



Uleam

UNIVERSIDAD LAICA “ELOY ALFARO” DE MANABI

FACULTAD DE COMUNICACIÓN

CARRERA PERIODISMO

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL GRADO DE:
LICENCIADO / A EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN, MENCIÓN
PERIODISMO**

TEMA:

**LA RED SOCIAL TWITTER EN LA DIFUSIÓN DE INFORMACIÓN DE LOS
PERIODISTAS DE LA CIUDAD DE MANTA**

AUTOR:

BASURTO ALCIVAR ANDRES ALEXI

TUTOR:

LIC. CARLOS CEDEÑO MOREIRA, MG.

MANTA - MANABÍ - ECUADOR

2018

TEMA:

**LA RED SOCIAL TWITTER EN LA
DIFUSIÓN DE INFORMACIÓN DE LOS
PERIODISTAS DE LA CIUDAD DE
MANTA**

CERTIFICACIÓN DE AÚTOR

Certifica que la presente tesis sobre el tema: “**LA RED SOCIAL TWITTER EN LA DIFUSIÓN DE INFORMACIÓN DE LOS PERIODISTAS DE LA CIUDAD DE MANTA**” previo a la obtención del Título de Licenciado en Ciencias de la Comunicación mención Periodismo, ha sido realizado por el señor **ANDRES ALEXI BASURTO ALCÍVAR**, bajo la tutoría y la dirección cumpliendo con todos los requisitos legales establecidos por la Universidad Laica “Eloy Alfaro” de Manabí por lo que autorizo su presentación.

Lic. Carlos Cedeño Moreira. Mg

DECLARACIÓN DE AUTORIA

YO, **Andres Alexi Basurto Alcívar**, declaro que este proyecto de investigación que presento sobre el tema “**LA RED SOCIAL TWITTER EN LA DIFUSIÓN DE INFORMACIÓN DE LOS PERIODISTAS DE LA CIUDAD DE MANTA**” previo a la obtención del Título de Licenciado en Ciencias de la Comunicación mención Periodismo, es auténtico y original y que los derechos de autoría corresponden a la Universidad Laica “Eloy Alfaro” de Manabí.

Basurto Alcivar Andres A.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a mis padres por el apoyo que me han dado en estos cuatro años de estudios universitarios, y que sin ellos habría sido imposible lograr este objetivo. A todos los que estuvieron dándome palabras de aliento cuando quise desmayar en estos cuatro años de estudios.

DEDICATORIA

Dedico este trabajo de tesis en primer lugar a Dios por permitirme estar con vida, por darme la fortaleza para no desistir y poder cumplir con este sueño. A mis padres por haber sido un pilar fundamental en mi vida y apoyarme en todo momento de manera incondicional durante esta etapa.

RESUMEN

Las nuevas tendencias del periodismo han hecho que evolucionen a las nuevas plataformas digitales y que a su vez que cambien los géneros periodísticos dentro de una sociedad web que busca la información generada cada vez más rápido. Estudios demuestran que de cada 10 personas 6 utilizan la red social Twitter para informarse con tan solo 140 caracteres y una imagen que la acompañe a la información, en el Ecuador esta plataforma comenzó a tener impacto dentro de los comunicadores desde el año 2010 y de a poco coge más fuerza.

ÍNDICE

DEDICATORIA	vi
ÍNDICE	viii
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I.....	3
1. MARCO CONCEPTUAL.....	3
1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	3
1.1.1. Definición del problema.....	3
1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	6
1.2.1. Pregunta principal	6
1.2.2. Preguntas derivadas- sub preguntas	6
1.3. DELIMITACIÓN.....	7
1.3.1. Delimitación Espacial	7
1.3.2. Delimitación Temporal	7
1.4. OBJETIVOS:	8
1.4.1. Objetivo General	8
1.4.2. Objetivos Específicos.....	8
1.5. JUSTIFICACIÓN	9
1.6. VIABILIDAD LEGAL	10
2. ESTADO DEL ARTE.....	11
CAPÍTULO II	16
3. MARCO TEÓRICO.....	16
3.1. EL PERIODISMO Y SU EVOLUCION EN LA WEB.....	16
3.1.1. La comunicación y el periodismo en la era digital.....	16
3.1.2. Géneros periodísticos como una tradición dentro de la comunicación	18
3.1.3. El periodismo dentro de la sociedad web.....	20
3.2. LAS NUEVAS PLATAFORMAS DIGITALES PARA COMUNICAR EN EL PERIODISMO	22
3.2.1. Las redes sociales en el periodismo	22
3.2.2. Twitter como herramienta para informar	23
3.3. LA COMUNICACIÓN DENTRO DE LA ERA DIGITAL	26
3.3.1. Twitter como plataforma del periodismo del siglo XXI	26
3.3.2. Como comunicar en 140 caracteres	28
3.3.3. Twitter dentro del periodismo ecuatoriano	30

CAPÍTULO III.....	33
4. MARCO METODOLÓGICO Y ESTUDIO DEL CAMPO	33
4.1. HIPÓTESIS.....	33
4.2. VARIABLES	33
4.2.1. Variable independiente.....	33
4.2.2. Variables dependientes.....	33
4.3. DISEÑO METODOLÓGICO DE LA INVESTIGACIÓN	33
4.3.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN.....	33
4.3.1.1. Investigación científica	34
4.3.1.2. Investigación de campo.....	34
4.3.1.3. Investigación explicativa y descriptiva	34
4.4. MÉTODOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	34
4.4.1. Método Deductivo.....	34
4.4.2. Método Analítico	35
4.5. MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN.....	35
4.5.1. Cuantitativa	35
4.5.2. Cualitativa	35
4.6. TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN.....	35
4.6.1. Encuestas.....	35
4.6.2. Observación.....	36
4.7. INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN	36
4.8. DETERMINACIÓN DE LA POBLACIÓN	36
4.8.1. Universo	36
4.8.2. Muestra.....	36
5. ESTRATEGIA DE DIFUSIÓN / APLICACIÓN PRÁCTICA	39
5.1. PROPUESTA.....	39
5.2. FUNDAMENTOS	39
5.3. POSIBLES ACTIVIDADES	39
6. CONCLUSIONES	40
7. RECOMENDACIONES	41
8. CRONOGRAMAS DE ACTIVIDADES	42
9. RECURSOS GENERALES.....	43

9.1.	Recursos humanos.....	43
9.2.	Recursos materiales.....	43
10.	BIBLIOGRAFIA	44

INTRODUCCIÓN

Desde la aparición de las redes sociales dentro de la sociedad, son una herramienta importante para poder comunicar y a su vez poder conocer sobre lo que sucede a nivel mundial. Este nuevo medio de comunicación revoluciono a la nueva era de comunicar que junto a la digitalización ayuda para el desarrollo de una colectividad totalmente digitalizada.

Las redes sociales que mayor impacto han tenido en la actualidad son Facebook y Twitter, la mayor parte de usuarios se encuentra dentro de estas plataformas, Twitter tiene aproximado de 175 millones de usuarios registrados alrededor del mundo siendo solo superada por Facebook. (Arrabal y De Aguilera 2016).

Es interesante la estructura de comunicación de esta plataforma digital que, con solo 140 caracteres, minimiza el contexto de la información al máximo permitiendo una interacción entre emisor y receptor llegando a intercambiarse los papeles donde el emisor se convierte en receptor y el receptor se convierte en emisor.

La comunicación en Twitter se ha convertido en una de las herramientas importantes para los periodistas, según estudios, se siente cómodos por su formato y por su influencia que pueden lograr a tener en esta red social dentro del internet.

