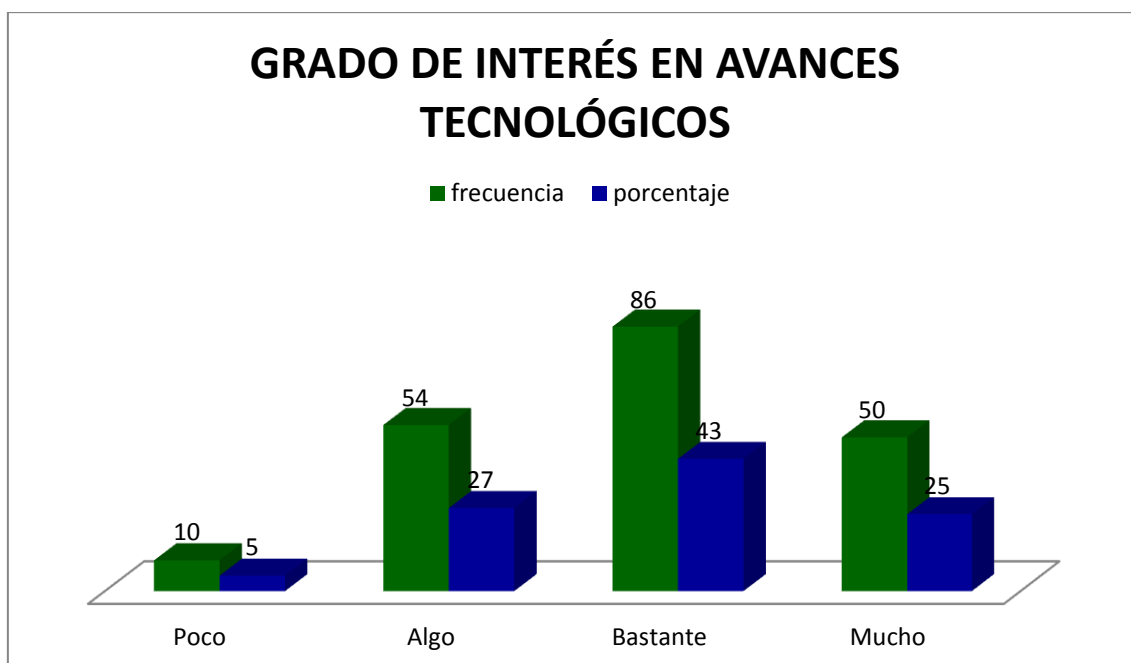
**Interpretación:** Después de realizar el conteo la mayoría de la muestra es decir; el 52% de las personas se encuentran usando las tecnologías móviles tales como celulares y tablets.

**Análisis:** Dependiendo de las respuestas anteriores las personas encuestadas son jóvenes por esta razón las tecnologías utilizadas son las móviles (celulares) con servicio de internet o la posibilidad de conectarse a redes inalámbricas, que permite la conexión 24/7.

Pregunta 5. **¿Qué grado de interés tiene Ud. Con las innovaciones y avances tecnológicos?**

**Objetivo:** Conocer la importancia de los encuestados ante el uso de las tecnologías.

clases	f	fr	%
<b>Poco</b>	10	0,05	5
<b>Algo</b>	54	0,27	27
<b>Bastante (moderado)</b>	86	0,43	43
<b>Mucho (excesivo)</b>	50	0,25	25
<b>total</b>	200	1	100%



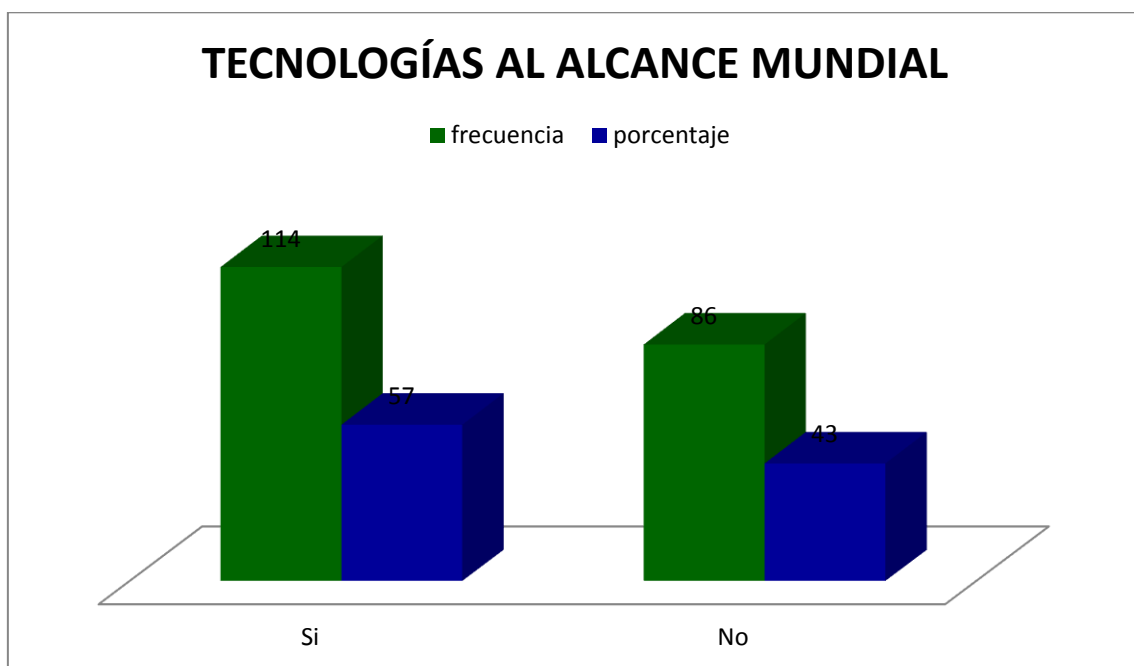
**Interpretación:** En el gráfico se aprecia que el 86% de los encuestados indicó que dan una bastante importancia a los avances de la tecnología, dependiendo de la encuesta este se referiría al uso moderado de las mismas. Mientras el 5% de las personas dan poco interés a ellos.

**Análisis:** Los resultados dan a notar que la importancia de los usuarios de tecnologías es medio alta.

Pregunta 6. ¿Cree Ud. Qué las nuevas tecnologías están al alcance de todo el mundo?

**Objetivo:** Conocer el alcance de las tecnología para los usuarios.

clases	f	fr	%
Si	114	0,57	57
No	86	0,43	43
total	200	1	100%



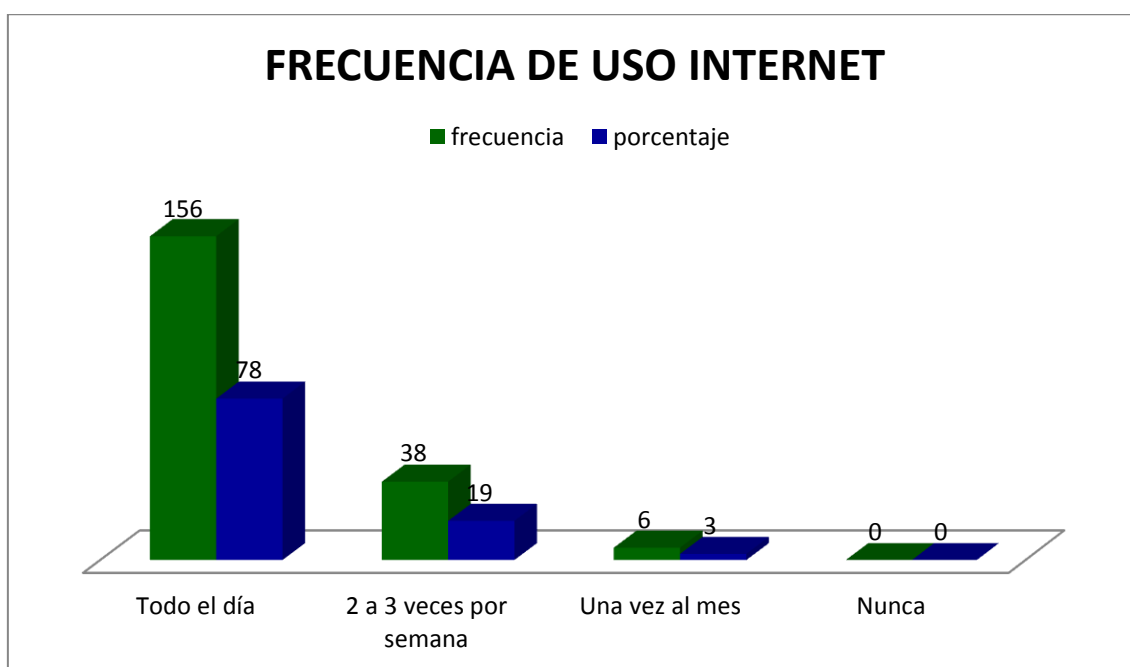
**Interpretación:** Según resultados de las encuestas el 57% de los encuestados creen que las tecnologías nuevas están al alcance para todas las personas mientras el 43% cree que no es así.

**Análisis:** Se puede mostrar que para la mayoría de usuarios mencionan que todas las personas tienen acceso a poseer nuevas tecnologías.

Pregunta 7. ¿Con qué frecuencia se conecta al Internet?

**Objetivo:** Conocer cuántas veces al día/semana/mes el usuario se conecta a la web.

clases	f	fr	%
Todo el día	156	0,78	78
2 a 3 veces por semana	38	0,019	19
Una vez al mes	6	0,03	3
Nunca	0	0	
total	200	1	100%



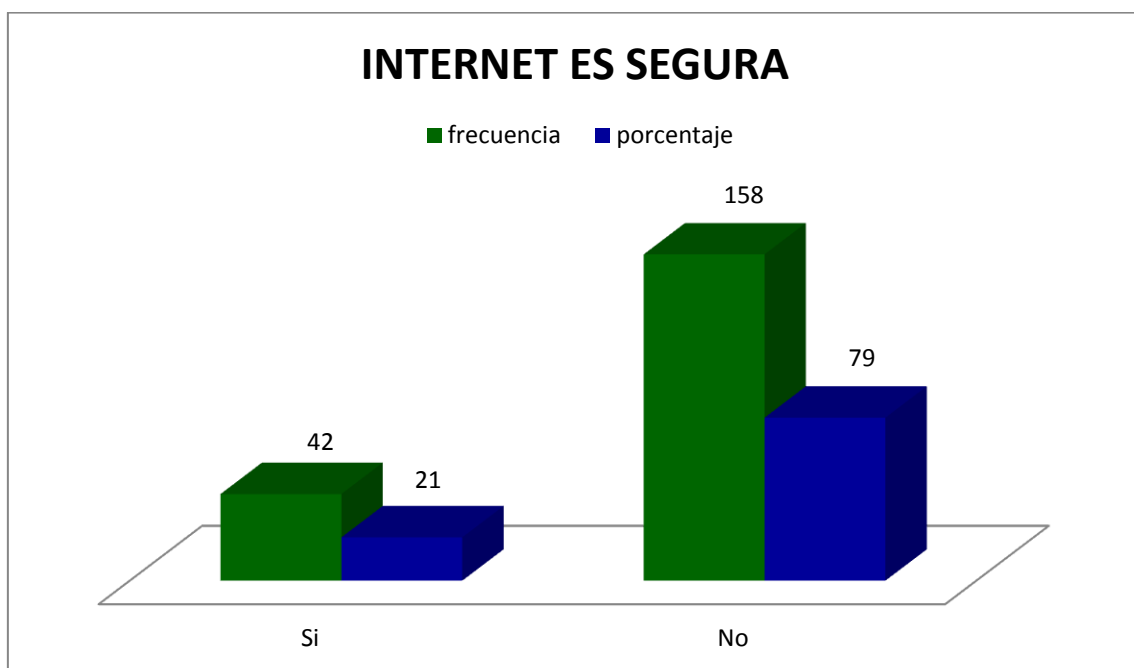
**Interpretación:** El 78% de las personas encuestadas mostró que se conectan a la web todo el día, el 19% de 2 a 3 veces por semana y el 3% una vez al mes.

**Análisis:** Después del conteo realizado se determinó que la mayoría de personas que realizaron la encuesta solo el 3% de las mismas no se conecta al internet, lo que quiere decir que el 97% se conecta a la web de manera frecuente.

Pregunta 8. ¿Cree que la Internet es segura?

**Objetivo:** Conocer si los encuestados saben si la web es segura.

clases	f	fr	%
Si	42	0,21	20,90
No	158	0,79	79,10
total	200	1	100%



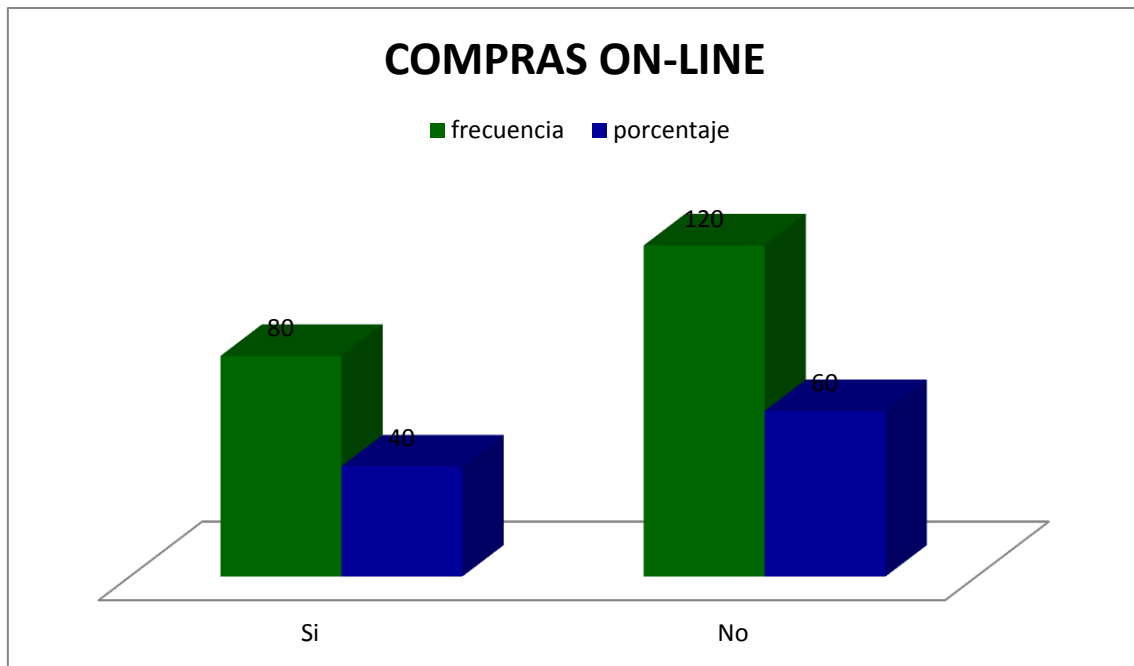
**Interpretación:** El 79% de los encuestados indicó que la web NO es segura ante el 21% de quien creen que sí es seguro.

