



Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DERECHO
CARRERA DE PERIODISMO

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN
PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE:
Licenciado en Periodismo

TEMA:

**Análisis de las estructuras básicas de las notas periodísticas
publicadas en Facebook**

Tutor:

Msc. Federico Guillermo Varas Chiquito

Autor:

Roberto Santiago Freire Santos

Guayaquil, 2016

DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR

El señor ROBERTO SANTIAGO FREIRE SANTOS, declara bajo juramento que la autoría del presente trabajo de investigación, corresponde totalmente a los suscritos y nos responsabilizamos con los criterios y opiniones científicas que en el mismo se declaran, como producto de la investigación realizada.

De la misma forma, cedemos nuestros derechos de autor a la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil, según lo establece por la ley de propiedad intelectual, por su reglamento y normatividad institucionalidad vigente.

Este proyecto se ha ejecutado con el propósito de analizar y crear sugerencias de manera general a los futuros estudiantes de Periodismo o Comunicación Social sobre las estructuras básicas de las notas periodísticas publicadas en Facebook.

Autor:

ROBERTO SANTIAGO FREIRE SANTOS

C.I. 0923799407

CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del Proyecto de Investigación, nombrado por la Directora de la Carrera de Periodismo de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil.

CERTIFICO:

Haber dirigido, revisado y analizado el Proyecto de Investigación con el tema: **“Análisis de las estructuras básicas de las notas periodísticas publicadas en Facebook”** presentado como requisito previo a la aprobación y desarrollo de la investigación para optar al título de:

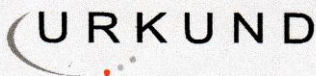
LCDO. EN PERDIOSIMO

Presentado por el egresado: ROBERTO SANTIAGO FREIRE SANTOS

Msc. Federico Guillermo Varas Chiquito

Tutor

CERTIFICADO DE ANTIPLAGIO

The logo for URKUND, featuring the word "URKUND" in a bold, sans-serif font. To the left of the text is a stylized graphic consisting of a curved line and several small dots, suggesting a globe or a network.

Urkund Analysis Result

Analysed Document: TESIS lista.docx (D18608981)
Submitted: 2016-03-17 23:45:00
Submitted By: rofre19@hotmail.com
Significance: 4 %

Sources included in the report:

tesis KARLA MEJIA NARANJO 4A3.pdf (D15104117)
MODELO PARA MEJORAR LA ESTRUCTURACION CONTENIDOS.txt (D10690387)
<http://anasass.com/pdf/economiadelasalud.ppt>
<http://repositorio.ulvr.edu.ec/bitstream/44000/521/1/T-ULVR-0455.pdf>
<http://www.ministeriointerior.gob.ec/wp-content/plugins/download-monitor/download.php?id=924&force=0>
<http://www.scpm.gob.ec/wp-content/uploads/2015/09/Resoluci%C3%B3n-No.-SCPM-CNG-2015-025.pdf>
http://campus.usal.es/~revistas_trabajo/index.php/0212-5374/article/download/7890/8360
https://tallercomunicacionyeducacion.files.wordpress.com/2011/05/ortega_gacitua.pdf
https://www.facebook.com/elpais/info/?tab=page_info
[http://www.supercom.gob.ec/es/institucion/mision-vision-valores/2-general/263-instructivo-para-presentacion-de-denuncias-o-reclamos-en-el-balcon-de-servicios,](http://www.supercom.gob.ec/es/institucion/mision-vision-valores/2-general/263-instructivo-para-presentacion-de-denuncias-o-reclamos-en-el-balcon-de-servicios)

Instances where selected sources appear:

24

A handwritten signature in blue ink, appearing to be "GMS".

REPOSITARIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

FICHA DE REGISTRO DE TESIS

**TITULO Y SUBTITULO: Análisis de las estructuras básicas de las notas
periodísticas publicadas en la plataforma de Facebook**

AUTOR/ES:

ROBERTO SANTIAGO FREIRE SANTOS

REVISORES:

MSC. FEDERICO GUILLERMO VARAS CHIQUITO

INSTITUCIÓN:

**UNIVERSIDAD LAICA VICENTE
ROCAFUERTE DE GUAYAQUIL**

FACULTAD:

CIENCIAS SOCIALES Y DERECHO

CARRERA: PERIODISMO

FECHA DE PUBLICACIÓN:

N. DE PAGES: 86

ÁREAS TEMÁTICAS:

PALABRAS CLAVE:

**Delimita, Paradigmas, Web 2.0, Vinculados, Perspectivas, Tabulaciones,
Discusión.**

RESUMEN:

Este proyecto investigativo se divide en tres capítulos. En el primero, se plantea el tema, se determina el problema, se crean los objetivos, general y específicos que puedan facilitar el proceso de investigación; en la justificación se anota el porqué de este tema escogido; se escribe una hipótesis defendiendo la propuesta con argumentos válidos y que puedan ser fundamentados durante el proceso; se delimita el área de investigación, en este caso, encuesta a los estudiantes del tercero y cuarto semestre de la Carrera de Periodismo; y finalmente se definen las variables que aparecen en la investigación.

En el Capítulo II, se divide en tres partes Marco Teórico, Marco Legal y Marco Conceptual y dentro de estas, existen subtemas que complementan la investigación.

En el Marco Teórico se establecen los antecedentes de temas relacionados a la propuesta investigativa, de dónde surge, evoluciones, actualidad, paradigmas de la comunicación, redes sociales, evolución de los medios de comunicación, las redes sociales, web 2.0, reportajes multimedia, perspectivas éticas versus medios digitales; en esta parte se nombran los medios impresos digitales que se someten al análisis de las estructuras básicas para las publicaciones en Facebook.

En el Marco Legal, interviene la Ley Orgánica de Comunicación y los artículos que puedan estar vinculados a la problemática propuesta y la entidad que se encarga de aplicar la Ley, en este caso la Super Intendencia de Comunicación, SUPERCOM. En el Marco Conceptual, se definen los conceptos necesarios sobre todo lo que tenga que ver con tecnología virtual, internet, la comunicación, Facebook y se realizan análisis comparativos entre los medios impresos digitales elegidos para determinar estructuras básicas periodísticas.

En el tercer y último Capítulo, Marco Metodológico, se procede a definir el sistema para realizar el estudio comparativo y cómo obtener información de profesionales del medio y estudiantes que pertenecen al área delimitada; las entrevistas y encuestas se realizaron en este proceso, con sus respectivos bancos de preguntas y tabulaciones; al final se hace una discusión general de resultados y se anexan imágenes que respalden textos.

N. DE REGISTRO (en base de datos):

N. DE CLASIFICACIÓN:

DIRECCIÓN URL (tesis en la web):		
ADJUNTO URL (tesis en la web):	<input checked="" type="checkbox"/>	
ADJUNTO PDF:	SI <input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> NO
CONTACTO CON AUTORES/ES: ROBERTO SANTIAGO FREIRE SANTOS	Teléfono: 0996621181 045106175	E-mail: ROFRE19@HOTMAIL.COM
CONTACTO EN LA INSTITUCION:	Nombre: MSC. WASHINGTON VILLAVICENCIO SANTILLAN DECANO MSC. AMALIA GABINO NEVAREZ PERIODISMO DIRECTOR DE PERIODISMO	
	Teléfono: 2596500 EXT. 249 DECANO DIRECTOR DE PERIODISMO 251	
	E-mail: wvillavicencios@ulvr.edu.ec agabinon@ulvr.edu.ec	

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios y a mi madre Violeta Santos Alcívar, por todo su esfuerzo, dedicación y empeño para podernos sacar adelante, como madre y a su vez tomando el rol de padre. Digo podernos porque somos dos hermanos, Marcelo Freire Santos y yo, Roberto Freire Santos.

Agradezco a Newton Soria Quimí, amigo y profesor de actuación, a pesar que no existe algún vínculo familiar siempre actuó como un padre incondicional, gracias Newton.

Agradezco de antemano a la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil, sus directivos, docentes, personal administrativo, compañeros de aulas que estuvieron prestos a guiarme y aconsejar en su debido momento.

Haré un pequeño paréntesis para nombrar a un docente que a pesar de haber sido designado como tutor en este proceso de tesis, su labor no solo comenzó en ese momento, sino desde segundo año, cuando nos dictó su materia sobre Métodos y Técnicas de Investigación

Msc. Federico Varas, gracias.

DEDICATORIA

Este logro, esta meta alcanzada se la dedico exclusivamente a mi madre Violeta Santos Alcívar, a mi hermano Marcelo Freire Santos y a mi hija de apenas pocos meses de nacida, Tiffany Freire Vera, los amo.