Esto hace que; “Por su rapidez para transmitir mensajes, Twitter permite una interacción directa, pero esta debe ser manejada con mucha cautela”. (Costa, 2015, p18). No solo los periodistas abarcan una información dentro de su lugar de trabajo si no lo hace en su cotidianidad.

En Ecuador esta red social toma fuerza después de los hechos del 30 de septiembre del 2010, donde Twitter fue una herramienta imponente en los ciudadanos y periodistas para dar a conocer lo que sucedido minuto a minuto sobre este hecho de importancia a nivel nacional.

La finalidad de esta investigación es conocer si los comunicadores de la ciudad de Manta utilizan esta red social como herramienta y a su vez saber cuál es el manejo que le dan dentro de la cotidianidad. Este estudio se lo realizara en 127 periodistas que están activamente laborando en medios de comunicación locales.

CAPÍTULO I

1. MARCO CONCEPTUAL

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1.1. Definición del problema

Las redes sociales en la actualidad son una de las fuentes de información más recurrentes para los ciudadanos y los periodistas, lo cual ha hecho que los individuos se adapten a estas nuevas formas comunicativas del siglo XXI. En este sentido, las redes sociales son espacios que van más allá de lo informativo, “crean comunidad y delimitan un nuevo entorno. La comunicación ya no es unidireccional, como sucedía en los medios tradicionales, donde había un emisor que transmitía un mensaje al receptor” (Roque Rivas, 2016, p2). Esta pérdida de unidireccionalidad implica que los roles, antes bien definidos de emisor y receptor, se tornen cambiantes, y a ratos, generan una nueva figura, a la que algunos llaman prosumidores (que producen y consumen información).

Una de las redes sociales digitales más utilizadas es Twitter, que actualmente cuenta con un aproximado de 175 millones de usuarios registrados alrededor del mundo, siendo solo superada por Facebook. Arrabal y De Aguilera (2016, p10) mencionan que este microblogging nació en el 2006 para convertirse en “una voz singular en el concierto polisémico de las redes sociales”, porque busca dar a conocer una información relevante en 140 caracteres, y una constante actualización de contenidos.

El crecimiento del internet ha hecho que el mundo de la comunicación evolucione y se convierta en una de las herramientas de amplio uso para los periodistas, quienes se han

sumergido en las redes sociales entre ellas Twitter, con las que pueden informar, argumentar o debatir temas relacionados a los intereses sociales de la colectividad.

Arrabal y De Aguilera (2016) dan a conocer el manejo de esta red social por su particular forma de interactuar con los usuarios, por lo que ha sido bien acogida entre los comunicadores de España, quienes se sienten especialmente cómodos en Twitter por su formato, próximo a los titulares o breves en lo que detalla la importancia de la noticia, observando la influencia que logra tener Twitter dentro del internet.

Los periodistas usan esta red para comunicar, que es de utilidad para circular un hecho noticioso de último momento o informe relevante que tenga datos informativos sobre el asunto, (Samaniego 2014). La interacción periodística mediante esta red social se puede manejar de una manera explícita, en la cual se logre interactuar con los internautas durante la información que se genera.

Ya en el contexto nacional, (Samaniego, 2014, p22) menciona: “En Ecuador esta red se hizo famosa luego de los hechos ocurridos el 30 de septiembre de 2010 (#30s). Mediante Twitter se generó noticia y ese fue un canal para llegar a las masas.” Este fue uno de los hechos más importante en Ecuador, donde la influencia de las redes sociales en el país tuvo gran impacto por lo que se generaba en los contenidos, en base a la información se daba a conocer de una forma rápida para los usuarios.

En el país esta nueva forma de comunicar se está implementando para dar a conocer los hechos. Por ende, se busca investigar el manejo de la red social Twitter en los periodistas de Manta, monitorear la influencia que tiene al momento de entregar una

información nueva al público, la frecuencia de publicaciones que realizan diariamente y si esas publicaciones son tomadas de otros medios o son de su propia autoría.

Teniendo en cuenta la evolución de las redes sociales en el país se formula la siguiente pregunta, ¿Cuál es el aprovechamiento que dan los periodistas de Manta a la red social Twitter, en la generación de contenidos informativos?

1.2.FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

1.2.1. Pregunta principal

- ¿Cuál es el aprovechamiento que dan los periodistas de Manta a la red social Twitter, en la generación de contenidos informativos?

1.2.2. Preguntas derivadas- sub preguntas

- ¿Cuál es el uso que se le da a red social Twitter, los periodistas de la ciudad de Manta?
- ¿Cuáles son los géneros periodísticos usados por los periodistas de la ciudad de Manta, a la red social Twitter??
- ¿Cuál es el ámbito en el que se enfocan los periodistas para dar a conocer información mediante esta red social?

1.3.DELIMITACIÓN

1.3.1. Delimitación Espacial

Esta investigación se realizará en la ciudad de Manta, provincia de Manabí, sobre el estudio del manejo de Twitter de los periodistas de la ciudad que activamente se encuentran ejerciendo su profesión.

1.3.2. Delimitación Temporal

La investigación será a desde el mes de agosto del año 2017 hasta el mes de noviembre del año 2017, que será la entrega del trabajo realizado.

1.4.OBJETIVOS:

1.4.1. Objetivo General

- Investigar el manejo que le dan los periodistas de la ciudad de Manta a la red social, en la generación de contenidos.

1.4.2. Objetivos Específicos

- Identificar el uso que le dan a la red social Twitter, los periodistas de la ciudad de Manta.
- Analizar el ámbito en el que se enfocan los periodistas de Manta para dar a conocer información en esta red social.
- Capacitar a los periodistas de Manta para el uso correcto de la red social Twitter

1.5.JUSTIFICACIÓN

La nueva era de la digitalización ha hecho que los periodistas y los medios de comunicación evolucionen junto a las nuevas plataformas comunicacionales que tenemos en el siglo XXI. “La era digital, la transformación de la información en unos y ceros, permite a las personas tener más accesibilidad al conocimiento, interacción e interrelación a través de soportes digitales” (Chavez,2014, p10).

Twitter en la actualidad es una de las redes sociales con mayor influencia dentro del periodismo, con lo cual mediante esta información se pretende conocer el manejo que se da a la red social por parte de los comunicadores de Manta, con el fin de observar el trabajo que realizan los periodistas, con la generación de contenidos en esta nueva plataforma de comunicación.

Durante el proceso de investigación se busca generar confianza en la sociedad en base a los contenidos publicados por los periodistas dentro de las plataformas, para mostrar una confiabilidad con la noticia que se muestra al público, con los resultados de este se espera dar a conocer el verdadero uso de la red social Twitter por parte de los comunicadores, y cuál es la finalidad que tienen al momento de generar información, en el caso de que se realice.

Con el producto que se genere en este trabajo investigativo se beneficiaran en conjunto con la sociedad y los medios de comunicación, mejorando la credibilidad que logren tener los periodistas, mediante la generación de contenidos dentro de la red social y la influencia sobre ellos. “Las diferentes redes sociales les han dado la oportunidad a los medios de tener un contacto más personal vía internet con sus lectores” (Chavez,2014, p10).

1.6.VIABILIDAD LEGAL

En las normativas de ética del proceso de investigación científica de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, dice lo siguiente: “Que, en los Desafíos u Oportunidades del Plan Nacional del Buen Vivir (PNBV 2013-2017) para el cambio en el ámbito de la gestión pública, se requiere fortalecer los procesos de selección, capacitación y formación de los funcionarios públicos, con el fin de que los responsables de la gestión pública sean profesionales de excelencia, con conocimientos, ética y responsabilidad”, para esto la universidad busca crear profesionales que aporten a la sociedad desde el ámbito laboral.