**Análisis:** Los resultados demuestran que la mayoría de personas creen que la Internet no es segura.

Pregunta 9. **¿Realiza compras por Internet?**

**Objetivo:** Conocer si los encuestados utilizan la Internet para realizar compras on-line.

clases	f	fr	%
Si	80	0,40	40,30
No	120	0,60	59,70
total	200	1	100%



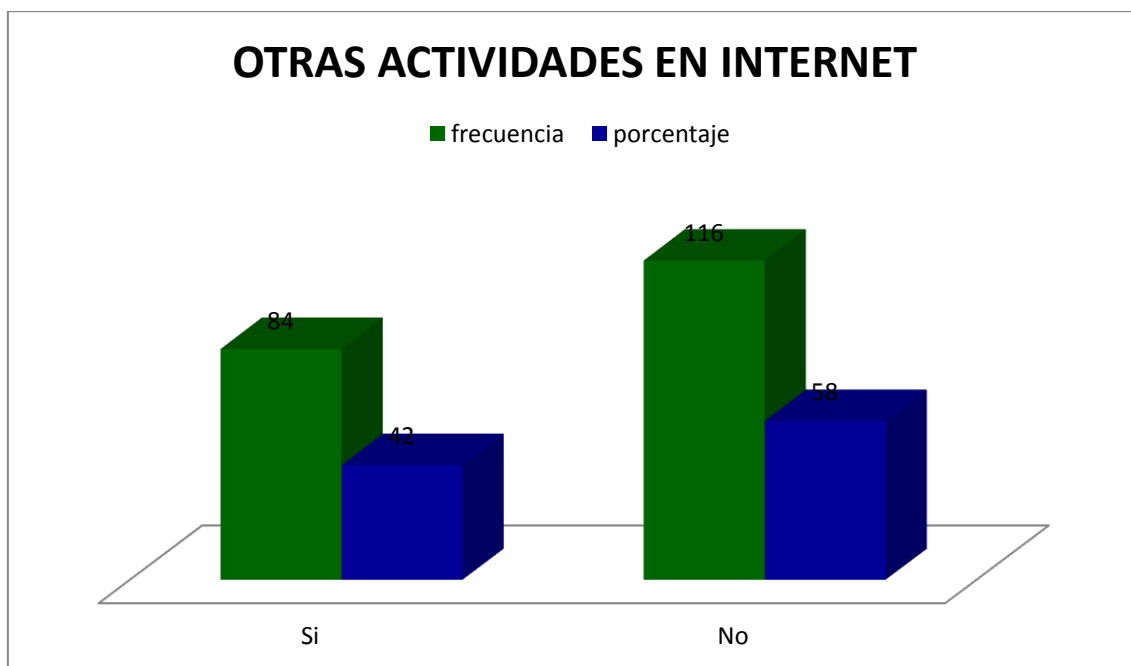
**Interpretación:** El 59% de los encuestados indicó que si realizan compras on-line mientras el 41% no las hace.

**Análisis:** Los resultados demuestran que la mayoría de personas si hacen compras vía on-line lo que quiere decir que esta es una de las opciones por las cuales una persona ingresa a la Internet.

Pregunta 10. **¿Ha dejado de realizar otras actividades desde que utiliza Internet?**

**Objetivo:** Conocer si las personas han dejado de ejecutar otras actividades por inclinarse a participar en la Internet.

clases	f	fr	%
Si	84	0,42	41
No	116	0,58	58
total	200	1	100%



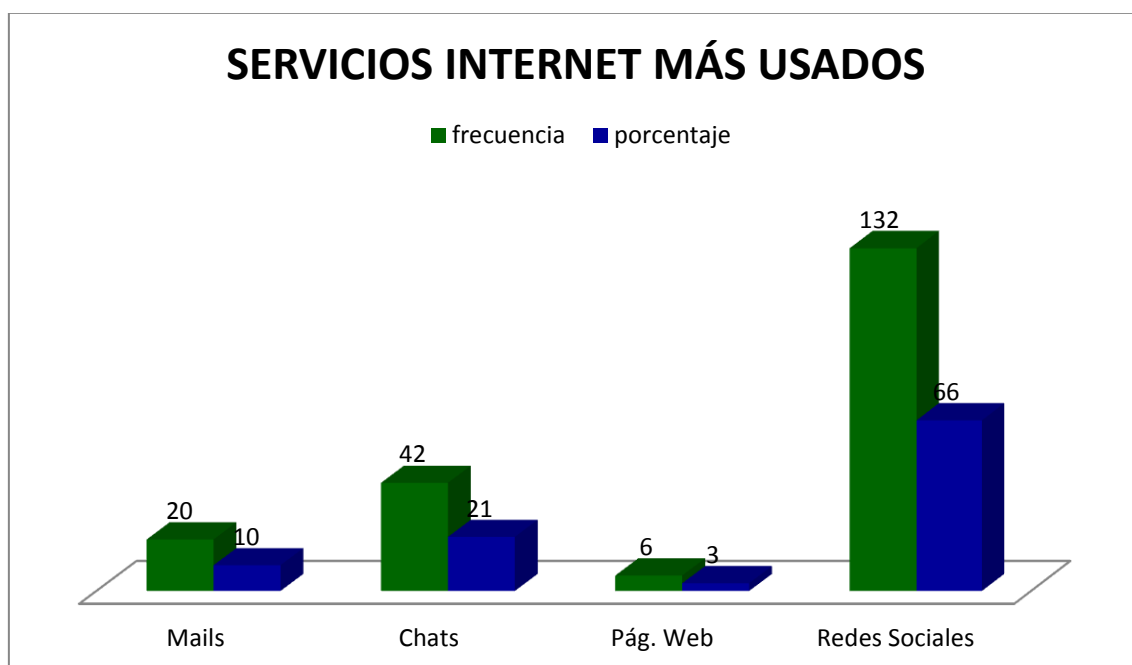
**Interpretación:** El 58% de encuestados si ha dejado de realizar otras actividades por permanecer conectado a la Internet, mientras el 42% no.

**Análisis:** Se observa que más de la mitad de encuestados que accede a la web ha dejado de realizar otras actividades por conectarse a la misma. El porcentaje de quienes no lo hacen también es alto lo que demuestra que sería casi una mitad/mitad de actividades.

Pregunta 11. ¿Qué servicio utiliza con mayor frecuencia?

**Objetivo:** Conocer qué servicio web es utilizado con mayor frecuencia.

clases	f	fr	%
Mails	20	0,10	10
Chats	42	0,21	21
Pág. Web	6	0,03	3
Redes Sociales	132	0,66	66
total	200	1	100%



**Interpretación:** El gráfico indica que más de la mayoría de personas usa las redes sociales con un 66% del total de encuestados de 200 personas este porcentaje corresponde a 132 personas. Chats; 21%. Mails; 10% y finalmente Páginas Web; 3%.

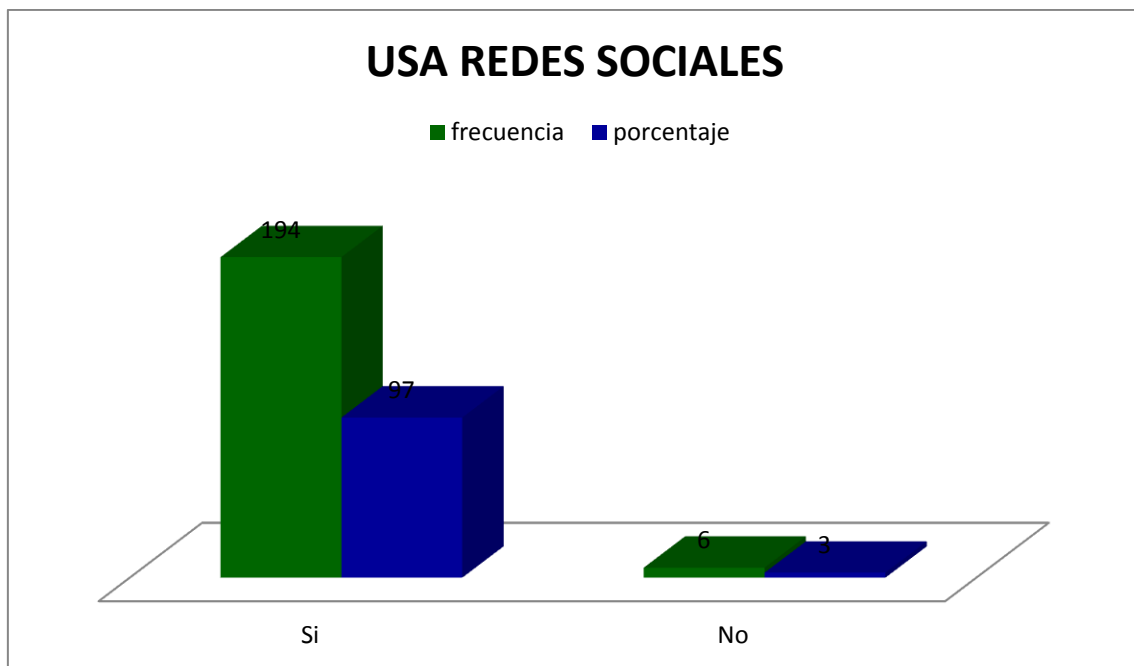
**Análisis:** Según los resultados, a las personas les gusta el mantener contacto con otras a través de este medio. Los porcentajes más altos son de redes sociales y chats en línea.



Pregunta 12. ¿Usa alguna Red Social?

**Objetivo:** Conocer si los usuarios utilizan redes sociales.

clases	f	fr	%
Si	194	0,97	97
No	6	0,03	3
total	200	1	100%



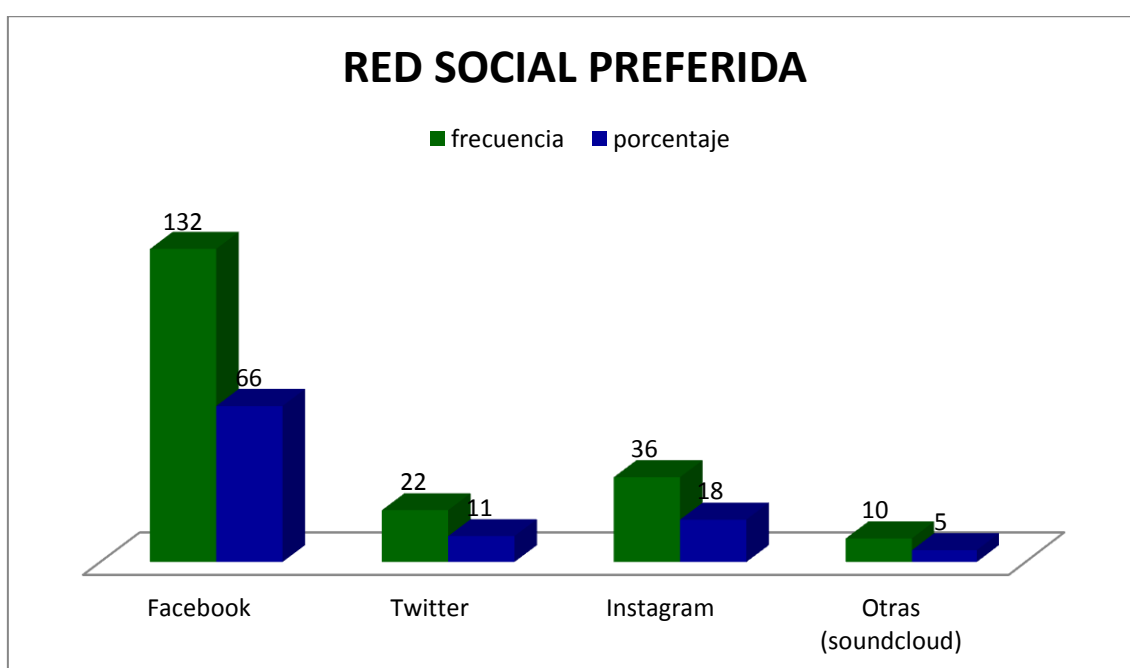
**Interpretación:** El 97% de los encuestados si usan redes sociales mientras que el 3% no usa.

**Análisis:** El gráfico muestra que las personas si usan redes sociales casi la totalidad de personas respondieron afirmativamente a la misma.

