



UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DERECHO

CARRERA PERIODISMO

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE:

LICENCIATURA EN PERIODISMO

TÍTULO:

**ANÁLISIS DE LA INFLUENCIA DE LA PLATAFORMA YOUTUBE EN EL DESARROLLO
DEL PERFIL PERIODÍSTICO INDEPENDIENTE.**

TEMA:

LA PLATAFORMA DIGITAL Y EL PERIODISMO INDEPENDIENTE.

AUTOR:

ROSA NATALY PLAZA LÓPEZ

TUTOR:

PHD ADRIAN CAMACHO

2018



<i>REPOSITARIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA</i>	
FICHA DE REGISTRO DE TESIS	
TITULO Y SUBTITULO:	
AUTOR/ES: ROSA NATALY PLAZA LOPEZ	REVISORES: PHD ADRIAM CAMACHO DOMINGUEZ
INSTITUCIÓN: UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE DE GUAYAQUIL	FACULTAD: CIENCIAS SOCIALES Y DERECHO
CARRERA: PERIODISMO	
FECHA DE PUBLICACIÓN: 2018	N. DE PAGS: 92
ÁREAS TEMÁTICAS: PERIODISMO, COMUNICACIÓN, INFORMACION.	
PALABRAS CLAVE: PLATAFORMAS DIGITALES, PERIODISMO INDEPENDIENTE, PERIODISMO DIGITAL, YOUTUBE	
<p>RESUMEN: Este proyecto investigativo se realizó con el objetivo de analizar plataforma de YouTube y los diferentes canales que se encuentran en apogeo en la actualidad y cuál ha sido la influencia que ha tenido en el periodismo Independiente en estos últimos años.</p> <p>Por consiguiente esta tesis está sustentada con los resultados obtenidos; tiene un enfoque mixto ya que combina los elementos cualitativo y cuantitativo, que se basa en la investigación descriptiva y explorativa. Además cuenta con encuesta a Catedráticos de dos Universidades de Guayaquil y entrevista a periodistas reconocidos en el medio.</p> <p>Este investigación demuestra que a nivel general, la plataforma de YouTube si es utilizada por los periodista Independiente que no necesitan estar en la televisión para generar sus propios ingresos.</p>	
N. DE REGISTRO (en base de datos):	N. DE CLASIFICACIÓN:

DIRECCIÓN URL (tesis en la web):		
ADJUNTO URL (tesis en la web):		
ADJUNTO PDF:	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO
CONTACTO CON AUTORES/ES: ROSA NATALY PLAZA LOPEZ	Teléfono: 0996999181	E-mail: rosaplazalopez21@gmail.com
CONTACTO EN LA INSTITUCION:	Nombre: MG. MARCO ORAMAS SALCEDO MG. FEDERICO VARAS CHIQUITO	
	Teléfono: 2596500 EXT. 249 DECANO DIRECTOR DE PERIODISMO 251	
	E-mail: moramass@ulvr.edu.ec fvarasc@ulvr.edu.ec	

Urkund Analysis Result

Analysed Document: TESIS completa PAGINADO REV 25 oct.doc (D43074897)
Submitted: 10/25/2018 10:08:00 PM
Submitted By: acamachod@ulvr.edu.ec
Significance: 5 %

Sources included in the report:

Nuevo Documento de Microsoft Word (6).docx (D40205667)
periodismo digital.doc (D14445105)
TESIS PARA URKUND.docx (D40538397)
MT_mramirezcorregido_08 de noviembrede2017urkund.pdf (D33804514)
LEON LEON LEIDY MICHELLE • RIVERA CARDENAS DIANA CAROLINA.docx (D42971182)
Perrone Final 17-07-2018.docx (D40618455)
Perrone Final 17-07-2018.docx (D40618453)
<http://repositori.uvic.cat/handle/10854/4690>
<https://repositori.upf.edu/handle/10230/27785>
<https://ddd.uab.cat/record/181743?ln=en>
<https://ddd.uab.cat/record/181704?ln=en>
<http://mediosdigitales-mediosdigitales.blogspot.com/2012/05/ejemplos-de-medios-digitales.html>
<http://ceur-ws.org/Vol-318/Garcia.pdf>
<https://eprints.ucm.es/16111/1/T33817.pdf>
http://lhblog.nuevaradio.org/b2-img/dax_periodismo.pdf

Instances where selected sources appear:

29

PhD. Adrián Camacho Domínguez

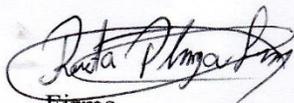

DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESION DE DERECHOS PATRIMONIALES

Yo, Rosa Nataly Plaza Lopez, declaro bajo juramento, que la autoría del presente trabajo de investigación, me pertenece en su totalidad, y me responsabilizo de los criterios y opiniones científicas que en el mismo se declaran, como producto de la investigación realizada.

De la misma forma, cedo mis derechos patrimoniales y de titularidad a la UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE DE GUAYAQUIL, según lo establece la normativa vigente.

Este proyecto se ha ejecutado con el proposito de estudiar “ ANÁLISIS DE LA INFLUENCIA DE LA PLATAFORMA YOUTUBE EN EL DESARROLLO DEL PERFIL PERIODÍSTICO INDEPENDIENTE ”

Autor



Firma

Rosa Nataly Plaza Lopez

0941447039

CERTIFICADO DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor de Investigación “ ANÁLISIS DE LA INFLUENCIA DE LA PLATAFORMA YOUTUBE EN EL DESARROLLO DEL PERFIL PERIODÍSTICO INDEPENDIENTE ” designado por el Consejo Directivo de la Facultad de Periodismo de la Universidad LAICA VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil

CERTIFICO:

Haber dirigido, revisado y aprobado en todas sus partes el Proyecto de Investigación titulado “**ANÁLISIS DE LA INFLUENCIA DE LA PLATAFORMA YOUTUBE EN EL DESARROLLO DEL PERFIL PERIODÍSTICO INDEPENDIENTE** ”, presentado por la estudiante **Rosa Nataly Plaza Lopez**, como requisito previo, para la optar al Título LICENCIADO EN PERIODISMO, encontrándose apto para su sustentación

Firma: -----

PHD Adriam Camacho Domínguez

AGRADECIMIENTO

Quiero expresar mi gratitud a Dios, quien con su bendición llena siempre mi vida para poder terminar mi carrera profesional.

A mis padres Gabriel y Maritza por estar presente a lo largo de esta etapa, gracias a ellos he concluido mi mayor meta los adoro.

A mi esposo que ha estado desde el comienzo de esta meta, gracias por ayudarme y motivarme acompañado de nuestro hermoso príncipe Steven

A mi querida hermana Mayra que ha sido incondicional en este proceso, y mi hermano Beto gracias infinitas los amo.

A la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil, por ser la sede de todo el conocimiento adquirido en estos largos años, de igual manera mis agradecimientos a la facultad de Ciencias Sociales profesores quienes con la enseñanza de sus valiosos conocimientos hicieron que pueda crecer día a día como profesional

Mi profundo agradecimiento a mi tutor el Phd. Adriam Camacho por haberme orientado en todos los momentos que necesité sus consejos.

DEDICATORIA

A Dios Por darme la vida y estar siempre conmigo, guiándome en mí camino.

A mis Padres Gabriel y Maritza, por el esfuerzo y las metas alcanzadas, refleja la dedicación, el amor que invierten sus padres en sus hijos. Gracias a mis padres soy quien soy, orgullosamente y con la cara muy en alto les agradezco son mi mayor inspiración, al fin eh concluido con mi mayor meta.

A mis amados hermanos gracias por apoyarme en todo

A mi esposo que con su apoyo alcanzas de mejor manera tus metas, a través de sus consejos, de su amor, me ayudo a concluir esta meta.

A toda mi familia por ayudarme en todo.

Phd. Adriam Camacho a mi tutor gracias por brindarme su conocimiento y ayudarme a terminar mi proyecto

Agradezco a mi director de tesis, Mg. Federico Varas Chiquito quien con sus conocimientos y su gran trayectoria, ha logrado en mí culminar mis estudios con éxito.

INDICE GENERAL

RESUMEN.....	XII
ABSTRACT	XIII
INTRODUCCION	1
CAPITULO I.....	2
1.1 Titulo:.....	2
1.2 Tema:	2
1.3 Planteamiento del problema.	2
1.4 Formulación del problema	4
1.5 Sistematización del problema.	4
1.6 Objetivos de la investigación.....	4
1.6.1 Objetivo general. -.....	4
1.6.2 Objetivos específicos. -.....	4
1.7 Justificación de la investigación	5
1.8 Delimitación o alcance de la investigación.....	6
1.9 Idea a defender	7
CAPITULO II.....	8
2. Marco Teórico.....	8
2.1 Marco Teórico Referencial.	8
2.1.1 Antecedentes de la Investigación.....	8
2.1.2 La Era Digital.....	9
2.1.3 Surgimiento De Internet.....	12
2.1.4 Surgimiento De Las Redes Sociales	13
2.1.5 El Surgimiento de Youtube.	17
2.1.6 El Impacto de YouTube en los Periodistas.....	20
2.1.7 Periodismo Digital.	22
2.1.9 De periodistas tradicionales a periodistas digitales.....	26
2.1.20 Periodismo Digital en Latinoamérica y Ecuador	28
2.1.21 Libertad de expresión.....	29
2.1.22 El Perfil Periodístico.	30

2.1.23 Periodismo Independiente.....	31
2.1.24 Análisis de los periodistas independiente de los diferentes canales de YouTube	33
2.1.24.1 Los Andrade Díaz.....	33
2.1.24.2 Turcafé	34
2.1.24.3 Vitotv.....	35
2.1.24.4 Canal de YouTube de Carlos Vera.....	36
2.2 Marco Legal.....	37
2.3 Marco Conceptual.....	41
2.3.1 Periodismo Independiente.....	41
2.3.2 Web:.....	42
2.3.3 Red Social:.....	42
2.3.4 Medios de comunicación:	43
2.3.5 Plataformas tecnológicas:	43
2.3.6 YouTube:.....	43
2.3.7 Era Digital:.....	44
2.3.8 Perfil periodístico:	45
CAPITULO III.....	46
3.1 Marco Metodológico.....	46
3.2 Tipo de Investigación	46
3.2.1 Investigación De Campo	46
3.2.2. Investigación descriptiva	47
3.2.3 Investigación Explicativa	47
3.3 Enfoque de la Investigación	48
3.3.1 Enfoque cualitativo	49
3.3.2 Enfoque cuantitativo.....	50
3.4 Técnica de la investigación.....	51
3.5 Población y Muestra	52
3.6 Análisis y presentación de los resultados.....	53
3.7 Entrevistas a especialistas.....	64
3.7.1 Entrevista a Catrina Tala, comunicador social.....	64

3.7.1.1 C empezó su carrera profesional hace años,	64
3.7.2 Entrevista a Carlos Luis Andrade	65
3.7.3 Entrevista a un especialista en Periodismo Digital.	66
3.7.4 Entrevista a Douglas Rangel Donoso	67
3.8 Conclusiones	68
3.9 Recomendaciones	69
Referencias bibliográficas	70

RESUMEN

Este proyecto investigativo se realizó con el objetivo de analizar la plataforma de YouTube y los diferentes canales que se encuentran en apogeo en la actualidad para determinar cuál ha sido la influencia que ha tenido en el periodismo Independiente ecuatoriano en los últimos años.

Por consiguiente esta investigación está sustentada en una metodología con un enfoque mixto ya que combina los elementos cualitativos y cuantitativos, que se basa en la investigación descriptiva y explorativa.

Además cuenta con una encuesta a catedráticos de dos Universidades de Guayaquil y entrevistas a periodistas reconocidos en el medio. Este investigación demuestra que a nivel general, la plataforma de YouTube si es utilizada por los periodista Independiente que no necesitan estar en la televisión para generar sus propios ingresos.

Palabras claves: Plataformas digitales, Periodismo Independiente, Periodismo Digital, YouTube.

ABSTRACT

This research project was carried out with the objective of analyzing the YouTube platform and the different channels that are currently in full swing to determine what has been the influence that it has had on independent Ecuadorian journalism in recent years.

Therefore, this research is based on a methodology with a mixed approach since it combines the qualitative and quantitative elements, which is based on descriptive and exploratory research. It also has a survey of professors from two universities in Guayaquil and interviews with journalists recognized in the media.

This research shows that on a general level, the YouTube platform is used by independent journalists who do not need to be on television to generate their own income.

Keywords: Digital Platforms, Independent Journalism, Digital Journalism, YouTube.

INTRODUCCION

Esta investigación tiene como objetivo principal Analizar la influencia de la plataforma YouTube en el desarrollo del perfil periodístico independiente, además de analizar el tipo de contenido que comunican en las plataformas de YouTube los periodistas.

En el primer capítulo se plantea el motivo por el cual se realiza esta investigación, con el fin de sistematizar y formular el tema, una vez explicito se propone como objetivo general analizar la influencia de la plataforma de YouTube , de esta manera se puntualizaron los objetivos específicos con el fin de sustentar la idea a defender.

En el Capítulo dos se presentan los antecedentes, datos teóricos, referencias bibliográficas y base de datos legales sustentados en la Constitución del Ecuador, Ley Orgánica con el fin de sustentar el tipo de contenido que circulan es estas plataformas digitales.

El último capítulo trata de los métodos d estudio, encuesta realizada a los catedráticos de 2 universidades de Guayaquil; además de entrevistas a diferentes Comunicadores Social y como resultado se obtuvo una muestra.

CAPITULO I

1.1 Título:

Análisis de la influencia de la plataforma YouTube en el desarrollo del perfil periodístico independiente

1.2 Tema:

La plataforma digital y el periodismo televisivo

1.3 Planteamiento del problema.

En la actualidad la evolución del internet avanza a pasos más acelerados, es por eso que la plataforma de YouTube ha sido el mejor instrumento para construir su identidad digital, ya que ayuda en el rol que ha venido desempeñando el periodista a lo largo de su carrera profesional. Cada vez es más fácil y accesible ser parte de los diferentes canales de YouTube, dejando de lado a la tradicional caja cuadrada (televisor).

Y es así como YouTube le va ganando la partida a la televisión, siendo la plataforma que cada día cuenta con más suscriptores. Los nativos digitales son los que se han visto más identificados con esta tecnología del siglo XXI, aquellos que han nacido en una cultura nueva, y les ha sido fácil adaptarse al proceso de la nueva era digital.

La plataforma YouTube se ha convertido en una herramienta fundamental para la realización del periodismo independiente debido a la libertad que se tiene para abordar diversos contenidos de una forma más completa y así poder lograr que la audiencia o sus suscriptores se entretengan y a la vez se mantengan informados.

Cuando se habla acerca del periodismo de estos tiempos se puede enfatizar en el periodismo independiente que poco a poco ha ido tomando la partida porque es una manera de seguir en el medio y no perder actualidad ni vigencia. La "independencia" lleva a analizar la autonomía que se tiene, pero sin perder la objetividad y alcanzando el punto exacto para poder informar a toda una sociedad en donde la información es lo primordial para mantenerse al día.

El periodismo independiente puede desarrollarse cuando no existe vinculación de ningún, se puede lograr con la contribución de numerosos auspiciantes de diferentes marcas, sin estar en manos del ingreso económico de grandes grupos corporativos o de poder.

En los últimos años se ha podido palpar como la plataforma de YouTube se ha ido manejando por los diversos comunicadores sociales y con fines periodísticos ya que se han visto en la obligación de ser parte de esta nueva era digital. Además, han sido notables las facilidades que ofrece esta plataforma llamada YouTube, siendo una herramienta indispensable para enfrentarse a los diversos retos como profesionales de la información.

El periodismo que se realiza dentro de los diversos canales creados en la plataforma YouTube está condicionado a una serie de alternativas respecto al periodismo tradicional que se ha realizado durante años y es que se puede enfatizar que las diferentes plataformas que ofrecen la nueva era digital solo se las pueden conocer como herramientas que han facilitado el avance de como se hace periodismo ya sea de manera independiente o dependiente. Por una parte, el periodismo alternativo se caracteriza por la autonomía editorial de los contenidos respecto a la agenda temática que imponen los medios de masas.

Debido a la poca cabida que tienen los comunicadores sociales dentro de un medio de comunicación, entonces, optan por crear su propio canal de YouTube dentro de la plataforma y así no perder vigencia con su público y mantenerse en contacto con el mismo, además sin dejar de lado que un factor importante es que en los medios de comunicación tienen que regirse bajo la línea que se maneja y que cada uno de sus comentarios tienen que estar dentro de esos parámetros, es decir regirse bajo la línea editorial, mientras que haciendo periodismo independiente pueden informar de una manera más abierta, pero sin perder la ética periodística.

En el ámbito latinoamericano y ecuatoriano estas prácticas se van haciendo cada día más generalizadas tomando en cuenta que ha ocurrido en los últimos años un crecimiento de los estudios comunicacionales y periodísticos que han promovido que los profesionales en este campo del conocimiento en ocasiones encuentren opciones laborales saturadas por la alta competencia existente.

1.4 Formulación del problema

¿Cuál es la influencia de la plataforma YouTube en el desarrollo del perfil periodístico independiente?

1.5 Sistematización del problema.

1. ¿Cuál ha sido el enfoque teórico y metodológico que han tenido el periodismo digital e independiente?
2. ¿Cuáles han sido los cambios que se han notado en el periodismo tradicional a partir de la implementación de canales de YouTube?
3. ¿Qué tan difícil ha sido para el periodismo ecuatoriano adaptarse a los nuevos formatos digitales?