En el capítulo 3 del reglamento de régimen académico de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, en su artículo 17 manifiesta que el “proceso de titulación. - Para efectos de su titulación, el estudiante podrá escoger entre la realización de un trabajo final de titulación o la rendición de un examen de grado o de fin de carrera”. Con este proceso de titulación se demostrará el manejo de del conocimiento adquirido dentro de la formación profesional en cada una de sus unidades académicas

2. ESTADO DEL ARTE

La redacción titulada el Uso de Twitter en el Periodismo Científico, Caso: El Nacional y El Universal en Venezuela, septiembre-octubre de 2014, (Quiñones y Sánchez, 2017). Plantea como objetivo general: describir cómo usan la red social Twitter los periodistas que cubren la fuente científica en los diarios venezolanos El Nacional y El Universal durante los meses de septiembre y octubre de 2014 y los objetivos específicos son: analizar las informaciones que emiten los periodistas de El Nacional y El Universal en sus perfiles en Twitter, describir el uso del Twitter para la divulgación de información científica y tecnológica los periodistas de El Nacional y El Universal y describir el tratamiento que debe darse a las informaciones científicas para ser leídas en Twitter.

Esta investigación describe la forma cómo los periodistas de los diarios objeto de estudio usan Twitter para publicar contenido científico y el tratamiento dado a la información. Los periodistas de los diarios El Nacional y El Universal fueron seleccionados para esta investigación al ser los más antiguos de Venezuela.

Para ello, se analizan los tuits publicados durante septiembre y octubre de 2014 de los periodistas de El Nacional y El Universal que cubren la fuente ciencia y tecnología. La periodista de El Nacional registra 125 tuits y la periodista de El Universal publica 100 tuits. La población total es de 225 tuits relacionados con ciencia y tecnología. Más de la mitad del contenido publicado por la periodista de El Nacional es sobre ciencia y tecnología

En conclusión, es así como el uso de Twitter por parte de los periodistas que cubren la fuente científica en los dos más antiguos periódicos a nivel nacional es utilizado en más

del 75% en ambos casos estudiados para opinar o informar sobre otros aspectos del itinerario venezolano. Sólo un poco más del 20% de los tuits estudiados informa, opina o muestra algún tipo de contenido relacionado con el ámbito científico.

Esta investigación se toma como referencia por el tipo de contenido que se genera con el trabajo de campo realizado en base a la opinión y la información que se entrega en Twitter a los medios venezolanos, observando cual es el porcentaje en que se utilizan las redes sociales de los medios de comunicación.

Este trabajo de investigación podría tener aportes significativos para el proyecto de titulación en base a las formas metodológicas de buscar fuentes informativas para poder realizar dentro del trabajo de campo, al momento de utilizar ciertos parámetros de estas.

La investigación realizada en la Universidad de Sevilla, España Titulada, “CORTESÍA EN 140 CARACTERES: INTERACCIONES EN TWITTER ENTRE PERIODISTAS Y PROSUMIDORES”, (Rueda, 2014), en que se plantea como objetivo analizar las interacciones entre los periodistas españoles con mayor notoriedad en la Web 2.0 y los seguidores de sus perfiles en la red social Twitter. Estos últimos pueden considerarse productores, pues han logrado abandonar la postura pasiva que durante décadas ha caracterizado a las audiencias de los medios de comunicación, para convertirse en productores de contenidos.

El análisis de esta investigación trata de demostrar cómo se realizan los principios del manejo de la red social Twitter entre los comunicadores en la nueva era de la digitalización, donde se busca explotar los beneficios de la cortesía de los 140 caracteres,

lo que da una interactividad dentro del comunicador y los usuarios de la plataforma dando una imagen social como meta principal.

Precisamente esta tesis ayuda a estudiar cómo se lleva a cabo la interacción en Twitter entre los periodistas españoles con mayor repercusión en la Web 2.0 y los prosumidores. Para ello se apoya el autor en las investigaciones de Spencer Oatey (2000, 2002), en lo que ha manifestado, el cómo en la gestión de las interacciones sociales suelen realizarse actividades destinadas a mantener, realzar, amenazar o descuidar las buenas relaciones entre consumidor y prosumidor en las plataformas comunicativas.

El desarrollo de la Web 2.0 podría conducirnos a una nueva interpretación de la teoría de la agenda-setting (McCombs y Shaw, 1972), de acuerdo con la cual las audiencias de los medios de comunicación han abandonado su actitud pasiva para interactuar con los periodistas incidiendo en el propio discurso al momento de la generación de contenido informativo.

El manejo de la interacción de los periodistas con los usuarios que buscan la información y siguen a los comunicadores y en la que pueden refutar de la misma, convirtiéndose en un debate entre las partes. Los consumidores se convierten en prosumidores al momento que pueden generar una información en base a otra que ya ha sido dada a conocer por otros medios.

Mediante la investigación realizada en Quito, Ecuador sobre Información, periodismo y tecnología: uso de Twitter en el periodismo ecuatoriano (Samaniego, 2015) cuyo objetivo de esta investigación tiene que ver con analizar si publicar información en Twitter puede devenir en un nuevo género periodístico.

Este trabajo es un estudio cuantitativo y cualitativo. Lo que se buscó determinar es el enlace entre el periodismo digital y las herramientas que usan los periodistas para informar, la autora de esta teoría empleo dos estrategias para el desarrollo del trabajo.

El cuantitativo, consistió inicialmente en la búsqueda de datos a través del seguimiento de cuentas de cinco periodistas que manejaron temas políticos y que participaron en la aprobación de la Ley Orgánica de Comunicación; luego realizó el debido análisis de datos arrojados con la intención de ubicar el contexto del debate y las repercusiones en la red.

Por su parte en el método cualitativo, se realizó el análisis de ciertos contenidos publicados en la plataforma de Twitter, para denotar si los periodistas solo la emplearon para informar o para comentar. Y en base a ese análisis se dio a conocer cuáles son los tipos de información que generaban los periodistas dentro de proceso.

Al analizar las publicaciones de los tweets, calificados como lead periodístico por los comunicadores, por lo que sería sencillo encajar a los tweets como un microgénero porque está relacionado a la información y a la brevedad.

Con lo que se busca conocer si son publicaciones instantáneas cargadas de datos importantes y que en muchos de los casos acompañados podrían ser recursos multimedia. Es así que los microgénero son más comunes en las herramientas digitales por su conexión con la instantaneidad de la información.

En base a esto la autora aconseja que para escribir en Twitter es principalmente confirmar la información y hacer de esta herramienta digital un espacio para compartir

datos. Como periodista es necesario poder identificar fuentes y de esta manera revalidar el contenido antes de ser publicado.

CAPÍTULO II

3. MARCO TEÓRICO

3.1. EL PERIODISMO Y SU EVOLUCION EN LA WEB

3.1.1. La comunicación y el periodismo en la era digital

Las nuevas formas de comunicar en este siglo XXI hace que el periodismo evolucione y empiece a ponerse en contacto para poder vincular individuos en una relación de interactividad. Con lo que unas de las fuentes que más generan información son las redes sociales, las cuales cumplen funciones de comunicar de una forma rápida e instantánea.

“La Comunicación es poner en contacto o vincular individuos en una relación recíproca, transmisión de información entre personas que cumplirían indistintamente las funciones de emisor y receptor, hay comunicación cuando se produce una profunda comprensión de los mensajes”. GALL, Emanuel (2008, citado en Chávez, 2014, p4).