Pregunta 13. **¿Qué red social prefiere?**

**Objetivo:** Conocer cuál es la red social de preferencia para el encuestado.

clases	f	fr	%
Facebook	132	0,66	66
Twitter	22	0,11	11
Instagram	36	0,18	18
Otras	10	0,05	5
total	200	1	100%



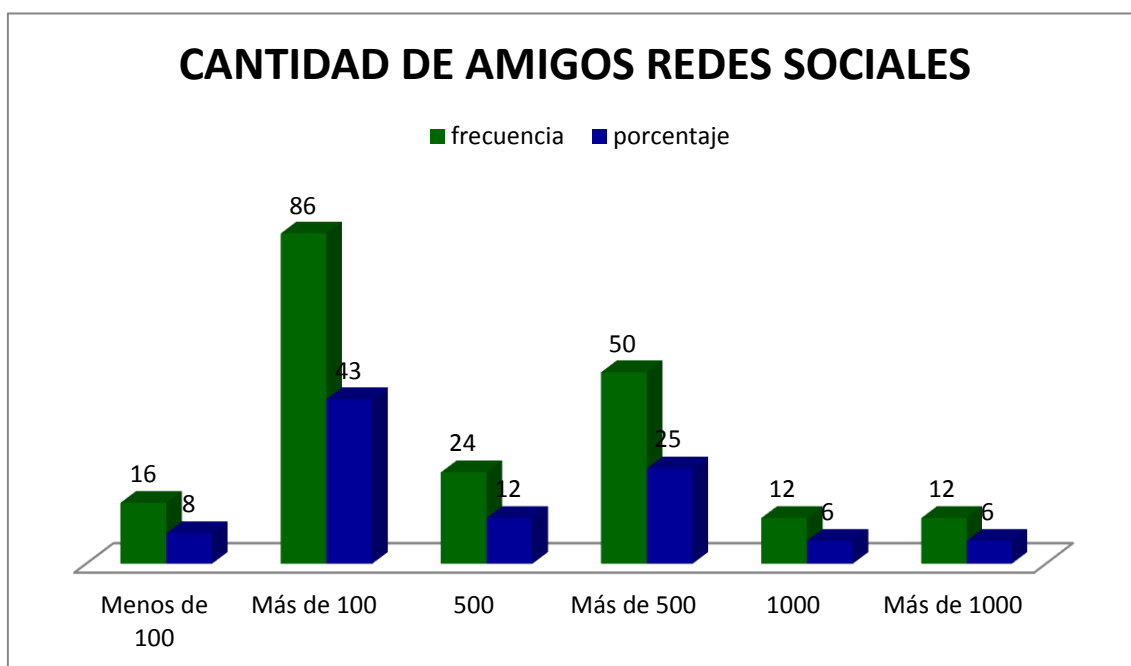
**Interpretación:** Según el gráfico la red social más usada es Facebook con el 66% de resultados afirmativos y el menos usadas como soundcloud con el 10%.

**Análisis:** Actualmente se cuenta con algunas redes sociales, unas más famosas que otras, los encuestados se inclinaron por Facebook, la red social que presta una serie de actividades adicionales de creatividad y llamativas, por ello la cantidad de usuarios la señalan como la primera.

Pregunta 14. **¿Dependiendo la Red Social escogida. ¿Alrededor de cuántos amigos tiene?**

**Objetivo:** Conocer cuál es la cantidad de amigos o seguidores en redes sociales por persona.

clases	f	fr	%
<b>Menos de 100</b>	16	0,08	8
<b>Más de 100</b>	86	0,43	43
<b>500</b>	24	0,12	12
<b>Más de 500</b>	50	0,25	25
<b>1000</b>	12	0,06	6
<b>Más de 1000</b>	12	0,06	6
<b>total</b>	200	1	100%



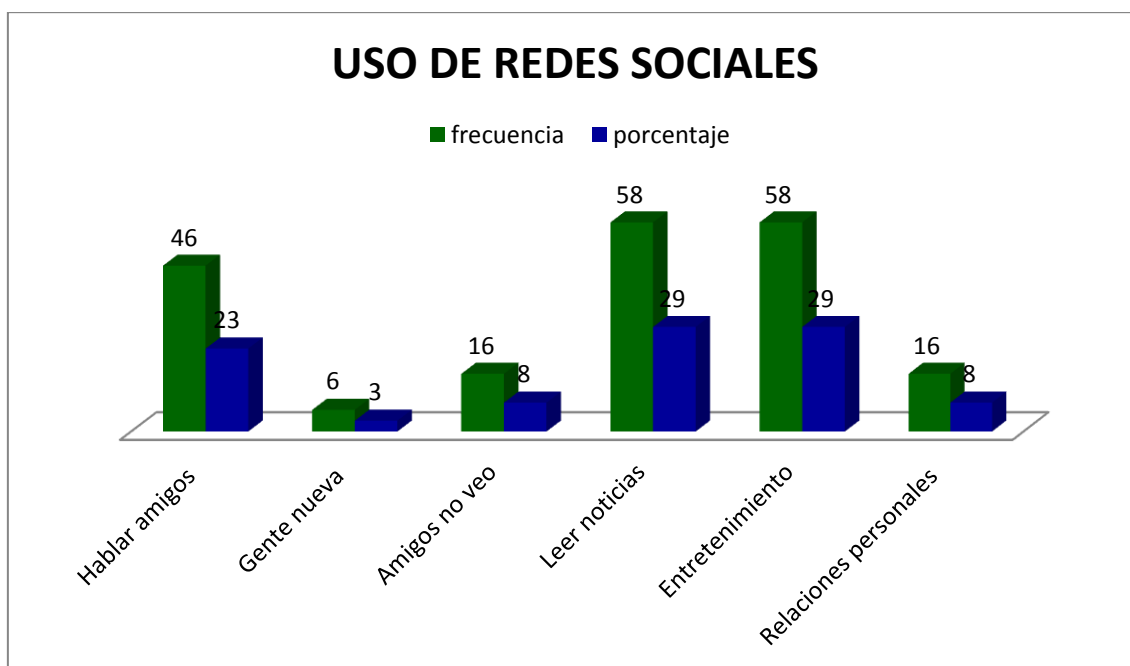
**Interpretación:** El 43% de las personas dice tener más de 100 amigos en redes sociales pero no más de 500, esto corresponde al 25% de las personas. Únicamente el 12% de los encuestados tiene de 100 a más de 1000 amigos.

**Análisis:** Por medio de esto se puede demostrar que no es relevante la cantidad de amigos a las horas de conexión a las redes sociales, ya que no llega a la mitad la opción de más de 100 y solo una cantidad mínima sobrepasa los 1000 amigos.

Pregunta 15. ¿Para qué utiliza las Redes Sociales?

**Objetivo:** Conocer cuál es la utilidad de una red social por el usuario.

clases	f	fr	%
Hablar amigos	46	0,23	23
Gente nueva	6	0,03	3
Amigos no veo	16	0,08	8
Leer noticias	58	0,29	29
Entretenimiento	58	0,29	29
Relaciones personales	16	0,08	8
total	200	1	100%



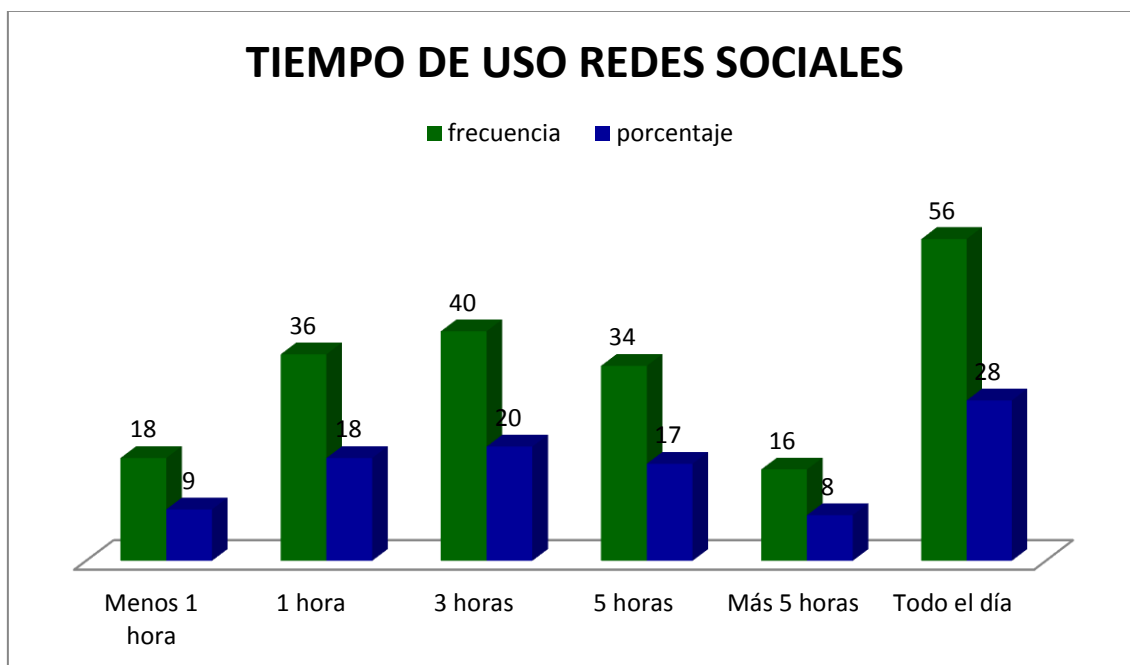
**Interpretación:** Según los encuestados el 58% de las personas usa las redes sociales como un medio de lectura de noticias y de entretenimiento. Mientras el resto es decir el 42% de encuestados las usa para hablar con amigos, conocer gente nueva, mantener contacto con antiguas amistades y relaciones personales de pareja.

**Análisis:** La interpretación demuestra que los alumnos de periodismo encuestados están usando correctamente las redes sociales ya que las optimizan para la lectura de noticias y para el entretenimiento.

Pregunta 16. ¿Qué tiempo usa las redes sociales?

**Objetivo:** Conocer cuál es el tiempo que utiliza un usuario la red social.

clases	f	fr	%
Menos 1 hora	18	0,09	9
1 hora	36	0,18	18
3 horas	40	0,20	20
5 horas	34	0,17	17
Más 5 horas	16	0,08	8
Todo el día	56	0,28	28
total	200	1	100%



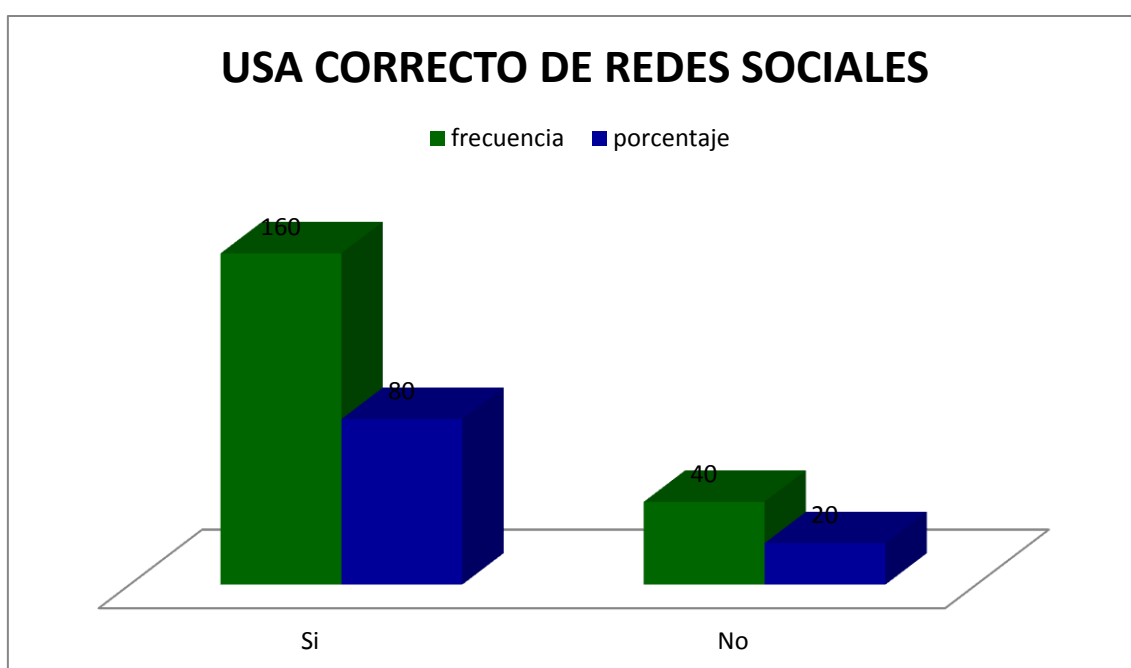
**Interpretación:** El 28% de los encuestados usa todo el día la red social, siendo este el porcentaje más alto dentro de la consulta. Mientras el 8% es el nivel más bajo con más de 5 horas/día.

**Análisis:** Facebook, es la red social más utilizada por los encuestados, aunque eso no quiere decir que no se utilicen otra esta la que tomaremos en cuenta.

Pregunta 17. ¿Cree Ud. Que usa correctamente las Redes Sociales?