1.6 Objetivos de la investigación

1.6.1 Objetivo general. -

Analizar la influencia de la plataforma YouTube en el desarrollo del perfil periodístico independiente

1.6.2 Objetivos específicos. -

- 1- Determinar los referentes teóricos sobre la red social YouTube y el periodismo independiente.

- 2- Analizar el tipo de contenido que comunican en las plataformas de YouTube los Periodistas Independientes.
- 3- Valorar la influencia que tienen la plataforma YouTube en el desarrollo del perfil periodístico independiente.

1.7 Justificación de la investigación

La investigación es la primera radiografía para poder determinar la influencia que tiene la plataforma de YouTube en el desarrollo del periodismo independiente de los diversos contenidos que son abordados por los comunicadores sociales, que ya son parte de este nuevo medio de comunicación que ha sido aceptado por la mayoría de las audiencias.

Los diversos canales de YouTube que existen en la actualidad permiten mantenernos informados, pero también hay que buscar la mejor opción que informe con veracidad y responsabilidad.

Mediante la investigación se podrá palpar la influencia que pueden tener las diversas plataformas de YouTube que son manejadas bajo el periodismo independiente de la nueva era que se encuentra viviendo la audiencia.

Es de suma importancia analizar las diversas plataformas que se encuentran. La plataforma de YouTube ha permitido que diversos periodistas independientes puedan informar y les permitan mantenerse en auge y no perder continuidad. Mediante este proyecto de investigación se pretende evidenciar la importancia que ha tomado en estos últimos tiempos las plataformas digitales en los diferentes ámbitos.

En el presente siglo se impone y se pretende verdaderamente desarrollar un nuevo modelo, para que en este último se logren las competencias necesarias para la vida moderna, siendo esto un gran desafío, sobre todo para los países en vías de desarrollo, que deseen el logro de dicho

objetivo de crecimiento en la educación superior y en la educación media, así como la adaptación cultural frente a las novedades tecnológicas y sociales, que no han eliminado las expresiones culturales diversas.

La evolución del mundo digital en todas sus vertientes ha inducido que las diferentes fases en la toma de decisiones de compra hayan sido modificadas. Por un lado, el canal digital como finalizador de la transacción comercial en todos sus ámbitos, con la evolución ya asentada del comercio electrónico y por otro lado, Internet como herramienta de búsqueda de información y como elemento de prescripción.

La aparición de los medios sociales ha sido el elemento definitivo que ha permitido interconectar a una velocidad elevada páginas y perfiles de empresas, lo cual ha dotado a individuos y marcas de potentes herramientas para intercambiar contenido y lo que es más importante, convertir las relaciones en bilaterales, donde él se puede de manera muy directa, emitir sus opiniones ante experiencias y difundirlas a millones de usuarios; ya sean otras personas u otras marcas; provocando, en este caso, un poder de influencia enorme sobre potenciales.

La red se ha convertido en la principal fuente de información a la hora de la toma de decisiones de compra, tanto antes del acto en sí, durante el mismo y por supuesto, la propia retroalimentación con su opinión.

1.8 Delimitación o alcance de la investigación

Esta investigación se podrá analizar la influencia que tiene la plataforma de YouTube en el periodismo independiente, con obtención de resultados mediante la encuesta que se ejecutó a veinte docentes profesionales en el área de Periodismo en dos Universidades de Guayaquil. La primera Universidades Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil, y la segunda Universidad Salesiana; igualmente algunas entrevistas a diferentes licenciados en Periodismo o de

Comunicación Social de la ciudad de Guayaquil, con la obtención de 40 encuestados. La encuesta se realizó durante el periodo del tercer y cuarto mes del año 2018.

Con esta investigación se pretende tener respuesta de cómo se ha ido manejando y vinculando la creación de canales de YouTube en el periodismo independiente.

Campo: Comunicacional

Área: Periodismo Independiente.

Ámbito geográfico: Norte de Guayaquil

Ámbito temporal: Período 2017-2018

1.9 Idea a defender

La plataforma de YouTube tiene una influencia positiva en los periodistas independientes de Guayaquil ya que facilita al abordaje de temas y problemáticas sociales de interés para la sociedad.

CAPITULO II

2. Marco Teórico

2.1 Marco Teórico Referencial.

2.1.1 Antecedentes de la Investigación.

Según Mendoza, I (2013) destaca que comunicarse es primordial y su historia viene desde que nace la necesidad de mantenerse informados con las diversos tipos de comunicación:

La historia de la comunicación se remonta a los orígenes de la humanidad, debido a la necesidad de comunicarse con sus semejantes y expresar los sentimientos e ideas. Las primeras muestras de comunicación fueron primordialmente los gestos y sonidos culturales, y posteriormente al desarrollar algunas habilidades, la comunicación se comenzó a transmitir a través de imágenes. (pp. 1-3)

A través de las imágenes, sonidos y videos podemos mantenernos informados visualmente esto nos permite desarrollar mucho interés en la información que se está impartiendo. Y es que los medios de comunicación que poco se han ido desarrollando con más facilidad nos ha dado la oportunidad de mantener una comunicación continua con el pasar de los años. Para Mendoza, I. (2013) en la actualidad los medios de comunicación:

Son indispensables para las sociedades industrializadas; su origen se remonta a la comunicación oral, que fue la única durante milenios, hasta la aparición de la escritura; uno de los antecedentes más antiguos de periodismo son las actas públicas que se utilizaron en Roma para comunicar acontecimientos de la ciudad y que eran colocados en tabloncillos de madera. (p. 5)

Asimismo, Gutenberg Johannes rebeló a los medios de comunicación al idear en 1440 la imprenta de tipo móvil, promoviendo la fabricación de libros en serie y la tenaz democratización del conocimiento, ya que anteriormente los libros eran escritos a puño y letra por los monjes, y que solo los religiosos y ricos tenían acceso a ellos.

A medida que el tiempo pasaba se fueron creando nuevas maneras de comunicarse y así mismo la necesidad de mantener una comunicación diferente y directa con las diferentes sociedades.

Por otro lado, los avances especializados como la linotipia, las planchas de plomo, el offset y la impresión continua convirtieron a los periódicos en un medio de comunicación de diseño especializado, sin dejar de lado la manera de expresarse como la letra impresa, la fotografía fija, la ilustración y la maquetación.

En el conjunto de los medios de comunicación, los periódicos exponen la idea conceptual de los hechos, frente a la radio, que cuenta la noticia, y la televisión, que la muestra en imágenes.

Precisamente, la radio y la televisión lograron que los medios de comunicación tengan un significativo paso por la sociedad con capacidad para orientar y dirigir los intereses sociales, dentro de lo que hoy se conoce como sociedad mediática, si bien desde los primeros periódicos quedó demostrada la capacidad de estos para generar estados de opinión así enfatizo Mendoza, I. en su artículo.

2.1.2 La Era Digital.

Para Jodár, J. (2015) la era digital ha desempeñado un rol importante en el avance de la sociedad como tal, tanto así que nos habla de:

Las técnicas implantadas por esta nueva etapa digital constituyen un conjunto de tecnologías cuyas aplicaciones abren un amplio abanico de posibilidades a la comunicación humana. El carácter sinérgico de las nuevas tecnologías marcará los

procesos productivos y comunicacionales de nuestra era a nivel mundial, denominada Revolución Digital. Así, los sectores del ámbito de las telecomunicaciones pierden su carácter autónomo e independiente a favor de la flexibilidad, y las antiguas parcelaciones tecnológicas autónomas se disuelven haciéndose obligatorios los contactos y las colaboraciones multidisciplinares. (p.1)

Mientras que para García, Portillo , Romo & Benito (2012) aseguran que se ha podido evidenciar que existe los llamados nativos digitales y estos a su vez imponen modelos de aprendizajes , a lo que se refieren es que nacieron en la era digital y son usuarios permanentes de las tecnologías con una habilidad consumada siendo su característica principal tu tecnófila .

Siente atracción con todo lo relacionado con las nuevas tecnología, estos nuevos usuarios enfocan su trabajo en el aprendizajes y los juegos de la nueva forma, absorben rápidamente la información multimedia de imágenes y Videos, igual o mejor como si fuera texto, consumen datos simultaneas veces de diversas fuentes, esperan respuestas instantáneas , permanecen comunicados y crean sus propios contenidos .

Forman parte de una generación que nacido inversa a las nuevas tecnologías desarrollándose en equipos informáticos, videoconsolas y todo tipo de artilugio digitales. A los nativos digitales les encanta hacer varias cosas al mismo tiempo.

Las plataformas digitales han ido en auge a medida que se hacen parte de las necesidades de cada sociedad, estos sitios de internet que son visitados ya cuentan con un sin números de facilidades que permiten de alguna u otra manera mantenerse informados permitiendo una constante interacción con los nativos digitales.

Estos escenarios digitales son diversos y sirven para almacenar diferente tipo de información, ya sea personal, a nivel de negocios y a su vez han facilitado tener una constante conexión con familiares y amigos. Las plataformas funcionan con determinados tipos de sistemas operativos y establecen programas con diferentes contenidos, como pueden ser juegos imágenes, textos, videos etc.

Mediante las plataformas es posible gestionar contenidos y realizar actividades a través de los portales Web. De esta forma ha ido tomando fuerza este tipo de aplicaciones que han permitido que la sociedad y el periodismo se vayan innovando de manera continua.

Por otra parte, las plataformas digitales se han convertido en herramientas necesarias para el desarrollo del periodista. Para Varela, J., (2005) las plataformas han ido de la mano la manera de hacer periodismo

Cambiando con la tecnología digital y la era de la hiperconexión. Inevitable. La sociedad, la economía, la política y todo lo que nos rodea, también. Diez años atrás a nadie le preocupaba no estar conectado todo el día. Nadie imaginaba la conversación infinita de las redes sociales, como tampoco su tribalismo y solipsismo. (p.1)

Las plataformas digitales son parte del ambiente de trabajo generando información que permiten generar información que puede ser transmitida de usuario a usuario de una manera rápida y eficaz, pero teniendo en cuenta la objetividad y veracidad.

Según el Dr. Jacob Bañuelos (2013).

“La noción de espectáculo ha sido trastocada con el arribo de Internet en las prácticas de recepción y consumo cultural. YouTube: Broadcast Yourself, como matriz de la espectacularización, es un claro ejemplo de cómo Internet impone nuevas formas de recepción y producción de sentido en la noción, forma y contenido del espectáculo, que se suman a las características de la industria cultural. (p.1)

Mientras que Alejandro Miro Quesada (2013) Conceptualizan enmarcado en el rol del periodista asegura en su artículo que: “La Libertad de Expresión es condición básica en toda democracia, desgraciadamente no siempre valorizamos todo lo que significa, quizás, porque es propio del ser humano, apreciar lo que se tiene, solo cuando se lo ha perdido” (p. 32)

2.1.3 Surgimiento De Internet

Jamás se imaginó que internet tendría un impacto mundial, donde ha sabido imponerse.

En sus inicios con más de 30 años a su espalda, el Internet ha sabido hacerse imponer en las vidas de más de 300 millones de individuos que lo manejan de diversas maneras según cada una de sus necesidades.

1967	EE.UU. consigue conectar por vía telefónica dos ordenadores ubicados a miles de kilómetros
1969	Internet surge con la aparición de ARPANET (<i>Advanced Research Project Agency Net</i>), un proyecto militar diseñado para que las comunicaciones de los sistemas de defensa no se interrumpiesen, ni tan siquiera en el supuesto de un ataque nuclear.
1971	Se envía el primer mensaje electrónico
1972	Cerca de 50 Universidades se encuentran conectadas a ARPANET
1974	Vinton Cerf junto con Bob Kahn publican “Protocolo para Intercomunicación de Redes de Paquetes”, donde se especifica el diseño del nuevo protocolo TCP-IP (<i>Transfer Control Protocol-Internet Protocol</i>)
1979	ARPANET crea la primera Comisión de Control de la configuración de la Red
1981	Culmina el proceso de desarrollo y definición del Protocolo TCP/IP. En 1982 se adopta definitivamente como estándar
1983	Como consecuencia, nace Internet con la interconexión de las redes ARPANET, MILnet y Csnnet
1985	Finaliza el desarrollo del protocolo para la transmisión de ficheros en Internet (FTP, <i>File Transfer Protocol</i>). Por esta época, también se crea el sistema de denominación de dominios (<i>DNS, Domain Name System</i>)
1989	El Laboratorio Europeo de Física de Partículas (CERN) desarrolla el concepto de World Wide Web (WWW) y el sistema de información hipertextual
1993	La Universidad de Illinois distribuye gratuitamente Mosaic, el primer navegador que permite navegar por Internet, desarrollado por Marc Andersen. Comienza a funcionar el primer servidor Web en español
1995	Se produce el gran <i>boom</i> de la Internet comercial
1998	Nace Internet2
2000	Más de 300 millones de usuarios se conectan a Internet

Figura 1 Evolución cronológica de Internet
Fuente: Universidad Complutense de Madrid

Lo que en principio se presentaba como un simple sistema de comunicaciones diseñado en 1969 por el ejército de los Estados Unidos, para su funcionamiento en caso de ataque enemigo, ha logrado convertirse hoy en el fenómeno socioeconómico por excelencia.

Así lo afirma Angel L. Rubio Moraga. (Pag. 1)

Todo comenzó con la creación del proyecto ARPANET (Advanced Research Project Agency Net) por parte del Gobierno estadounidense. Se trataba de una red en la que los ordenadores conectados a ella disponían de diversas rutas por las que alternar las

comunicaciones, con el fin de continuar funcionando, aunque alguno de ellos fuese destruido como consecuencia de algún ataque.

Ya en los años setenta comenzaron a unirse a la Red empresas e instituciones educativas, desmarcándose así del ámbito estrictamente militar. De forma paralela iban surgiendo redes similares a ARPANET a lo largo del planeta. Sin embargo, éstas no podían comunicarse entre sí, al utilizar protocolos para la transmisión de datos diferentes. Este obstáculo se salvó en 1974 cuando Vinton Cerf junto con Bob Kahn publicó el Protocolo para Intercomunicación de Redes por paquetes, en el que se detallaban las características del nuevo protocolo TCP/IP (Transfer Control Protocol/Internet Protocol), cuya definición como estándar culminó en 1982.

Durante la década de los 80, la Red se expandió en gran medida gracias a la conexión de un gran número de ordenadores. Fue entonces cuando se creó el sistema de denominación de dominios (DNS, Domain Name System).

Asimismo coincide en que “No obstante, a pesar del auge experimentado, Internet era considerado como un medio de comunicación cuya información estaba restringida a ciertos ámbitos, como el académico

La situación se mantuvo hasta 1989, cuando el Laboratorio Europeo de Física de Partículas (CERN) se inició en el desarrollo de una especificación para facilitar el acceso a sus bases de datos, denominada Protocolo de Transferencia de Hipertexto (HTTP). Ésta permitía acceder a documentos que contenían enlaces con otros, lo que simplificaba enormemente la localización de la información., y a pesar de que el mundo era testigo del crecimiento de la Red, algunos de ellos fracasaron.

2.1.4 Surgimiento De Las Redes Sociales

Las redes sociales se inician con el advenimiento de la tecnología de base de datos, la cual va evolucionando cada 5 años y en este lapso de tiempo se van integrando nuevas formas de comunicación, que permiten la conectividad de las diferentes personas a través de las redes sociales y el internet. Con el pasar de los años todo ha ido evolucionando de manera significativa y positiva para los diferentes públicos que han dejado que la tecnología sea parte de su diario

vivir, tanto así que en año 1997 surgió la información de las redes sociales las cuales han sido aplicadas en el periodismo y demás ciencias en el área profesional.

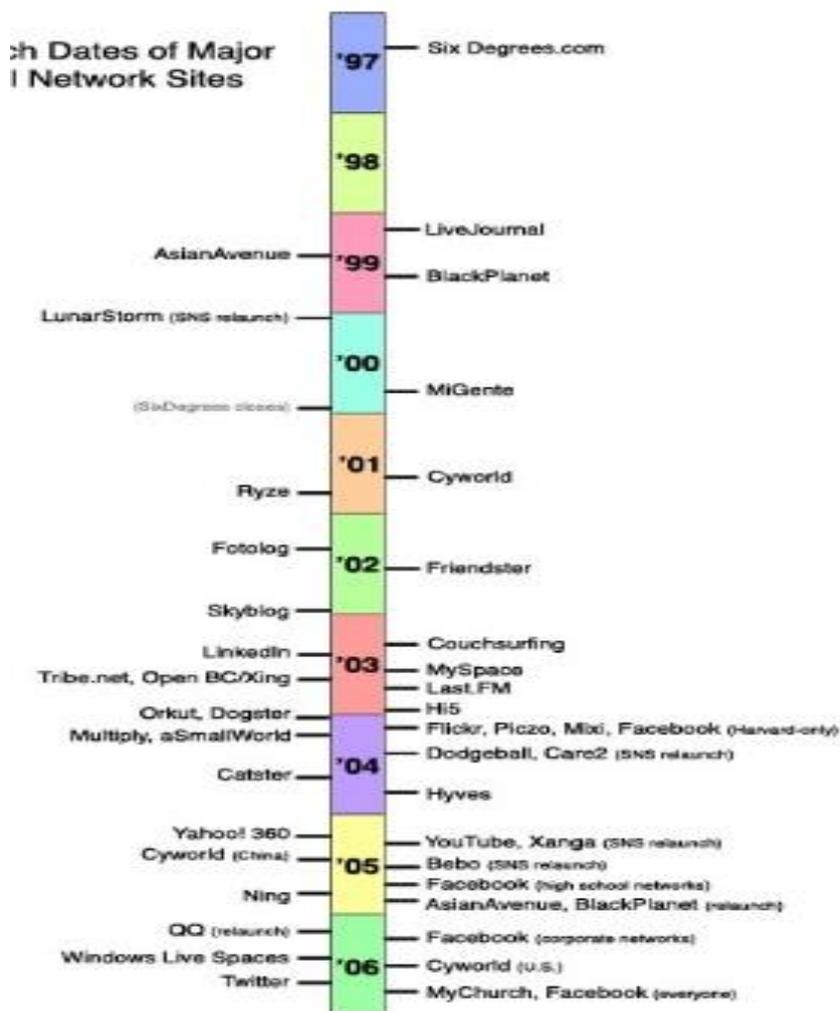


Figura 2 Infografía de las fechas del surgimiento de los principales sitios de las redes sociales.
Fuente: (Blogspot Las Redes Sociales 2013)

Según Sanchez, (2015) , “Desde el surgimiento de este nuevo fenómeno social en la web, los sitios de las redes sociales han sido, son y serán siempre fuente de estudio” (p. 34), desde sus inicios las redes sociales han servido como una fuente para ir adquiriendo nuevos conocimientos y de la mano con el periodismo han hecho una dupla que permite al comunicador hacer de su trabajo un proceso más rápido y actualizado. El surgimiento de las diversas redes sociales que se encuentran al uso de los seguidores ha permitido la innovación de los diferentes medios de comunicación social, quienes se encuentran en una pugna constante para no ser desplazados e ir perdiendo actualización.