El periodismo muchas veces depende de las características con las que se manejan de la comunicación, mostrando aspectos básicos que proporcionan credibilidad en el periodista con el cual muestren un grado de credibilidad fundamentado en los hechos que se informan. La evolución de la sociedad en distintos aspectos y hace que los periodistas se adapten a ellas, pero sin cambiar la esencia de la comunicación.

En las nuevas plataformas comunicacionales hay una interactividad entre consumidor y productor, lo que puede emitir varias opiniones en la transmisión de

información. (Campos, 2016) menciona que, pese a la evolución de las plataformas comunicativas, los medios tradicionales siguen vigentes en los cuales sufren transformaciones con las evoluciones de la comunicación con lo que modifican las nuevas prácticas periodísticas.

Estas nuevas herramientas hacen que las competencias profesionales crezcan y tengan mayor aprovechamiento, la producción de información con que busca no solo está dentro de medios tradicionales, sino que también evolucionan en las plataformas digitales que se utilizan actualmente

Estas plataformas que se utilizan actualmente dentro del periodismo del siglo XXI hacen que el periodista pueda informar de una forma mucho más rápida a diferencia de los medios tradicionales. Para esto, “Los medios han integrado en sus respectivas plataformas este conjunto de posibilidades de formas y con velocidades muy diversas” (Tejedor, 2010, p2)

Por lo cual se da conocer un hecho, que después se puede profundizar dentro de los medios tradicionales y que trasciende en la opinión pública, generando debates en las distintas redes sociales donde se informó de un suceso. En el mundo de la comunicación esto evolucionará cada vez más, donde la mayor herramienta en los periodistas será la digitalización de los medios tradicionales, los cuales tienen que evolucionar a medida que se renuevan los medios digitales.

La mejor opción para que puedan estar a la par de esta sociedad y del nuevo milenio, acorde a las exigencias de la nueva audiencia es que su principal fuente de información sea el internet mediante las redes sociales. Islas, (2010, p48) demuestra la

evolución donde da a conocer que, “Hoy quizá todavía no seamos conscientes de cuan profundos sean los cambios que se desprenden del desarrollo de Internet y las comunicaciones móviles digitales”.

3.1.2. Géneros periodísticos como una tradición dentro de la comunicación

Los géneros periodísticos siempre han sido utilizados dentro de la comunicación tradicional, son los que han influido a lo largo de la historia y donde la noticia es el género que ha sobresalido entre ellos. Para esto podemos decir que, “Los géneros informativos se concretan en los hechos, siendo los principales en el ejercicio del periodismo” (Samaniego. 2014, p12).

El propósito de las noticias es dar a conocer algún hecho colectivo informar sobre un evento en particular. Por lo que, a lo largo de los años ha ido evolucionado de un simple hecho noticioso a una información con bases interpretadas. En el periodismo la generación de información tiene una estructura en la que se busca responder las interrogantes que surgen dentro de un suceso y que cumplen funciones al momento de redactar las noticias.

Con la evolución del periodismo en la web cambian los parámetros dentro de la estructura, en lo que buscan profundizarse y unir fuentes relevantes en lo que se interrelacionan entre ellos y logrando unir varios géneros dentro de una información. Para esto el margen interactivo juega un punto muy importante dentro de la generación de contenidos.

Esta nueva era de la digitalización ha logrado revolucionar las nuevas plataformas de comunicaciones donde, “ha derribado las fronteras que separaban las tres formas tradicionales de comunicación: el sonido, la palabra escrita y la imagen” (Ignacio Ramonet, 2011, p45). con esto muestra que la evolución de la nueva era de la comunicación ya no es tan solo con los medios tradicionales si no que ellos deben adaptarse a las nuevas plataformas digitales.

Las redes sociales en la actualidad “son servicios basados en la web que permiten a sus usuarios relacionarse, compartir información, coordinar acciones y en general, mantenerse en contacto”, (Orihuela, 2008, p5). Por lo cual la nueva era de la comunicación son las redes sociales, ya que juegan un punto fundamental para los medios de comunicación y para los periodistas, mayor cantidad de usuarios que consumen información se encuentran en ellas, pero también plantea muchas veces la rapidez de los contenidos como primicias, buscando así ganar audiencia dentro de estas nuevas herramientas.

“En el caso de Twitter una comunidad virtual se construye con interacciones de distinta índole.” (Diaz & Santos, 2014, p138). El desarrollo de las nuevas interacciones hace que el usuario tenga mayor conocimiento en los hechos de interés público, logrando una Inter relación entre emisor y receptor dentro de la información generada.

La comunidad virtual en el desarrollo de esta sociedad web buscará un conocimiento de lo que se da a conocer diariamente y eso hace que el comunicador innove dentro de las plataformas digitales. Por esto el desarrollo de las comunicaciones dentro de la digitalización seguirá evolucionado y terminará siendo algo indispensable dentro del periodismo del siglo XXI, en una sociedad digitalizada.

3.1.3. El periodismo dentro de la sociedad web

Las nuevas formas de comunicar dentro del siglo XXI, ha hecho que evolucione el periodismo y trabaje en lo que ahora conocemos como una sociedad web, por lo cual se conoce como periodismo digital. (Tejedor, 2010), da a conocer que estas nuevas redes comunicativas han provocado muchos cambios no solo en lo tecnológico si no también en la estructuración de la información presentando características con muchos aspectos dentro de la nueva era de la información.

Dentro de la sociedad web, en estos tiempos hace que las plataformas digitales se trabajen de una forma más evolucionada con lo que las redes digitales hoy por hoy son una de las mayores fuentes informativas dentro de la sociedad, dentro de un campo conceptual en lo que alteraría la manera de aprender en un mundo evolucionado tecnológicamente.

Esa evolución muestra que dentro de las plataformas digitales se aprovechan aspectos como la multimedialidad, en lo que en una sola información se logra entregar una mayor profundidad a al contenido dejando de lado lo tradicional. “El intercambio de conocimiento no es para nada un fenómeno nuevo, lo que sí resulta novedoso es el efecto viral” (Contreras, 2008, p3,).

La evolución de la sociedad web ha hecho que el periodismo realice las tres cosas al mismo tiempo radio, televisión y redacción: para esto el comunicador debe estar preparado para cumplir las funciones de un periodista en esta nueva era de comunicación digital globalizada.

“En un modo de acceso al conocimiento basado en la escritura lineal y textual está siendo progresivamente sustituido por un nuevo modo basado en los tres principios fundadores de internet: la multimedialidad, la hipertextualidad y la interactividad” (Ignacio Ramonet, 2011, p55). Las redes sociales juegan un papel muy importante para los periodistas y podría ser la mejor herramienta que actualmente tengo como aliado.

Con esto se abre a la evolución de los cibermedios, en los cuales busca mostrar una hipertextualidad en base a la generación de contenidos en la información que se genera, con que pueden relacionarse informaciones de hechos anteriores pero que tienen que ver con la noticia actual. “Los cibermedios apuestan por nuevos espacios y aplicaciones dialógicas que promueven unos intercambios más variados y complejos que las tradicionales formas de apertura o participación” (Tanjev Schultz, 1999, p43).

La web dentro del mundo periodístico ha hecho evolucionar a medios tradicionales y a su vez podrá ser la mayor herramienta de generación de información dentro de los últimos años, con lo cual, las nuevas plataformas digitales evolucionan cada vez más, pero la comunicación como profesión tiene un contrincante en esta nueva forma de comunicar y es el periodismo ciudadano que a ha ganado terreno de a poco.