**Objetivo:** Conocer si los encuestados creen que utilizan correctamente redes sociales.

clases	f	fr	%
Si	160	0,80	80
No	40	0,20	20
total	200	1	100%



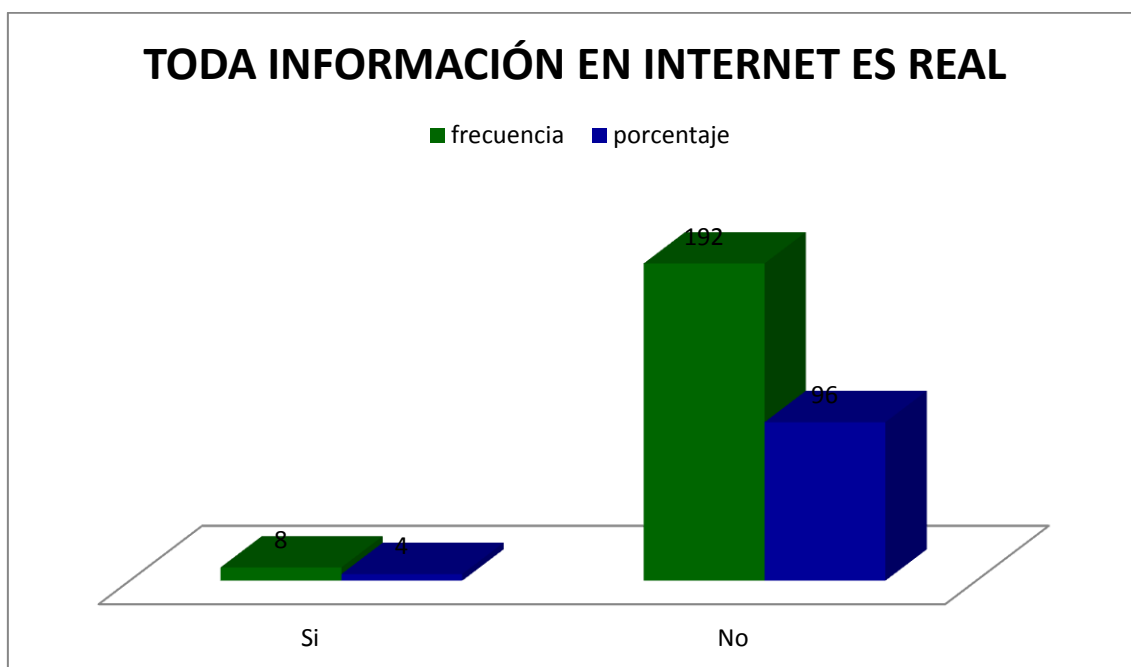
**Interpretación:** El 80% de las personas encuestadas dicen manejar correctamente las redes sociales mientras el 20% cree que la respuesta es negativa.

**Análisis:** Como se manifiesta en el gráfico la mayoría de personas cree manejar adecuadamente las redes sociales, lo que quiere decir que el porcentaje alto indica que las personas jamás han omitido mensajes negativos por este medio.

Pregunta 18. ¿Cree Ud. Que toda la información subida en internet es verdadera?

**Objetivo:** Conocer si los encuestados creen que toda la información que está en red es auténtica.

clases	f	fr	%
Si	8	0,04	4
No	192	0,96	96
total	200	1	100%



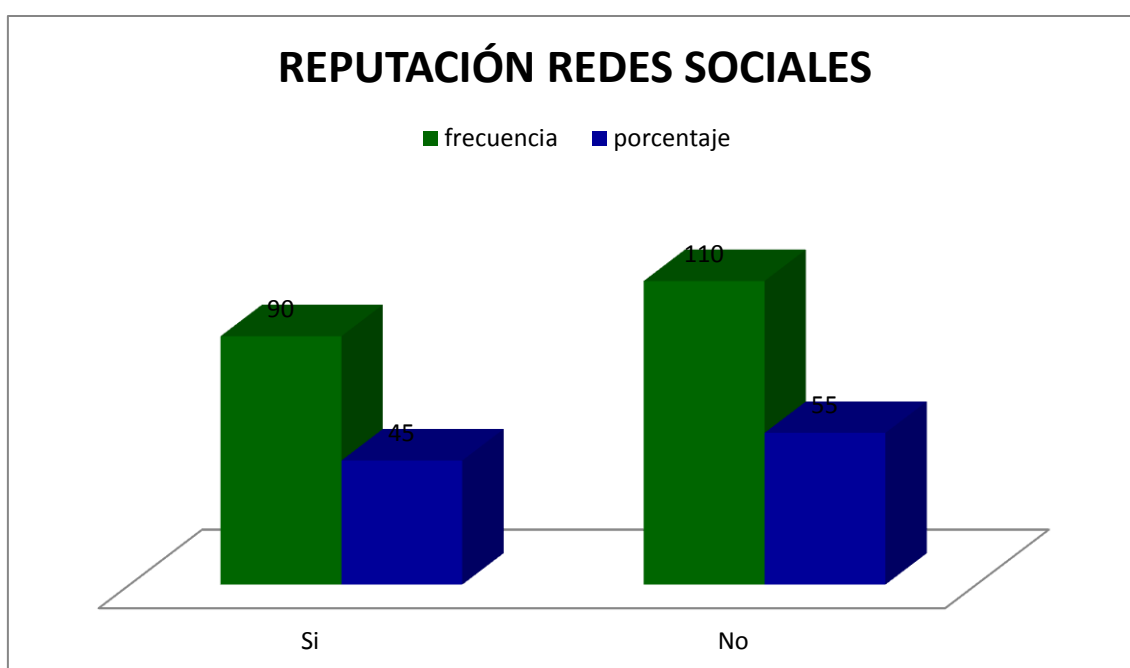
**Interpretación:** Según los encuestados la mayoría de los mismos afirman que la información que está en la Internet es real lo que corresponde al 96%, únicamente el 4% de los encuestados afirman lo contrario.

**Análisis:** En el gráfico se puede observar sobre el resultado a la pregunta, la mayoría de personas confía en la información que la Internet imparte, independientemente de quien desarrolle la información o lo que se esté buscando.

Pregunta 19. **¿Sabe sobre la reputación que utilizan las Redes Sociales?**

**Objetivo:** Conocer si los encuestados saben y manejan el término reputación.

clases	f	fr	%
Si	90	0,45	45
No	110	0,55	55
total	200	1	100%



**Interpretación:** Según los encuestados el 45% conoce y el 55% no conoce sobre el mismo.

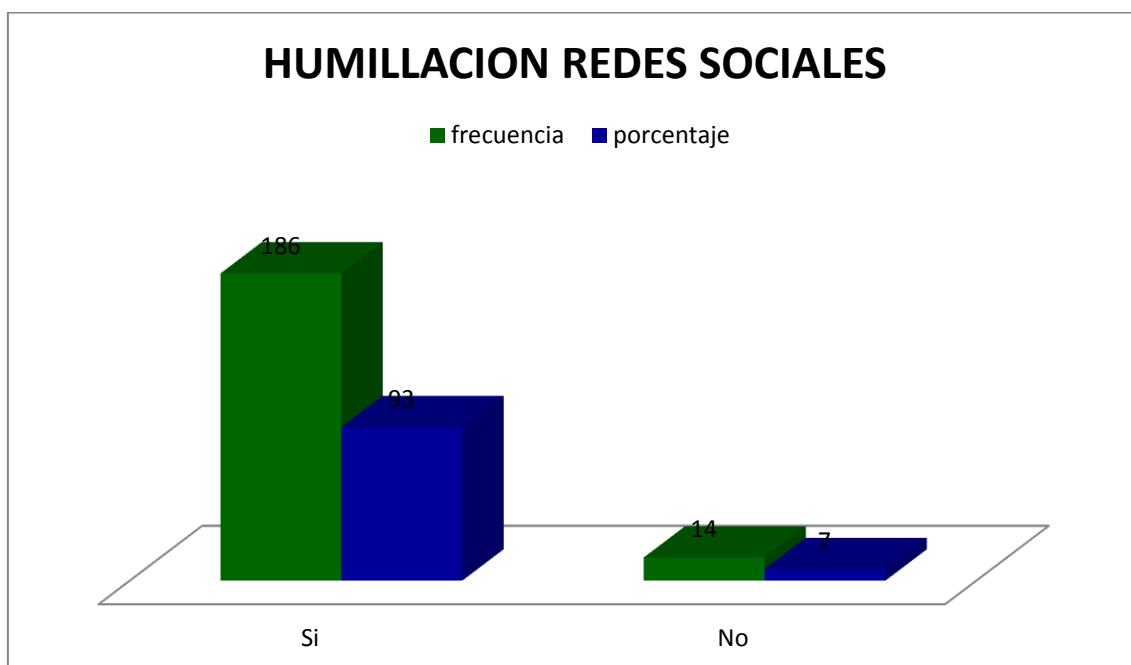
**Análisis:** Esta respuesta nos indica que hay personas que saben y manejan este término y otras que no saben sobre el mismo. Lamentablemente el término mencionado es uno de los que debe ser conocido ya que ayuda al profesional de la comunicación al momento de emitir noticias.



**Pregunta 20. ¿Alguna vez ha visto gente humillada, insultada o denigrada en las Redes Sociales?**

**Objetivo:** Conocer si los encuestados han presenciado actos de insultos y humillación por este medio.

clases	f	fr	%
Si	186	0,93	93
No	14	0,07	7
total	200	1	100%



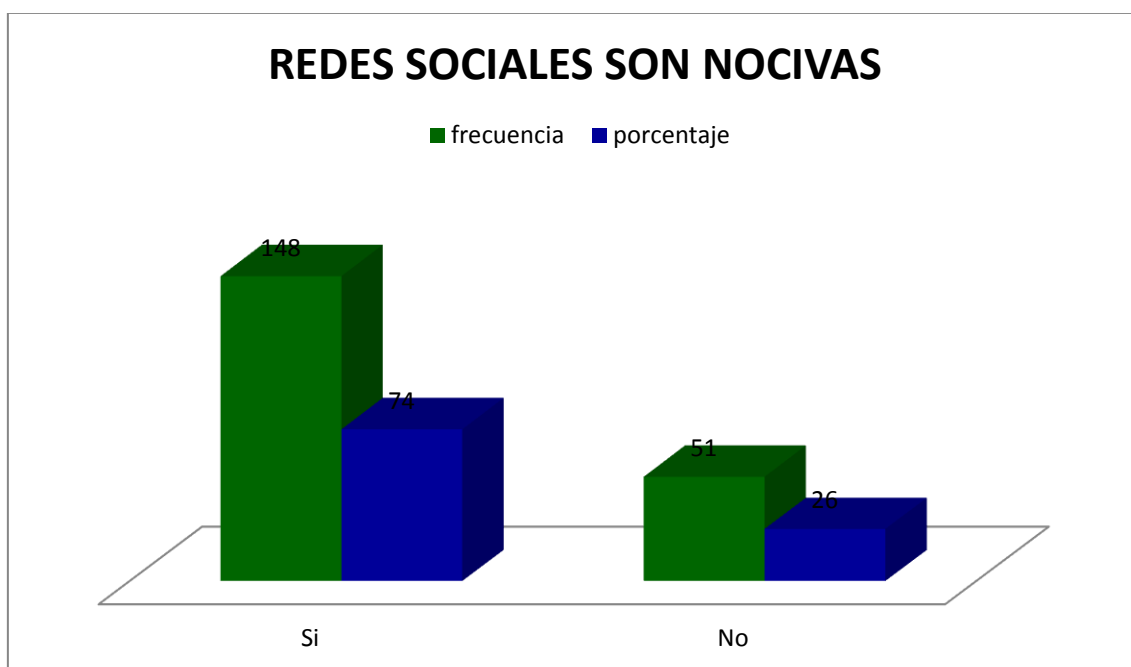
**Interpretación:** Según 93% de la personas aseguran que han visto actos denigrantes a terceros en redes sociales mientras en 7% no lo ha hecho.

**Análisis:** Las redes sociales son una de las puertas más grandes cuando se trata de la humillación a personas, la respuesta con mayoría en este caso demuestra que este medio es uno actualmente usados para esta actividad; cyberbullying.

Pregunta 21. ¿Cree que las Redes Sociales son nocivas?

**Objetivo:** Conocer si los encuestados cree que las redes sociales son nocivas para quienes las usan.

clases	f	fr	%
Si	148	0,74	74
No	51	0,26	26
total	200	1	100%



**Interpretación:** El 74% de las personas encuestadas cree que las redes sociales son dañinas mientras el 26% no.

**Análisis:** Los datos obtenidos indican que las redes sociales son perjudiciales y desfavorables para los usuarios.

Pregunta 22. **¿Cuál es su aporte para el correcto uso de las Redes Sociales?**

**Objetivo:** Aportar con un cierto número de acotaciones de los encuestados sobre el tema mencionado.

**RESPUESTAS**

En materia de jóvenes, establecer acompañamientos de los padres y horarios para el uso. Permitiendo que se genere criterio en la información receptada y controlando posibles adicciones debido a nuestra naturaleza social.

---

Hay que estar conscientes que las redes sociales en la actualidad son importantes, sin embargo; el uso y el conocimiento que se dé a ellas es primordial. Hay que conocer las ventajas y desventajas de las redes sociales en el mundo actual.

---

Las redes sociales son una ayuda dentro de nuestro ámbito social, pero no por ello debemos o deberían existir personas que las mal utilicen, nuestra privacidad está en juego y debemos ser conscientes de aquello.

---

Manejar las redes sociales con responsabilidad, como periodistas informar a la sociedad de manera responsable y generando análisis en las notas.

---

El uso de las mismas debe ser fundamentalmente para fomentar la cultura de respeto y para crear una red de amigos, que pueda servirte de ayuda.

---

Utilizarlas tan solo como un medio de comunicación (lo que es) e informarse. No utilizarlo como medio para críticas destructivas o de “información” de privacidad de los demás.

---

Como periodista buscar alternativas de comunicación por este medio; aportar artísticamente compartiendo música o frases de autoría. La red es un medio público, un espacio imaginario que además se usa para divertirse.

---

No publicar imágenes, mensajes o contenido multimedia que afecte a la sensibilidad o sean ofensivos.

---

Utilizar a la red social como un medio de comunicación y cierto de información, no como un medio de espionaje.