Según Bartolomé (2014) citado por (Flores,J. y col., p. 4), las redes sociales reflejan lo que en el pasado se mostraba mediante sociogramas: una serie de puntos representando individuos, notablemente personas, unidos mediante líneas que representan relaciones.

El carácter de una red social puede ser muy variado, así como el motivo aglutinador: desde el sexo a la afición por los viajes, las redes sociales mueven el mundo, aunque evidentemente, algunas los mueven más que otras. Lo que la Web 2.0 aporta es la capacidad de crear redes sociales uniendo a individuos lejanos físicamente y en gran número. Esto quiere decir que, frente al tradicional criterio de poder de una red social, basada en el poder de los individuos, ahora aparece otro ligado al número de individuos. La importancia del análisis de las redes sociales posiblemente sea uno de los aspectos clave en los que Internet ha cambiado los mecanismos de poder. (p.4)

El autor recalca los diversos puntos que se ven conceptualizados de redes sociales surgidas en la actualidad. Asimismo, la comunicación y el pase de información entre individuos que por diferentes circunstancias no se ven físicamente, pero si se mantienen en contacto por estas redes sociales.

Asimismo Islas,O. y Ricaurte,P. (2013) definen a las redes sociales como:

Estructuras compuestas por personas conectadas por uno o varios tipos de relaciones (de amistad, de parentesco, de trabajo, ideológicas) con intereses comunes. Las redes sociales en Internet tienen mecanismos muy específicos de funcionamiento. Suelen comenzar por invitaciones enviadas por amigos, al suscribirse el usuario diseña su “perfil” con información personal, invita a otros amigos, se tiene la posibilidad de subir fotos, comentar el estado de ánimo de los demás, expresar nuestros propios

pensamientos, subir enlaces, interactuar con los conocidos conectados en ese momento, etc. (p. 1)

Según en el Boletín del Gobierno Corporativo se llega la conclusión que través de la historia de la humanidad, los seres humanos hemos utilizado diversas formas para comunicarnos, desde la comunicación con señas, hasta la comunicación a distancia por medio de dispositivos tecnológicos avanzados.

El primer medio de comunicación considerado moderno, fue la telegrafía, seguido rápidamente por la telefonía, la radio, la televisión, la transmisión por cable y satélite, y por supuesto Internet. El desarrollo de estos medios de Telegrafía, es la transmisión a larga distancia de mensajes escritos sin el transporte físico de cartas, originalmente sobre cables. Comunicación, ocurrió en los últimos 150 años, aunque fue durante la última década en que el Internet llegó a su auge.

2.1.5 El Surgimiento de Youtube.



Figura 3 Historia de YouTube
Fuente: Adaptada de Mejía, 2013.

YouTube surgió un 14 de febrero del 2005 como uno de los grandes inventos de la historia de humanidad, sus creadores Chad Hurley, Steve Chen y Jawed Karim eran trabajadores de PayPal, que buscaban una forma de poder compartir unos video tomados durante una fiesta en San Francisco. Aunque Karim manifestó que la fiesta nunca se realizó y que la idea de compartir videos fue suya. Mientras que sus compañeros aseguran que la idea de él fue hacer una página de citas.

Un 23 de Abril del 2005, Karim colgó el primer video en YouTube titulado "Me at the Zoo" (Yo en el zoológico), con una duración de 19 segundos, en donde hablaba de los elefantes.

Rápidamente YouTube fue creciendo y atrajo a marcas comerciales como Time Warner y Sequoia Capital, que invirtieron en el mismo de esa manera poco a poco la plataforma fue tomando un nombre propio dándose a conocer en el mercadeo.

En octubre de 2005 la empresa Nike colocó un video comercial protagonizado por un Crash del Futbol Mundial Ronaldinho, este video alcanzo más de 1000.000 y grandes compañías empezaron a sentirse atraídas por YouTube. Convirtiéndose poco a poco en la nueva plataforma donde las marcas querían invertir y lanzar su producto. Porque esto les permitía llegar más rápido a su público.

Según Prieto, (2012) acota en su tesis doctoral que:

Para finales de año la plataforma tenía 50 millones de visitas diárias, después de que el vídeo musical Lazy Sunday, transmitido originalmente en el show Saturday Night Live, fuera cargado a YouTube, las visitas se dispararon de nuevo hasta alcanzar las 250 millones de visualizaciones diarias. Mientras que en el 2006 Chad Hurley, Steve Chen colgaron un video donde manifestaban la venta a Google por un 1 .650 millones. (Pag. 27).

Asimismo en octubre de 2006, YouTube fue adquirida por Google en una transacción de 1.650 millones de dólares en acciones (lo que equivale a 1.300 millones de euros), alcanzando ese mismo año la cantidad de 100 millones de vídeos vistos por día lo que simplificaba cada vez más que las personas enciendan una televisión ya que con el internet a su alcance contaban con un sin números de opciones que les permiten estar más al día de todo aquello que les interese.

En septiembre de 2006 los medios de comunicación ya se hacían eco de la masa de vídeos que invadían internet, que sin lugar a dudas lograron cifras realmente sorprendentes y esto permitió que se empiece a ver hacia el futuro que tendría la televisión, ya que las cifras de audiencia televisiva cada vez iban cayendo mientras que el interés en los vídeos en la red iban cada vez creciendo , parecía que los telespectadores ya no deseaban limitarse a ser espectadores en los programas en la televisión convencional.

Hubo una explosión de sitios que promovían la libertad de compartir y usar contenidos producidos por los consumidores, fenómeno conocido como la web 2.0.

Pero sin duda empezó a notarse cómo los usuarios querían ser los protagonistas, llegando a producir sus contenidos.

Y así creándose un canal para informar de diversas situaciones con diferentes contenidos según a la audiencia que quiere ir dirigida.

El sitio ofrece “poder ver acontecimientos y eventos actuales, encontrar videos sobre hobbies e intereses personales, así como descubrir lo inusual. En la medida en que la gente capture momentos especiales en video, YouTube podrá convertir a los usuarios en los ‘emisores’ del mañana”.

YouTube es la plataforma de video más utilizada en toda la historia de la web, la empresa estadounidense estima un aproximado de 1 billón de reproducciones al día, su aliado más importante han sido los Smartphone, las visitas móviles sobrepasan la mitad de reproducciones diarias. YouTube se posiciona en el tercer sitio más visitado en la web, mientras que Google y Facebook lideran la posición.

Según la página web Radionica de Colombia afirma que video con más visualizaciones es la canción Despacito de Luis Fonsi feat. Daddy Yankee se convierte en el más visitado en la historia de YouTube. Con más de 5.450 millones de vistas, el videoclip Fue publicado el 12 de enero de 2017,



Figuro 4: Suscriptores de YouTube a nivel mundial y Ecuador
 Fuente: Marketing encommerser

YouTube se ha convertido en una red social, si el contenido de estos videos son divertidos, graciosos, polémicos o simplemente creativos se pueden convertir virales, además que permite una interacción constante con los suscriptores.

2.1.6 El Impacto de YouTube en los Periodistas

Muchos periodistas han optado por ser parte de la plataforma YouTube, con la creación de sus canales para poder informar a su audiencia y así no perder continuidad en el medio. Esta proforma es muy utilizada en la actualidad por diferentes periodistas ya que les permite poder impartir información de los diversos ámbitos. Con el uso de la tecnología que ha crecido y aumentado a pasos acelerados en la actualidad así lo destaca Bañuelos, Jacob (2009):

Según la propia definición del sitio: “Cualquiera puede ver y compartir videos originales en todo el mundo a través de la Web”. YouTube “permite subir y compartir

video clips mediante Internet, sitios Web, dispositivos móviles (teléfonos, palms), e-mail y blogs. El sitio ofrece “poder ver acontecimientos y eventos actuales, encontrar videos sobre hobbies e intereses personales, así como descubrir lo inusual. En la medida en que la gente capture momentos especiales en video, YouTube podrá convertir a los usuarios en los ‘emisores’ del mañana”.(p.5)

En YouTube se encuentra un escenario lleno de opciones las cuales permiten estar en tiempo real y tener una interacción con los seguidores Bañuelos destaca que existe una interacción diferida y en tiempo real (chat), en donde el usuario puede enviar comentarios, subir videos y hacer otras intervenciones. Los “otros” usuarios podrán ver las intervenciones en tiempo diferido.

La plataforma tiene muchas características que entre ellas tenemos: la posibilidad de crear “canales” en los que agrupar vídeos de temática similar, editar los vídeos subidos, crear listas de favoritos, doblar o subtítular el material a distintos idiomas, seguimiento de reproducciones, estadísticas de diversa índole, etc. Resaltar también las características “sociales” de Youtube con las que el usuario puede: comentar los vídeos, plantear cuestiones sobre lo que ha visto, valorarlos, o, simplemente, compartirlos con el resto de sus compañeros vía Facebook, Google o Twitter así lo enfatiza Arévalo, Vicente. y Col. (2012), manifiestan que:

Desde un punto de vista didáctico, YouTube proporciona el marco idóneo para distribuir contenidos decentes y para que, en caso de tener problemas con el contenido de los vídeos, el alumno plantee sus dudas. Dudas que podrán ser resueltas por sus propios compañeros, por el resto de usuarios o por los propios gestores del canal, esto es, los propios profesores. También ofrece la posibilidad de doblar/subtítular los vídeos, aspecto que se puede explotar para ampliar la audiencia de los contenidos a alumnos con deficiencias auditivas o estudiantes extranjeros (Erasmus) que eligen, cada vez con mayor frecuencia, la Universidad de Málaga como destino para completar sus estudios universitarios. (p 6)

Asimismo recalca ante esta perspectiva, los medios de comunicación necesitan establecer una estrategia a corto y largo plazo para seguir siendo influyentes y asegurar la durabilidad de su trabajo también en el ciberespacio. En plataformas como YouTube se presenta un inconveniente añadido para los medios de comunicación audiovisuales ya que sus contenidos se distribuyen fuera de su control. De esta forma, en muchas ocasiones se están violando los derechos de autor de dichas imágenes mientras los usuarios generan beneficios a costa de los medios de comunicación (Fernández S., Gil.).

Los diversos contenidos que se manejan en la plataforma de YouTube son de manera libre e independiente dependiendo de las estrategias que se quieren manejar el creador de dicho canal.

Mientras que en la Tv. se presentan una serie de programas que quieren mantener informada a la audiencia también en la actualidad YouTube le ha ido poco a poco ganado la partida con la creación de diversos canales manejados con periodistas independientes que se vieron en la obligación de hacerlo para mantenerse en auge.

La importancia de YouTube radica en el tráfico que genera esta plataforma. Según los últimos datos del Estudio General de Medios (febrero/marzo de 2015) YouTube sigue siendo el sitio en Internet más visitado por los españoles con más de 22 millones de visitantes únicos. Así mismo, la auditoría digital Comscore (2015) asegura que YouTube es la segunda red social más utilizada por detrás de Facebook mientras que Aib expone que YouTube es la red social mejor valorada por los usuarios de la Red (2015).

2.1.7 Periodismo Digital.

El internet es el nuevo soporte que ha permitido la innovación de la comunicación a medida que ha ido pasando el tiempo. Esto ha permitido significativos avances en cuanto a los medios de comunicación tradicionales como lo son la prensa, radio, televisión y ahora en la actualidad también se puede obtener información mediante la web con la inmediatez de cada acontecimiento.

El periodismo digital cada día se ido fortaleciendo porque es el que llega a audiencia ilimitadas desarrollando a medida de los avances tecnológicos que van de la mano con el internet y los teléfonos inteligentes pero sin dejar de lado la verdadera esencia del periodismo que es informar de manera veraz y oportuna.

Con la llegada de la era digital se ha podido ubicar en tiempo y espacio la información necesaria trabajando arduamente porque la misma se mantenga actualizada segundo a segundo de esto depende que la audiencia se mantenga activa para el medio de comunicación.

Para el periodista digital Quim Gil, (2014) en su artículo ¿Que es un periodista digital? puede enfatizar no solo al periodismo electrónico sino también al periodismo en red. Sus artículos el primero sería simplemente introducir los usos y contenidos de la prensa tradicional al Internet. El periodismo digital sería el periodismo en red ya que este nuevo tipo de periodismo "rompe con la comunicación lineal y unidireccional" e implica una serie de cambios fundamentales respecto a las rutinas del periodismo tradicional.

Asimismo Concha Edo Bolós, (2015) en su artículo: El lenguaje periodístico en la red: del texto al hipertexto y del multimedia al hipermedia afirma que "el elemento básico de todo sistema de trabajo es el enlace o, mejor, el conjunto de enlaces. Todos deben de estar integrados en una secuencia lógica y accesible, jerarquizada o basada en la asociación de ideas, que invite a completar el recorrido previamente estructurado por el periodista con todas las facetas que se conocen hasta ese momento del acontecimiento relatado".

El periodista digital tiene como ventaja el acceso a las fuentes originales si así fuera necesario además puede valorar la información seleccionando y opinando si así lo requiere ya que el internet es interactivo y así todo el mundo puede contactar con todo el mundo.

Charles Wright Mills (sociólogo estadounidense, una de las figuras más eminentes y controvertidas de las ciencias sociales de su país) afirmó que las principales funciones del

periodismo son: informar, opinar, educar y entretener. Específicamente una de las características más importante es educar desde los temas más complejos a los más simples porque mantener una sociedad educada es sinónimo de avanzar en ser mejores cada día.

Asimismo en una investigación realizada por la Universidad Katholische Universität Eichstätt-Ingolstadt. KU se afirma que los medios periodísticos tradicionales

La prensa, la radio y la televisión se adaptaron a la llegada de Internet. La era de la información digital cambió la forma de acceso a la información y a los contenidos. Las empresas periodísticas, los medios de comunicación en general y los medios impresos debían estar presentes en la red. Canales de televisión, nacionales e internacionales, emisoras de radio y periódicos en sus versiones digitales tienen hoy presencia y espacio en la red.

La llegada del internet ha sido una herramienta fundamental para la innovación de los diferentes medios de comunicación esto ha permitido que la información se maneje con inmediatez. Las audiencias logran mantenerse al día con la información que es impartida por los diversos medios digitales que han sido creados para la facilidad del manejo de información.

El Internet ha agregado al periodismo nuevos elementos como la inmediatez en las noticias. La red está por encima de distancias físicas o geográficas, la instantaneidad en la transmisión y difusión de la información es una de las principales características, pero también la interacción que se puede mantener con las audiencias así lo afirma el artículo de la Universidad Katholische Universität Eichstätt-Ingolstadt. KU. Guitierrez y Zurita (2014) afirman que con las redes sociales y la tecnología las personas pueden estar conectadas las 24 horas al día principalmente los comunicadores sociales han tenido que ingresar obligatoriamente a este entorno digital.

Asimismo Scolari, 2013 citado por Gutiérrez, F. y Zurita, L. (2014) afirman que:

Sin embargo, no todos los profesionales se encuentran en la misma posición. Según podemos encontrar periodistas nativos digitales y periodistas inmigrantes digitales, los primeros son aquellos menores de treinta años que al llegar a trabajar a un medio conocen todas las herramientas tecnológicas y las manejan muy bien, en cambio los segundos a medida que van apareciendo las nuevas tecnologías, se van adaptando pero de una manera mucho más lenta y escéptica. (2012).

Los avances tecnológicos han obligado a los profesionales de la comunicación estar en constante cambios para mantenerse en auge frente a todos los nuevos que ya son los nativos digitales, quienes se han adaptado con mayor facilidad a esta nueva era pero en cambio los periodistas ambiguos les ha costado ser parte de esta nueva era.

El periodismo digital nos brinda una serie de beneficios y una información más completa y actualizada porque la misma cuenta con elementos como audio, video, gráficos que se encuentran en los nuevos canales digitales que han sido creados por los periodistas independientes.

En la actualidad se está viviendo una nueva era en donde se puede palpar el periodismo digital ha desplazado al periodismo tradicional.