Esto para el desarrollo del periodismo se complica cada vez más cuando se habla de periodismo ciudadano, con lo que cualquier persona puede informar y denunciar algo a través de las redes sociales. El periodista también tiene que adaptarse a todas las herramientas que hay dentro de la web, y fortalecerse con las mismas, y ayude a su evolución dentro de una sociedad digitalizada, en la que su consumidor es un fuerte competidor dentro en este mundo evolucionado de la comunicación.

3.2.LAS NUEVAS PLATAFORMAS DIGITALES PARA COMUNICAR EN EL PERIODISMO

3.2.1. Las redes sociales en el periodismo

Las redes sociales nacen como un medio para interactuar y poderse comunicar de una forma mucho más rápida dentro del internet que cada vez evolucionaba con mayor rapidez. Dentro de esa evolución las redes sociales según Campoverde (2015, p17), “la diversidad que se pueden manejar dichos elementos tecnológicos trae al debate la fiabilidad de la información que se pueden emitir a través de las fuentes”.

En la actualidad las redes sociales, es la fuente de información más importante dentro de los consumidores por ser la de mayor influencia en el mundo, por lo que Sánchez (2016, p7) hace resaltar que “seis de cada 10 personas consumen noticias a través de Facebook o Twitter”. Con esto demuestra que el 60% de las personas consumen información mientras revisan sus redes sociales, buscando conocer los hechos antes de que aparezcan en los medios tradicionales y que pueden ser de importancia para la sociedad.

En las redes sociales las fuentes informativas evolucionan, con lo que busca la generación de información que es un poco más tradicional, para lo cual los sucesos que se generan son para informar. “Los medios han integrado en sus respectivas plataformas este conjunto de posibilidades de formas y con velocidades muy diversas”, (Tejedor, 2010, p3).

Aunque el periodismo está en las vidas de cada uno de los lectores, en una noticia, en una crónica, un reportaje, una entrevista, muestra que siempre la ciudadanía se mantendrá al tanto de los hechos que ocurren a diario, por lo que en esta vez el usuario

podrá emitir su opinión dentro sobre el contenido en las redes sociales, los mismos que los periodistas y los medios de comunicación no pueden dejar pasar de lado.

Dentro de las plataformas digitales es muy importante el contenido que se genera en la información, al igual que en el periodismo tradicional, como lo pretende mostrar Chávez (2014, p14), “El contraste de fuentes, contextualización, la verificación del contenido, permitirán que una simple información publicada en una red social se convierta en un género periodístico de verdad”.

Con esto también busca dar credibilidad en las informaciones que se difunden en redes sociales y así no buscar la rapidez de la noticia si no la búsqueda de la verdad, dentro de unas plataformas en las que su competencia y su verdugo es el consumidor que a su vez hace el papel de prosumidor.

Este nuevo competidor, hace que el papel del periodista será el que busque, genere, informe y contraste todo lo que se ha encontrado dentro de la web como información específica publicada por los usuarios, y que a su vez pueda ser de relevancia para dar a conocer dentro de la comunicación tradicional.

3.2.2. Twitter como herramienta para informar

Jack Dorsey, crea Twitter el año 2006, como una plataforma comunicacional que con pocos caracteres las personas buscan ser más espontáneas, más instantáneas. Con una idea se buscó minimizar un pensamiento. Dentro de este desarrollo de la red social se buscó dar un espacio mínimo de caracteres para la información en un pensamiento de 140 caracteres.

"No hay reglas. Algunos hablan sobre la vida o postean links; otros 'twitteen' sobre las vacaciones. Es un servicio que está definiéndose. La tecnología es nueva. Todos los días las personas encuentran nuevas utilidades.", Dorsey J. 2012, Como nació Twitter: Argentina,

A lo largo de los últimos años las nuevas tendencias informativas han ido evolucionando las redes sociales y Twitter es una de esas evoluciones que, pese a no superar a Facebook, es una de las más influyentes. Con lo que los periodistas se deben adaptar en esta nueva forma rápida de entregar información, "si todo esto que sucede de manera instantánea se da a través de las redes sociales, a través de Twitter, el periodista tiene que estar ahí" (Campos, 2016, p11).

El reto importante de los periodistas dentro de las redes sociales y especialmente en Twitter, porque la generación de información no solo se genera en los medios de comunicación tradicionales sino también de los entes gubernamentales y muchas veces de la misma colectividad. Para esto el comunicador debe estar preparado, he ir evolucionando a la par de la nueva era comunicacional donde el internet se convierte en su mayor aliado dentro del periodismo.

El periodismo trabaja en la construcción de acontecimientos noticiosos que suceden diariamente y que dentro de Twitter debe ser algo detallado en un número determinado de caracteres para dar a conocer en un resumen, el hecho o suceso ocurrido en ese instante. Así también esto ha hecho que el periodista tenga mayor contacto con sus "seguidores" dando una interactividad entre ellos y a su vez el consumidor puede convertirse en un informador

Las redes sociales han hecho que el periodismo tenga un contrincante que pasa dentro de estas plataformas y que relega el trabajo de los periodistas por que el ciudadano se convierte en comunicador. “Nuestras sociedades informacionales han sido testigos del surgimiento de un nuevo modelo comunicacional; un cuarto modelo que puede añadirse a los tres precedentes y que pueden ordenarse cronológicamente según sus ciclos de afirmación social”, (Cardoso,2011, p7).

Twitter evoluciona la comunicación para el desarrollo de la colectividad y relega el espacio de los blogs dentro de las plataformas más utilizadas, pese a no ser la red social más popular si no la más funcional para empresarios y figuras públicas. Una imagen, una pequeña reseña de la información puede compartirse miles de veces dentro de los usuarios que buscan informarse, dar a conocer algún hecho relevante del acontecer diario.

Para (Arrabal & De Aguilera,2016), el poder comunicar en 140 caracteres dentro de la entrega de la información, para muchos es poco para realizar una redacción y para pocos es un hecho importante para redactar algo concreto y exacto dentro del acontecer de la sociedad. Pese a esto dentro de la modernidad de las redes sociales, el hecho de informar y de dar a conocer cualquier aspecto de relevancia para la sociedad, Twitter se ha convertido en la red social con más influencia dentro del periodismo convencional, tradicional y también del al periodismo ciudadano que está ganando espacio gracias a las redes sociales.

“Twitter y comunicadores, como decíamos, sienten mutua simpatía. Si aceptamos que la agenda oculta de esta plataforma no es competir con el periodismo profesional, como algunos amantes de las teorías de la conspiración han llegado a aventurar” (Winer, 2012 citado en Arrabal y De Aguilera,2016 p10).

El desarrollo de la interactividad entre emisor y receptor dentro de la red social Twitter ha hecho que el ciudadano tenga mayor voz dentro de la sociedad, a través de las plataformas digitales y que a su vez jueguen un papel muy importante porque el receptor puede invertir su papel de emisor cuando la situación lo amerite y eso puede aportar a la generación de información de los comunicadores, logrando contrastar los lados, pero a su vez el periodista tiene un competidor y ese es el periodismo ciudadano que cada vez entra con más fuerza dentro de las plataformas comunicacionales.

3.3.LA COMUNICACIÓN DENTRO DE LA ERA DIGITAL

3.3.1. Twitter como plataforma del periodismo del siglo XXI

Dentro de este siglo XXI la evolución internet ha hecho que muchas plataformas digitales aparezcan dentro de la nueva era de la comunicación, y una de ellas es Twitter, pese a no ser la número uno, dentro de las redes sociales es la más utilizadas por los ciudadanos, figuras públicas y por los periodistas. Esto hace que Twitter se convierta para muchos usuarios en el medio con el que se pueda informar del acontecer actual por su inmediatez de la información

Para Andres & Uceda, (2011, p8), “Mucha gente reconoce ya que se entera de las noticias mucho antes por Twitter que por cualquier otro medio de comunicación”. En lo que observamos que la rapidez con la que se genera la información dentro de Twitter ya no solo es algo personal si no que va más allá de la estructura de fuentes de noticias que no espera llegar a una sala de redacción para llegar a ser publicada.