---

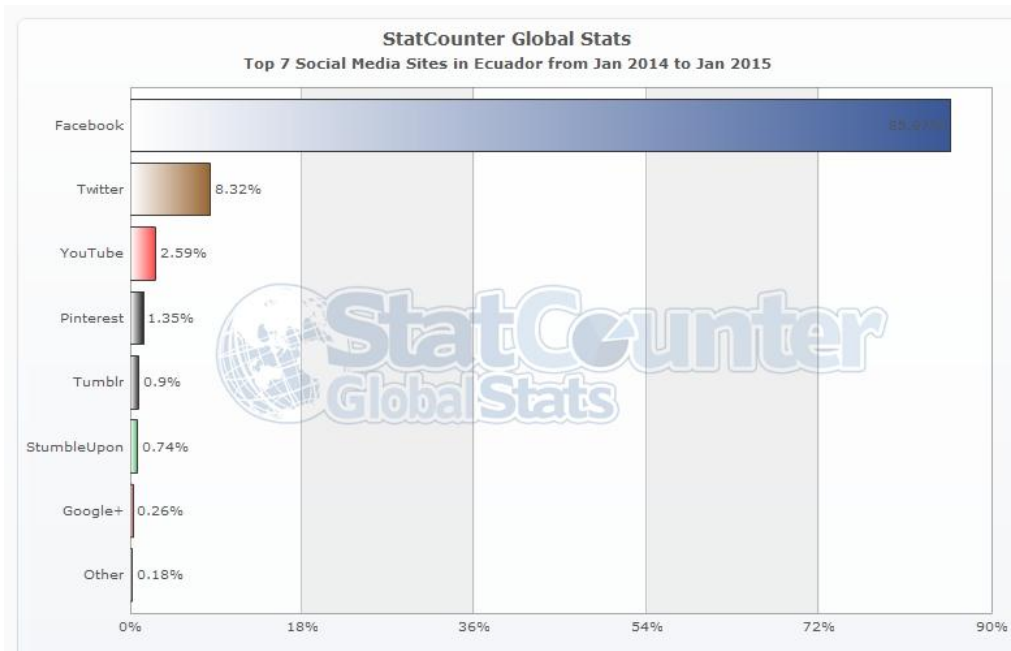
Tener criterio formado para poder discernir, sobre páginas que acumulan conocimientos y aprender. Veamos a la Internet a las redes sociales como un aporte para aprender no para usarlo inadecuadamente.

---

**Análisis:** Las redes sociales sin duda son una de las herramientas que nace a partir de la necesidad de obtener información de personas o mantenerse en contacto. Además la ventaja primordial de uso de las redes sociales inicia cuando por medio de las mismas se puede obtener información casi de manera inmediata y al instante en que se efectúa la noticia.

Como se mencionaba la importancia de las redes sociales es ésta pero a su vez hay que saberla manejar independientemente que esta sea una página personal o laboral las dos deben ser manejadas con responsabilidad, respeto a quienes la leen y generando contenidos no nocivos, lo contrario que aporten con el desarrollo de las ideas y de futuras noticias.

## 11. TOP 7 REDES SOCIALES EN ECUADOR ENE 2014/ ENE 2015



## 12. REDES SOCIALES SON LA NUEVA HERRAMIENTA PARA LOS PERIODISTAS

### Las habilidades del periodista de hoy

Una guía rápida para utilizar en Bolivia las redes sociales y los multimedia de la actualidad

Domino del idioma | Buena ortografía | Saber editar textos

Bagaje cultural amplio con una perspectiva global | Manejo de situación de estrés

- Matemáticas:** Son necesarias para producir noticias; muchas historias se han basado en los números y las estadísticas.
- Diseño:** Los periodistas deben estar familiarizados con el diseño y recibir instrucción en los recursos de la infografía multimedia.
- Las relaciones interpersonales.
- La buena comunicación permitirá recoger información de valor y definir una historia.
- Dominar la redacción periodística**
- Saber contar noticias**
- Diferencias entre información y opinión**
- Aprender a reportear al estilo 2.0, utilizando la multimedia**
- Respeto a los derechos de autor**
- Edición de audio y video**
- Mantenerse actualizado**
- Manejo de cámara de video y grabadora digital**
- Pensar en el idioma de internet**
- Interacción con la comunidad**

INFOGRAFÍA: JULIO HUANCA  
FUENTE: CLASIS DE PERIODISMO.COM

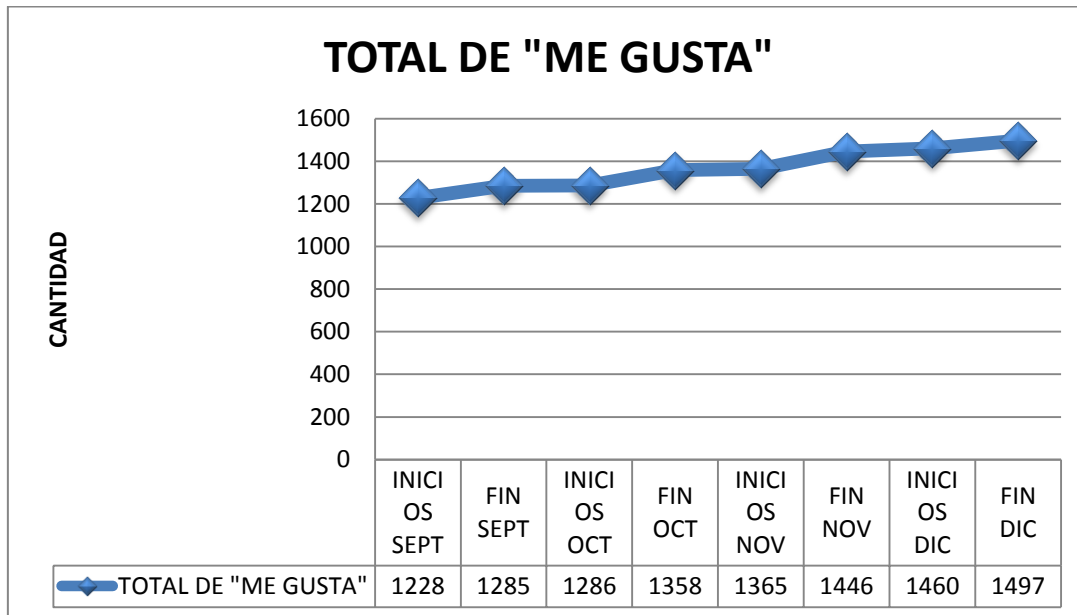
### 13. DATOS INFORMATIVOS PAGINA DE FACEBOOK FCSC-UTE

	<b>DIGITAL</b>
<b>NOMBRE</b>	UTE-Facultad de Ciencias Sociales y Comunicación
<b>CATEGORIA</b>	Educación
<b>PAGINA WEB</b>	<a href="http://www.ute.edu.ec">www.ute.edu.ec</a>
<b>DESCRIPCIÓN</b>	Información Especificada
<b>UBICACIÓN</b>	Quito, Ecuador

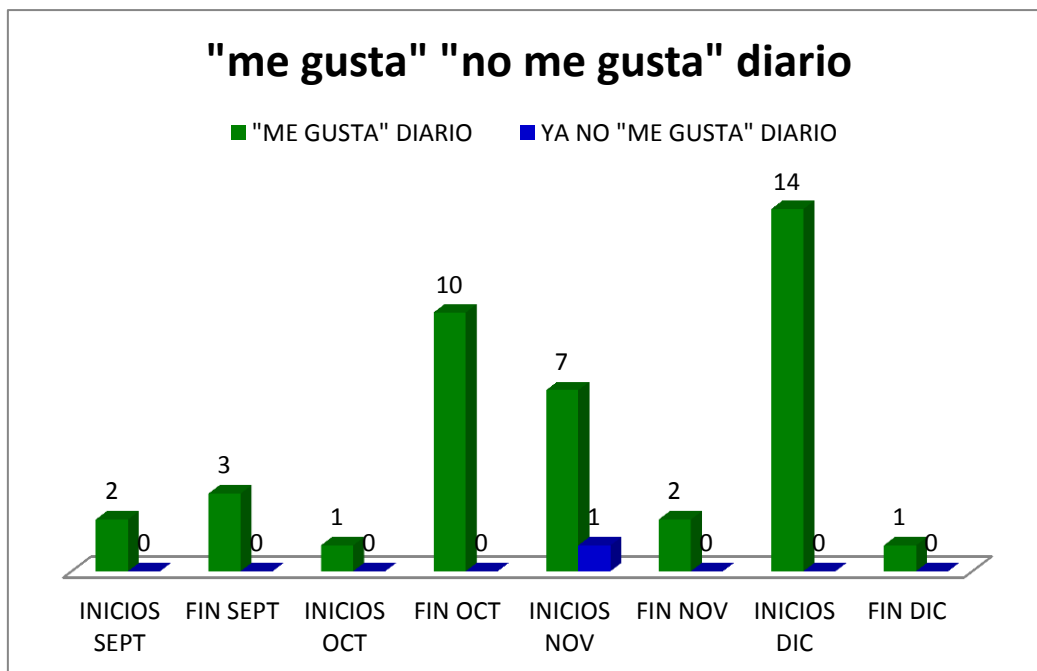
### 14. CUADRO TOTAL "ME GUSTA" FACEBOOK FCSC-UTE

	<b>TOTAL "ME GUSTA"</b>	<b>"ME GUSTA" DIARIO</b>	<b>YA NO "ME GUSTA" DIARIO</b>
<b>INICIOS SEPT</b>	1228	2	0
<b>FIN SEPT</b>	1285	3	0
<b>INICIOS OCT</b>	1286	1	0
<b>FIN OCT</b>	1358	10	0
<b>INICIOS NOV</b>	1365	7	0
<b>FIN NOV</b>	1446	2	1
<b>INICIOS DIC</b>	1460	14	0
<b>FIN DIC</b>	1497	1	0

15. GRÁFICO TOTAL "ME GUSTA" PAGINA FACEBOOK FCSC-UTE



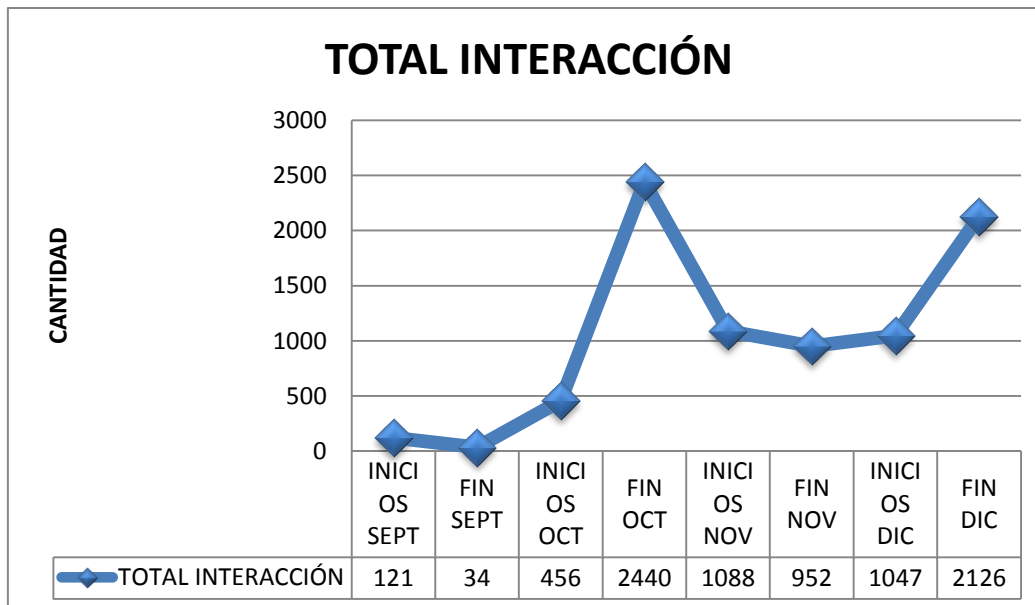
16. GRAFICO "ME GUSTA" DIARIO PAGINA DE FACEBOOK FCSC-UTE



## 17. INTERACCIÓN USUARIOS CON LA PÁGINA

	TOTAL
INICIOS SEPT	121
FIN SEPT	34
INICIOS OCT	456
FIN OCT	2440
INICIOS NOV	1088
FIN NOV	952
INICIOS DIC	1047
FIN DIC	2126

## 18. GRAFICO INTERACCION USUARIOS CON LA PÁGINA





## 19. FOTOGRAFIA PRIMERA PUBLICACIÓN MES SEPTIEMBRE



## 20. FOTOGRAFÍA PUBLICACIÓN COMENTADA



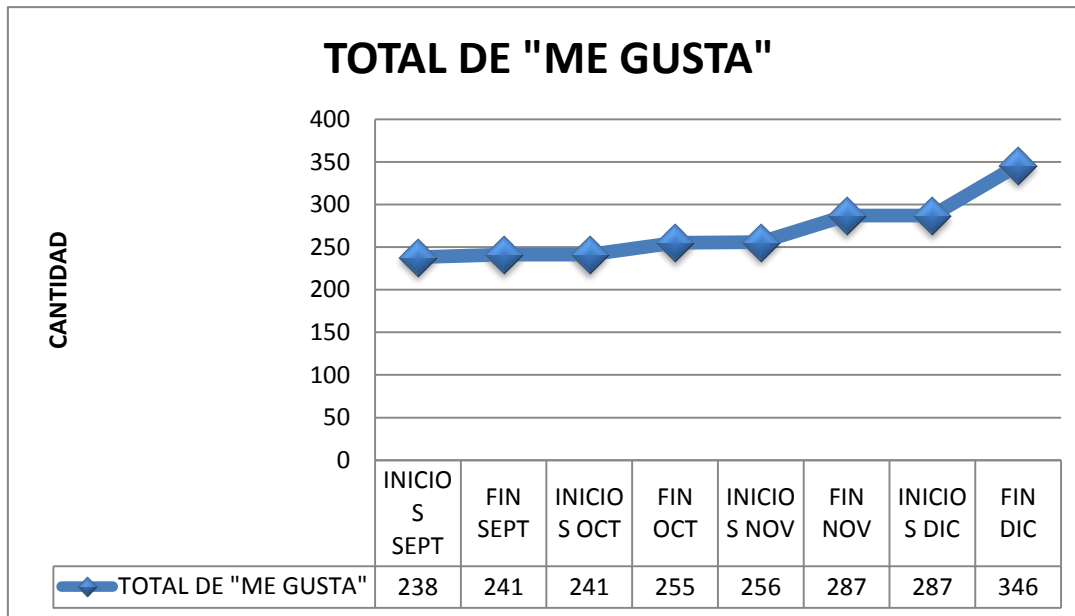
**21. DATOS INFORMATIVOS PAGINA DE FACEBOOK ESCUELA DE PERIODISMO**

	<b>DIGITAL</b>
<b>NOMBRE</b>	UTE-Periodismo
<b>CATEGORIA</b>	Educación
<b>PAGINA WEB</b>	<a href="http://www.ute.edu.ec">www.ute.edu.ec</a>
<b>DESCRIPCIÓN</b>	Información Especificada
<b>UBICACIÓN</b>	Quito, Ecuador