RESUMEN

Este proyecto investigativo se divide en tres capítulos. En el primero, se plantea el tema, se determina el problema, se crean los objetivos, general y específicos que puedan facilitar el proceso de investigación; en la justificación se anota el porqué de este tema escogido; se escribe una hipótesis defendiendo la propuesta con argumentos válidos y que puedan ser fundamentados durante el proceso; se delimita el área de investigación, en este caso, encuesta a los estudiantes del tercero y cuarto semestre de la Carrera de Periodismo; y finalmente se definen las variables que aparecen en la investigación.

En el Capítulo II, se divide en tres partes Marco Teórico, Marco Legal y Marco Conceptual y dentro de estas, existen subtemas que complementan la investigación.

En el Marco Teórico se establecen los antecedentes de temas relacionados a la propuesta investigativa, de dónde surge, evoluciones, actualidad, paradigmas de la comunicación, redes sociales, evolución de los medios de comunicación, las redes sociales, web 2.0, reportajes multimedia, perspectivas éticas versus medios digitales; en esta parte se nombran los medios impresos digitales que se someten al análisis de las estructuras básicas para las publicaciones en Facebook.

En el Marco Legal, interviene la Ley Orgánica de Comunicación y los artículos que puedan estar vinculados a la problemática propuesta y la entidad que se encarga de aplicar la Ley, en este caso la Super Intendencia de Comunicación, SUPERCOM. En el Marco Conceptual, se definen los conceptos necesarios sobre todo lo que tenga que ver con tecnología virtual, internet, la

comunicación, Facebook y se realizan análisis comparativos entre los medios impresos digitales elegidos para determinar estructuras básicas periodísticas.

En el tercer y último Capítulo, Marco Metodológico, se procede a definir el sistema para realizar el estudio comparativo y cómo obtener información de profesionales del medio y estudiantes que pertenecen al área delimitada; las entrevistas y encuestas se realizaron en este proceso, con sus respectivos bancos de preguntas y tabulaciones; al final se hace una discusión general de resultados y se anexan imágenes que respalden textos.

Palabras Claves: Delimita – Paradigmas - Web 2.0 – Vinculados

– Perspectivas – Tabulaciones - Discusión.

SUMMARY

This research project is divided into three parts. In the first chapter, the question, determine the problem, you create objectives, general and specific, which can facilitate the research process; in the justification note down why this chosen topic; writes a hypothesis advocating the proposal with valid arguments and that they can be grounded during the process; is delimits the area of research, in this case, survey the students of the third and fourth semesters of the career of journalism; and finally defined the variables that appear in the research.

In chapter II, is divided into three parts, theoretical framework, Legal framework and Conceptual framework and inside them there are subtopics that complement the research.

The theoretical framework sets out the background to issues related to the research proposal, from which emerges, developments, news, paradigms of communication, social networks, evolution of media, social networks, web 2.0, multimedia reports, ethical perspectives versus digital media; in this part are named digital printed media which are subjected to the analysis of the basic structures for publications on Facebook.

In the Legal framework, acts of communication law and articles that may be linked to the problematic proposal and the entity that is responsible for applying the law, in this case the Super intendance communication, SUPERCOM. In the Conceptual framework of defined the necessary concepts about everything that has to do with virtual technology, internet, communication, Facebook and are

made comparative analysis between digital print media chosen to determine basic journalistic structures.

In the last chapter, methodological framework, we proceed to set the system to perform is comparative study and how to get information from professionals and students belonging to the demarcated area; interviews and surveys were carried out in this process, with their respective banks of questions and tabulations; at the end is a general discussion of results and images that support texts are annexed.

INTRODUCCIÓN

Desde que el internet apareció, las cosas cambiaron; envíos de información que tardaban días o meses en llegar con el pasar de los años, se convirtieron en minutos y segundos, gracias a las herramientas que se fueron creando para complementar este mundo virtual.

En la actualidad existen variedades de páginas web, blogs, medios de comunicación virtuales y las conocidas redes sociales que de alguna manera facilitan el trabajo a muchas personas debido a su alcance mundial.

Los medios masivos de comunicación, radio, televisión y prensa escrita han formado parte de estos cambios tecnológicos para llegar con sus noticias a masas en sectores muy distantes. Sobre los medios escritos digitales, la gran mayoría usan páginas web y redes sociales para ganar audiencia; en estos sitios virtuales se publican contenidos noticiosos que aparecen en las ediciones impresas.

Al momento de publicar notas periodísticas en las redes sociales quienes deben apegarse a un formato que genere interés en los lectores; si nos enfocamos en una de las redes sociales principales del mundo como es el FACEBOOK, estos medios son muy concretos al momento de subir información.

Por ese motivo, lo que se busca con este proyecto investigativo es analizar las estructuras básicas de las notas periodísticas publicadas en la plataforma de Facebook tomando en consideración a varios medios impresos digitales, de distintas ciudades para hacer un análisis comparativo y al final sacar una

conclusión que permita sugerir una adecuada estructura básica al momento de subir información a la página de Facebook.

Cada medio de comunicación, en este caso impreso digital, tiene su forma de publicar noticias: textos cortos, con enlaces a la página web oficial de cada medio, enlace a Twitter, foto, video, pie de foto, títulos sobre las imágenes, entre otros.

Este proyecto tiene como objetivo comparar y seleccionar o definir una estructura básica que se apegue al ámbito periodístico y que sea de mucha ayuda para los profesionales del medio o los futuros estudiantes de comunicación social.

Contenido

PORTADA	i
DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR	II
CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR	III
En mi calidad de Tutor del Proyecto de Investigación, nombrado por la Directora de la Carrera de Periodismo de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil.	III
AGRADECIMIENTO	VIII
DEDICATORIA	IX
RESUMEN	X
SUMMARY	XII
INTRODUCCIÓN	XIV
CAPÍTULO I	1
TEMA.....	1
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	1
1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	3
1.3 SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA	3
1.4 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	3
1.4.1 OBJETIVO GENERAL.....	3
1.4.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	4
1.5 JUSTIFICACIÓN	4
1.6 DELIMITACIÓN O ALCANCE DE LA INVESTIGACIÓN.....	5
1.7 HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN O IDEAS A DEFENDER.....	5
1.8 VARIABLES.....	5
1.8.1 Variable independiente.....	5
1.8.2 Variable dependiente	5
CAPÍTULO II	6
MARCO TEÓRICO	6
2.1 Antecedentes Históricos	6
El cambio Comunicacional- Los cambios en el ámbito comunicacional se pueden apreciar de diferentes maneras, por actitudes de la sociedad frente a los medios tradicionales y los digitales.	6
2.2 Paradigmas de la Comunicación	7
2.3 Las Redes sociales	8
2.4 La Web 2.0.....	9

Abarata costos y con un ordenador y una conexión a Internet permite difundir cualquier noticia en cuestión de instantes a cualquier parte del mundo. No es necesario desplazar unidades móviles o cualquier otra herramienta, además los teléfonos móviles facultan que a través de un SMS, 160 caracteres, se actualice cualquier página web.	9
2.5 Reportaje Multimedia como género de periodismo digital actual	10
2.6 Perspectiva Ética en el Periodismo Digital	10
2.7 Periodismo transmedia en las redes sociales	11
2.8 La arquitectura de la información	12
2.9 Periodismo Transmedia.....	12
2.10 Estructura Narrativa de un Reportaje	14
2.11 Medios y redes sociales.....	15
2.12 Medios Impresos / digitales / Ecuador	15
2.13 MARCO LEGAL	18
2.13.1 Medios de Comunicación y la Supercom	18
2.13.2 LEY ORGÁNICA DE COMUNICACIÓN	19
2.13.2.1 Título I Disposiciones preliminares y definiciones	19
2.13.2.2 CAPÍTULO II Derechos a la comunicación / SECCIÓN II / Derechos de igualdad e interculturalidad.....	20
Art. 35.-Derecho al acceso universal a las tecnologías de la información y comunicación	20
2.13.2.3 SECCIÓN III Derechos de los comunicadores.....	21
2.13.2.4 Conclusión	21
2.13.3 Plan Nacional del Buen Vivir	22
2.14 MARCO CONCEPTUAL	23
2.14.1 ¿Qué es Internet?.....	23
2.14.2 La Comunicación	24
2.14.2 ¿Qué es Facebook?	25
2.14.3 Hipertextos.....	26
2.14.4 Multimedialidad	26
2.14.5 Interactividad	27
2.15 ANÁLISIS COMPARATIVO ENTRE VARIOS MEDIOS IMPRESOS	28
2.16 ANALIZAR MEDIOS QUE APLICAN SU PROPIA ESTRUCTURA COMUNICACIONAL	31
2.17 IDENTIFICAR ESTRUCTURAS BÁSICAS.....	33
2.17.1 El Telégrafo de Guayaquil.....	33
2.17.2 El Comercio de Quito	34