En internet, las noticias, en un segundo da la vuelta al mundo, la inmediatez dentro de la comunicación juega un punto importante, aunque puede ser también un arma de doble

filo para los periodistas. la verificación del contenido difundido le dará mayor credibilidad al hecho. “La información que se genera en Twitter da la vuelta al mundo en cuestión de segundos, es así por lo que Twitter se convierte en una herramienta útil para los periodistas y los medios de comunicación”. (Samaniego,2014, p30).

Twitter en la actualidad revoluciona la comunicación en internet, ya que desde un pequeño dispositivo puedes ingresar y revisar lo que sucede en el mundo minuto a minuto, logrando así desplazar a los medios tradicionales que muchas veces no emiten esa información con la misma rapidez con la que se realiza dentro de la web. "Twitter fue creado para el teléfono móvil. Fue por eso por lo que se estrenó en 2006, ya que anteriormente no había la tecnología necesaria para ello” Dorsey J. 2012, (Informática-Hoy , s.f.).

Estos aspectos importantes han hecho que Twitter se convierta en el mejor aliado de los periodistas y más aun de los usuarios que cada vez son más las que están inmersos dentro de la web desde sus dispositivos móviles.

El desarrollo de las redes sociales ha hecho que la comunicación crezca al mismo paso que ellos, ya que la sociedad web, hace que evolucionen, que las formas tradicionales sean poco convencionales para el desarrollo de una sociedad que cada vez más exige mayor inmediatez a los medios de comunicación que conocemos y que no han podido desaparecer.

La globalización digital hace que el desarrollo de los canales de información sea cada vez más rápido, lo que genera una información con pocas fuentes verificadas y que dentro del periodismo abre una interrogante en lo que, si la web es de gran ayuda para

ellos, o puede ser un enemigo a corto plazo por la desinformación que se genera, trayendo consigo algo que pueda acarrear conflicto y sumado a que cuenta con competencia como es el periodismo ciudadano.

3.3.2. Como comunicar en 140 caracteres

El desarrollo de las informaciones dentro de las nuevas eras comunicacionales hacer que redes sociales como Twitter, genere una nueva forma de comunicar he interactuar con los usuarios en tan solo 140 caracteres. Por eso en su nueva plataforma de comunicar ha hecho que tenga gran acogida en los comunicadores y en figuras públicas, con lo que según (Arrabal & De Aguilera,2016) se sienten cómodos especialmente en Twitter.

Esta red social, muestra mediante su formato que con informaciones cortas y breves se puede generar una información de lo que se genera minuto a minuto a nivel mundial. La rapidez con la que se genera la información dentro de esta plataforma hace que el mensaje tenga una interacción directa dentro de los usuarios pero que a la vez debe ser manejada con cuidado.

Para (Casas, 2013), Twitter hace que los usuarios puedan comunicarse por pequeños mensajes cortos desde la web, donde se sienten cómodos utilizando los dispositivos móviles que todos tienen al alcance. “Con sus 140 caracteres de capacidad, denominados “tweets”, la red social y de servicio Twitter, permite a sus usuarios enviar y leer pequeños mensajes desde Internet, desde un celular o desde programas de mensajería instantánea”. (Casas,2013, p20)

Twitter para la sociedad es una herramienta las personas quieren saber lo más relevante de lo que sucedido, lo cual hace que el sujeto que utiliza esta red social busque lo más relevante que quiera informar y a menudo siga complementando con más datos importantes. Esto hace que; “Por su rapidez para transmitir mensajes, Twitter permite una interacción directa, pero esta debe ser manejada con mucha cautela” (Costa,2015, p18).

Esta inmediatez en redes sociales puede tener dos factores; positivos y negativos, en el cual de darse un mal uso podría afectar en la credibilidad dentro del informante, con lo cual la cautela para dar a conocer un hecho noticioso sería un aspecto importante dentro del comunicador que trabaja en Twitter.

“La posibilidad de establecer intercomunicaciones entre la audiencia y el medio de comunicación. Esta particularidad permite abrir debates sobre temas, aportar puntos de vista peculiares y, en definitiva, una mayor participación del público en el medio de comunicación” (Alberto, 2001, P30). Esto ha hecho que mediante una información que se genera puede ser acompañado con una imagen que ilustre el texto de la noticia.

La evolución de las nuevas eras comunicaciones hace que cada vez los periodistas y los medios de comunicación sean más específicos y concretos, con que mediante una idea puedan dar a conocer lo más importante de la noticia, pero esto a su vez genera más complicaciones ya que una palabra mal escrita o una frase mal dicha puede descontextualizar todo dentro de la información y más aún el poco número de caracteres, lo cual busca Twitter, que sean claro preciso y conciso.

Pero a su vez esta noticia que se genera dentro de esta plataforma presenta dos caras en la información: en pasado y futuro, donde una vez publicado el hecho pierde vigencia y

cuando se realiza la publicación se lo hace en pasado. El hecho de la rapidez de la información, que lo generado en la web se pierde en el espacio haciendo que cada vez más este la sociedad más informada mediante Twitter.

3.3.3. Twitter dentro del periodismo ecuatoriano

En Ecuador las redes sociales dentro del ámbito profesional para los comunicadores aparecen luego de los sucesos ocurridos el 30 de septiembre del año 2010 con el cual, comienza a tener fuerza dentro de la sociedad. (Samaniego, 2014) destaca, que mediante Twitter se generaron las noticias y el cual fue una canal para poder llegar a las masas.

La evolución de Twitter en el Ecuador ha hecho que los periodistas migren a esta plataforma para el desenvolvimiento de sus actividades dentro de su profesión en el acontecer diario. De los medios de comunicación tradicionales con mayor influencia dentro de esta red social es Ecuavisa con una suma de seguidores de 2.152.177, siendo la tercera cuenta con mayores seguidores en el país.



Gráfico 1: Página oficial de Ecuavisa

Unas de las cuentas más influyentes dentro del periodismo ecuatoriano por parte de los periodistas es la de la presentadora de noticias en Ecuavisa, Estefani Espín con 902.153 seguidores dentro de Twitter. Mientras que en el periodismo deportivo el presentador Andres Guschmer de Ecuador Tv que tiene 714.119 seguidores.

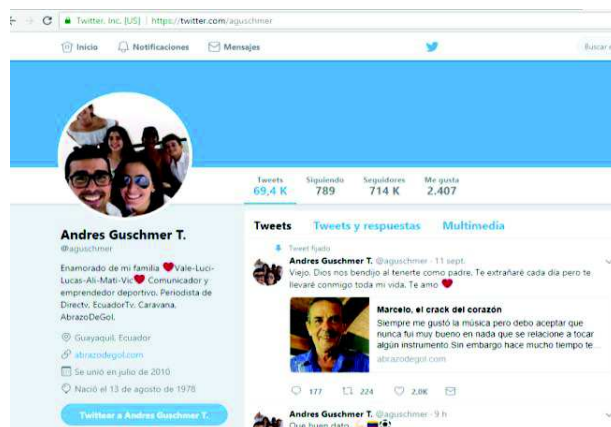


Gráfico 2: Página oficial del periodista Andres Guschmer



Gráfico 3: Página oficial de la periodista Estéfani Espín

Los trabajos dentro de las plataformas digitales van en crecimiento, en el cual el desarrollo de las actividades de los periodistas del Ecuador en Twitter sigue aumentando y cada vez se convierte en una herramienta importante dentro de su cotidianidad. Adaptarse a la nueva era digital hace que cada uno de los comunicadores dentro de cada una de sus ramas hace que tenga mayor relación con la ciudadanía para lograr mayor interactividad entre ellos.