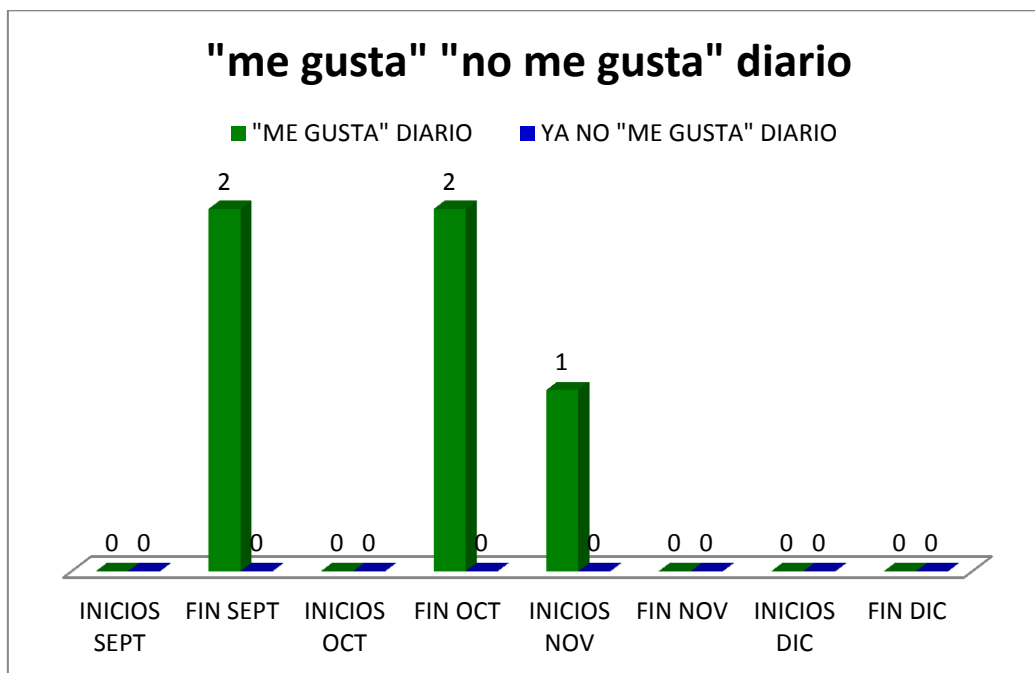
**22. CUADRO TOTAL "ME GUSTA" FACEBOOK ESCUELA DE PERIODISMO**

	<b>TOTAL "ME GUSTA"</b>	<b>"ME GUSTA" DIARIO</b>	<b>YA NO "ME GUSTA" DIARIO</b>
<b>INICIOS SEPT</b>	238	0	0
<b>FIN SEPT</b>	241	0	2
<b>INICIOS OCT</b>	241	0	0
<b>FIN OCT</b>	255	0	2
<b>INICIOS NOV</b>	256	0	1
<b>FIN NOV</b>	287	0	0
<b>INICIOS DIC</b>	287	0	0
<b>FIN DIC</b>	346	0	0

**23. GRÁFICO TOTAL "ME GUSTA" PAGINA FACEBOOK ESCUELA DE PERIODISMO**



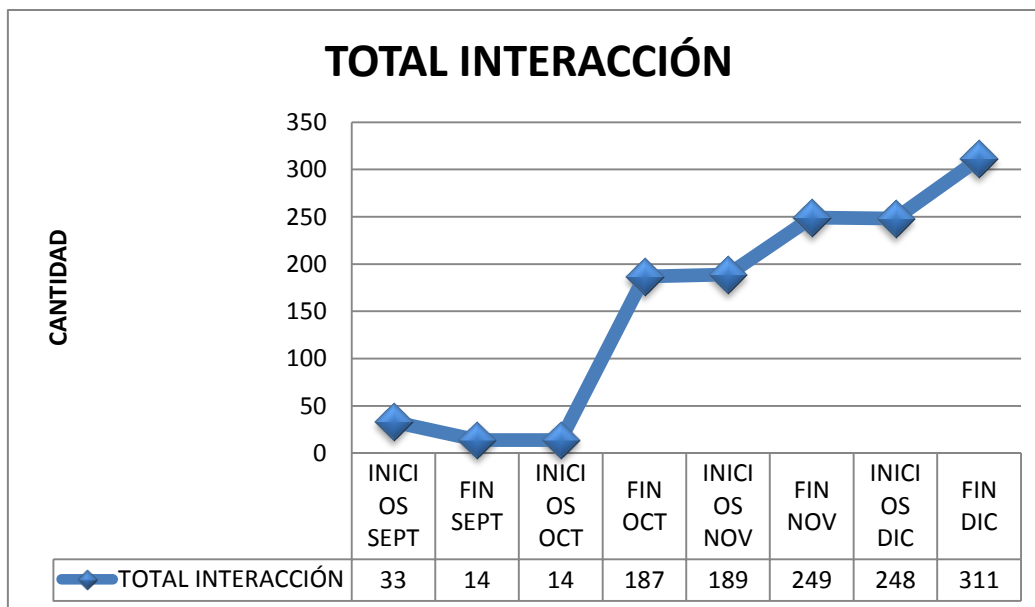
**24. GRAFICO "ME GUSTA" DIARIO PAGINA DE FACEBOOK ESCUELA DE PERIODISMO**



## 25. INTERACCIÓN USUARIOS CON LA PÁGINA ESCUELA DE PERIODISMO

	TOTAL
INICIOS SEPT	33
FIN SEPT	14
INICIOS OCT	14
FIN OCT	187
INICIOS NOV	189
FIN NOV	249
INICIOS DIC	248
FIN DIC	311

## 26. GRAFICO INTERACCION USUARIOS CON LA PÁGINA



## 27. VARIABLE INDEPENDIENTE-EVOLUCIÓN DEL PERIODISMO

CONCEPTUALIZACIÓN	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS BÁSICOS
Periodismo. Profesión investigativa con la finalidad de conceptualizar noticias que sean de relevancia para la sociedad.	Antecedentes etimológicos e históricos.	Etimología	Datos etimológicos
		Clases	¿Cuántas clases de periodismo existen actualmente?
	Periodismo	Géneros periodísticos	¿Cuántos géneros periodísticos hay?
		Periodismo Tradicional y Digital	Antecedentes generales
		Hipertexto	Historia
	Web	Definiciones y significado	

## 28. VARIABLE DEPENDIENTE- USO DE LAS REDES SOCIALES

### CONCEPTUALIZACIÓN    DIMENSIONES    INDICADORES    ÍTEMS BÁSICOS

Redes sociales. Espacios virtuales con un sinnúmero de herramientas que contribuyen a la formación de comunidades virtuales de intercambio social.	Tendencias de los usuarios	Edad	¿Qué edad tiene?
		Sexo	¿Cuál es su sexo?
		Ocupación	¿Cuál es su ocupación actual?
		Tecnología preferida	¿Puede decir qué tecnología usa con mayor frecuencia?
		Interés	¿Qué grado de interés tiene Ud., con las innovaciones y avances tecnológicos?
	Conectividad	Acceso	¿Cree Ud., que las nuevas tecnologías están al alcance de todo el mundo?
		Frecuencia	¿Con qué frecuencia se conecta al Internet?
		Seguridad	¿Cree que la Internet es segura?
		Prioridad	¿Ha dejado de realizar otras actividades desde que utiliza Internet?
		Herramientas	¿Qué servicio utiliza con mayor frecuencia?
	Forma de uso de las redes	Uso	¿Usa alguna Red Social?
		Preferencia	¿Qué red social prefiere?
		Clique	¿Dependiendo la Red Social escogida, alrededor de cuántos amigos tiene?
		Funcionalidad	¿Para qué utiliza las Redes Sociales?
		Tiempo de uso	¿Qué tiempo usa las redes sociales?
		Forma de uso	¿Cree Ud., que usa correctamente las Redes Sociales?
		Credibilidad	¿Cree Ud., que toda la información subida en internet es verdadera?
		Compras	¿Realiza compras por Internet?
		Ética	¿Sabe sobre la reputación que utilizan las Redes Sociales? ¿Alguna vez ha visto gente humillada, insultada o denigrada en las Redes Sociales? ¿Cree que las Redes Sociales son nocivas?
		Alternativas de uso	¿Cuál es su aporte para el correcto uso de las Redes Sociales?

## 29. MODELO DE ENCUESTA

1. ¿Qué edad tiene? \_\_\_\_\_

2. ¿Cuál es su sexo?

<input type="checkbox"/> 1 Hombre	<input type="checkbox"/> 2 Mujer
-----------------------------------	----------------------------------

3. ¿Cuál es su ocupación actual?

<input type="checkbox"/> 1 Estudio	<input type="checkbox"/> 4 Trabajo
<input type="checkbox"/> 2 Otros	

4. De la siguiente lista ¿Puede decir qué tecnología usa con mayor frecuencia?

<input type="checkbox"/> 1 Móviles	<input type="checkbox"/> 5 No usa
<input type="checkbox"/> 2 Internet	<input type="checkbox"/> 6 Otras
<input type="checkbox"/> 3 MP3	
<input type="checkbox"/> 4 GPS	

5. ¿Qué grado de interés tiene Ud. Con las innovaciones y avances tecnológicos?

<input type="checkbox"/> 1 Poco	<input type="checkbox"/> 3 Bastante
<input type="checkbox"/> 2 Algo	<input type="checkbox"/> 4 Mucho

6. ¿Cree Ud. Qué las nuevas tecnologías están al alcance de todo el mundo?

<input type="checkbox"/> 1 SI	<input type="checkbox"/> 2 NO
-------------------------------	-------------------------------

7. ¿Con qué frecuencia se conecta al Internet?

<input type="checkbox"/> 1 Todo el día	<input type="checkbox"/> 3 Una vez al mes
<input type="checkbox"/> 2 Dos o tres veces por semana	<input type="checkbox"/> 4 Nunca

Si su respuesta es NUNCA pasas a la pregunta 19

8. ¿Cree que la Internet es segura?

<input type="checkbox"/> 1 SI	<input type="checkbox"/> 2 NO
-------------------------------	-------------------------------

9. ¿Realiza compras por Internet?

<input type="checkbox"/> 1 SI	<input type="checkbox"/> 2 NO
-------------------------------	-------------------------------

10. ¿Ha dejado de realizar otras actividades desde que utiliza Internet?

<input type="checkbox"/> 1 SI	<input type="checkbox"/> 2 NO
-------------------------------	-------------------------------

11. ¿Qué servicio utiliza con mayor frecuencia?

<input type="checkbox"/> 1 Mails	<input type="checkbox"/> 3 Páginas web
<input type="checkbox"/> 2 Chats	<input type="checkbox"/> 4 Redes Sociales

12. ¿Usa alguna Red Social?

<input type="checkbox"/> 1 SI	<input type="checkbox"/> 2 NO
-------------------------------	-------------------------------

Si su respuesta es NEGATIVA pase a la pregunta 19

13. ¿Qué red social prefiere?

<input type="checkbox"/> 1 Facebook	<input type="checkbox"/> 3 Instagram
<input type="checkbox"/> 2 Twitter	<input type="checkbox"/> 4 Otra (especificar)

14. Dependiendo la Red Social escogida. ¿Alrededor de cuántos amigos tiene?

<input type="checkbox"/> 1 menos de 100	<input type="checkbox"/> 4 más de 500
<input type="checkbox"/> 2 más de 100	<input type="checkbox"/> 5 1000
<input type="checkbox"/> 3 500	<input type="checkbox"/> 6 más de 1000

15. ¿Para qué utiliza las Redes Sociales?

<input type="checkbox"/> 1 hablar con amigos	<input type="checkbox"/> 4 leer noticias
<input type="checkbox"/> 2 conocer gente nueva	<input type="checkbox"/> 5 entretenimiento
<input type="checkbox"/> 3 amigos que no veo	<input type="checkbox"/> 6 relaciones personales

16. ¿Qué tiempo usa las redes sociales?

<input type="checkbox"/> 1 menos de 1 hora	<input type="checkbox"/> 4 5 horas
<input type="checkbox"/> 2 1 hora	<input type="checkbox"/> 5 más de 5 horas
<input type="checkbox"/> 3 3 horas	<input type="checkbox"/> 6 todo el día

17. ¿Cree Ud. Que usa correctamente las Redes Sociales?