Las transformaciones sociales de los distintos procesos de innovación tecnológica han permitido el desarrollo de la teoría de los medios de comunicación que desde principios del siglo XX hasta la actualidad ha aportado múltiples matrices de análisis.

Desde las perspectivas funcionalistas hasta los estudios de la cultura, atravesados por la mirada marxista centrada en el estudio del lenguaje o de las estructuras económicas de los medios, los distintos discursos sobre los medios de comunicación han desarrollado un campo teórico complejo y transdisciplinar que intentó abordar los distintos procesos que desplegaron medios como la radio, el cine y la televisión.

En los últimos quince años, estos trabajos se vieron reactualizados con la emergencia de Internet y la aparición de nuevos formatos informativos como los periódicos digitales, pero a diferencia de los anteriores, los nuevos abordajes se desarrollaron en un escenario profundamente mediatizado, en el que el propio campo académico adquirió características globales en la difusión de sus conocimientos.

Como consecuencia, los distintos discursos sobre la digitalización de las noticias no tardaron en establecer cruces entre distintas universidades norteamericanas, pero también con el aporte de estudios europeos y latinoamericanos.

Desde una perspectiva socio-discursiva, podemos encontrar algunos aportes en el trabajo de E. Verón (2013), quien ofrece algunas preguntas vinculadas a los nuevos medios de comunicación que posibilitan problematizar el crecimiento de estos estudios.

La principal inquietud de Verón está movilizada por el carácter social de los fenómenos vinculados a las nuevas prácticas de comunicación y señala que no debe confundirse una tecnología con un medio, pues un medio es una tecnología incorporada a un dispositivo de producción y de consumo. Una tecnología puede convertirse en un medio pero, según el autor, dicho proceso está sometido a ciertas condiciones de producción que dan lugar a ciertos usos, es decir condiciones que determinan los modos en los que los receptores podrán reconocerse como tales, ofreciéndoles un contrato de lectura particular.

2.1.9 De periodistas tradicionales a periodistas digitales

Las redes sociales han abierto una ventana de comunicación constante a la sociedad, a través de la cual se informa de noticias de último momento y de diferentes ámbitos al mundo entero. Para Gutierrez, F. y Zurita, L., (2012) con la aparición de las redes sociales y las tecnologías, las personas pueden estar las 24 horas del día conectadas, los profesionales y particularmente los periodistas han ingresado obligatoriamente a este nuevo entorno digital amplio y diverso, repleto de oportunidades, vicisitudes y riesgos.

Según, (Scolari, 2008 , p. 54), citado por: (Gutierrez, F. Zurita, L., 2012).

Sin embargo, no todos los profesionales se encuentran en la misma posición. Según podemos encontrar periodistas nativos digitales y periodistas inmigrantes digitales, los primeros son aquellos menores de treinta años que al llegar a trabajar a un medio conocen todas las herramientas tecnológicas y las manejan muy bien, en cambio los segundos a medida que van apareciendo las nuevas tecnologías, se van adaptando pero de una manera mucho más lenta y escéptica. (2012)

Los avances tecnológicos han permitido un mejor desempeño para los profesionales del periodismo, pero no todos se encuentran en posición de saberlos manejar en el desarrollo de sus noticias dejando a algunos fuera de este nuevo boom en la información.

Los periodistas tienen que irse adaptando según las necesidades y posibilidades que ofrece el medio para no quedarse fuera de este escenario digital. Según Gutiérrez, F. y Zurita, L., (2012). “El riesgo es que con la cultura digital, la figura del periodista ya no sea tan necesaria como antes”.

Más allá de las respuestas, lo cierto es que en el albor del homo cibernéticos, los profesionales de la información están obligados a llevar rápidamente el fenómeno de las redes sociales a la discusión académica y profesional para delimitar desde ya las acciones que permitan a los profesionales responder a estos nuevos estímulos del entorno, una nueva presión a la acción profesional, ya desafiada por la incorporación permanente de nuevas herramientas, por la rapidez, la instantaneidad y la convergencia de medios. (Gutiérrez, F. y Zurita, L., 2012)

Los comunicadores deben estar al día frente a los diversos y acelerados cambios en el ámbito tecnológico de esta noble labor, con los estímulos que se presentan en el entorno con la presión de ser los primeros en dar la noticia y asimismo confirmarlas a las respectivas fuentes. Las noticias deben ser claras y objetivas pero también está la veracidad con la que cada profesional se ha manejado con el pasar de los años.

Según Nass de Ledo, (2011) sin lugar a dudas una de las grandes revoluciones sociales que ha traído Internet son las redes que conectan a la gente en todo el planeta. La forma de relacionarse con los demás ha pasado de lo personal a la computadora.

Las redes sociales actúan como puntos de encuentro donde es posible acceder a información, compartir impresiones, consultar archivos y recursos disponibles a tiempo real, como es el caso de Facebook, Hi5, Twitter, My Space, etc. Pero aún más útil que tan solo el intercambio de fotos, videos o mensajes, es la creación de otra clase de redes sociales, aquellas que tienen como fin el apoyo y la difusión de diversos temas.
(p. 133)

2.1.20 Periodismo Digital en Latinoamérica y Ecuador

El periodismo digital se ha impuesto en el siglo actual por su constante auge que ha permitido mantenerse y cada vez más con mayor fuerza logrando cambios realmente sorprendentes en las comunidades según las necesidades, según Falla, El primer sitio web fue considerado como el proveedor de información en el cual se desempeñó el diario estadounidense The Chicago Tribune a través de América Online (AOL).

Este fue el inicio para que algunos más diarios se sumen a esta nueva plataforma digital asimismo Luego fueron aparecieron en línea diversas versiones de Mercury Center, The Chicago Tribune, The Atlanta Journal and Constitution, The New York Times, entre otras. En el año 1994 ya era posible encontrar más de 70 publicaciones periodísticas en línea. Así lo afirma Falla, Stefanie en su artículo.

Se fueron presentando poco a poco diversas situaciones que han permitido que el avance tecnológico sea notable y se vaya dando de manera paulatina en los diversos ámbitos siendo periodismo digital el que se ha convertido prácticamente en un nuevo género periodístico con características que han sido propias.

Para Salverría y Pélissier académicos que han aportado textos que definen el Periodismo Digital y sus características en lo siguiente:

Tabla 1: Desarrollo del periodismo digital y sus características

Multimedialidad:	El medio puede integrar en una misma plataforma los formatos: Texto, audio, vídeo, gráficos, fotografías, animaciones, infografías, etc.
Hipertextualidad:	La posibilidad de acceder a la información de manera multidireccional y no lineal. Permite la navegación en el contenido a través de enlaces en relación con el texto.
Interactividad:	Se refiere a la posibilidad que tienen los usuarios de interactuar con el medio, los autores y el texto. Permitiendo de esta forma un desarrollo de acciones que proponen y comunican directamente.

Elaborado por Plaza López R.

2.1.21 Libertad de expresión

La libertad de expresión es lo mejor que se encuentra en una sociedad porque nos permite podernos expresarnos de manera libre como lo expresa Voltaire (1694-1778). Filósofo francés con su frase “No estoy de acuerdo con lo que dices, pero defenderé con mi vida tu derecho a expresarlo”.

Para García, S. y Gonza, A. en su libro de La Libertad de Expresión afirman que la libertad de expresión es una piedra angular en la existencia misma de una sociedad democrática. Es indispensable para la formación de la opinión pública. Por ende, es posible afirmar que una sociedad que no está bien informada no es plenamente libre.

Por otro lado también afirman que:

El periodismo es la manifestación primaria y principal de la libertad de expresión del pensamiento y, por esa razón, no puede concebirse meramente como la prestación de un servicio al público a través de la aplicación de unos conocimientos o capacitación adquiridos en una universidad o por quienes están inscritos en un determinado colegio profesional, como podría suceder con otras profesiones, pues está vinculado con la libertad de expresión, que es inherente a todo ser humano. (Pág. 23)

El periodismo no puede concebirse sin que exista la libertad de expresión y pensamientos. Estos autores enfatizan que la profesión de periodista implica precisamente buscar, recibir y difundir información.

El ejercicio del comunicador social, por tanto, requiere que se involucren en actividades que están definidas o incluidas en la libertad de expresión garantizada en la Convención. El ejercicio del periodismo profesional no puede ser diferenciado de la libertad de expresión; por el contrario, ambas cosas están evidentemente aplicadas, pues el periodista profesional no es, ni puede ser otra cosa que una persona que ha decidido ejercer la libertad de expresión de modo continuo, estable y remunerado. Además, la consideración de ambas cuestiones como actividades distintas Pág. 24

2.1.22 El Perfil Periodístico.

El perfil periodístico es un género del periodismo, que los medios de comunicación con el tiempo lo han dejado atrás.

Sirve para describir las características de un personaje; en este contiene datos bibliográficos, rasgos de la personalidad, hobbies, actividades diarias y todo lo relacionado al entrevistado.

2.1.23 Periodismo Independiente.

En un país democrático, en la actualidad los periodistas tienen la libertad de obtener ingresos extras, o también no es necesario estar en la pantalla para mantenerse en auge e informados a los ciudadanos de una manera Independiente a través de sus canales de YouTube. Estos periodistas tienen la responsabilidad de proveer información, precisa e imparciales.

El tema del periodismo independiente ha sido abordado por algunos autores en los últimos años. Un texto fundamental para entender este tema es el de Deborah Potter (2006) que fue publicado en inglés con el título *Handbook of Independent Journalism* y traducido por Ángel Carlos González al español. Es una publicación respaldada por el Departamento de Estado de Estados Unidos. Se presenta como una guía para los nuevos periodistas digitales que gracias a Internet han encontrado un espacio de publicación independiente.

Otro trabajo interesante resulta el de Alejandro Miro Quesada (1986) basada en una intervención en las Jornadas Empresarias de Medios de Comunicación Independientes de Argentina, Buenos Aires donde analiza aspectos interesantes como el de la ética:

Otro de los aspectos a tomarse en consideración en cuanto al periodismo independiente, es el de la Ética periodística. Este es un tema que no se ha tratado lo suficiente, por ello es de suma importancia... y nos muestran la moral que debe orientar a la labor periodística y nos revela que "los problemas básicos del periodismo son, y fueron siempre, filosóficos y principalmente éticos". Se señala, asimismo, que: "dada su posición crítica, los periodistas se encuentran jaqueados o convertidos en blanco de grupos especiales de influencia que tienen fuertes intereses en lo que se refiere a determinar la dirección que tomará el proceso de adopción de decisiones públicas"(p.23)

Siguiendo con este tema de la ética, está el trabajo de Baldoni (2012) en la que analiza los principales rasgos que asumió la disputa entre periodismo independiente y periodismo militante, según las denominaciones de los propios actores, en la Argentina contemporánea.

Su objetivo es dar cuenta del modo en que en ella se encuentran en tensión las premisas deontológicas que deberían guiar el ejercicio de la profesión. Para realizar este análisis, el trabajo se nutre de la perspectiva de la sociología pragmática francesa sobre las disputas públicas y se centra en el trabajo de crítica que realizan los propios actores. Como corpus de fuentes se consideraron las editoriales y notas periodísticas referidas a la temática publicadas en los principales periódicos argentinos

En otros países donde el poder de censura y control del Estado es muy fuerte, los periodistas independientes trabajan bajo mucha presión política, tal es el caso de lo que explica Reina: H. (1996) en el contexto cubano donde aborda las penurias que tienen que vivir estos periodistas para ejercer su profesión.

En el contexto ecuatoriano puede leerse el libro de Toscano Segovia (2017) donde aborda con frontalidad analítica y crítica el papel de los medios de comunicación en la campaña electoral presidencial, que enfrentó a los candidatos Lenin Moreno, de Alianza País, y al ex banquero Guillermo Lasso Mendoza, de la alianza CREO – SUMA. Explora con rigor científico y metodológico cómo se construyó la opinión publicada en torno a dicho proceso electoral. Y los resultados obtenidos por el catedrático de Teoría Política, resultan inquietantes, dignos de ser revisados en su totalidad y con la calma propia de quien conoce una verdad que ya sospechaba.

2.1.24 Análisis de los periodistas independiente de los diferentes canales de YouTube

2.1.24.1 Los Andrade Díaz



Figura 5 : Captada desde la pantalla del canal de YouTube de Los Andrade Díaz
Fuente: Cuenta de YouTube de Los Andrade Díaz

Su estreno oficial fue el 25 de Mayo del 2017, Los Andrade Díaz es un programa variado, presentados por Gaby Díaz, Carlos Andrade y su primogénita Poly, tienen invitados especiales que son entrevistados sin poses mientras, cocinan, cantan, comen etc. Cuenta con tres temporadas, además de 4 episodios de coach en familia, Poly ideas y recetas. Es transmitido todos los miércoles a partir de las 20:00 en directo desde la comodidad de su hogar a través de Fanpage de Facebook y en YouTube, además de tener interacción constante con sus suscriptores.

Tabla 2 Resultados de Interacciones

Suscriptores	12,255
Reproducciones	905,003

Elaborado por Plaza López R.

2.1.24.2 Turcafé

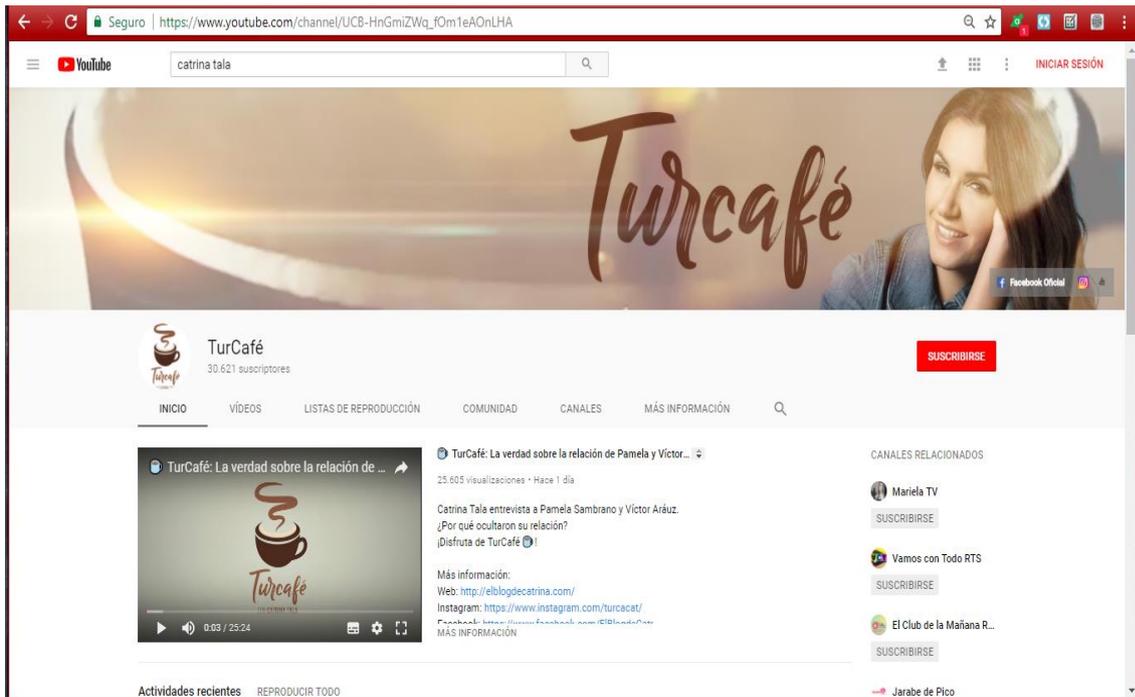


Figura 6: Captada desde la pantalla del canal de YouTube de Turcafé
Fuente: Cuenta de YouTube de Turcafé

La ex Productora Catrina Tala, tiene su plataforma de YouTube llamado “Turcafé” de entrevistas a famosos, donde se muestra tranquila, sin poses ni compromisos, su canal fue creado un 20 de julio del 2017, cuenta con 73 video subidos

Además su programa es retransmitido por Tc Televisión los días domingos.

Tabla 3 Resultados de Interacciones

Suscriptores	46,537
Reproducciones	4,859,099

Elaborado por Plaza López R.

2.1.24.3 Vitotv

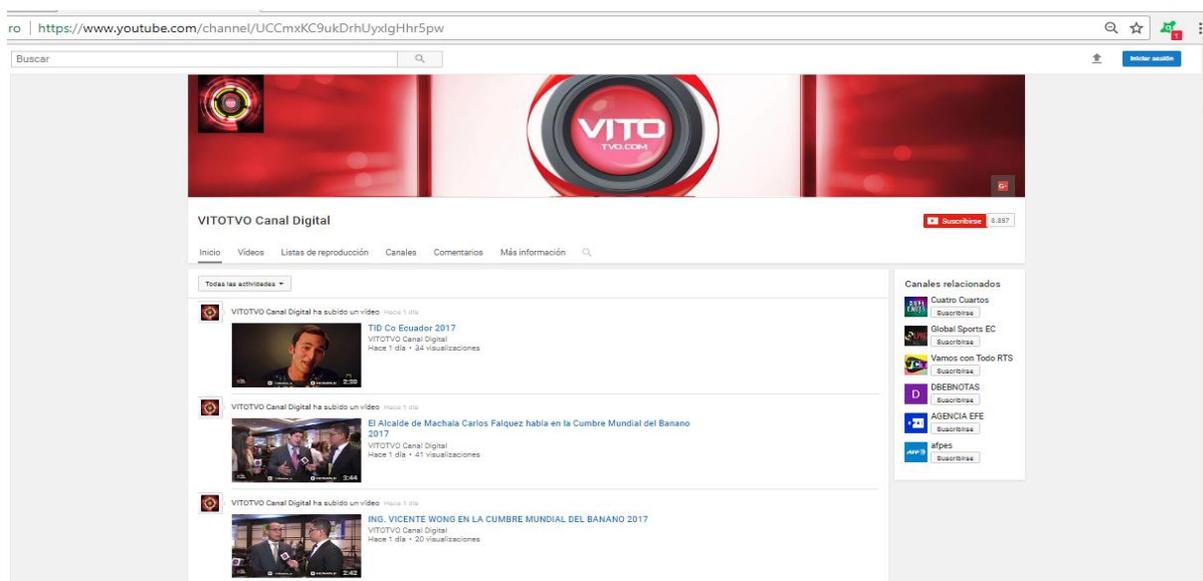


Figura 7 Captura de pantalla del canal de YouTube de Vito Muñoz
Fuente: Cuenta de YouTube de Vito Muñoz

VITOTVO fue creado el 5 de marzo del 2014, es el primer canal digital del País; es un canal de YouTube donde se transmite diversos programas con distintos contenidos desde cualquier dispositivo que esté conectado a internet, cuenta con 8.858 suscriptores y 1.794.631 visualizaciones como transmisiones vía online de Belleza, BarcelonaSC, Deportes, Farándula y Tecnología y también utiliza para promocionar sus Bananeras.