Para esto según Campoverde, (2015, p31), “El periodista logra imponer una marca, que su información sea reconocida y lograr la credibilidad en la difusión de esta, solo sea valorada por sus seguidores”. Con lo que, el trabajo que el comunicador brinde sea siempre valorado por el consumidor que a su vez emite comentario dentro de la información que se entregada por parte de los periodistas dentro de sus redes sociales.

CAPÍTULO III

4. MARCO METODOLÓGICO Y ESTUDO DEL CAMPO

4.1.HIPÓTESIS

Los periodistas de la ciudad de Manta consumen más información de la que generan dentro de la red social Twitter.

4.2.VARIABLES

4.2.1. Variable independiente

- Twitter en la difusión de información

4.2.2. Variables dependientes

- Periodistas de la ciudad de Manta

4.3.DISEÑO METODOLÓGICO DE LA INVESTIGACIÓN

4.3.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN

Este proyecto se desarrollará en base a tres tipos de investigación, que serán encadenados para la obtención del producto a investigar con el que se detallará el trabajo de campo:

4.3.1.1. Investigación científica.

Es la actividad de nuevos conocimientos con el cual se busca la solución de nuevos problemas o interrogantes en el cual “se propone aportar nuevos hechos, datos, relaciones o leyes en cualquier ámbito del conocimiento científico”.

4.3.1.2. Investigación de campo

Se presenta mediante la manipulación de una variable externa no comprobada, en condiciones rigurosamente controladas, con el fin de describir de qué modo o porque causas se produce una situación o acontecimiento particular.

4.3.1.3. Investigación explicativa y descriptiva

Estas dos investigaciones tienen una misma secuencia donde se buscará explorar todos los ámbitos de los problemas a tratar, para posteriormente describir y detallar lo encontrado dentro de la investigación.

4.4.MÉTODOS DE LA INVESTIGACIÓN

Los métodos por utilizar en esta investigación será el deductivo y el analítico.

4.4.1. Método Deductivo

Procedimiento que parte de lo general a lo particular, Se lo utiliza para llegar a una lógica formal con lo que se utiliza más en el desarrollo del marco teórico y el plan de la investigación.

4.4.2. Método Analítico

Con este método analizaremos los procedimientos de los comunicadores en sus redes sociales, con el cual se conocerá el uso que le dan a la red social Twitter los periodistas de Manta.

4.5.MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN.

4.5.1. Cuantitativa

Emite datos reales de la investigación, en el cual se aplica procedimiento estadístico exacto y además la aplicación donde se comprueba o se niega la hipótesis.

4.5.2. Cualitativa

Buscar y conocer cuánto es el número de publicaciones que realizan los periodistas y de ellas cuantas son noticias realizadas por ellos y cuantas son solo compartidas de otro medio.

4.6.TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN

Se investigará dos técnicas básicas de investigación con sus respectivos instrumentos.

4.6.1. Encuestas

Dirigida a los periodistas de la ciudad de Manta que actualmente ejercen su profesión, en base a la utilización de la red social Twitter.

4.6.2. Observación

Realizar un seguimiento de la red social Twitter de los periodistas de Manta para conocer la utilización que le dan diariamente en la generación de contenidos.

4.7.INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN

- Cuestionario de encuestas.
- Parámetros de la observación
- Gráficos y cuadros estadísticos

4.8.DETERMINACIÓN DE LA POBLACIÓN

4.8.1. Universo

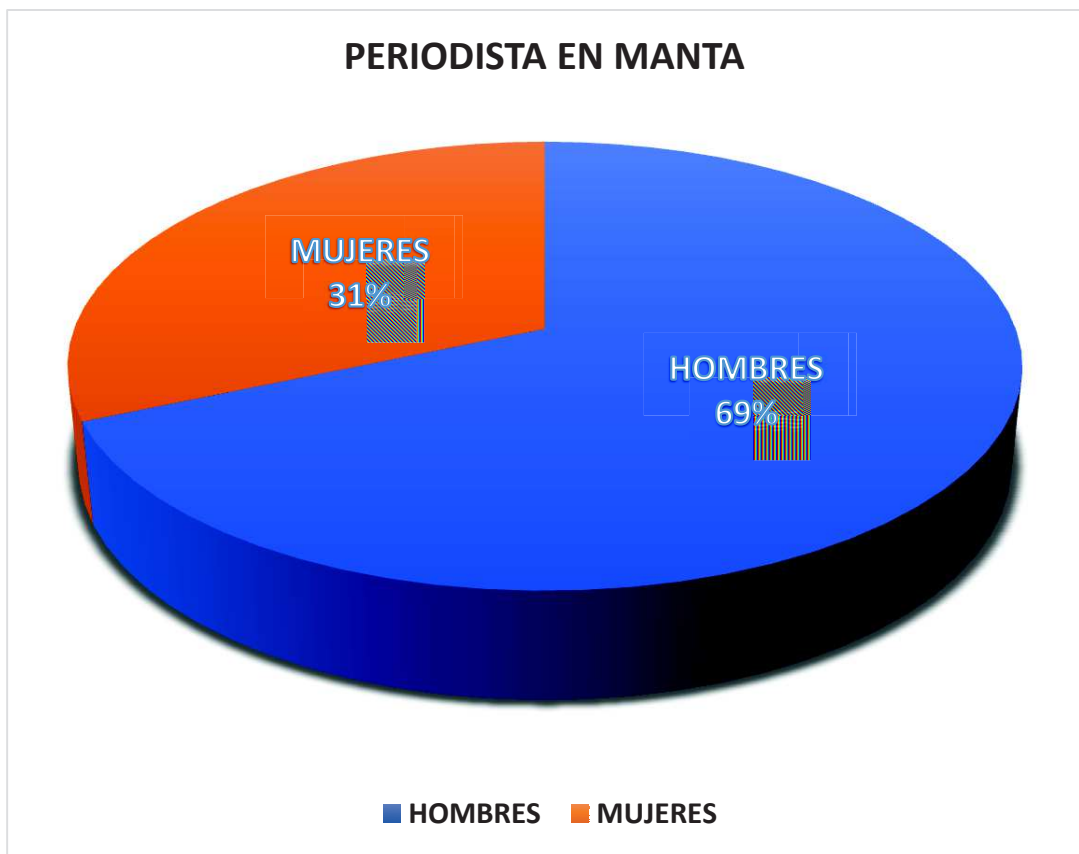
La investigación se realizará a 127 periodistas de la ciudad de Manta, donde se buscará conocer la utilización y el manejo que le dan a la red social Twitter dentro de su campo laboral.

4.8.2. Muestra

Se realizará la investigación sobre la totalidad del universo

Medios de Comunicación	Hombres	Mujeres	Total
Radio Visión Manta	13	4	17
Televisión Manabita (Manta)	3	5	8
Oro Mar Tv	8	5	13
Radio Modelo	11	3	14
Radio Costamar	-	4	4
Radio Son de Manta	7	2	9
Radio Marejada	6	2	8
Radio Gaviota	12	5	17
Radio La Voz	10	5	15
Diario la Marea	8	4	12
Diario el Mercurio	9	1	10
Total	87	40	127

SEXO	CANTIDAD
HOMBRE	87
MUJER	40
TOTAL	127



5. ESTRATEGIA DE DIFUSIÓN / APLICACIÓN PRÁCTICA

5.1.PROPUESTA.