<input type="checkbox"/> 1 SI	<input type="checkbox"/> 2 NO
-------------------------------	-------------------------------

18. ¿Cree Ud. Que toda la información subida en internet es verdadera?

<input type="checkbox"/> 1 SI	<input type="checkbox"/> 2 NO
-------------------------------	-------------------------------

19. ¿Sabe sobre la reputación que utilizan las Redes Sociales?

<input type="checkbox"/> 1 SI	<input type="checkbox"/> 2 NO
-------------------------------	-------------------------------

20. ¿Alguna vez ha visto gente humillada, insultada o denigrada en las Redes Sociales?

<input type="checkbox"/> 1 SI	<input type="checkbox"/> 2 NO
-------------------------------	-------------------------------

21. ¿Cree que las Redes Sociales son nocivas?

<input type="checkbox"/> 1 SI	<input type="checkbox"/> 2 NO
-------------------------------	-------------------------------

22. ¿Cuál es su aporte para el correcto uso de las Redes Sociales?

### 30. CRONOLOGÍA DE ENCUESTAS

<b>SEMANA</b>	<b>ASUNTO</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>
<b>1-10 OCTUBRE</b>	Elaboración de la encuesta.	Se realizó la revisión y elaboración de la encuesta.
<b>13-17 OCTUBRE</b>	Presentación de la encuesta y pedidos de permisos.	Se realizó la presentación final de la encuesta y se elaboró los oficios de pedidos de ingreso a las aulas para realizarlas.
<b>20-24 OCTUBRE</b>	Recolección de datos.	Se recibió la aceptación por medio de la coordinadora de la Carrera de Periodismo para ingresar a los cursos en el transcurso del viernes 23 de octubre.
<b>27-31 OCTUBRE</b>	Tabulación.	Se realizó la interpretación y análisis de los datos obtenidos.



### **31. MODELO Y DESARROLLO DE LA ENTREVISTA N.1**

*Entrevista con Verónica López Yáñez, Ecuatoriana, docente universitaria. Licenciada en Publicidad graduada en la Universidad Tecnológica Equinoccial del Ecuador, Máster en Comunicación de la Universidad Andina Simón Bolívar. Community Manager y además posee una especialización en Nuevas Tecnologías de Comunicación. Con 8 años de experiencia.*

#### **¿Cuál es su opinión general sobre los medios digitales en nuestro país?**

En mi opinión, a nivel empresarial los medios digitales están iniciando su desarrollo. Las empresas grandes tienen un mayor manejo en estos medios comparado con las empresas pequeñas, es el caso de los grandes medios de comunicación que poseen ya tecnologías que aportan al crecimiento del mismo y complementan al medio, como ejemplo diario El Comercio, El Extra, El Telégrafo y además de los medios nativos como se los conoce a los medios que están netamente en web.

#### **¿Cree usted que el periodismo digital va de la mano con el periodismo tradicional?**

Sí, me parece que estamos en una etapa de transición. Y se debe ver a esta etapa como una oportunidad para dar un buen uso a las nuevas tecnologías y favorecer al acto comunicacional que hoy en día se maneja a nivel mundial por este medio.

#### **Hablando de la era digital, ¿cree usted que los medios digitales están bien encaminados? es decir; en el país el periodismo digital ¿está bien utilizado?**

Personalmente, pienso que en general se está en una época de aprendizaje en relación a las nuevas tecnologías y el periodismo. El periodista actual no solamente debe conocer el manejo de las nuevas herramientas y de la información, sino también estar conscientes que deben enfrentarse al reto de estructurar la información de manera adecuada en los medios digitales diferente a lo medios tradicionales.

Actualmente observo que en ciertas ocasiones hay problemas en la diferenciación del manejo de la información en medios digitales y tradicionales, este no es el mismo debe diferenciarse en el tradicional el manejo de la información es limitado mientras que en web es extenso pero a pesar de ello la redacción en web debe ser más entendible y elementa lo contrario que en el escrito.

#### **En cuanto a las herramientas digitales. ¿Son utilizadas correctamente? Si bien es cierto y la era digital está acaparando a la mayoría de profesionales y no solo de la comunicación, pero ¿es beneficioso el uso del Internet especialmente para los comunicadores?**

Las herramientas digitales se las debe encaminar para beneficiar a los comunicadores, usando celulares y tablets con Internet, es muy beneficioso si se usa con responsabilidad. Y mucho más si estas son usadas para transmitir información de interés, para mí es una de las cosas más importantes para ejercer el periodismo gracias a aparatos como este hoy en día solo es necesario un plan de datos, una herramienta y encontrarse en el lugar perfecto donde se da la noticia.

**¿Qué puede decir del Internet? Como es de conocimiento las TIC's hoy las NTIC's son el arma primordial para el desarrollo de la comunicación a nivel mundial y dentro de ellas varias herramientas de comunicación como; mails, correos electrónicos después los blogs, video blogs, tutoriales en línea, chat en fin pero y las redes sociales ¿usted está de acuerdo al uso de las mismas?**

Las redes sociales pienso que sirven para encontrar y reencontrar a personas. Me parece que a nivel profesional tienen el beneficio de poder contactar con personas, segmentarlas, compartir y recibir retroalimentación inmediata. Sin embargo observo que existe una gran desconfianza por las políticas de seguridad y transparencia de la información.

**¿Cómo ayudan las Redes Sociales a la comunicación?**

Las redes sociales ayudan en lo anteriormente mencionado y principalmente en la comunicación al poner en común conocimientos de cualquier tipo, noticias, marcas, etc. Además de generar comunidades, cooperar creando opiniones, conocimientos, etc. Y porque no de crear esa inmediatez, un periodista un comunicador debería sacar provecho de la tecnología y aprender a usarla a manejarla correctamente y sobre todo si no puede tener una página profesional o manejar hacer de su página personal una fuente de datos óptimos y valederos.

**A nivel mundial, ¿las Redes Sociales están bien manejadas?**

Existe de todo, es cierto que en otros países por el nivel de acceso y la experiencia en Internet y el manejo en redes sociales, puedo haber un mejor manejo de estas. Pero así mismo pueden ser mal manejadas es más actualmente las redes sociales han sido un medio en el que terroristas y delincuentes usan para lanzar comunicados de terror y obscenidades, ese es el ejemplo claro de que mal se usa hasta en países de alta tecnología no es cuestión de la cantidad es de calidad de contenido, y ahí es donde los periodistas hoy en día los más juzgados en este caso deberían actuar emitiendo contenidos que enriquezcan como decía antes sea en una página de un medio o de un profesional independiente o personal, se puede hacer más que hacer el mal y aprovecharse de estos medios.

**¿Qué puede acarrear el mal uso de las mismas?**

Errores comunes en general que he observado son por ejemplo: Mezclar lo personal con lo profesional, publicar comentarios que afecten directamente a otra persona creando conflictos, publicar información no verificada, no controlar la seguridad, no actualizar la información, publicar contenidos con una baja calidad, etc.

**Como comunicadores y futuros periodistas, ¿qué se podría hacer para que la información emitida por medios digitales sea trabajada y podamos tener fidelidad a lo que leemos?**

Pienso que debe existir un equilibrio, recurriendo a diversas fuentes y principalmente a la verificación en el contenido publicado. Además es importante revisar lo que publican los medios tradicionales para comprobar y cruzar las distintas versiones. Una de las ventajas de estar en la web y al mismo tiempo poder emitir algo escrito hacer de los dos medios complemento uno del otro.

**Para finalizar, usted como experto en medios digitales, ¿cree que la elaboración de un Manual de monitoreo de Redes Sociales nos ayudaría para que utilicemos y manejemos herramientas y comunicación digital de manera correcta?**

Me parece que puede ser una guía de mucha ayuda para estudiantes y profesionales, no es necesario que sea una guía en la que te digan que debes hacer es necesario una guía orientadora que se acople a nuestras ideas para después plasmarlas en la web, en una página en una red social, en donde sea pero que te ayude a decidir, a que cuando escriban en web se me entienda sea algo atractivo que llame la atención.

Como decía no es necesario que nos enseñen a escribir para eso está la educación la práctica pero sí que debo hacerme entender, dejar de escribir filosóficamente e ir a lo simple.

## **32. MODELO Y DESARROLLO DE LA ENTREVISTA N.2**

*Entrevista a Gustavo Ruíz, egresado de la carrera de periodismo de la Universidad Tecnológica Equinoccial.*

**Como estudiante de periodismo, ¿cómo ha visto el aporte de las tecnologías en su carrera?**

La tecnología hoy en día resulta vital para el ejercicio del periodismo, en un mundo de redes sociales e internet, el público exige inmediatez en la información. La tecnología ha cambiado el canal de comunicación y ha permitido que el periodismo consiga inmediatez incluso en la retroalimentación, a su vez exigiendo más sensibilidad a la hora de ejercer.

**La Internet podría ser considerada como un medio de comunicación?**

Sin duda, es un medio de comunicación por excelencia y el más grande de todos, o al menos es un portador de cientos de millones de medios de comunicación. En un mundo globalizado, el internet permite a sus usuarios comunicar desde todas partes del mundo, con menores restricciones que los medios tradicionales, prueba de ellos son eventos históricos como la Primavera Árabe.

**¿Considera que la información de la Internet es fiable?**

La información es variada, hay información fiable y hay información basura, probablemente más basura. Está en la persona integrar filtros a esa información y rescatar la gran cantidad de información útil y aplicable.

**¿Qué influencias tiene sobre usted la Internet?**

Soy un usuario de redes sociales, buscadores, medios y demás. Utilizo el internet mucho más que los medios tradicionales. El internet ha cambiado la forma en la que ejerzo mi profesión, desde hace mucho lo utilizo para entretenimiento y mucho más para trabajo.

**¿Maneja redes sociales?**

Claro, para trabajo y entretenimiento.

**Si usa redes sociales, ¿cuáles son las que utiliza?**

Facebook, Twitter y YouTube con más continuidad.

**Dependiendo de la red social que más usa, ¿por qué no usa otras como Twitter, MySpace, LinkedIn?**

MySpace es una red social en desuso, redes como Twitter y Whatsapp me han permitido conseguir contactos clave para mi trabajo, otras redes sociales como LinkedIn y MySpace no me sirven para entretenimiento (dado que mi círculo social no las usa) y mucho menos para trabajo, por las razones ya explicadas.

### **¿Cómo ha influenciado las redes sociales en su carrera de comunicador?**

Son extensamente útiles, allí se pueden formar extensos debates que incluso definen tu posición en un tema específico. Además te permiten entender lo que piensa un segmento sobre la coyuntura.

### **¿Cómo usas las redes sociales? ¿Con que finalidad?**

Entretenimiento y trabajo.

**Por medio de redes sociales se ha visto censura de contenidos, un ejemplo de ello es el ataque del gobierno a una página llamada CRUDO ECUADOR, cree que es una forma de reprimir a la libertad de expresión hasta por medios digitales. ¿Qué opina sobre este tema?**

Sin duda, creo que es una forma de represión de la libertad pero por sobre todo creo que es una estrategia de distracción. Ecuador vive este año y vivirá el siguiente un año de crisis y el gobierno mediante su departamento de comunicación ha logrado desvincular el debate de su fracaso en el cambio de la matriz productiva, reflejado en la supe dependencia petrolera, a un debate sobre un anónimo que crea “memes” en una página de Facebook y Twitter. Una estrategia de desviación muy útil que ya le ha sido funcional en varias ocasiones previas, pero esta es la primera vez que se usa las redes sociales como medio.

### 33. MODELO Y DESARROLLO DE LA ENTREVISTA N.3 vía skype

*Entrevista a Rodolfo Salazar, presidente y CEO de ideaworks de El Salvador en Centro América con más de 20 años de experiencia en tecnología global, telecomunicaciones y relaciones corporativas. Trabajó para Microsoft, Dell y Telefónica en Centro América. Además es asesor digital de grandes corporaciones. Respetado y reconocido como un líder de opinión, el origen, el orador invitado para eventos corporativos y gubernamentales y consultor privado para la Responsabilidad Social Corporativa, Reputación, nuevos medios y tecnologías web.*

Después de recibir la negativa de ciertos expertos en el tema, en la búsqueda por la web hubo un artículo muy interesante acerca de las redes sociales y su impacto en la opinión pública de usted, con quien me puse en contacto vía Skype y quien sin pensarlo accedió a tener una cita académica para el desarrollo de esta investigación.

La pregunta es solamente una y la que interesa, y se da por las últimas repercusiones a las redes sociales por mal manejo de las mismas.

#### **¿Cuál es el impacto de las redes sociales en la opinión pública?**

- Fórmula de la información; información es igual a autoridad por notoriedad sobre nivel de frecuencia.
- La autoridad, se da cuando un comentario, crítica u observación está en un medio de comunicación por un tiempo muy prolongado, en este caso las redes sociales, se habla mucho de algo, de un tema y este permanece es cuando se crea autoridad.
- Mientras la notoriedad se da de la fama de este tema, es por ello que autoridad sin notoriedad no tiene influencia.
- Las redes sociales difunden la información para crear notoriedad, es decir; fama.
- Además las opiniones se fragmentan de tal forma que pueden ser de forma transparente.
- Por el manejo de las redes sociales estamos en una época de hipertransparencia, donde se puede usar la información positiva y negativamente.
- Las mentiras generadas en la red se autocorrigen, es decir; la gente o el grupo de personas se encargan de verificarla o negarla.
- Lo más importante que se puede ver en medios digitales, en los medios tradicionales bajo el poder de pocos se pierde.
- En cuanto al periodismo y la comunicación, actualmente el 94% de comunicadores que tienen acceso al internet ven a la misma como una fuente principal de información.