El empresario Vito Muñoz es el propietario del proyecto que nació con el fin de servir a la comunidad, impulsando el desarrollo cultural, social e intelectual.

Tabla 4 Resultados de Interacciones

Suscriptores	3,847,781
Reproducciones	18,403

Elaborado por Plaza López R.

2.1.24.4 Canal de YouTube de Carlos Vera

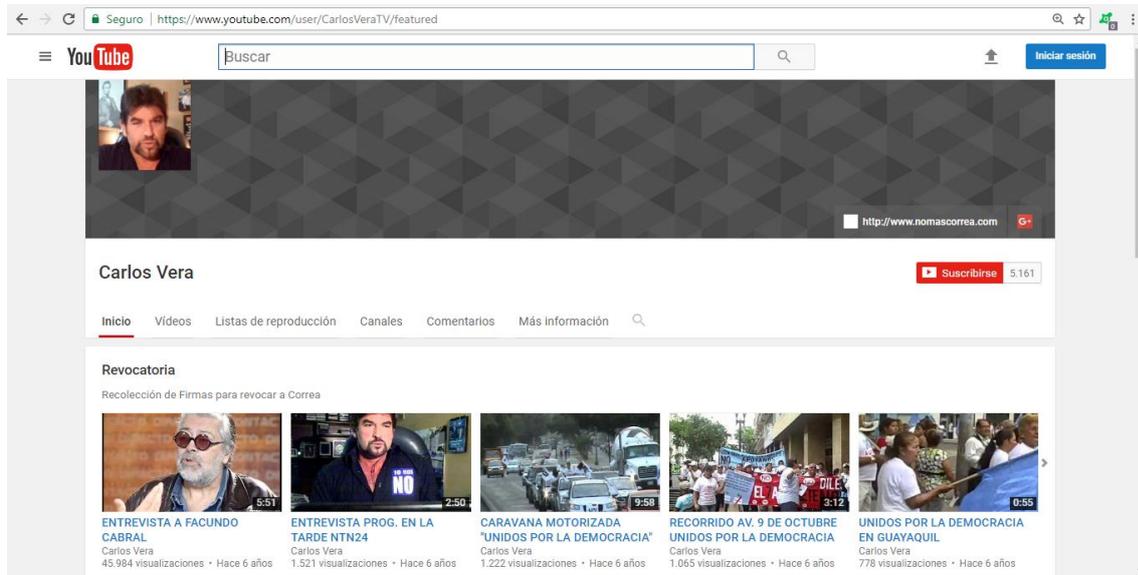


Figura 8 Captura de pantalla del canal de YouTube de Carlos Vera
Fuente: Cuenta de YouTube de Carlos Vera

Este canal de YouTube es de Opiniones del Periodista Carlos Vera sobre los distintos acontecimientos del país, sin censura.

Su contenido es exclusivamente político. Fue creado el 27 de abril del 2009.

Carlos Vera a pesar de que ya no está en la pantalla, trata de mantenerse comunicado con su audiencia haciendo un periodismo Independiente, pero el periodista se alejado de su canal por lo que hace 6 meses no actualiza su programación con nuevos videos.

Tabla 5 Resultados de Interacciones

Suscriptores	5,578
Reproducciones	1,656,591

Elaborado por Plaza López R.

2.2 Marco Legal

En este proyecto investigativo se analizan las disposiciones enmarcada en la Constitución Política del Ecuador, en la Ley Orgánica de Comunicación.

La Constitución Política del Ecuador (2008), en el Título II, Derechos, Capítulo Segundo, Derechos del Buen Vivir, Sección Tercera, Comunicación e Información, en su artículo 16 detalla:

Art. 16.- Todas las personas, en forma individual o colectiva, tienen derecho a:

1. Una comunicación libre, intercultural, incluyente, diversa y participativa, en todos los ámbitos de la interacción social, por cualquier medio y forma, en su propia lengua y con sus propios símbolos.
2. El acceso universal a las tecnologías de información y comunicación.
3. La creación de medios de comunicación social y al acceso en igualdad de condiciones al uso de las frecuencias del espectro radioeléctrico para la gestión de estaciones de radio y televisión públicas, privadas y comunitarias, y a bandas libres para la explotación de redes inalámbricas.
4. El acceso y uso de todas las formas de comunicación visual, auditiva, sensorial y a otras, que permitan la inclusión de personas con discapacidad.
5. Integrar los espacios de participación previstos en la Constitución, en el campo de la comunicación.

Este artículo Constitucional garantiza el derecho del acceso y uso sin limitaciones a todos los ecuatorianos a las nuevas tecnologías de comunicación como son las plataformas de internet o redes sociales (YouTube, Instagram, Facebook, entre otros)

Además destaca que todas las personas tienen derecho a una comunicación diversa, libre incluyente entre otras. El contenido de la programación, donde se tienen que incluir programas culturales de saberes ancestrales y acontecer del Ecuador.

Mientras que En la Ley Orgánica de Comunicación, Título I, Disposiciones preliminares y definiciones, Art. 4 Contenidos personales en internet expresa que:

Art.4.- Contenidos personales en internet.- Esta ley no regula la información u opinión que de modo personal se emita a través de internet. Esta disposición no excluye las acciones penales o civiles a las que haya lugar por las infracciones a otras leyes que se conectan a través del internet.

Esta Art excluye expresamente de las regulaciones de la Ley Orgánica de Comunicación, al uso de las plataformas de internet, donde se expresan opiniones, comentarios o video de los ciudadanos, sin que esto se signifique que se los exoneren de responsabilidades por el mal uso que hicieren de este Medio de Comunicación; respecto a difamación, calumnia difusión de imágenes prohibidas que se atenderán a las disposiciones que existen en el Código Orgánico Integral Penal y otras conexas.

Art.- 10.- Normas deontológicas.- Todas las personas naturales o jurídicas que participen en el proceso comunicacional deberán considerar las siguientes normas mínimas, de acuerdo a las características propias de los medios que utilizan para difundir información y opiniones:

1. Referidos a la dignidad humana:

a. Respetar la honra y la reputación de las personas;

b. Abstenerse de realizar y difundir contenidos y comentarios discriminatorios; y,

c. Respetar la intimidad personal y familiar.

2. Relacionados con los grupos de atención prioritaria:

a. No incitar a que los niños, niñas y adolescentes imiten comportamientos perjudiciales o peligrosos para su salud;

b. Abstenerse de usar y difundir imágenes o menciones identificativas que atenten contra la dignidad o los derechos de las personas con graves patologías o discapacidades;

c. Evitar la representación positiva o a valorativa de escenas donde se haga burla de discapacidades físicas o psíquicas de las personas;

d. Abstenerse de emitir imágenes o menciones identificativas de niños, niñas y adolescentes como autores, testigos o víctimas de actos ilícitos; salvo el caso que, en aplicación del interés superior del niño, sea dispuesto por autoridad competente;

e. Proteger el derecho a la imagen y privacidad de adolescentes en conflicto con la ley penal, en concordancia con las disposiciones del Código de la Niñez y Adolescencia;

y, f. Abstenerse de emitir contenidos que atenten contra la dignidad de los adultos mayores, o proyecten una visión negativa del envejecimiento.

El artículo en mención no especifica hacia dónde va direccionado, al tomarse en cuenta lo publicado por la asamblea, muchos de los youtubers perderían sus canales porque sus videos atentan directamente sobre la constitución y los derechos de los adolescentes. El literal a menciona a la no incitación de comportamientos perjudiciales de los niños y adolescentes, punto que no se respeta en lo absoluto en Youtube. Lamentablemente, la Ley de Comunicación no puede incidir en los canales del sitio web, se debe reformar en el pleno de la Asamblea Constituyente una ley que empiece a supervisar y restringir contenido que no aporte en nada a la sociedad.

En el Capítulo II, Derechos a la comunicación, Sección I, Derechos de libertad, Art. 20, indica:

Art. 20.- Responsabilidad ulterior de los medios de comunicación.- Habrá lugar a responsabilidad ulterior de los medios de comunicación, en los ámbitos administrativo, civil y penal cuando los contenidos difundidos sean asumidos expresamente por el medio o no se hallen atribuidos explícitamente a otra persona.

Los comentarios formulados al pie de las publicaciones electrónicas en las páginas web de los medios de comunicación legalmente constituidos serán responsabilidad personal de quienes los efectúen, salvo que los medios omitan cumplir con una de las siguientes acciones:

1. Informar de manera clara al usuario sobre su responsabilidad personal respecto de los comentarios emitidos;
2. Generar mecanismos de registro de los datos personales que permitan su identificación, como nombre, dirección electrónica, cédula de ciudadanía o identidad
3. Diseñar e implementar mecanismos de autorregulación que eviten la publicación, y permitan la denuncia y eliminación de contenidos que lesionen los derechos consagrados en la Constitución y la ley.
4. Los medios de comunicación solo podrán reproducir mensajes de las redes sociales cuando el emisor de tales mensajes esté debidamente identificado; si los medios de comunicación no cumplen con esta obligación, tendrán la misma responsabilidad establecida para los contenidos publicados en su página web que no se hallen atribuidos explícitamente a otra persona.

A pesar que la Ley Orgánica de Comunicación deja fuera las opiniones y comentarios, personales de estos artículos , las versiones web de los Medios de Comunicación Social determinando con decisiones para que los ciudadanos puedan emitir sus opiniones y comentarios respecto a los Artículos del Medio de Comunicación Social , estableciendo la obligación del Medio antes de publicar tales comentarios ; de establecer la individualidad de las personas participantes , su pena de responsabilidad al medio sobre la infracciones que cometen los usuarios participen de sus opiniones y comentarios , si previamente el Medio no ha determinado nombre, dirección de correo electrónico, cedula de ciudadanía o identidad; informándole su responsabilidad con respecto a los comentarios que vertiere.

De esta manera la Ley Orgánica de Comunicación Social, trata de evitar los comentarios abusivos, injuriosos o fuera de tono de los ciudadanos cuando emitan sus opiniones y comentarios de los Art. E informaciones que difundan en los Medios de Comunicación Social en sus versiones web.

Art. 42.- Libre ejercicio de la comunicación.- Todas las personas ejercerán libremente los derechos a la comunicación reconocidos en la Constitución y esta Ley a través de cualquier medio de comunicación social. Las actividades periodísticas de carácter permanente realizadas en los medios de comunicación, en cualquier nivel o cargo, deberán ser desempeñadas por profesionales en periodismo o comunicación, con excepción de las personas que tienen espacios de opinión, y profesionales o expertos de otras ramas que mantienen programas o columnas especializadas. Las personas que realicen programas o actividades periodísticas en las lenguas de las nacionalidades y pueblos indígenas, no están sujetas a las obligaciones establecidas en el párrafo anterior. En las entidades públicas los cargos inherentes a la comunicación serán desempeñados por comunicadores o periodistas profesionales.

2.3 Marco Conceptual.

2.3.1 Periodismo Independiente.

El periodismo de estos tiempos, generalmente se lo hace desde el lugar -ideal- del "periodismo independiente". Si bien la utopía de independencia es una meta deseable desde todo punto de vista, el análisis del tema es bastante más complicado de lo que parece y no existe una respuesta concreta que satisfaga a todos los interesados en este debate. Hablar de "independencia", nos lleva a analizar, en principio, el significado del término. Dice el diccionario que la independencia tiene que ver con "autonomía, y especialmente la de un estado que no depende de otro". Como podemos ver, la cosa no es nada sencilla. Más aún si al tema de la independencia le sumamos el de la objetividad.

Toda información es subjetiva, ya sea por cómo la cuenta el periodista, ya sea por la elección del tema a desarrollar. No hay manera de que esta sea objetiva, ergo, podemos decir que el periodista debe ser "honesto", más que "objetivo".

Respecto al periodismo independiente, puede desarrollarse solamente si se hace desvinculado de cualquier interés empresario. Es algo muy difícil, pero no imposible. Se podría lograr, por ejemplo, con el aporte de numerosos auspiciantes de mediana y pequeña talla a la figura del periodista, sin depender del ingreso monetario de grandes grupos empresariales o de poder.

2.3.2 Web:

Web social es una “denominación de origen” que se refiere a una segunda generación en la historia de los sitios web. Su denominador común es que están basados en el modelo de una comunidad de usuarios. Abarca una amplia variedad de redes sociales, blogs, wikis y servicios multimedia interconectados cuyo propósito es el intercambio ágil de información entre los usuarios y la colaboración en la producción de contenidos. Todos estos sitios utilizan la inteligencia colectiva para proporcionar servicios interactivos en la red donde el usuario tiene control para publicar sus datos y compartirlos con los demás.

2.3.3 Red Social:

Las Redes son formas de interacción social, definida como un intercambio dinámico entre personas, grupos e instituciones en contextos de complejidad. Un sistema abierto y en construcción permanente que involucra a conjuntos que se identifican en las mismas necesidades y problemáticas y que se organizan para potenciar sus recursos. Una sociedad fragmentada en minorías aisladas, discriminadas, que ha desvitalizado sus redes vinculares, con ciudadanos carentes de protagonismo en procesos transformadores, se condena a una democracia restringida. La intervención en red es un intento reflexivo y organizador de esas interacciones e intercambios, donde el sujeto se funda a sí mismo diferenciándose de otros.

2.3.4 Medios de comunicación:

Los medios de comunicación son instrumentos utilizados en la sociedad contemporánea para informar y comunicar mensajes en versión textual, sonora, visual o audiovisual. Algunas veces son utilizados para comunicar de forma masiva, para muchos millones de personas, como es el caso de la televisión o los diarios impresos o digitales, y otras, para transmitir información a pequeños grupos sociales, como es el caso de los periódicos locales o institucionales.

2.3.5 Plataformas tecnológicas:

Las Plataformas Tecnológicas son estructuras público-privadas de trabajo en equipo lideradas por la industria, en las que todos los agentes sistema español de Ciencia-Tecnología-Innovación interesados en un campo tecnológico trabajan conjunta y coordinadamente para identificar y priorizar las necesidades tecnológicas, de investigación y de innovación a medio o largo plazo. Su principal objetivo es conseguir los avances científicos y tecnológicos que aseguren la competitividad, la sostenibilidad y el crecimiento de nuestro tejido empresarial, alineando las estrategias de los diferentes agentes.

2.3.6 YouTube:

YouTube es un popular sitio web para compartir videos con sede en San Bruno, California (EE.UU.). Sus usuarios pueden subir, visualizar y compartir videos con todo el mundo, que pueden ser comentados y calificados. El dominio YouTube.com fue creado a mediados de febrero de 2005 por Chad Hurley, Steve Chen y Jawed Karim, antiguos empleados de PayPal. En noviembre de 2005, la empresa Sequoia Capital invirtió 3,5 millones de dólares, y luego 8 millones de dólares adicionales en abril de 2006. YouTube incrementó su popularidad enormemente, tanto que para mediados de 2006 era el quinto sitio más visitado del mundo según Alexa.

En julio de 2006, YouTube mostraba 100 millones de clips por día y los usuarios subían 65 mil nuevos videos por día. Luego Google compró la compañía el 13 de noviembre de 2006 por 1.650 millones de dólares.

Sus cofundadores siguen trabajando en ella. YouTube fue declarada "Invento del año 2006" por la revista Time. En junio de 2007, YouTube se lanzó en español, junto con versiones para Gran Bretaña, Irlanda, Brasil, Francia, Italia, Japón, Holanda y Polonia.

2.3.7 Era Digital:

Nos encontramos en una nueva era y es que estamos metidos de lleno en la era digital, a pesar de que muchos de nosotros nacimos cuando todo era analógico.

Esta nueva era digital gira en torno a las nuevas tecnologías e Internet y está llevando a cabo cambios profundos y transformaciones de una sociedad que se mueve en un mundo globalizado. Estos cambios profundos suponen una verdadera revolución que nos toca vivir; a pesar de que todavía muchas personas no se hayan dado cuenta de lo que “tenemos encima”.

La era digital ha venido para quedarse definitivamente entre nosotros y se manifiesta a través de una verdadera revolución tecnológica (Internet, ordenadores, dispositivos y herramientas TIC, foros, chats, blogs, medios de comunicación, etc.) que está transformando de manera clara y profunda los hábitos, el lenguaje, la vida y las costumbres de muchas personas para crear una nueva cultura “la cultura digital”.