2.17.3 El Mercurio de Cuenca	35
2.17.4 EL PAÍS, Diario Internacional Global.....	36
2.18 COMPARAR LAS ESTRUCTURAS BÁSICAS APLICADAS EN LOS MEDIOS NOMBRADOS	37
2.18.1 CONCLUSIÓN	38
CAPÍTULO III	39
METODOLOGÍA.....	39
3.1 DISEÑO METODOLÓGICO	39
3.2 POBLACIÓN Y MUESTRA.....	40
Banco de preguntas dirigidas al Decano de la Facultad de Ciencias Sociales y Derecho y Docentes de la carrera de Periodismo de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil. (MAGEN.....	51
Banco de preguntas dirigido a medios impresos digitales.....	60
MEDIOS IMPRESOS DIGITALES	60
DISCUSIÓN GENERAL DE RESULTADOS	63
CONCLUSIÓN Y RECOMENDACIÓN DE LA DISCUSIÓN GENERAL:	65
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	66
Plan Nacional del Buen Vivir, Objetivo 4. Fortalecer las capacidades y potencialidades de la ciudadanía, http://documentos.senplades.gob.ec/Plan%20Nacional%20Buen%20Vivir%202013-2017.pdf , 2013-2017.....	67
ANEXOS	68
CUESTIONARIO A DOCENTES LAICOS.....	68
CUESTIONARIO AL MEDIO IMPRESO.....	69
Imagen 1.....	71
Publicaciones de noticias en el Diario El Telégrafo en la página de Facebook.	71
Imagen 2.....	72
Publicaciones de noticias en el Diario El Comercio de Quito en su página de Facebook. ..	72
Imagen 3.....	73
Publicaciones de noticias en el Diario El Mercurio de Cuenca en la página de Facebook..	73
Imagen 4.....	74
Publicaciones de noticias en el Diario El País (Global) en la página de Facebook.	74
Imagen 5.....	75
Imagen 6.....	75
Imagen 7.....	76

CAPÍTULO I

TEMA

Análisis de las estructuras básicas de las notas periodísticas publicadas en la plataforma de Facebook.

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Con el pasar de los años, La Radio, Prensa Escrita y Televisión, o mejor dicho Medios de Comunicación masivos, han tenido cambios considerables comunicacionales y tienen que ver con las redes sociales. Estas plataformas permiten la interacción y el intercambio de información de todo tipo, llámese a estas imágenes, textos, videos, etcétera.

En la actualidad hay varias plataformas sociales principales como twitter, instagram, Facebook entre otras. Cada una de ellas tiene su función y estructura.

Las redes sociales en general tienen como finalidad generar debate sobre diversos temas, entablar diálogos, organizar encuentros de ex compañeros de la escuela, colegio o para dar a conocer información con cierta relevancia o de interés para determinados grupos sociales.

Si nos enfocamos netamente en el ámbito periodístico, y si pensamos en una plataforma que permita ingresar una noticia de forma inmediata y sin que los lectores o seguidores se queden con las dudas en cuanto al ¿qué? ¿Quién? ¿Cómo? ¿Dónde? ¿Cuándo? ¿Por qué?, fácilmente la balanza se inclina por la plataforma de Facebook, debido que permite subir información (textos), imágenes, videos, enlaces de páginas al mismo tiempo, sin limitaciones de caracteres, como lo hace Twitter que solo permite escribir hasta 140.

Estas herramientas son aprovechadas por millones de usuarios, llámese a estos, empresas, entidades públicas, privadas, personas naturales, etc.

En Ecuador, al igual que en otros países del mundo, existen varios medios de comunicación impresos que con el pasar de los años han optado por unirse al nuevo sistema de comunicación digital; las redes sociales permiten la interacción de millones de personas alrededor del mundo.

Con el pasar de los años el internet se ha convertido en una herramienta fundamental para millones de personas. A pesar de la existencia de diversas plataformas de interacción social, hay preferencias sobre el twitter, instagram y finalmente Facebook.

Facebook, es un ejemplo claro, un sitio web de redes sociales, y fue creado por Mark Zuckerber en el año 2004, cuando era alumno de la Universidad de Harvard. A partir de septiembre 2006, Facebook se abrió a todos los usuarios del Internet (Phillips, 2007).

En este proyecto investigativo se intenta sugerir una estructura básica para publicar notas periodísticas en Facebook a través de un análisis comparativo de tres medios de comunicación del Ecuador, El Telégrafo de Guayaquil, El

Comercio de Quito, El Mercurio de Cuenca versus EL PAÍS, uno de los principales medios impresos y digitales en España donde se pueden observar contenidos netamente informativos.

1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Cuál es la estructura comunicacional básica que usan los medios de comunicación impresos de las principales ciudades del Ecuador, para difundir sus acontecimientos en el Facebook?

1.3 SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA

¿Cuáles son las redes sociales que utilizan los medios de comunicación?

¿Cuáles son las redes sociales que el público colectivo social usa para leer noticias?

¿Qué medios utilizan las redes sociales para hacer periodismo?

¿Cuál es el impacto del uso de las redes sociales por los medios de comunicación?

1.4 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

1.4.1 OBJETIVO GENERAL

- Analizar las estructuras básicas de las notas periodísticas que publican los medios en la red social Facebook, mediante un estudio comparativo

entre los diferentes periódicos de circulación local para la difusión de estructuras comunicacionales establecidas en este formato.

1.4.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Identificar medios de comunicación que aplican su propia estructura comunicacional en Facebook de las principales ciudades del Ecuador.
- Definir las estructuras básicas de los medios impresos relacionados con el estudio.
- Comparar las estructuras comunicacionales actuales propuestas por los medios de comunicación impresos/digitales proyectadas en facebook.

1.5 JUSTIFICACIÓN

El objetivo es difundir a la sociedad ecuatoriana las ventajas que tienen las redes sociales, en este caso facebook, no solo como herramienta personal, sino también, como herramienta periodística al momento de dar a conocer un hecho; tomando en cuenta las ventajas que pueden presentar estas plataformas comunicacionales.

Las plataformas comunicacionales son universales, masivas, pueden llegar a millones de personas en todo el mundo y el efecto es inmediato. Con este adelanto tecnológico se puede ahorrar dinero y tiempo; dinero porque en el país existen empresas que ya no hacen ejemplares impresos sino, simplemente los transforman a virtuales y llegan a todos sus suscriptores; en cuanto al tiempo, es inmediato, pues da facilidad a cualquier persona o empresa para redactar algún tipo de publicación y difundirla en tiempo record.

1.6 DELIMITACIÓN O ALCANCE DE LA INVESTIGACIÓN

S tomarán como referencias las estructuras de los diarios El Telégrafo, El Comercio y El Mercurio, detectando las diferencias e igualdades entre ellos, para la difusión de estructuras comunicacionales establecidas en este formato y de manera conjunta consultar las opiniones de estudiantes del octavo semestre de la Carrera de Periodismo de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil.

1.7 HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN O IDEAS A DEFENDER

Un análisis de las estructuras básicas similares estandarizadas de las notas periodísticas entre los medios permitirá una mayor cantidad de seguidores a través de la red social Facebook, utilizada por los medios como canal alternativo de comunicación.

1.8 VARIABLES

1.8.1 Variable independiente

Análisis de la estructura básica de las notas periodísticas publicadas en facebook.

1.8.2 Variable dependiente

Redes sociales: facebook y el medio de comunicación escrito.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes Históricos

El cambio Comunicacional- Los cambios en el ámbito comunicacional se pueden apreciar de diferentes maneras, por actitudes de la sociedad frente a los medios tradicionales y los digitales.

Existe un espacio en el cual se puede combinar varios medios al mismo tiempo, Televisión en directo, Radio y Prensa Escrita. En este último la forma más evidente de verificar su aceptación por el público es la demanda física de los ejemplares impresos ante el incremento de los contenidos audiovisuales.

Es ahí donde aparecen las redes sociales que facilitan de alguna manera la difusión de información instantánea, precisa con imágenes videos y enlaces que alimenten la noticia del momento. Hay que tomar en cuenta que así como hay competencias en los ejemplares impresos entre los diarios, también existe competencia en las páginas o espacios digitales, que tiene como objetivo acaparar la mayor cantidad de visitantes o seguidores y de esa manera dar a conocer su producto.

2.2 Paradigmas de la Comunicación

Los Medios de Comunicación Masivos como se conoce a la Radio, Prensa y Televisión, se dieron a conocer en el siglo XX y esto permitió que se genere el interés por las personas. Su evolución fue tan notoria que con el pasar de los años los equipos de transmisión se iban modernizando y se fueron generando las preferencias entre los usuarios y los medios.

Hasta unos cuantos años después su acogida fue impresionante, hasta que apareció el internet, que indirectamente fue desplazando a ciertos medios o simplemente ayudaron a mejorar su sistema de transmisión de información; esta herramienta mundial nace en 1969 y desde entonces las cosas han cambiado en el entorno comunicacional.