**En el Ecuador el término de hipertransparencia no es conocido. ¿Podría explicarlo de mejor manera?**

Estamos en un tiempo de hipertransparencia, actualmente no vivimos en un mundo real ahora el mundo real está en la web, y aquí es donde quien recibe la información puede aceptarla y manejarla de acuerdo a las necesidades, positiva o negativamente.

El ser humano que está en redes es capaz de lograr delimitar la reputación en las publicaciones en comunidades virtuales.

### 34. MODELO Y DESARROLLO DE LA ENTREVISTA N.4

*Entrevista a Christian Zurita Ron, periodista, reportero de investigación de la revista Vistazo, jefe de investigación de Teleamazonas, editor de investigación de diario Expreso. Actualmente periodista de investigación de diario El Universo. Además autor del libro “El Gran Hermano”.*

#### **¿Cómo está la libertad de expresión en las redes sociales en Ecuador?**

Las redes sociales actualmente no son controladas ni por la Ley de Comunicación ni su reglamento, pero este último puede ser reformado ya que su contenido es elaborado por el Ejecutivo. Puede cambiar cuando ellos lo dispongan y por eso el posible control está más cerca de lo que creemos, recordemos que los contenidos son vigilados por la Superintendencia de Comunicación, que es un organismo de justicia paralela para la prensa. Las redes sociales hasta ahora no están a su alcance administrativo pero ello no impide enjuiciamientos por opiniones vertidas en Internet. Es posible que podamos ver casos de juicios penales en contra de blogueros y tuiteros. Esto no quita que exista un control arraigado sobre las redes y sus contenidos. El gobierno de Rafael Correa mediante la Secretaría de Comunicación del Estado utiliza empresas en el extranjero que controlan supuestamente los contenidos con derecho de autor. Un ejemplo es la empresa Ares Right que ha sacado del aire a tuiteros por mal utilizar -dicen ellos, claro- imágenes del Presidente Rafael Correa. Se ha evidenciado que esa misma empresa ha logrado bloquear cuentas de Twitter con contenidos críticos al régimen. La sociedad también ha podido constatar que empresas alineadas al pensamiento del gobierno del Ecuador manejan o representan a las grandes empresas de las redes sociales: el ejemplo más claro es que Ximah Digital, empresa cuyos funcionarios han estado indirectamente vinculados a la SECOM, representan a Twitter en Ecuador. Ximah Digital ha cerrado cuentas importantes y se cree que estuvo en el bloqueo de “Crudo Ecuador”. En esencia, existe un supremo interés de controlar las redes.

#### **¿Cómo históricamente un periodista cree que Rafael Correa ha censurado a las redes sociales? antes se censuraba redes?**

Históricamente no hay forma de evaluar la censura en redes. Se trata de un gobierno que efectivamente busca condiciones de acallar las voces críticas, pero no sabemos sus alcances en el tiempo.

Tampoco existe claridad en la forma en que pueden censurarse, se trata de un sistema por demás grande, por demás complejo, que las acciones de un gobierno pueden parecer efectivas en la censura pero imposibles de controlar. En definitiva la lucha contra la censura de las redes es casi imposible.

Es una batalla perdida. Claro que existen excepciones, China es un ejemplo de eso y de darse el caso, el mundo estará perdido, o al menos habrá perdido su libertad.



### **30. MODELO Y DESARROLLO DE LA ENTREVISTA N.5**

*Entrevista a Renato Barros, diseñador gráfico, profesor universitario experto en comunicación digital y administrador responsable de las redes sociales de la Facultad de Ciencias Sociales y Comunicación- UTE.*

**A breve rasgos, ¿qué es la web y cómo se dio su evolución? Es decir desde web 1.0 a web 4.0. ¿Cómo se dio esta evolución mencionada anteriormente en las páginas sociales de la Facultad?**

La web es un proceso de información que nace con la necesidad de la globalización, el desarrollo tecnológico, el hecho de compartir información a otros campos y mundos donde se derivan en la creación de muchos canales de comunicación entre ellos el desarrollo de la web.

En cuanto a la evolución de las páginas de la facultad ante el desarrollo de la tecnología, las TIC's que entraron en vigencia y la necesidad de comunicar todo a través de medios rápidos y baratos se generan las páginas de las redes sociales, pero en principio no se manejan de forma correcta sino más bien empíricamente y teniendo resultados a corto plazo se ve la necesidad de que las manejen gente que sabe de mejor manera y obteniendo mejores resultados.

**Educativamente, ¿cómo se utiliza a las páginas sociales?**

Educativamente se basa en dar información relevante sobre las profesiones, tips y nuevas tecnologías que aparecen en las carreras, se comparte información importante más no se genera información, esto es una debilidad. Pero el mayor uso es en informar sobre eventos y actividades de la carrera.

**¿Cuál es la función principal de la web en relación a la Facultad?**

No existe ninguna conexión de la web en relación a la facultad primero porque la web que se maneja no tiene una actualización periódica

**¿Cuál es la relación entre web y redes sociales, cómo se asocian la una con la otra?**

Tienen que ir de la mano ya que la web es la fuente de información y las redes sociales son la fuente de socialización y que generan tráfico en la web, deben ir de la mano pero en el caso de la facultad no hay relación entre ambas y eso también se debe a que la web de la facultad está administrada por la universidad y no por la facultad.

**¿Qué es el hipertexto?**

El hipertexto son los enlaces que tiene una información con el fin de contextualizar o dar mayor información al lector esto enriquece más el texto y genera mayor conocimiento

### **¿Cómo se maneja al hipertexto en las páginas sociales de la facultad?**

Todos los hipertextos que se manejan en la facultad son externos no existe un contenido propio, por temas ajenos al manejo de la web de la facultad.

### **35. MODELO Y DESARROLLO DE LA ENTREVISTA N.6**

*Entrevista a Héctor Ávalos, ingeniero en informática y sistemas, responsable del Departamento Académico del Instituto de Informática y Computación de la Universidad Tecnológica Equinoccial.*

**Podría comentarme usted, ¿cómo ha sido la evolución de la Internet en la Universidad?**

Haber, ha ido evolucionando en primera instancia de acuerdo a la tecnología a lo que la universidad de acuerdo a sus necesidades habido un crecimiento bastante grande, al inicio fue solamente en el campus matriz que queda en la Burgeois y Rumipamba existía la red de datos para la parte administrativa, para los estudiantes, para los laboratorios en particular si me refiero a los del IDIC estos contaban ya con internet cuando yo llegue a ser profesor en el año 2010. Como le digo ha ido evolucionando por la necesidad de crecimiento de la institución y por ejemplo hoy estamos aquí en el campus Occidental y así mismo para todos los edificios que existen todos tienen conexión a Internet a través de fibra óptica.

**¿Y de red inalámbrica?**

No necesariamente de red inalámbrica la inalámbrica es el servicio que todos podemos tener fuera de las instalaciones obviamente dentro de un rango de distancia, en realidad no tengo claro pero será de 100 metros a la redonda donde estén los aparatos.

**¿Una red inalámbrica que tenga el alcance de todo el campus?**

Si así es, de ahí la universidad esta interconectada existe el Intranet no cierto, el servicio es completo aquí en la Universidad.

**¿El campus virtual sería uno de estos servicios?**

Eso es otra cosa, es una herramienta de software desarrollada en la universidad.

**¿Puede tener algo de relación con lo que son las webs 1.0/2.0 o el uso de herramientas de hipertexto?**

Eso es diferente, haber primero a través de Internet todo mundo puede tener acceso a la información que está en Internet. Otra cosa es el campus virtual que nosotros tenemos a disposición para estudiantes, profesores, administrativos, sí. Y otra cosa es la web 2 a la que la universidad está suscrita a través de cedia creo que es la institución a la que la universidad es miembro y entonces tenemos acceso a la web 2.

**Usted como ingeniero en informática y sistemas, este tesis pretende desarrollar temas básicos acerca de lo que es la web y el hipertexto, notablemente estas herramientas son más de software, ¿qué es esto de la web y el hipertexto?**

La web es Internet a la que se accede a través de medios tecnológicos y donde nosotros en la web tenemos todo tipo de información y esta información obviamente es

alimentada por cualquier persona de cualquier institución, otra cosa es en sí la información a la que nosotros accedimos por ejemplo si yo quiero consultar algo sobre educación superior entonces voy a través de Internet a la web y accedo a una página web y en esa página web esta la información que yo requiero consultarla, eso respecto a la web. Ahora un hipertexto como tal son los documentos que están en la web en algún formato en particular, ese es un hipertexto o sea son documentos que están en Internet a lo que nosotros accedimos.

**¿Es decir, en sí la web y la página web son dos cosas relacionadas pero diferentes?**

Por su puesto.

**¿Estos términos como se los aplica aquí en la universidad?**

Como se los aplica, bueno de hecho todos tienen su definición propia de aplicarlos los términos como tal no más bien es el conocimiento para diferenciarlos.

**¿Es decir, probablemente la plataforma virtual sería un uso de esas herramientas?**

Haber la plataforma virtual es un conjunto de programas que sirven para que el estudiante o todas las personas que tienen que ver en el ámbito académico se sirve de esta herramienta y el aprendizaje se facilite tanto para es estudiante como para el docente.

**¿Qué se la maneja en la web?**

Esta puede estar en un servidor, el campus virtual pensemos en conjunto es un software, un programa de computadora para que sea accedido y consultado o tener el servicio de las herramientas de este campus virtual, este debe estar almacenado en un sitio y ese sitio se llama servidor, para acceder a través de Internet a este servidor obviamente tiene que ser un servidor web que se llama, entonces eso es lo que hacen los estudiantes con su cuenta, usuario y clave, acceden a través de Internet al uso de este programa o de este servicio.

**¿Y los documentos que están en las páginas y en la web que serían los denominados hipertexto?**

Sí, así es, correcto.

## 36. MODELO Y DESARROLLO DE LA ENTREVISTA N.7

*Entrevista a Wilton Largo, ingeniero en informática y sistemas, responsable del Departamento Técnico del Instituto de Informática y Computación de la Universidad Tecnológica Equinoccial.*

El Departamento Técnico del IDIC se encarga de lo que es el mantenimiento de computadoras, estructura de red y ahí está el tema de Internet.

### **Básicamente lo que se pretende saber es acerca del nacimiento y la evolución de la Internet en la universidad, ¿Cómo nació?**

Yo creo, si mal no recuerdo esto debe ser en el año 1994-1995, yo estoy acá desde el 95 pero cuando yo llegué ya había Internet, había un enlace de 64Kbps (kilobit/seg) creo que había, que había solo en la biblioteca un laboratorio muy pequeño luego se cambió ya tuvimos en algunas aulas, posteriormente se amplió a toda la universidad ya se daba el servicio a las oficinas y de 64Kbps subimos a 512Kbps.

### **¿Eso es en cuanto a velocidad?**

Si velocidad, me imagino que después subimos a 1Mega y bueno ha ido avanzando, la última vez en el 2014 estábamos con 300Megas actualmente estamos en el 2015 desde finales de agosto del 2014 con 600Megas que ya los distribuimos de alguna forma; 400Megas para Quito, 150Megas para Santo Domingo y 50Megas para Salinas esos son los anchos de banda como están distribuidos en cuanto a velocidad.

### **¿Todo se distribuye desde aquí?**

Así es

### **¿No existe una red en cada una de los campus?**

Haber, el ancho de banda está distribuido o sea el proveedor dice haber yo tengo 600Megas para ti, cómo quieres ponerlas. Por su puesto Santo Domingo sale directo desde el proveedor para allá, Salinas sale directo el Internet y aquí también salimos directo.

### **Estos son datos que por ejemplo yo, no conocía. En los años de existencia (1994), relativamente en cuanto a conectividad antes la conexión era por cable hoy por red inalámbrica, pero ¿qué ventajas da esta cambio?**

Hoy en día todo el mundo tiene un dispositivo móvil, tienes tu Smartphone yo diría casi el 100% de las personas, entonces vienes acá donde existe red inalámbrica y activado su Smartphone y se conectan a la red de la universidad para chequear sus correos en línea y cosas por el estilo, aunque cuando se tiene el ancho de banda limitado también hay limitado el servicio para los estudiantes por eso hoy en día el servicio es mucho más abierto aunque hay cosas que no puedes habilitarle por ser una institución educativa entonces no puedes dejar todo abierto para la navegación.

**¿Ustedes cómo trabajan con las redes de la universidad pueden saber a dónde acceden los alumnos? ¿Páginas, redes sociales?**

Claro por supuesto las redes sociales son las más visitadas por todos YouTube, Facebook.

**¿Y aquí los alumnos visitan más redes sociales? ¿Educativamente en que nos ayuda el uso de comunidades virtuales?**

Por supuesto, pasan conectados. Educativamente las comunidades virtuales como Facebook tiene más acogida por el hecho de las herramientas que da esta red, se podría mencionar a YouTube por ser un espacio para compartir videos que además es útil en el aprendizaje en la comunicación, en fin en varios aspectos. Además la Universidad Tecnológica Equinoccial da al alumno ciertas herramientas de uso en la web como la Intranet o el campus virtual que educativamente es un complemento a la educación, de igual manera las redes sociales pueden llegar a ser una herramienta para fines pedagógicos y de comunicación.

**Podría decirme tal vez ¿qué red social es más visitada?**

Esos datos no los tenemos, la verdad ese tema no es tomado en cuenta.

**¿Es por privacidad de los alumnos?**

No por privacidad, la intención no es saber a dónde se conectan o que hacen, no hacemos esos análisis. El IDIC lo único que le interesa es dar el servicio dependiendo de las necesidades de los alumnos, es decir si los estudiantes requieren más ancho de banda para lo que están haciendo nosotros vemos la posibilidad de subir el ancho de banda pero no nos dedicamos a investigar si el estudiante visita más Facebook o si le sirve o no le sirve. Nuestra función es más técnica que analítica.