Además, todo este aluvión tecnológico supone un reto para que las personas puedan asimilar los conocimientos, actitudes y habilidades; y, por tanto, poder aprovechar todas las ventajas que ofrece este mundo digital y aquí el mundo educativo tiene que ser consciente de este reto.

2.3.8 Perfil periodístico:

El perfil periodístico, es un género que consiste en describir las características de un personaje. Además de incluir: datos biográficos, rasgos de personalidad, hobbies, hábitos cotidianos, principal actividad, etc.

Es uno de los géneros periodísticos menos utilizados, pero con el que se consiguen objetivos precisos y claros.

Por medio de él se busca retratar a un personaje de interés general de una forma fiel y completa, procurando mostrar aspectos de su vida personal y profesional poco conocidos pero que resultan muy importantes (el perfil es, podría decirse, algo así como una fotografía hecha con palabras).

CAPITULO III

3.1 Marco Metodológico

Este proyecto de investigación denominado “Análisis de la influencia de la plataforma YouTube en el desarrollo del perfil periodístico independiente” , surge debido al auge tecnológico que están enfrentando los Periodistas hoy en día , necesitan mantener informado a la audiencia y que ha obligado a los profesionales adaptarse a las plataformas digitales para mantener informados con inmediatez .

3.2 Tipo de Investigación

3.2.1 Investigación De Campo

La investigación de campo es de suma importancia porque permite saber cómo pasa y suceden las cosas de una manera más amplia tomando la realidad, pudiendo palpar cada una de las situaciones que se pueden presentar.

De tal manera así lo afirman S. J. Taylor y R. Bogdan (Pag. 17) en su libro “Introducción a los métodos cualitativos de investigación” en el cual pueden concluir que como método de investigación analítico, la observación del participante en la investigación de campo depende del registro de notas de completas, precisas y detalladas de las cuales se pueden sacar conclusiones que permiten un mejor entendimiento en las diversas áreas que se están investigando para obtener una investigación más detallada y precisa.

Asimismo se recomienda tomar notas después de cada observación y también después de contactos más ocasionales con los informantes, como por ejemplo encuentros casuales y conversaciones telefónicas.

También deben tomarse notas durante la etapa previa al trabajo de campo. Puesto que las notas proporcionan los datos que son la materia prima de la observación participante, hay que esforzarse por redactar las más completas y amplias

notas de campo que sea posible. Esto exige una enorme disciplina. No es poco común que los observadores pasen de cuatro a seis horas de redacción de notas por cada hora de observación. Aquellos que se deciden por los métodos cualitativos porque parecen más fáciles de aplicar que la estadística tendrán un despertar abrupto. Quien quiera que haya realizado un estudio con observación participante sabe que la redacción de notas de campo puede ser un trabajo muy penoso. Desde luego, a medida que uno conoce el escenario y a las personas y enfoca los intereses de su investigación, puede ser más selectivo en lo que registra. Nosotros hemos hallado que en las últimas etapas del trabajo de campo podemos dedicar a la redacción de notas la mitad del tiempo que el mismo trabajo nos tomaba al principio. (Pag. 17)

3.2.2. Investigación descriptiva

Según R. Hernández, et al. (2006) la investigación descriptiva busca especificar propiedades, características y rasgos importantes de cualquier fenómeno que se analice. Describe tendencias de un grupo o población.

3.2.3 Investigación Explicativa

Según R. Hernández, et al. (2006) la investigación explicativa va más allá de la descripción de conceptos o fenómenos o del establecimiento de relaciones entre conceptos; es decir, están dirigidos a responder por las causas de los eventos y fenómenos físicos o sociales. Como su nombre lo indica, su interés se centra en explicar por qué ocurre un fenómeno y en qué condiciones se manifiesta, o por qué se relacionan dos o más variables.

3.3 Enfoque de la Investigación

Este proyecto investigativo se basó en el enfoque método mixto que permite recopilar los datos basados en entrevista, encuestas realizadas a los diferentes profesionales del medio.

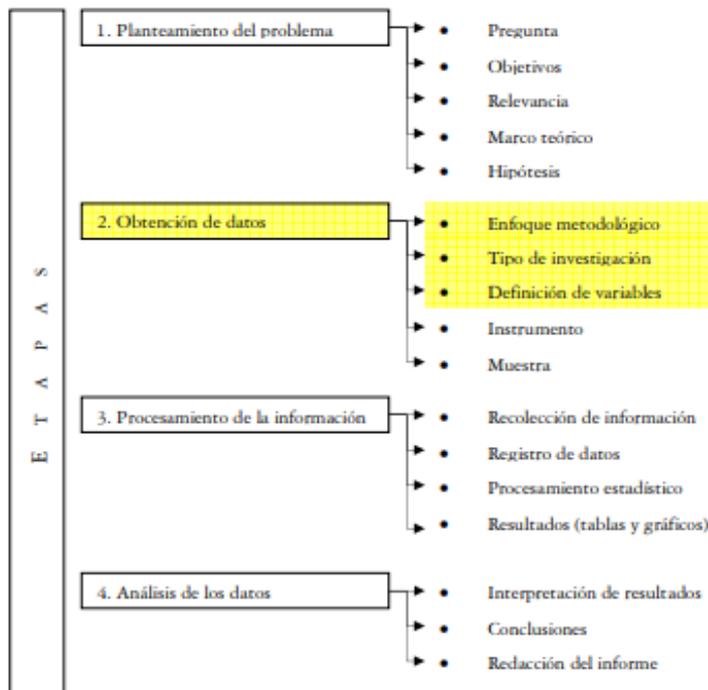


Figura 9 Definición de las variables, enfoque y tipo de investigación, Causas
Fuente: (Tesis Doctoral Rosa Jiménez Paneque 2013)

En este esquema se observa, que la obtención de los datos supone algunas definiciones que ayudaran al proceso de elección y diseño del instrumento a usar para recolectar la información.

Para Causas, D. asegura que la investigación se pueden definir en dos enfoque tanto cualitativo como cuantitativo pero así mismo se puede tener un enfoque mixto en donde la investigación se puede analizar de los dos enfoque donde va a permitir un estudio más profundo y con mayor posibilidad de llegar a una realidad evaluable. Entre sus temas Causas asegura un concepto en cada uno de sus enfoques,

3.3.1 Enfoque cualitativo

La investigación cualitativa es aquella que utiliza preferente o exclusivamente información de tipo cualitativo y cuyo análisis se dirige a lograr descripciones detalladas de los fenómenos estudiados. La mayoría de estas investigaciones pone el acento en la utilización práctica de la investigación. Algunos ejemplos de investigaciones cualitativas son la investigación participativa, la investigación - acción, investigación - acción participativa, investigación etnográfica, estudio de casos.



Figura 10 : Características del enfoque cualitativo de investigación
Fuente: (Tesis Doctoral Rosa Jiménez Paneque 2013)

Mientras que el enfoque cualitativo Hernández, R destaca que también se guía por áreas o temas significativos de investigación. Sin embargo, en lugar de que la claridad sobre las preguntas de investigación e hipótesis preceda a la recolección y el

análisis de los datos, los estudios cualitativos pueden desarrollar preguntas e hipótesis antes, durante o después de la recolección y el análisis de los datos.

Con frecuencia, estas actividades sirven para descubrir cuáles son las preguntas de investigación más importantes; para perfeccionarlas y responderlas. La acción indagatoria se mueve de manera dinámica en ambos sentidos: entre los hechos y su interpretación, y resulta un proceso más bien “circular” en el que la secuencia no siempre es la misma, pues varía con cada estudio.

3.3.2 Enfoque cuantitativo

La investigación cuantitativa, en cambio, es aquella que utiliza preferentemente información cuantitativa o cuantificable (medible). Algunos ejemplos de investigaciones cuantitativas son: diseños experimentales, diseños cuasi - experimentales, investigaciones basadas en la encuesta social, entre otras; siendo uno de las más usadas la encuesta social. (Pag. 1).

Mientras que para Hernández, R., afirma que el enfoque cuantitativo representa un conjunto de procesos que se manifiestan de manera secuencial y probatoria dando como resultado diversas etapas.

Cada etapa da paso a la siguiente es decir que en este proceso no se puede saltar ninguno porque todo va de la mano. El orden es riguroso, podemos redefinir alguna fase. Parte de una idea que va acotándose y, una vez delimitada, se derivan objetivos y preguntas de investigación, se revisa la literatura y se construye un marco o una perspectiva teórica. De las preguntas se establecen hipótesis y determinan variables; se traza un plan para probarlas (diseño); se miden las variables en un determinado contexto; se analizan las mediciones obtenidas utilizando métodos estadísticos, y se extrae una serie de conclusiones. (pag. 4). De tal manera a continuación Hernández desglosa el proceso que se lleva a cabo secuencialmente:

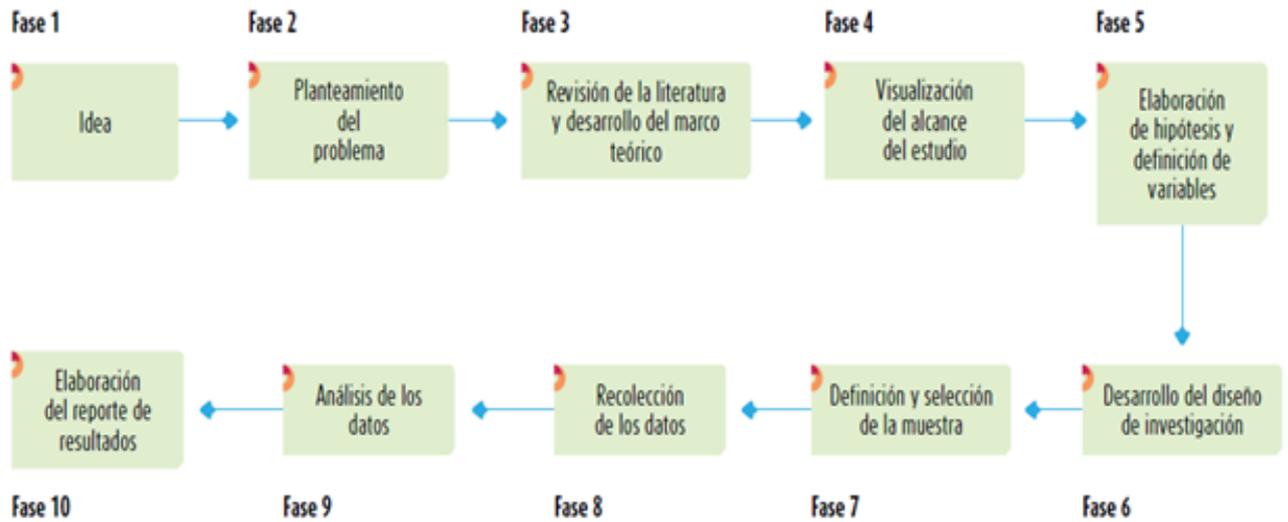


Figura 11 Proceso Cuantitativo

Fuente: (Universidad Surcolombiana Facultad de Ciencias Sociales Carlos Monje 2014)

3.4 Técnica de la investigación

Las técnicas utilizadas en esta investigación fueron la encuesta y entrevistas.

Las encuestas fueron aplicadas a la Universidad Laica Vicente Rocafuerte y la Universidad Salesiana de Guayaquil. Fueron aplicadas aproximadamente a 20 Catedráticos de estas universidades de las Carrera de Comunicación Social.

Además de realizarle entrevista al Comunicador Social Carlos Andrade con más de 20 años de trayectoria en medios de Comunicación, que ha palpado los grandes cambios que a través de las Plataformas Digitales, los Periodistas han tenido que innovar.

Gracias a estas nuevas prácticas se puede conseguir mayor búsqueda sobre este tema planteado en mi proyecto investigativo.

Las preguntas que se elaboraron a los Periodistas entrevistados, permitieron el analizar la influencia de la plataforma de YouTube en el desenvolvimiento del perfil periodístico independiente, teniendo como fin que no importa si un Periodista está laborando medio de Comunicación, lo importante es que se mantenga vigente a través de cualquier Plataforma Digital, para mantener informado a su audiencia.

Así mismo lo afirma Martínez, P en su libro "Estrategia metodológica de la investigación científica" Las investigaciones científicas pueden ser realizadas a partir de metodologías cuantitativas o cualitativas.

La primera consiste en el contraste de teoría ya existente a partir de una serie de hipótesis surgidas de la misma, el método de estudio de caso estrategia metodológica de la investigación científica necesario obtener una muestra, ya sea en forma aleatoria o discriminada, pero representativa de una población o fenómeno objeto de estudio.

Por lo tanto, para realizar estudios cuantitativos es indispensable contar con una teoría ya construida, dado que el método científico utilizado en la misma es el deductivo; mientras que la segunda (metodología cualitativa) consiste en la construcción o generación de una teoría a partir de una serie de proposiciones extraídas de un cuerpo teórico que servirá de punto de partida al investigador, para lo cual no es necesario extraer una muestra representativa, sino una muestra teórica conformada por uno o más casos. (Pag. 168)

3.5 Población y Muestra

En Guayaquil existen muchos canales de YouTube con Periodistas Independientes, para efectos de verificación de los objetivos, mostrados dentro del presente proyecto investigativo, se seleccionó a Catedráticos de la Carrera de Periodismo de la Universidad

Laica Vicente Rocafuerte Guayaquil, además de Catedráticos de la Universidad Politécnica Salesiana de Guayaquil. Las encuestas se efectuaron en 2 jornadas.

Asimismo entreviste a diferentes profesionales que cuentan con un criterio periodístico y se desenvuelven en el medio.

A continuación se detalla el total de profesores encuestados:

1.- Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil: 20 Catedráticos

2.- Universidad Politécnica Salesiana: 20 Catedráticos

Por consiguiente se detalla el total de Comunicadores Sociales entrevistados:

1.- Carlos Luis Andrade - Comunicador Social

2.- Catrina Tala - Comunicadora Social

3.- Julissa Villanueva Barahona – Periodista

4.- Douglas Rangel Donoso – Comunicador Social

3.6 Análisis y presentación de los resultados.

En el siguiente informe se detallan los resultados obtenidos mediante la encuesta realizada a los diferentes Catedráticos de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte y la Universidad Salesiana en las Facultades de Comunicación Social:

Tabla 6: Análisis y Presentación de resultados

UNIVERSIDAD	FACULTAD	ENCUESTADOS
Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil	Comunicación Social	Catedráticos
Universidad Politécnica Salesiana	Comunicación Social	Catedráticos

Elaboración Plaza López R.

Pregunta 1

1. ¿Cuál plataforma digital utiliza con más frecuencia?

Frecuencia de pregunta 1

Tabla 7

	UNI. LAICA	UNI. SALESIANA
YouTube	10	11
Facebook	5	3
Instagram	5	6
TOTAL	20	20

Elaboración Plaza López R.

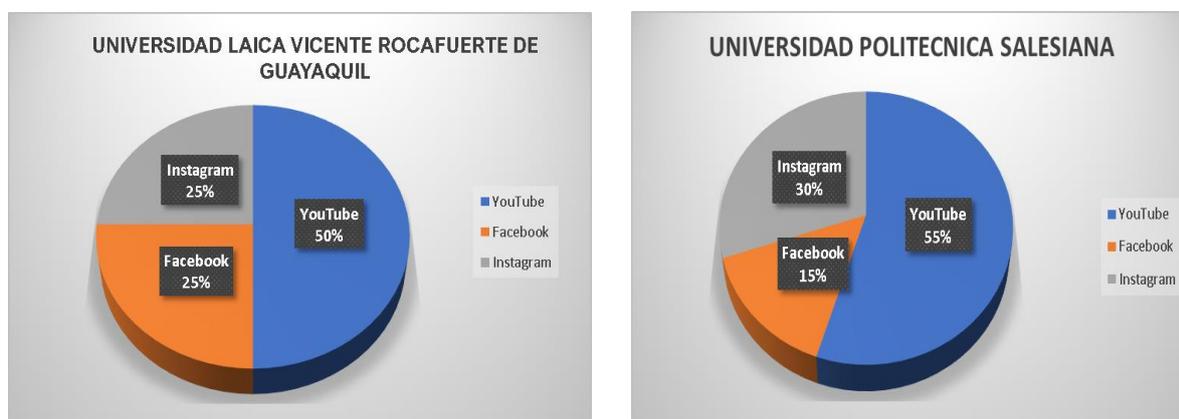


Gráfico 1

Elaborado por Plaza López R.

Análisis:

De los 40 docentes encuestados, 20 pertenecen a la Universidad Laica Vicente Rocafuerte y la otra mitad pertenecen a la Universidad Politécnica Salesiana, los cuales aseguraron que con frecuencia más se utiliza la plataforma de YouTube, como fuente para difundir diversos tipos de información. Confirmando un porcentaje bastante alto frente a las demás plataformas digitales.

Pregunta 2

2. ¿Usted está suscripto a algún canal de YouTube?

Tabla 8

	UNI. LAICA	UNI. SALESIANA
SI	15	13
NO	5	7
TOTAL	20	20

Elaborado por Plaza López R.