Esto no solo permitiría bajar o difundir información en cualquier parte del mundo, sino, crear páginas o plataformas de interacción social, que aparte de ayudar o facilitar el trabajo comunicativo, permitiría crear interés en las personas con o sin título de estudio superior. Las plataformas consideradas principales son Facebook, Twitter e instagram. Cabe recalcar que no son páginas iguales, cada una de ella tiene su función y estructura.

El Twitter permite difundir textos hasta 140 caracteres y dentro de ese rango enlaces de páginas; En Instagram se pueden subir fotos con un pie de foto que permita detallar más sobre la imagen cargada; En cuanto al Facebook, al mismo tiempo permite subir textos, imágenes, enlaces y videos lo que ha generado la aceptación por millones de seguidores a nivel mundial y por supuesto, los medios de comunicación impresos han optado por esta

plataforma debido a la facilidad para subir información de primera mano e instantánea.

Si comparamos la difusión de información de ediciones impresas y la de ediciones digitales, se llega a la conclusión que en las digitales se puede publicar notas instantáneas y pueden ser vistas en cualquier parte del mundo; y si nos basamos en la edición impresa toca esperar la impresión del tiraje, no es tan actualizada como parece.

El avance tecnológico y su imparable acogida por empresas, industrias, medios de comunicación entre otros, ha permitido que haya mejor comunicación de forma inmediata. Hasta la fecha el valor de las redes sociales como fuente de noticias y referencias no ha sido examinado a profundidad.

Si la base radica solo en medios de comunicación impresos principales del país, como lo son: El Telégrafo de Guayaquil, El Comercio de Quito, El Mercurio de Cuenca se puede observar que el contenido de sus perfiles son netamente informativos.

En este tema se busca establecer una estructura que permita hacer publicaciones periodísticas desde cualquier perfil de la red social de FACEBOOK; combinación entre textos, imágenes, y videos.

2.3 Las Redes sociales

Además de considerarse como un nuevo medio de transmisión de información, han aportado valores agregados a sus páginas que de alguna manera u otra facilita el manejo de sus herramientas internas.

Según la experta Huffington “los medios de comunicación están abrazando ya los métodos de los nuevos avances tecnológicos, incluidas la transparencia, la interactividad y la inmediatez” (Fresneda, 2010). La transparencia es, según el profesor Juan Luis Manfredi (2008), “sinónimo de sociedad abierta y fuerte”. La inmediatez informativa está fuera de toda duda en las redes sociales.

El microblogging, es el nombre que se le da a las redes sociales donde se permite la difusión de información de manera eficaz e inmediata. Se toma en cuenta un ejemplo claro de este tipo de plataformas comunicacionales; La muerte del famoso cantante Michael Jackson, la noticia se propagó a nivel mundial gracias a una Página web que brinda información Rosa.

2.4 La Web 2.0

Abarata costos y con un ordenador y una conexión a Internet permite difundir cualquier noticia en cuestión de instantes a cualquier parte del mundo. No es necesario desplazar unidades móviles o cualquier otra herramienta, además los teléfonos móviles facultan que a través de un SMS, 160 caracteres, se actualice cualquier página web.

Las redes sociales promueven la inmediatez con calidad. A diferencia de los periódicos en línea que suelen tener estructuras maquetadas o que de alguna forma retrasa el proceso de velocidad de publicación y esto implica que necesitan más tiempo para subir la noticia.

María Jesús Lamarca (2006) aclara que: “El término interactividad se utiliza hoy con dos sentidos muy diferentes. Uno como sinónimo de participación en relaciones comunicativas establecidas entre las personas, donde es corriente utilizar la voz interactuar en lugar de conversar, dialogar, colaborar, votar, etc.

Y otro como la relación que se establece entre los seres humanos y las máquinas, esto es, el método por el cual un usuario se comunica con el ordenador, sea local o remoto”.

2.5 Reportaje Multimedia como género de periodismo digital actual

Existen millones de temas que pueden ser tratados como reportajes multimedia. En este caso los medios de comunicación digital cubren sus propios temas de interés y coyunturales para sus seguidores, esto puede ser a nivel local o internacional.

Los medios que se nombraron anteriormente tienen clara la propuesta que le quieren mostrar a sus cibernautas, con textos, imágenes, videos, enlaces a otras plataformas, enlaces a páginas web de la misma empresa, aunque no poseen el mismo orden pero si su propio estilo.

La interpretación es otro de los rasgos del reportaje tradicional que se incorpora al género en Internet. El reportaje multimedia puede moverse en una línea más marcadamente interpretativa o más centrada en la información.

2.6 Perspectiva Ética en el Periodismo Digital

En este sistema tecnológico, cualquier persona es capaz de subir información noticiosa con probabilidades enormes de ser receptadas por grupos a nivel mundial. Velar por la ética integral es la principal función de un periodista calificado. “En la era digital la ética es la única razón de ser del periodista” (Casasús, 2011).

Lo que permite diferenciar entre el profesional y otros informantes es el compromiso, solidario, ético con la intención de obtener información más precisa y fiel a la realidad basándose en fuentes confiables.

El periodista debe mantener sus principios éticos tradicionales que obligan al profesional a ser objetivo. Ser responsable con los flujos de información. Investigar las fuentes oficiales antes de emitir alguna nota. Garantizar el uso correcto de la lengua en la comunicación. Desarrollar nuevas culturas de textos adaptados a las nuevas formas de hacer periodismo.

2.7 Periodismo transmedia en las redes sociales

Las plataformas de interacción social en la actualidad son espacios ideales para hacer periodismo. Algunos destacan como los blogs, Youtube y microblogs, Twitter y lugares relacionados.

Los periodistas en muchas ocasiones, y por falta de oportunidades laborales en los medios de comunicación tradicionales, se ven en la obligación de trabajar de manera independiente, creando así su propio espacio en estas plataformas. Michael Kunczik (2001), “la libertad de prensa es una realidad para poco más de 200 personas con mucha plata”.

El micro blog es perfecto para generar leads precisos. Incluso con posibilidades de subir imágenes (foto, video, audio y mapas) y enlaces.

Los periódicos trabajan hoy con la construcción de fuentes oficiales, oficiosas y las independientes a partir del Twitter, y la circulación es posible a partir de esto espacio, incluso para los primeros contactos.

Como dice José Luis Orihuela (2011; 7), “Twitter es una herramienta paradójica: nunca fue tan sencillo hacer algo tan complicado, ni tan complicado hacer algo tan sencillo”. Por ser tan sencillo, es al mismo tiempo práctico y abierto a la circulación de la información.

2.8 La arquitectura de la información

El contenido de las notas periodísticas para las redes sociales depende mucho de la estructuración de las empresas y sus autores. La noticia puede ser la misma en todos los medios digitales pero el trato, el enfoque y el estilo lo pone cada medio; si para un periódico digital es indispensable solo mostrar fotos, solo eso se hará; para otro medio pueden ser prioritarios los videos; lo que si de alguna manera coincide son los enlaces que al usuario lo llevan a la página principal digital de ese medio.

Previo a las publicaciones es necesario tener claro la estructura con la cual se va a trabajar, es por eso que se implementó un FLUJOGRAMA ALGORÍTMICO CIRCULAR RIZOMÁTICO (Renó, 2010), que se refiere a la creación visual de los contenidos posibles en una publicación. En este flujograma se pueden plasmar de forma temporal las opciones de ubicación de los contenidos antes de la realización.

2.9 Periodismo Transmedia

Se puede definir periodismo transmedia al lenguaje periodístico y narrativas tomando en cuenta ciertos medios para llegar a los usuarios. En este tipo de publicaciones se optan por alternativas audiovisuales, móviles y de interacción al momento de la difusión.

Es necesario recalcar la importancia de la tecnología celular como una herramienta indispensable que proporciona facilidades de traslado y la instantaneidad al momento de subir información, aunque es necesario previamente hacer un texto borrador

¿Se han preguntado la diferencia entre periodismo transmedia y las otras formas narrativas? Con la transmedia es más práctico tomar ventaja de las opciones comunicacionales de la sociedad post moderna, donde es primordial la interacción al momento de comunicar;

Existen 10 características esenciales presentadas por José Luis Orihuela (2004):

1. El usuario es parte del proceso, y no solamente una audiencia pasiva;
2. Los medios venden contenido y no soporte;
3. El contenido se produce en tiempo real y no diario o semanal;
4. El espacio de datos es ilimitado, sin limitación de tiempo u espacio;
5. El medio es autónomo:
6. El proceso comunicacional es de muchos para uno y de muchos para muchos y no de uno para muchos;
7. Utiliza el hipertexto y no el lenguaje lineal;
8. Ofrece interactividad al usuario (antes receptor) en la organización y obtención de información;
9. Ofrece información sobre la información.