Realizar capacitación a los periodistas de Manta para el uso correcto de la red social Twitter.

5.2.FUNDAMENTOS

La estrategia de difusión que se utilizará será la capacitación a los periodistas de Manta para el manejo cotidiano de la red social Twitter, donde mediante la charla se explicaran los beneficios de esta nueva herramienta informativa para el desarrollo de sus labores periodísticas.

Para esto mediante el desarrollo del trabajo de campo y observación, se buscarán las herramientas para mejorar el uso de Twitter por parte de los periodistas y que a su vez tengan a esta red social como un implemento dentro de su campo laboral.

5.3.POSIBLES ACTIVIDADES

- Capacitaciones.
- Manejo de contenido en Twitter.

6. CONCLUSIONES

- En conclusión, la red social Twitter en la actualidad uno de los mejores aliados para los comunicadores, en ella se pueda encontrar información verificada por cuentas oficiales gubernamentales; por lo que, conocer que producen los periodistas de Manta en base a la información generada y recopilada por ellos diariamente
- Las redes sociales dentro del internet es una herramienta importante para los comunicadores, especialmente Twitter que en la actualidad es una de las mayores fuentes de información para los usuarios dentro de las plataformas digitales y por eso hace que los periodistas se sumerjan en ella, logrando conocer si Twitter es una herramienta usada por ellos en su profesión.
- Twitter toma fuerza en el Ecuador en el año 2010, con el cual en 7 años los comunicadores se han sumergido en esta plataforma con la evolución de la web y la rapidez que se genera en ella, por lo que se busca conocer qué informan los comunicadores de la ciudad o si solo consumen información dentro de la plataforma.
- Esta investigación se realiza para conocer si los comunicadores de la ciudad de Manta trabajan a la par con las nuevas plataformas digitales, que llegan a ser una herramienta para su trabajo cotidiano dentro de su labor periodística.

7. RECOMENDACIONES

- Conocer más sobre sobre Twitter dentro de la carrera de Comunicación, en el cual es la nueva herramienta de trabajo para los nuevos comunicadores del siglo XXI, que con la era digital empieza a cambiar a menudo y hacer que sea un trabajo más evolucionado.
- Las capacitaciones constantes es uno de los puntales importantes para conocer las nuevas tendencias informativas para ir de igual a igual con la evolución de una web dentro de una sociedad de consumidores dentro de las plataformas digitales que hoy por hoy el mercado está proyectando.
- Conocer de lo que se informa dentro de esta plataforma como lo es Twitter, buscará dar credibilidad, ya que, así como los periodistas informan, compiten, son una sociedad que consume información y así mismo la genera con sus dispositivos, pero mediante el conocimiento de la profesión un profesional no la tiene nada fácil.
- El internet es todo actualmente para los comunicadores en lo que si no se unen a la nueva era de la comunicación se quedan relegados y las nuevas generaciones que vienen con la tecnología en las manos ocuparan el espacio dejado por el periodismo tradicional que cada vez pierde espacio en una sociedad digitalizada que consume y produce información.

8. CRONOGRAMAS DE ACTIVIDADES

Actividades	Julio				Agosto				septiembre				Octubre				Noviembre			
Realización del planteamiento del problema	x	x																		
Objetivos			x																	
Justificación				x																
Corrección de lo entregado					x															
Marco teórico							x	x	x	X										
Marco metodológico											x	x								
Corrección de lo entregado													x							
Conclusiones y recomendación														x	x					
Correcciones																	x	x		
Entrega																				x

9. RECURSOS GENERALES

9.1. Recursos humanos

- Periodistas en ejercicios de su profesión.
- Usuarios que utilizan las redes sociales.

9.2. Recursos materiales

- Computadora
- Proyector
- Cámara
- Hojas

10. BIBLIOGRAFIA

- Andrés, R. R., & Uceda, D. U. (2011). *Diez razones para el uso de Twitter como herramienta en la comunicación política y electoral. Comunicación y pluralismo*, (10), 89-116.
- Informática-Hoy* . (s.f.). Obtenido de <https://www.informatica-hoy.com.ar/noticias-empresas-informatica/Como-nacio-Twitter.php>
- Aguillera, A. (2016). Comunicar en 140 caracteres. Cómo usan Twitter los comunicadores en España. *Comunicar* , 10.
- Alberto, J. L. (2001). El mensaje periodístico en la prensa digital. *UCM*, 19-32.
- Campoverde Cárdenas, Á. S. (2015). *Manejo y uso de las redes sociales Facebook y twitter*. cuenca.
- Campoverde, A. S. (2015). Manejo y uso de las redes sociales Facebook y Twitter.
- Cardozo, G. (2011). Más allá de Internet y de los medios de comunicación de masas. *TELOS*.
- Contreras, T. (2008). A WEB PARTICIPATIVA: BLOGS, EL PERIODISMO CIUDADANO Y LA DEMOCRACIA.
- Diaz, F., & Santos, M. (2014). Red social Twitter como hecho periodístico: aproximación a las informaciones y consumos informativos. *ARJÉ* .

- Domingo García, M. (2017). DE LOS CÓDIGOS A LAS AUDITORÍAS ÉTICAS: UNA INFRAESTRUCTURA ÉTICA PARA LA COMUNICACIÓN DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL . *El profesional de la información*, 268, 276.
- García Avilés, J. A. (2016). Géneros periodísticos en los formatos visuales de Twitter: una propuesta de tipología. *Textual & Visual Media* , 101,132.
- Islas, O. (2010). INTERNET 2.0: EL TERRITORIO DIGITAL DE LOS PROSUMIDORES. *Estudios Culturales*, 3(5).
- Islas-Carmona, J. O. (2008). El prosumidor. El actor comunicativo de la sociedad de la ubicuidad. *Palabra Clave*, 29,39.
- Lastra Perez, G. (2014). El periodismo deportivo en Twitter: análisis del uso de la herramienta por parte de los profesionales de la información.
- Orihuela, J. L. (2008). Internet: la hora de las redes sociales. *Nueva Revista*.
- Paladines Galarza, F., Granda Tandazo, C., & Velásquez Benavides, A. (2014). LA MARCA ECUATORIANA Y SU GESTIÓN EN REDES SOCIALES. *RAZÓN Y PALABRA*.
- Quiñonez, H. a., & Sanchez, M. F. (2016). Uso deTwitter en el PeriodismoCientífico.Caso: El Nacional y El Universal(septiembre-octubre de 2014).
- Rivas Zambrano, R. (s.f.). El priodismo y las redes sociales.
- Rodríguez , R. A., & Ureña Uceda, D. (2015). Diez razones para el uso de Twitter como herramienta en la comunicación política y electoral.

Rueda, A. M. (2014). CORTESÍA EN 140 CARACTERES: INTERACCIONES EN TWITTER ENTRE PERIODISTAS Y PROSUMIDORES. *DE FILOLOGÍA*.

Samaniego Mendoza, A. E. (2014). Información, periodismo y tecnología: uso de Twitter en el periodismo ecuatoriano. Quito.

Samaniego, A. (2014). Información, periodismo y tecnología: uso de Twitter en el periodismo ecuatoriano . Quito, Pichincha, Ecuador.

Tejedor Calvo, S. (2010). *Libro de Estilo para Ciberperiodistas* . Santo Domingo, República Dominicana: ITLA.

Tejedor Calvo, S. (2010). Web 2.0 en los ciberdiarios de América Latina, España y Portugal.