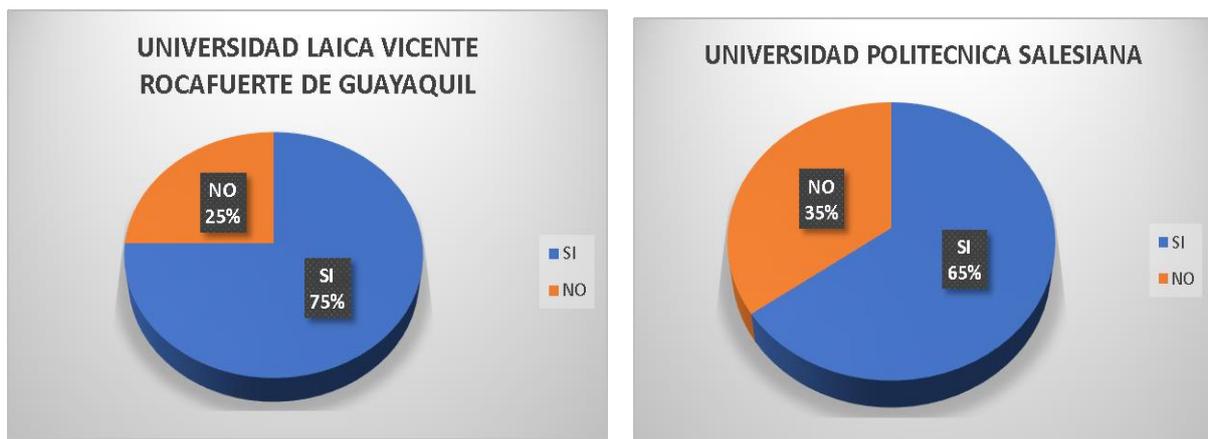


Gráfico 2

Elaborado por Plaza López R.

Análisis:

De los 40 docentes encuestados, más de la mitad aseguraron que si se encuentran suscritos en un canal de YouTube, mientras que una minoría aseveraron que no. Esto denota que un porcentaje alto se encuentran ligado a la plataforma digital de YouTube ya sea para difundir o recibir información.

Pregunta 3

3. Dentro de la plataforma YouTube, algunos periodistas se han visto obligado a crear su propio canal. Conoce alguno de los siguientes canales de YouTube

Tabla 9

	UNI. LAICA	UNI. SALESIANA
Los Andrade Díaz	10	10
Turcafé	10	10
TOTAL	20	20

Fuente: Elaboración Plaza López R.

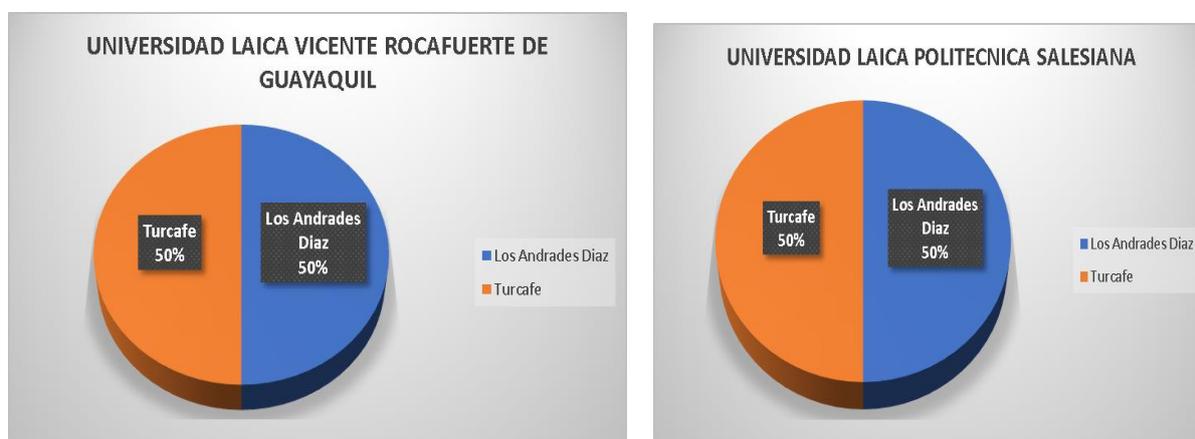


Gráfico 3
Elaborado por Plaza López R.

Análisis:

En la plataforma de YouTube existen muchos canales sobre diversos tipos de información pero para este análisis hemos destacados 2 de la plataforma digitales que son conocidas como: Los Andrade Díaz y Turcafé . Las los Universidades de Guayaquil concordaron que en el mismo porcentaje que si la conocen.

Pregunta 4

4. Cree que la plataforma de YouTube le esté ganando la partida a la televisión

Tabla 10

	UNI. LAICA	UNI. SALESIANA
SI	16	17
NO	4	3
TOTAL	20	20

Fuente: Elaboración Plaza López R.



Gráfico 4
Elaborado por Plaza López R.

Análisis:

Los resultados en esta pregunta nos señalan que los 40 docentes encuestados aseguran que la plataforma de YouTube le está ganando la partida a la televisión, esto surge con el avance tecnológico y la inmediatez que tienen las plataformas digitales para publicar noticias, siendo más específico solo un 20% piensa que no es así, esto evidencia que cada día la televisión está quedando atrás

Pregunta 5

5. ¿En qué medio de Comunicación cree usted que llega primero la noticia?

Tabla 11

	UNI. LAICA	UNI. SALESIANA
Plataforma Digital	20	20
Prensa	0	0
TOTAL	20	20

Fuente: Elaboración Plaza López R.

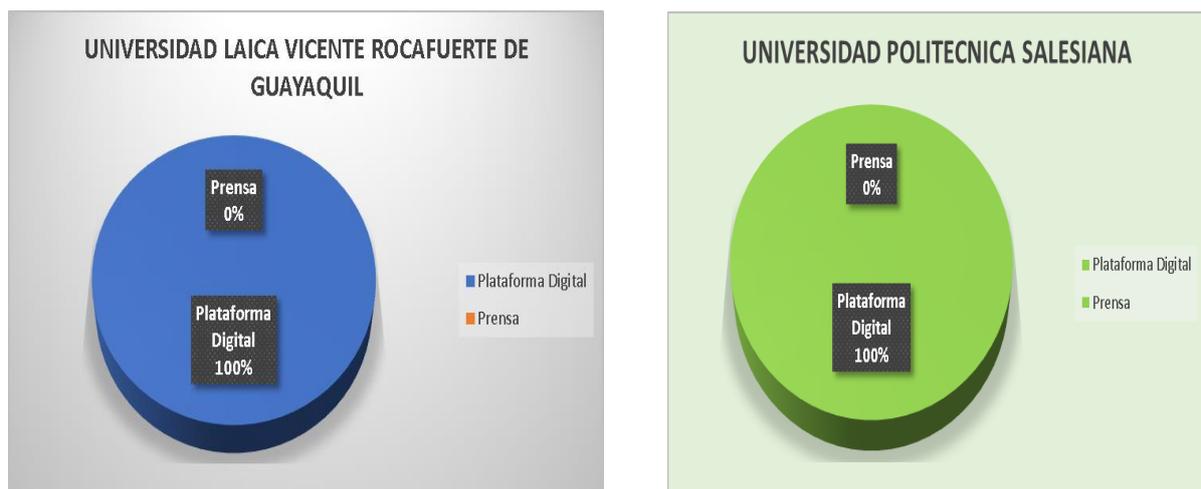


Gráfico 5

Elaborado por Plaza López R.

Análisis

Los 40 docentes encuestados de las dos Universidades antes mencionadas concordaron en que la noticiase logra difundir de manera más rápida a través de las plataformas digitales, porque permiten actualizarlas segundo a segundo y es así como podemos denotar el uso frecuente de las mismas.

Pregunta 6

6. ¿Cuántos canales de YouTube conoces que hacen Periodismo Independiente?

Tabla 12

	UNI. LAICA	UNI. SALESIANA
1	10	9
2	7	8
3	3	3
4	0	0
VARIOS	0	0
TOTAL	20	20

Fuente: Elaboración Plaza López R.



Gráfico 6

Elaborado por Plaza López R.

Análisis

De los 40 docentes entrevistados se llega a la conclusión que un 49% solo conoce un canal de YouTube que realiza Periodismo Independiente, mientras que un 36% afirmaron que conocen 2 canales que realizan Periodismo Independiente y un 15% aseguran que solo conocen 3 canales de YouTube.

Pregunta 7

7. ¿Conoce de algún colega que realice Periodismo Independiente?

Tabla 13

	UNI. LAICA	UNI. SALESIANA
SI	15	16
NO	5	4
TOTAL	20	20

Elaborado por Plaza López R.



Gráfico 7

Elaborado por Plaza López R.

Análisis:

De los 40 docentes encuestados, el 81% coincidieron en que tienen en común un colega que realiza Periodismo Independiente en las diferentes plataformas digitales, lo que reafirma que la plataforma de YouTube está en la era del Periodismo y que no es necesario depender de nadie

Mientras que un 19% de catedrático dijeron que no tenían a ningún colega haciendo Periodismo Independiente.

Pregunta 8

8. De qué manera se puede confiar en la información que circula en estas plataformas Digitales

Tabla 14

	UNI. LAICA	UNI. SALESIANA
Muy confiable	0	0
Confiable	1	5
Poco Confiable	19	15
TOTAL	20	20

Elaborado por Plaza López R.

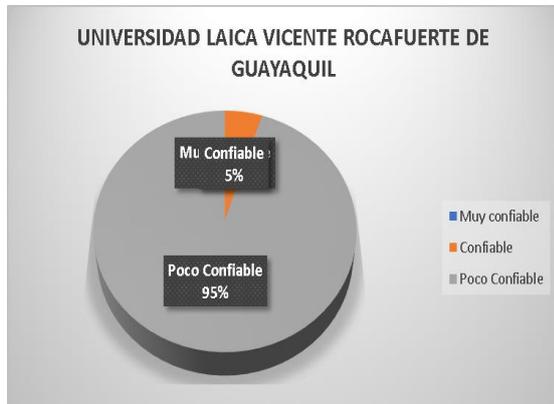


Gráfico 8

Elaborado por Plaza López R.

Análisis

Tanto la Universidad Laica como la Universidad Politécnica concordaron en un 100% , que la diferente información que se maneja en las plataformas es poco confiable esto se debe a que cualquier persona puede tener canal de YouTube sin una previa preparación profesional.

Pregunta 9

9. Respecto al factor Económico, ¿Que tan rentable es para hacer Periodismo Independiente?

Tabla 15

	UNI. LAICA	UNI. SALESIANA
Muy rentable	0	
Rentable	1	2
Poco Rentable	19	18
TOTAL	20	20

Elaborado por Plaza López R.

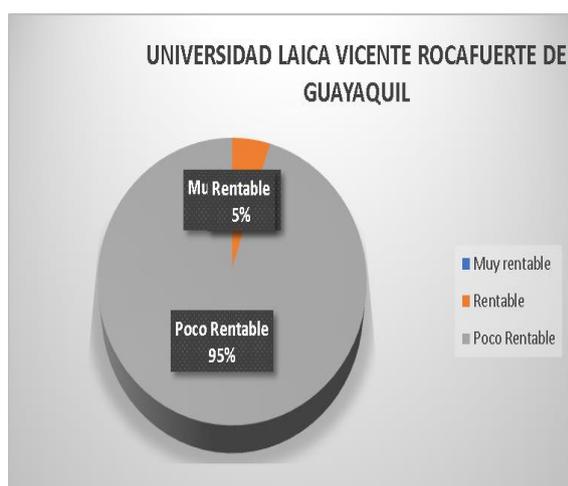


Gráfico 9

Elaborado por Plaza López R.

Análisis:

De los 40 docentes encuestados, 20 de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte y 20 de la Universidad Politécnica Salesiana, el 96% tienen claro que no es tan rentable hacer periodismo Independiente, mientras que un 4% afirma que si es rentable

Pregunta 10

10. ¿Qué nivel de aceptación usted considera que tienen los canales de YouTube

Tabla 16

	UNI. LAICA	UNI. SALESIANA
Alto	0	0
Medio	8	6
Bajo	12	14
TOTAL	20	20

Elaborado por Plaza López R.

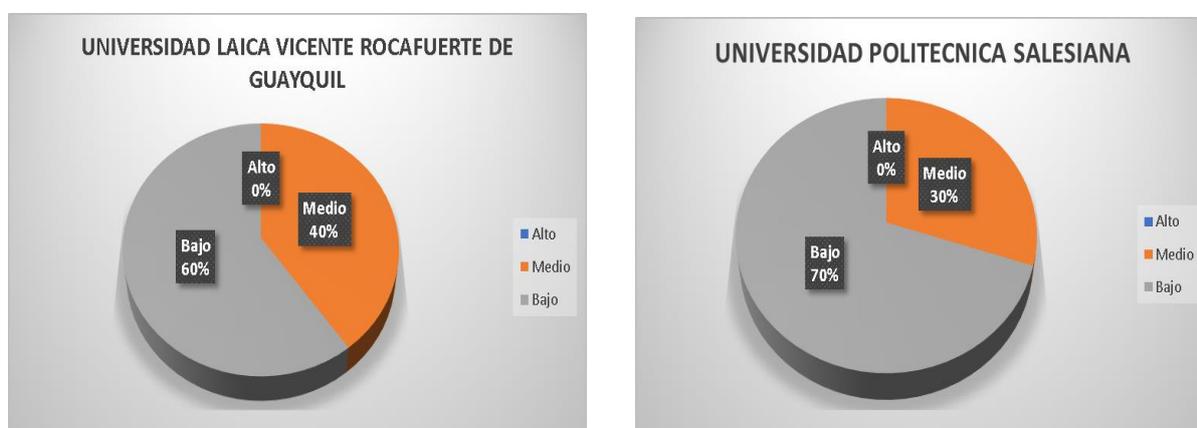


Gráfico 10

Elaborado por Plaza López R.

Análisis:

De los docentes encuestados en su mayoría considera que la aceptación que tiene la plataforma de YouTube utilizada por los Periodista Independiente es muy bajo, mientras que un porcentaje considerable aseguro que la aceptación es media; esto nos indica que hay diferentes puntos de vista

3.7 Entrevistas a especialistas

3.7.1 Entrevista a Catrina Tala, comunicador social.

3.7.1.1 C empezó su carrera profesional hace años,

Catrina Tala de 37 años de edad, comunicadora social, con más de 15 años de experiencia en los medios de comunicación, plataformas digitales y blog.

Asimismo Catrina en su blog muy responsable con el contenido de que se maneja en esta página web.

Sus inicios fueron como productora General de la revista familiar En contacto donde laboro durante 7 años, donde nos aclara que su salida fue tras culminar su ciclo.

Tiene su propio “Blog de Catrina” , donde vio sus frutos en el año 2014, en la actualidad tiene en su canal de YouTube el programa Turcafé , que también es retransmitido los días domingos por Tc Televisión.

Tala afirma que las plataformas digitales dan Libertad de exponer tu personalidad y la postura, muchas veces en los Medios Tradicionales no es posible por la línea editorial. Además asegura que YouTube tiene independencia. De igual modo dice que la forma de hacer periodismo cambia, con las distintas redes sociales y plataformas digitales.

La noticia hoy es más inmediata. Pero la credibilidad sigue estando en los periodistas “tradicionales” hacer periodismo es un acto de responsabilidad. Por otro lado expresa que un periodista no puede olvidar en el momento de ejercer su trabajo es la responsabilidad.

Tala afirma que el Periodismo Independiente en Ecuador está mejorando, sin embargo hay muy pocos Periodistas Independientes.

3.7.2 Entrevista a Carlos Luis Andrade

Carlos Luis Andrade inicio su carrera como Comunicador desde niño, incluso antes de haberlo estudiarlo en la Universidad, viene de una familia de Radiodifusores, su padre es Periodista, no le basto los estudios Universitarios; siguió muchos seminarios de Banca, Economía política. Aparte de ser Comunicador Social es Coach, y aún sigue estudiando Derecho.

Comenta que ha trabajado en programas como “Yo me llamo”, “La voz Ecuador”, “El pozo Millonario”, entre otros.

En la actualidad tiene su canal de YouTube, llamado “Los Andrade Díaz” que fue creado hace un año, que cuentan 11.650 suscriptores, su programa lo conforma él junto su esposa Gaby Díaz y su pequeña hija Poly Andrade que es un segmento de entrevistas con diferentes personajes de la pantalla chica, tiene diferentes publicidades en sus redes sociales para ganar suscritores, aparte de sus marcas publicitarias entre otras.

Andrade asegura que todo va progresando con el mundo de la tecnología y ahí se ven inversas las plataformas de YouTube, es una buena herramienta para que cualquier Periodista se dé a conocer, pero hay que saberla utilizar.

Además asegura que un Periodista Independiente puede darse a conocer desde YouTube sin necesidad de estar en la pantalla chica.

Por otro lado, Carlos recalca que mantener un canal de YouTube genera gastos económicos, donde se necesita una producción bien estructurada para obtener un buen programa , y que sus suscriptores lo sigan , incluso no es muy rentable pero sabiendo manejarlo se puede vivir de esto , señala.

3.7.3 Entrevista a un especialista en Periodismo Digital.

Julissa Villanueva Barahona, Periodista con más de 15 años en el ejercicio Profesional desempeñándose exitosamente en varios medios, sus inicios fueron en el desaparecido medio de comunicación “El Mercurio”. Luego se desempeñó en el Diario el telégrafo, cuando era del sector Privado. Más adelante Villanueva formó parte del el Diario El Expreso donde laboró durante 6 años, ejercía el Periodismo Económico. Actualmente tiene una plataforma web llamada “Punto y Coma”. Es docente y su cátedra es enseñar Periodismo Digital, donde asegura que el Periodismo sigue siendo el mismo en el sentido que siempre debe primar su enfoque, informar con veracidad, con claridad, con prolijidad para poder cumplir con el objetivo de llegar a la audiencia.