2.10 Estructura Narrativa de un Reportaje

No es necesario que exista un lead. En general, toda noticia tiene lead, pero la escuela de los EE.UU no lo define así, es decir, el concepto de pirámide invertida (Imagen 6). En un reportaje, podemos hacer una construcción de lead más flexible.

En el reportaje también se puede distribuir todo el contenido noticioso en todo el texto y a esto se lo conoce como “Pirámide deitada” (Joao canavilhas, 2006). (Imagen 7).

En este existe la interpretación del autor. Es un texto noticioso y autoral al mismo tiempo. El uso del sistema de pirámide es con el propósito de garantizar la objetividad.

Además, Yanes (2004; 197) argumenta que “la tendencia del periodismo en la actualidad se encamina al reportaje profundo, y la noticia, sin más, va dejando paso al periodismo interpretativo”.

Sobre este tema, José Javier Muñoz (1994; 35 apud Yanes, 2004) manifiesta la libertad en cuanto a la estructura de un reportaje debido a su complejidad, y es ahí donde aparece la importancia de crear subtítulos, antetítulos, sumarios y ladillos llamativos.

2.11 Medios y redes sociales

Las plataformas comunicacionales, por su versatilidad han logrado la incorporación de miles de usuarios en tiempo record. En vista de esta acogida presentada por los cibernautas sobre las redes sociales, los periódicos apuestan en la actualidad por esta nueva modalidad; donde se proyecta su marca como tal en las diferentes redes para lograr esa aceptación por parte de los diferentes grupos sociales.

Si nos enfocamos en Facebook podemos encontrar grupos de diferentes marcas de la competencia, que ofrecen información de última hora o simplemente de grupos sociales.

El objetivo de los medios digitales es generar vínculos sólidos con los lectores a través de sus publicaciones, y se logra con la actualización inmediata de los acontecimientos diarios. A largo corto plazo, dependiendo de la acogida de esta página, se pueden generar intereses noticiosos o informativos.

2.12 Medios Impresos / digitales / Ecuador

En Ecuador los medios tradicionales impresos no se quieren quedar atrás y cada uno de ellos impone su propia estructura al momento de hacer publicaciones en las redes sociales, en este caso, el enfoque está en Facebook.

2.12.1 El diario el Telégrafo de Guayaquil

Fue fundado en Guayaquil el 16 de febrero de 1884 por Juan Murillo Miró, cuenta con un perfil de Facebook <https://www.facebook.com/diarioeltelegrafo/timeline>, con más de 41000 seguidores; Según la publicación de su primera foto, se puede tomar como referencia la fecha de creación de la página de este diario en Facebook, el 8 de Julio del 2009, más de 6 años en esta plataforma. Posee su propia página web www.telégrafo.com.

Este medio, impreso y digital, en la actualidad hace sus publicaciones en este perfil. (Imagen 1).

2.12.2 El Comercio de Quito

El 5 de enero de 1792 circuló el primer ejemplar de Primicias de la Cultura de Quito. Se trataba de un documento que, a manera de periódico, circulaba en la sociedad quiteña de entonces, aún colonizada por España. La Sociedad Patriótica de Amigos del País se encargó de editar las Primicias, bajo el liderazgo académico de Eugenio de Santa Cruz y Espejo, nuestro prócer de la independencia.

Su perfil de Facebook se encuentra a través de este enlace <https://www.facebook.com/Diarioelcomercio/timeline> con más de 709000 “me gusta” y tienen su propia página web www.elcomercio.com. (Imagen 2).

2.12.3 Diario Independiente de la Mañana "El Mercurio"

Fundado el 22 de octubre de 1924. En su primera década el periódico fue conducido por tres directores. El primero de ellos fue el doctor Carlos Aguilar Vásquez. Posteriormente le sucedió en el cargo el doctor Manuel Moreno Mora.

Los dos se destacaron por su talento, visión del futuro y la habilidad para escribir. El tercer director fue el señor José Sarmiento Abad. Su perfil de Facebook es <https://www.facebook.com/diarioelmercurio/timeline> y tiene más de 68000 “me gusta”; su página web es www.elmercurio.com.ec. (Imagen 3).

Cada medio de comunicación impreso/digital, tiene una estructura de publicación de notas periodísticas:

El Telégrafo de Guayaquil, se caracteriza por hacer publicaciones cortas, Títulos cortos, enlace de su página web, foto del suceso y en varios casos publican videos que pueden ser reproducidos directamente con un simple “play”.

El Comercio de Quito, se caracteriza por publicar antetítulos (entre 1 a 4 palabras), imagen con el título sobre ellas y un pie de foto y un enlace para ir directo a su página oficial web.

El Mercurio de Cuenca, en este caso publica El tema del suceso con enlaces de Twitter y de su página oficial web con imágenes.

2.12.4 EL PAÍS

Ofrece noticias de última hora y toda la actualidad nacional, internacional, economía, deportes, sociedad, viajes. Fundado el 4 de mayo de 1976. Su perfil de FACEBOOK es https://www.facebook.com/elpais/info/?tab=page_info con casi dos millones de seguidores y su página web es <http://elpais.com>. (Imagen 4).

2.13 MARCO LEGAL

2.13.1 Medios de Comunicación y la Supercom

Los Medios de Comunicación en general, llámese a estos, radio, prensa escrita y televisión, difunden información sobre acontecimientos inesperados a nivel nacional o internacional.

El hecho de ser medios de transmisión de información y recurrir a fuentes confiables no quita la posibilidad de cometer errores que puedan herir la susceptibilidad de los lectores, radioyentes o televidentes; es aquí donde aparece la SUPERCOM. (Figura 5).

La Superintendencia de la Información y Comunicación (SUPERCOM) es un organismo técnico del Estado ecuatoriano, que tiene capacidad constitucional y legal de velar por la vigilancia, auditoría, intervención y control de las actividades comunicacionales de producción y difusión de contenidos, a través de la radio, televisión, prensa y de las páginas web, registradas en Ecuador.

La SUPERCOM tiene una administración desconcentrada, con personalidad jurídica, patrimonio propio y autonomía administrativa, presupuestaria y organizativa. Cuenta con amplias atribuciones para cumplir las disposiciones normativas de la información y comunicación.

Esto en cuanto a los Medios considerados tradicionales, pero ¿qué sucede con el internet? ¿Con las redes sociales? ¿Cómo la SUPERCOM puede regular esta red mundial?

La Superintendencia de la Información y Comunicación, para poder llevar a cabo los controles legales correspondientes, se respalda con la Ley Orgánica

de Comunicación (LOC) CON REGISTRO Oficial # 22, Quito martes 25 de Junio del 2013 y 119 artículos.

En esta Ley reguladora se observa diversos artículos que se pueden aplicar según los incumplimientos de los medios tradicionales; pero cuando estos medios tienen perfiles en las redes sociales las cosas cambian; es por eso que se mostrará a continuación varios artículos que permitan tener una idea clara sobre su accionar.

2.13.2 LEY ORGÁNICA DE COMUNICACIÓN

2.13.2.1 Título I Disposiciones preliminares y definiciones

Art. 1.- Objeto y ámbito.- Esta ley tiene por objeto desarrollar, proteger y regular, en el ámbito administrativo, el ejercicio de los derechos a la comunicación establecidos constitucionalmente.

En este artículo se define el objeto de la Ley sobre los derechos que tienen las empresas y personas al momento de hacer publicaciones. Libertad de expresión pero con responsabilidad.

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 cometan a través del internet.

Art. 5.- Medios de comunicación social.- Para efectos de esta ley, se consideran medios de comunicación social a las empresas, organizaciones públicas, privadas y comunitarias, así como a las

personas concesionarias de frecuencias de radio y televisión, que prestan el servicio público de comunicación masiva que usan como herramienta medios impresos o servicios de radio, televisión y audio y vídeo por suscripción, cuyos contenidos pueden ser generados o replicados por el medio de comunicación a través de internet.

Los dos artículos se complementan (4 y 5). El simple hecho de tener alguna cuenta en cualquiera de las redes sociales principales como Facebook, Twitter, instagram, entre otras, y hacer alguna publicación indebida o errada por parte de algún usuario, no significa que queda exento de la aplicación de esta ley.

En el caso de los medios impresos tradicionales que posean perfiles o suscripciones y hacen publicaciones en estas redes sociales, tienen la misma responsabilidad como si fuera una publicación impresa.

2.13.2.2 CAPÍTULO II Derechos a la comunicación / SECCIÓN II / Derechos de igualdad e interculturalidad

Art. 35.-Derecho al acceso universal a las tecnologías de la información y comunicación

Con la Ley de Comunicación todas las personas tienen derecho a acceder, capacitarse y usar las tecnologías de información y comunicación para ejercer sus derechos y potenciar su desarrollo.