Villanueva asegura que los medios Tradicionales no están quedando atrás, “Mas bien los Medios Tradicionales son los que han quedado adaptados a los cambios y han formado un fuerte grande”; el reto es mantenerse. En donde la audiencia que no vea Medios Tradicionales, vean los medios digitales y lo encuentren hay. Pero siempre se debe informar.

Afirma que los medios de Comunicación (Impresos, radio y televisión), implementaron estas plataformas pero no solo eso generan contenidos que no son los mismo, están innovando su contenido como por ejemplo el un Diario El Telégrafo que tiene sus programas que transmiten en el canal de YouTube, los retransmiten en las diferentes redes Sociales.

Entre los canales de YouTube más reconocidos en otros Países esta la “BBC News” que cuenta con 2.500.000 de suscriptores.

Asegura que en la actualidad los que hacen Periodismo digital son los profesionales que se han graduado hace más de 15 años, los cuales han tenido que actualizarse a entender el mundo de la tecnología. “

3.7.4 Entrevista a Douglas Rangel Donoso

Douglas Rangel Donoso, Comunicador Social con más de 25 años de trayectoria en el mundo de la Comunicación, ha trabajado en Radio Caravana TCradio , Radio Atalaya, Diario Expreso, Radio Hoy, siempre desempeñándose como analista y comentarista Político.

Actualmente dirige y conduce el noticiero de radio CRE Satelital de lunes a viernes de 8h00 a 10h30, y en Teleradio los días sábados.

Rangel asegura que YouTube es la más grande plataforma de comunicación del mundo su influencia es gigantesca, antes tener un canal de tv era imposible, eso nunca podía suceder, en la actualidad es posible tener un canal en YouTube y transmitir a sus suscriptores y darnos a conocer como Periodistas “Hay muchas oportunidades para triunfar y generar nuestro propio empleo”.

Además afirma que un Periodista nunca puede olvidar la credibilidad, la objetividad y la pulcritud a la hora de informar.

Asimismo asegura que el Periodismo tradicional está quedando atrás, por la implementación de las plataformas “las masas prefieren estar conectado en su celular y ver YouTube; que prender su televisor” asegura.

3.8 Conclusiones

El proceso investigativo y de análisis teórico del periodismo independiente aún necesita avanzar con mayor fuerza en el ámbito del Ecuador. Todavía no se observa que este sea un tema interesante de titulación o de artículos y libros pues se carece de abundante producción científica lo que dificulta la investigación teórica.

De acuerdo a este proyecto investigativo se pudo determinar que no es necesario que un Periodista tenga un trabajo en la televisión para darse a conocer, ya que en la actualidad se cuenta con plataformas digitales como YouTube, y se puede ser el dueño de su propio tiempo, de criterios en otras palabras ser un Periodista Independiente.

En los últimos años las plataformas digitales han sido parte del periodismo porque mediante esta se puede ejercer un periodismo Independiente y mantener una interacción con su audiencia y suscriptores.

3.9 Recomendaciones

La autora de esta tesis elabora como recomendaciones para una posible ejecución de este proyecto investigativo que:

- 1.- El uso de la plataformas digitales por partes de los periodistas Independientes son una herramienta para darse a conocer, pero es muy importante mantenerla actualizada.
- 2.- Ir innovando la información dependiendo la línea que sigue el Periodista Independiente
- 3.- Se recomienda que se trate de mantener una respuesta, a las inquietudes de sus suscriptores
- 4.- Se debe reformar la Ley de Comunicación aprobada por la Asamblea Nacional Constituyente, para controlar en su totalidad el contenido de lo que se sube en YouTube (internet) , en la actualidad solo se supervisa a la televisión, radio y prensa escrita.

Referencias bibliográficas

- Baldoni M. (2012) *La disputa entre periodismo independiente y periodismo militante: apuntes para analizar las tensiones en la ética periodística en la Argentina contemporánea. QUÓRUM ACADÉMICO* Vol. 9, Nº 2, julio-diciembre 2012, Pp. 213-245 Universidad del Zulia ISSN 1690-7582
- Bañuelos, J (2009). *YouTube como plataforma de la sociedad del espectáculo. Razón y Palabra*, vol. 14, núm. 66, enero-febrero, Recuperado de:
www.redalyc.org/articulo.oa?id=199520908014
- Edo Bolós, C (2001) *El lenguaje periodístico en la red: del texto al hipertexto y del multimedia al hipermedia. Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, n.º 7: 79-94
- García, F, Portillo J, Romo J, y Manuel Benito. (2012) *Nativos digitales y modelos de aprendizaje. Recuperado de: <http://ceur-ws.org/Vol-318/Garcia.pdf>*
- Gil, Quim (1999:a): "Diseñando el periodista digital". En *Sala de Prensa, Año II, Vol. 2, de noviembre de 1999. En <http://saladeprensa.org/art89.htm>. Accedido el 9-7-2001.*
- Jodár, J. (2013) *La era Digital; Nuevos Usuarios y nuevos Profesionales. Razón y Palabra. Recuperado de <http://C:/Users/NaTa/Desktop/bibliogrfsfis/anexos%20de%20autores/3.%20la%20era%20digital.pdf>*
- Mendoza, A. (2013, 30,06). *Historia de los medios de Comunicación. Recuperado de <http://utel.edu.mx/blog/10-consejos-para/historia-de-los-medios-de-comunicacion/>*

Miro Quesada A (1986). *Periodismo Independiente*. Recuperado de:

<file:///C:/Users/Adrian/Downloads/886-2621-1-PB.pdf>

Prieto R. (2012) *Youtube como paradigma del vídeo y la televisión en la web 2.0*. (Tesis doctoral). Recuperado de: <https://eprints.ucm.es/16111/1/T33817.pdf>

Porter D (2006). *Manual del Periodismo Independiente*. Recuperado de:

https://photos.state.gov/libraries/amgov/30145/publications-spanish/handbook_journalism-sp.pdf

Reina: H. (1996) «*Cuba: la odisea de los periodistas independientes*», *Eltiempo.com*, 3

Recuperado de: <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/MAM-288553>

Toscano Segovia. (2017) *El mito del periodismo independiente en Ecuador*. Recuperado de:

http://lhblog.nuevaradio.org/b2-img/dax_periodismo.pdf

Varela, J. (2005). *Blogs vs. MSM. Periodismo 3.0, la socialización de la información*, *Telos*.

Recuperado de:

[http://sociedadinformacion.fundacion.telefonica.com/telos/articulocuaderno.](http://sociedadinformacion.fundacion.telefonica.com/telos/articulocuaderno.asp?idarticulo=7&rev=65.htm)

[asp?idarticulo=7&rev=65.htm](http://sociedadinformacion.fundacion.telefonica.com/telos/articulocuaderno.asp?idarticulo=7&rev=65.htm)

ANEXOS

Nombre: Catrina Tala

Cargo: Comunicadora Social

1.- ¿Cuál es su trayectoria en el periodismo?

Estudie periodismo. Escribo hace años, lo ejerzo desde la tv y las plataformas digitales.

Blog de Catrina vio la Luz en 2014 Turcafé también. En los programas que he dirigido si bien no son corte periodístico siempre el periodismo siempre está inmerso. Es una forma de ser responsables con el contenido.

2.- ¿Cuál ha sido la influencia de la plataforma YouTube en el desarrollo del perfil periodístico independiente?

Creo que las plataformas digitales dan Libertad de exponer tu personalidad y la postura que tienes. Muchas veces en los medios tradicionales eso no es posible por la línea editorial de los mismos. YouTube tiene esa independencia.

3. ¿De qué manera ha ido quedando atrás el periodismo tradicional?

No creo que esté quedando atrás. El periodismo es periodismo. Solo evoluciona su forma.

4. ¿Cuál ha sido el cambio que se ha visto que ha dado en el periodismo tradicional a partir de la implementación de canales de YouTube?

Creo que las formas cambian, el periodismo es periodismo. Más que canales de YouTube creo son las distintas redes sociales y plataformas digitales. La noticia hoy es más inmediata. Pero la credibilidad sigue estando en los periodistas “tradicionales” hacer periodismo es un acto de responsabilidad también y muchas veces el periodismo ha sido irrespetado.

5. ¿Qué tan difícil fue para el periodismo Ecuatoriano adaptarse a estos nuevos formatos digitales?

En los últimos años el periodismo se vio afectado por el Correato. Pero creo que así como fue amordazado también busco y encontró su libertad en la parte digital. Creo que se adaptó bastante bien aunque aún queda mucho por recorrer.

6. A partir de la implementación de las nuevas tecnologías que es lo que el periodista no puede olvidar en momento de ejercer su trabajo Profesional

Ser responsable.

7. ¿Qué tan importante es contar con una producción bien estructurada dentro del canal de YouTube?

Es parte de la credibilidad de un periodista.

8. ¿Cuáles son las estrategias que utilizan los periodistas para ganar más suscritores?

La pauta. Y a veces, lamentablemente el sensacionalismo que NO es responsable.

9. ¿Para usted como se está manejando el Periodismo Independiente en Ecuador?

Está mejorando, sin embargo hay muy muy pocos periodistas independientes.

Nombre: Carlos Luis Andrade

Cargo: Comunicador Social

1.- ¿Cuál ha sido su trayectoria en el periodismo?

Bueno la verdad que yo inicie mi carrera como Comunicador Social desde niño, incluso antes de estudiar en la Universidad, porque mi familia de Radiodifusores; yo crecí viendo a mi padre que eran Comunicador Social, periodista y hacia opiniones Social política.

Yo me forme en la Universidad para hacer lo que hacen ellos porque mi papa todavía sigue ejerciendo, y quería ser Analista Socio Político me forme y para eso no me basto el estudio de la Universidad sino que estudie muchos seminarios de la banca, Economía política, además estudie para ser Coach en 3 años, además estudie derecho estoy por ser Abogado; entonces el mundo de la Comunicación es muy amplio y yo me he esforzado.

Además eh trabajo en en programas como “Yo me llamo”, “La voz Ecuador”, “El pozo Millonario”, entre otros.

2.- ¿Cuál ha sido la influencia de la plataforma YouTube en el desarrollo del perfil periodístico independiente?

Es una buena herramienta para que cualquier Periodista se dé a conocer, pero hay que saberla utilizar porque para ganar dinero tienen que tener auspiciantes y marcas que lo abalen

En la actualidad yo tengo mi propio canal de YouTube junto a mi esposa e hija es un programa de entrevista personas del medio, comemos conversamos, cantamos hacemos diferentes actividades en la comodidad de mi hogar, cuento con 11.650 suscriptores;

3.-¿De qué manera ha ido quedando atrás el periodismo tradicional?

Para mí no está quedando atrás, sino que va evolucionando todo está cambiando

4. ¿Cuál ha sido el cambio que se ha visto que ha dado en el periodismo tradicional a partir de la implementación de canales de YouTube?

En el avance tecnológico que estamos viviendo en estos momentos la noticia llega más rápido por las diferentes plataformas digitales, pero en estas redes sociales los periodistas no tienen credibilidad, así que para mí tienen que tener ética profesional al momento de publicar y compartir una información

5. ¿Qué tan difícil fue para el periodismo Ecuatoriano adaptarse a estos nuevos formatos digitales?

Se ha sabido adaptar bastante bien ya que los canales de televisión, prensa ha implementado su propio canal de YouTube esto es un gran avance ya que no todas las personas no tienen un

televisor cerca por las diferentes actividades que se encuentran haciendo, pero si tiene su celular y pueden estar actualizado con la información

6. A partir de la implementación de las nuevas tecnologías que es lo que el periodista no puede olvidar en momento de ejercer su trabajo Profesional

Su ética profesional es lo que nunca se debe olvidar un Periodista

7. ¿Qué tan importante es contar con una producción bien estructurada dentro del canal de YouTube?

Se necesita una producción bien estructurada para obtener un buen programa y para que la gente los siga

8. ¿Cuáles son las estrategias que utilizan los periodistas para ganar más suscriptores?

Estrategias hay muchas como premios, concurso motivación para que la gente se sienta a gusta con el programa

9. ¿Para usted como se está manejando el Periodismo Independiente en Ecuador?

Creo que periodista Independiente hay muy pocos en Ecuador

Nombre: Douglas Rangel Donoso

Cargo: Comunicador Social

1.-¿Cuál es su trayectoria en el periodismo?

. Soy comunicador de radio y prensa escrita. He trabajado en medios privados de comunicación desde hace más de 25 años. Radio Caravana, TCradio, radio Atalaya, Diario Expreso, Diario Hoy. Siempre desempeñándose como analista político-entrevistador y comentarista político. Actualmente dirijo y conduzco el noticiero de radio CRE Satelital, de lunes a viernes, en la mañana, mediodía. Los sábados de 8h30 a 10h30 en Teleradio.

Activo en redes sociales, YouTube, Facebook.

2.-¿Cuál ha sido la influencia de la plataforma YouTube en el desarrollo del perfil periodístico independiente?

YouTube es la más grande plataforma de comunicación del mundo. No hay nada como YouTube. Su influencia es gigantesca y determinante. Ha popularizado el mundo se la música y los contenidos musicales y de cualquier tema de la sociedad actual. Ha marcado los espacios de tiempo y forma: antes de YouTube y después de YouTube. Ha creado nuevos perfiles periodísticos y eso es de incalculables consecuencias.

3.-¿De qué manera ha ido quedando atrás el periodismo tradicional?

Las redes sociales y las plataformas digitales han creado un nuevo periodismo. Los medios de prensa no pueden competir con las redes. Hay que unirse a las redes y aprovechar las grandes y gigantescas oportunidades que han traído para un mejor periodismo.

4.-¿Cuál ha sido el cambio que se ha visto que ha dado en el periodismo tradicional a partir de la implementación de canales de YouTube?

YouTube ha democratizado la información y la comunicación. Antes de las redes sociales tener un canal de tv propio era imposible. Eso nunca podía suceder. Ahora es posible con los canales y radios online. Eso es formidable. Histórico. Hay más medios digitales q los tradicionales y eso permite ser mejor en el trabajo periodístico.

5.-¿Qué tan difícil fue para el periodismo Ecuatoriano adaptarse a estos nuevos formatos digitales?

No ha sido difícil. Nadie puede detener el avance de la civilización del conocimiento. Estos son los tiempos de revolución tecnológica y d la innovación. Este es el carro o el tren productivo. Hay que treparse y ya, sino te vuelves anticuado.

6.-¿A partir de la implementación de las nuevas tecnologías que es lo que el periodista no puede olvidar en momento de ejercer su trabajo Profesional?

Nunca puede olvidar la credibilidad, la objetividad y la pulcritud en lo q informa. El periodismo ayer y hoy y siempre es el ejercicio de la verdad. Contrasta la información y la expone poniendo su alma en lo q informa.

Nunca debe olvidar la verdad de lo que informa y transmite.

7.-Qué tan importante es contar con una producción bien estructurada dentro del canal de YouTube?

Un canal YouTube o radio Online no significa desorden. Es una empresa, hay que sustentarla, organizarla bien, ponerle todo el corazón pero toda la inteligencia también para dar muestra de seriedad y credibilidad.

8.-Según su experiencia en el Periodismo cuales son los canales de YouTube más sonados

Veo canales de noticias, veo opinión, entrevistas. El portal web de radios y canales de Tv

9.- ¿Cuáles son las estrategias que utilizan los periodistas para ganar más suscriptores?

La principal estrategia es la credibilidad, la objetividad, la veracidad.

Sobre todo la inmediatez. El periodismo moderno exige estar bien preparado y conocer y saber bien y a profundidad lo que la gente quiere saber.

10.- ¿Para usted como se está manejando el Periodismo Independiente en Ecuador?

El periodismo independiente debe crecer. Aumentar su credibilidad y contenidos.

El periodismo moderno debe ser él mismo su fuente de trabajo. Los medios tradicionales ya no son una posibilidad laboral. Los medios privados tradicionales están desapareciendo o no pagan sueldos ahora es la oportunidad de unirse con otros jóvenes periodistas y tener su propio medio de comunicación. Debe atreverse a ser nuevo: hay muchas oportunidades para triunfar y generar su propio empleo.

ENCUESTA A LOS PROFESORES

DE LA UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE DE GUAYAQUIL

NOMBRE: _____

1. ¿Cuál plataforma digital utiliza con más frecuencia?

YouTube

Facebook

Instagram

2. ¿Usted está suscripto a algún canal de YouTube?

Si

No

3. Dentro de la plataforma de YouTube, algunos periodistas se han visto obligado a crear su propio canal. Conoce alguno de los siguientes canales de YouTube

• **Los Andrade Díaz**

• **La Potra Gabriela Guzmán**

• **Mariela Tv**

• **La Potra Guzmán**

• **José Delgado**

4. Cree que la plataforma de YouTube le esté ganando la partida a la televisión

Si

No

5. ¿En qué medio de Comunicación cree usted que llega primero la noticia?

Televisión

Plataformas digitales

Prensa

6. ¿Cuántos canales de YouTube conoces que hacen Periodismo Independiente?

1 2 3 4 varios

7. Conoce de algún colega que realice Periodismo Independiente

Si

No

8. De qué manera se puede confiar en la información que circula en estas plataformas digitales

Muy Confiable

Confiable

Poco Confiable

9. Respecto al factor Económico , que tan rentable es para un Periodista hacer un Periodismo independiente

Muy Rentable

Rentable

Poco Rentable

10. ¿Qué nivel de aceptación usted considera que tienen los canales de YouTube utilizados por los Periodistas Independientes?

Alto

Medio

Bajo