Aparte de los derechos del acceso a los medios tradicionales, existe el derecho para los comunicadores sociales, todo lo referente al uso de la tecnológica y

sus evoluciones que permitan maximizar la difusión de contenidos periodísticos.

2.13.2.3 SECCIÓN III Derechos de los comunicadores

Art. 40. - Derecho a la reserva de la fuente- Ninguna persona que difunda información de interés general, podrá ser obligada a revelar la fuente de la información. Esta protección no le exime de responsabilidad ulterior. La información sobre la identidad de una fuente obtenida ilegal y forzosamente, carecerá de todo valor jurídico; y, los riesgos, daños y perjuicios a los que tal fuente quede expuesta serán imputables a quien forzó la revelación de su identidad, quedando obligado a efectuar la reparación integral de los daños.

La responsabilidad es fundamental en cada una de las publicaciones hechas en cada medio, incluidas las redes sociales aunque estas no se consideren medios de comunicación; sin embargo esto cambia cuando un medio de comunicación, sea impreso, audiovisual o radial y posea su propia suscripción o perfil en alguna red; esto hace que si se comete algún error la Supercom si puede aplicar la Ley en ellos.

2.13.2.4 Conclusión

Cada persona o empresa que tenga perfiles o cuentas en las redes sociales, aunque estas no se consideren de manera directa como un medio de comunicación, debe ser muy consciente al momento de publicar textos sobre determinado hecho; deben manejar fuentes confiables con el objetivo de generar credibilidad y no confundir a los lectores.

2.13.3 Plan Nacional del Buen Vivir

El Plan Nacional del Buen Vivir 2013-2017 es un instrumento creado para articular las políticas públicas con la gestión y la investigación pública cuyo cumplimiento permitirá consolidar el cambio de los ciudadanos ecuatorianos con el país que anhelamos para el buen vivir.

El Plan fue elaborado por la SENPLADES en su condición de Secretaría Técnica del Sistema Nacional Descentralizado de Planificación Participativa, conforme al Decreto Ejecutivo 1577 de febrero del 2009 y Presentado por el Presidente Vigente (Rafael Correa Delgado), para conocimiento y aprobación en el Consejo Nacional de Planificación.

Este Plan del buen Vivir, propondrá generar igualdad a todos los ecuatorianos en todos los sentidos, salud, educación, riquezas, tecnologías entre otros.

Sobre el tema de este proyecto investigativo y las estructuras básicas de las notas periodísticas en Facebook, tiene algo que ver el Objetivo # 4 del Plan Nacional del Buen Vivir.

Se refiere FORTALECER LA CAPACIDADES Y POTENCIALIDADES DE LOS CIUDADANOS; Para el período 2013-2017 proponemos el establecimiento de una formación integral a fin de alcanzar la sociedad socialista del conocimiento. Ello nos permitirá dar el salto de una economía de recursos finitos (materiales) a la economía del recurso infinito: el conocimiento.

Es preciso centrar los esfuerzos para garantizar todos el derecho a la educación, bajo condiciones de calidad y equidad, teniendo como centro al ser humano y el territorio. Fortaleceremos el rol del conocimiento, promoviendo la

investigación científica y tecnológica responsable con la sociedad y con la naturaleza.

Este Plan del Buen Vivir, promueve el fortalecimiento del conocimiento ya que a largo plazo esto permitirá un cambio en la economía. Se debe tomar en cuenta no solo la calidad de los estudiantes y docentes, sino, la calidad general de los ciudadanos.

El conocimiento debe prevalecer ante todo, se lo combina con ciencia, tecnología, el arte, etcétera. En el caso de las redes sociales, Facebook, que son parte del avance tecnológico también forman parte de estos cambios. Conocer cómo se manejan, cómo utilizarlas para un bien común aplicando la ética periodística en caso que sea un profesional en comunicación social o medios tradicionales, caso contrario saber que donde terminan tus derechos comienzan los derechos de alguien más.

2.14 MARCO CONCEPTUAL

2.14.1 ¿Qué es Internet?

Internet es considerada como la red de ordenadores más grande del mundo. Los primeros pasos para la creación de la "Red de redes" los dio el gobierno de los Estados Unidos en 1969. Se creó una Red de la Agencia de Proyectos de Investigación Avanzada (ARP ANet), como resultado de un programa de protección de datos importantes de instituciones militares y universidades del país, para evitar que un ataque nuclear pudiera dejar aisladas a estas

instituciones. En 1982 se comenzó a conocer esta Red con el nombre de Internet, coincidiendo con la implantación en la misma de un protocolo conocido como TPC/IP Transmisión Control Protocol / Internet Protocol), cuyos comandos para circular por esta red de ordenadores eran entonces complicados.

Internet, es una red de computadoras interconectadas, que cuenta con un sistema de direcciones llamadas IP1, que permiten acceder a cualquiera de ellas en tiempo real.

Es un circuito complejo cuyo funcionamiento para el usuario es transparente. Sirve para Navegar por cualquier motivo: información, diversión, negocios, estudios, compartir archivos, etc. Comunicarse: Email, Chat, etc. Relacionarse: Redes sociales, redes empresariales, redes gubernamentales (Quintana, 2013: 6).

2.14.2 La Comunicación

La definición de comunicación parte de su forma etimológica: “la palabra comunicación, proviene del verbo latino *comunicare* que significa “repartir”, “compartir”, “hacer partícipe de algo”. Este verbo se deriva del adjetivo *comunis*, que quiere decir “en común”, “tomar parte con” (Fournier, 2002: 28).

Desde la comprensión etimológica de la palabra comunicación, se desprende el concepto de “compartir algo, poner en común” (Kaplún, 2010: 60), constituyendo así un fenómeno inherente a la relación entre los seres vivos y su entorno.

La comunicación se inicia y desarrolla como una necesidad básica en el ser humano de comunicar ideas, pensamientos y emociones con el fin de interpretar necesidades y establecer mecanismos y estrategias de motivación y cooperación.

2.14.2 ¿Qué es Facebook?

A Facebook se lo puede definir una herramienta social que te conecta con personas a tu alrededor. Esta red social fue creada por Mark Zuckerberg, estudiante de la Universidad de Harvard, junto con unos compañeros.

El objetivo de esta plataforma era de crear comunidades universitarias en Estados Unidos en febrero del 2004. Con el tiempo ha ido extendiéndose a lo largo y ancho del planeta, sin cerrarse al ámbito académico.

En el perfil básico de cada persona aparece una foto, los datos relevantes (nombre, ciudad, edad, e-mail, redes a las que pertenece, amigos, entre otros), un muro de comunicación e información sobre las últimas acciones realizadas (“mini noticias” o “mini feed”).

Son precisamente estas acciones otras de las ventajas competitivas de Facebook, ya que antes los usuarios debían realizarlas de forma dispersa por la web y con el Facebook las tienen integradas en una sola plataforma, incorporada en su perfil.

Acciones en Facebook:

- a) Facilidad para enviar mensajes privados.
- b) Postear en el muro del propio usuario o en el de un amigo (intercambios muro a muro).

- c) Chatear.
- d) Crear una página referida a una url externa, con posibilidad de escribir comentarios, organizar eventos de eventos relativos, tener seguidores de la página.
- e) Creación de grupos de trabajos.
- f) Participar en comunidades de fans.

2.14.3 Hipertextos

El hipertexto es una herramienta que permite crear, agregar, enlazar y compartir información de diversas fuentes por medio de enlaces asociativos.

Al texto se le puede sumar imágenes de los hechos, de protagonistas, gráficos, mapas, videos, grabaciones de audio, infografías interactivas, que sirven para la interpretación del lector sobre el acontecimiento. Por ese motivo los medios impresos han optado por esta herramienta.

2.14.4 Multimedialidad

La Multimedialidad muchas veces se puede confundir con Hiper textos, aunque en realidad van ligados de la mano.

Se puede definir multimedialidad como la combinación o utilización de dos o más medios en forma concurrente: imágenes, videos, arte gráfico, sonido, animación, entre otros.

Se considera esta herramienta como una de las mayores promesas que permitirá la coexistencia entre el texto escrito, el sonido, las imágenes fijas y en movimiento y las infografías, incluso, en un mismo mensaje. El texto escrito, el

sonido, la fotografía y los infográficos son los elementos más empleados en los reportajes multimedia analizados.

Existen desventajas en la transmisión de imágenes de video por el simple hecho que suelen generar problemas al momento de descargarlos y a la estructura tecnológica de los medios, que si en un caso no están actualizados no se podrá difundir como se pretende.

Los recursos multimediales han tenido una aceptación abismal a tal punto que los medios de comunicación tradicionales, sobre todo los medios impresos, transmiten en sistema multimedia por la facilidad con la que este puede llegar a los lectores y a su vez ser asimilada de forma inmediata.

Lo que se debe tener claro en este proyecto es la diferencia entre la web 1.0 y la web 2.0. La web 1.0 permitía al usuario hacer publicaciones pero no se podía generar interacción con usuarios, solo era de lectura. En cambio, la web 2.0 es lectura más escritura, ida y vuelta lo que provoca interacción con los usuarios.

En la Web 2.0 los usuarios no suelen adoptar una actitud pasiva, sino todo lo contrario. No sólo leen, también discuten, comentan, valoran, opinan, proponen, anuncian, enlazan, escriben, publican, intercambian, escogen, corrigen, comparten... Es decir, participan activamente de los temas publicados o propuestos.

2.14.5 Interactividad

La retroalimentación se ha considerado un mecanismo de interacción en los medios de comunicación tradicionales denominado emisor y el receptor, lo cual

se lo puede lograr a través de cartas, llamadas aunque no era un espacio abierto para todo el público sino que se manejaban por tiempos, y los que lograban la comunicación podían conversar con los productores y periodistas.

Una de las ventajas que ofrece la Web 2.0 en el periodismo digital es la comunicación en tiempo real entre usuarios y productores del medio. Los comentarios no solo pueden ser entre emisor y receptor, sino entre usuarios y podría generar debates sobre los hechos publicados.

Una conversación que parte de una publicación en las redes promueve la participación de otros usuarios. La interactividad convierte al reportaje en un género más abierto, que posibilita el intercambio directo entre los lectores y entre estos y los emisores.

Los periodistas a raíz de la existencia de más usuarios en la red, han aprendido a compartir ciertos contenidos periodísticos lo que ha incrementado las opciones de interactividad.

Todo este avance tecnológico y periodístico podría generar una reconfiguración más profunda de sus elementos. La hipertextualidad, multimedialidad e interactividad todavía no se incorporan al género con la fuerza adecuada.

2.15 ANÁLISIS COMPARATIVO ENTRE VARIOS MEDIOS IMPRESOS

En Ecuador, existen decenas de medios impresos que tienen como objetivo informar sobre los hechos coyunturales. Cuando se mencionan medios de comunicación tradicionales lo primero que suele venir a la mente son tres cosas Radio, Prensa escrita y Televisión. Pero, cuando se menciona la palabra

internet aparecen muchas respuestas en la mente, como redes sociales, videos, textos, inmediatez, mundial, digital, entre otras.

Si se toman en cuenta las respuestas que se generan cuando se escucha la palabra internet y se las ordena de tal manera que puedan ser aprovechadas por los medios de comunicación tradicionales se observa como resultado una herramienta poderosa, imparables capaz de permitir la comunicación a nivel mundial de manera instantánea más aún si existen plataformas sociales.

Estas plataformas de interacción social han tomado en cuenta y sacado ventaja sobre los medios de comunicación tradicionales utilizando las facilidades que presenta la red mundial internet.

En la Radio solo se puede escuchar noticias, entretenimiento, locuciones en general y con retroalimentación mínima por parte de los radio oyentes. Con retroalimentación se refiere a la respuesta u opinión que emitan los seguidores u oyentes según la información que se esté escuchando en ese momento, a través de llamadas telefónicas; pero esto más sucede con programas de entretenimiento, deportivo etc.

Si analizamos a la Prensa escrita, se limitan a publicar noticias de hecho que ya pasaron y no de forma inmediata porque todo esto lleva un proceso de recopilación de información, seleccionar información necesaria para diagramarla en el papel, etcétera. Por ejemplo, si un accidente pasa a las 10 am no será posible publicar ese hecho en ese momento, tocará esperar al siguiente día para que salga impreso o en el ultimo tiraje del día. En este caso

no existe la retroalimentación por el simple hecho que no hay cómo responder con un mensaje al medio impreso en ese momento.

Si se habla de Televisión, la retroalimentación existe siempre y cuando sean programas en directo y con llamadas telefónicas. En cuanto a la inmediatez, se realizan transmisiones microondas en caso sea una noticia coyuntural; igual tiene su proceso de recopilación, selección y transmisión.

Pero ¿qué sucede cuando tenemos internet y tecnología en las manos? La situación cambia. Los hechos de manera general pueden ser publicados de forma inmediata por la facilidad que presentan las tecnologías, por medio de fotos, videos y texto.

Al ver esta facilidad tecnológica, la mayoría de medios de comunicación tradicionales han optado por unirse a estas plataformas e incluso crear su propia página web donde suben la información que han transmitido en el día y así el público seguidor puede revisarla a cualquier hora.

Con estas opciones tecnológicas, la mayoría de personas inscritas en estas plataformas pueden ejercer la comunicación social, aunque esto no hay que tomarlo a la ligera, hay que manejar siempre las fuentes confiables y no inventar datos para no verse en problemas en un futuro.

Las plataformas comunicacionales como Facebook, Twitter, instagram, entre otras, tienen su propia estructura al momento de subir información. Fotos, videos, textos, enlaces y más.

Es aquí donde los medios de comunicación tradicionales sacan provecho. Si se enfoca solo en los medios impresos, ya no solo deberían llamárseles así, sino, medios impresos digitales por su nuevo sistema de difusión.

Subir información noticiosa no significa, redactar cualquier texto ni cualquier imagen, es necesario información relevante y con imágenes que complementen el texto y los lectores no se queden con interrogantes.

En este proyecto se ha decidido analizar a tres medios impresos del Ecuador y uno extranjero, ahora también digitales, en el cual se mostrará la estructura básica de las notas periodísticas de cada una de ellos.

2.16 ANALIZAR MEDIOS QUE APLICAN SU PROPIA ESTRUCTURA COMUNICACIONAL

El diario el Telégrafo de Guayaquil, fue fundado en Guayaquil el 16 de febrero de 1884 por Juan Murillo Miró, cuenta con un perfil de Facebook <https://www.facebook.com/diarioeltelegrafo/timeline>, con más de 41000 seguidores.

Según la publicación de su primera foto, se puede tomar como referencia la fecha de creación de la página de este diario en Facebook, el 8 de Julio del 2009, más de 6 años en esta plataforma. Posee su propia página web www.telégrafo.com.

El Comercio de Quito; El 5 de enero de 1792 circuló el primer ejemplar de Primicias de la Cultura de Quito. Se trataba de un documento que, a manera de

periódico, circulaba en la sociedad quiteña de entonces, aún colonizada por España.

La Sociedad Patriótica de Amigos del País se encargó de editar las Primicias, bajo el liderazgo académico de Eugenio de Santa Cruz y Espejo, el prócer de la independencia.

Su perfil de Facebook se encuentra a través de este enlace <https://www.facebook.com/Diarioelcomercio/timeline> con más de 709000 “me gusta” y tienen su propia página web www.elcomercio.com.

Diario Independiente de la Mañana "El Mercurio", fundado el 22 de octubre de 1924. En su primera década del periódico fue conducido por tres directores. El primero de ellos fue el doctor Carlos Aguilar Vásquez. Posteriormente le sucedió en el cargo el doctor Manuel Moreno Mora. Los dos se destacaron por su talento, visión del futuro y la habilidad para escribir. El tercer director fue el señor José Sarmiento Abad. Su perfil de Facebook es <https://www.facebook.com/diarioelmercurio/timeline> y tiene más de 68000 “me gusta”; su página web es www.elmercurio.com.ec.

EL PAÍS ofrece noticias de última hora y toda la actualidad nacional, internacional, economía, deportes, sociedad, viajes. Fundado el 4 de mayo de 1976. Su perfil de FACEBOOK es https://www.facebook.com/elpais/info/?tab=page_info con casi dos millones de seguidores y su página web es <http://elpais.com>.

Cada medio de comunicación impreso/digital, tiene una estructura de publicación de notas periodísticas:

2.17 IDENTIFICAR ESTRUCTURAS BÁSICAS

2.17.1 El Telégrafo de Guayaquil



Se caracteriza por hacer publicaciones cortas, Títulos cortos, enlace de su página web, foto del suceso y en varios casos publican videos que pueden ser reproducidos directamente con un simple “play”.

Si el tema de la publicación en esta página despierta el interés para seguir leyendo en los seguidores hay la opción del enlace o hacer click directo en la foto y esto permite ir directo a la página web y ver la noticia completa.

Cada publicación muestra opciones para el público, en cuanto a los “Me gusta”, “Comentar” y “Compartir” los clicks dependen de la mentalidad de cada persona o si la nota periodística es de mucho interés que merece ser compartido.



2.17.2 El Comercio de Quito



Se caracteriza por publicar antetítulos muy cortos, imágenes del hecho, el título sobre ellas, un pie de foto y un enlace para ir directo a su página oficial web.

La diferencia entre El Telégrafo y El Comercio a nivel visual es el título sobre la imagen y el pie de foto que adelanta pequeños detalles de la noticia.



De igual manera, cada publicación muestra opciones para el público, en cuanto a opiniones “Me gusta”, “Comentar” y “Compartir” los clicks dependen del interés de cada persona.

2.17.3 El Mercurio de Cuenca



En las publicaciones de El Mercurio se observan dos casos. En el caso uno hay publicaciones con un título y dos enlaces, uno para la página web de la empresa y el otro direcciona a su perfil de Twitter, con una imagen que haciendo click sobre ella lleva a la web de la misma.

En el caso dos, Se observa el tema del suceso con un solo enlace a la página web de la empresa, la imagen y un pie de foto con detalles de la noticia.



Presentan las mismas opciones para darle “likes” comentar o compartir.

2.17.4 EL PAÍS, Diario Internacional Global



EL PAÍS ofrece noticias de última hora de manera global. Sus publicaciones a pesar de ser un periódico internacional son sencillas y precisas.

Inicia su publicación con un Antetítulo como antecedente, una imagen y el título bajo la imagen y finaliza con una bajada adelantando detalles de la noticia. No tiene en el texto algún enlace que hipervincule con la página web del medio sino que basta con hacer click sobre la foto.



Presentan las mismas opciones para darle “likes” comentar o compartir.

2.18 COMPARAR LAS ESTRUCTURAS BÁSICAS APLICADAS EN LOS MEDIOS NOMBRADOS

Hay que reconocer que cada medio impreso, digital tiene su propio estilo y en el caso de sus páginas de Facebook, manejan sus propias estructuras comunicacionales en cuanto a notas periodísticas con los textos, hipervínculos, imágenes (fotos o videos).

Si observamos detenidamente y analizamos los detalles, las variaciones son en sus estructuras son mínimas y manejan una base para las publicaciones, en el siguiente orden: texto, imagen y vínculos.

En el caso de El Comercio de Quito, a diferencia de El telégrafo, El Mercurio y el País, propone sus títulos sobre las imágenes y esta es complementada con textos, como antetítulos y bajadas.

El Mercurio de Cuenca se diferencia de los demás periódicos digitales con los enlaces que direccionan a la plataforma de Twitter, al momento de hacer click en el enlace se abre otra página donde le consulta al lector si desea seguir su perfil o no.

Si se compara El telégrafo con El País, solo se aprecia una pequeña diferencia y se trata del enlace que ingresa El telégrafo a su texto, cosa que no hace El País, este lo justifica haciendo click en la imagen para que direcciona a su página web.

2.18.1 CONCLUSIÓN

Dicho esto, se puede concluir con que todo medio impreso, digital que utiliza la plataforma de Facebook tiene una estructura básica comunicacional a nivel de las notas periodísticas publicadas en sus perfiles.

Las diferencias radican en sus estilos, lo que los directores de contenidos crean conveniente o interesante para los lectores o seguidores. El antetítulo, título, pie de foto, bajada, fotos o videos. Tamaños de letras, colores, cantidad de texto lo definen ellos, lo que se mantiene es la estructura de fondo.

La base de todas las publicaciones son Texto- foto y enlaces a la páginas web de cada empresa. Es necesario aplicar las recomendaciones que los docentes y profesionales en comunicación social aconsejan a sus alumnos al momento de ingresar a la universidad o trabajo, redactar en forma precisa y concisa.

Si se sube información precisa, sin redundar, siendo objetivos, fácilmente los lectores o seguidores de cada página de cada medio se interesarán por querer saber más sobre lo que provocó el hecho.

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

3.1 DISEÑO METODOLÓGICO

Paradigma de Investigación: Se manejan datos cualitativos y cuantitativos con métodos infalibles de recolección de información, análisis y discusión de resultados con el objetivo de lograr una teoría más detallada.

Bibliográfica/documental: Recepción de información de las aportaciones investigadas que permitan sustentar el contenido teórico del mismo.

Descriptiva: Se detalla todos los factores que indujeron a la elección del tema, además de las estrategias metodológicas y comunicativas que aporten a la producción escrita, posible preventiva y solución planteada dentro de la propuesta.

Analítica: Se estudian las posibles estrategias periodísticas de donde se origina la verificación de información presentada en una plataforma virtual de un medio de comunicación escrito.

Cualitativo: Recoge información empírica objetiva a través de las técnicas de la encuesta, la entrevista dirigidas a periodistas y estudiantes que pertenecen a la comunidad donde se estudia el problema.

Analítico-sintético: Aplicado en la elaboración del proyecto de investigación para examinar y estudiar los aportes proyectados desde los medios digitales referente a la problemática presentada. De la misma manera, fue utilizado en la redacción del marco teórico para seleccionar, analizar y profundizar acerca de los aportes teóricos investigados.

La observación: Usada para diagnosticar el comportamiento de las variables independientes y dependientes involucradas en el problema de la necesidad de implementar una estrategia comunicativa escrita de manera externa para el mejor desarrollo del periodismo digital.

La encuesta: Permite recolectar datos proporcionados por los estudiantes de Periodismo del año lectivo 2015-2016, cuyo objetivo es obtener información relacionada al problema en estudio.

3.2 POBLACIÓN Y MUESTRA

En este proyecto investigativo se procedió a realizar una encuesta a estudiantes del tercer y cuarto semestre de la Carrera de Periodismo en la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil.

La idea de encuestar a estudiantes de estos niveles es porque ellos se graduaron en la secundaria y entraron a la Universidad con una imagen en sus mentes sobre la forma de redactar o escribir algún tipo de información en redes sociales, pero los niveles mencionados, en las clases recibidas por los docentes de la Carrera de Periodismo, se asume que su mentalidad sobre redactar ha cambiado comparado al momento que recién ingresaron a la Institución. Los estudiantes de los últimos semestres ya han logrado

comprender de qué forma es recomendable redactar en las redes sociales, en este caso Facebook.

Para lograr este objetivo, se procedió a diseñar la estructura de Encuestas Likert con 7 preguntas (oraciones) en las cuales los alumnos debían elegir una de las 5 respuestas globales establecidas en la hoja; respuestas tales a) Totalmente en desacuerdo b) En desacuerdo c) Ni de acuerdo ni en desacuerdo d) de acuerdo e) Totalmente de acuerdo.

Previo a este banco de preguntas (oraciones) se procedió invitar a los estudiantes a observar y elegir una de cuatro imágenes con criterio periodístico (en la primera hoja), de diferentes medios impresos como son El telégrafo, El Comercio, El Mercurio, y El País; una vez elegida la imagen y basada en ella se procedía a responder la encuesta con el sistema Likert.

Una vez visitado los, se realizó la tabulación de los resultados y a generar los porcentajes correspondientes a cada respuesta de la tabla.

No solamente se tabularon las respuestas en la tabla, si no, las imágenes elegidas en la primera hoja sobre qué medio les llamaron más la atención periodísticamente hablando.

Observe y escoja la imagen con la estructura que crea correcta al momento de hacer publicaciones noticiosas en Facebook. Responda con criterio periodístico.

1)



3)



2)



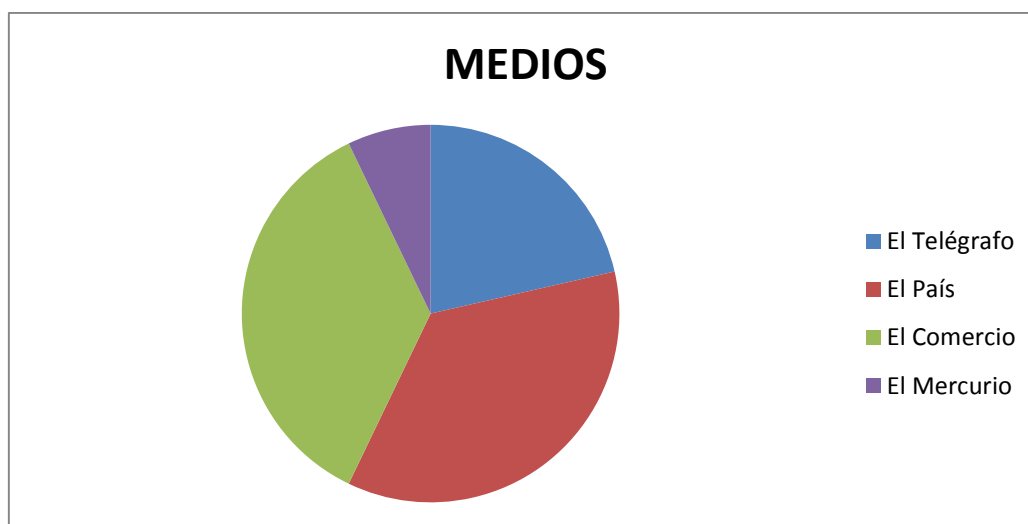
4)



Estas fueron las cuatro imágenes publicadas en la encuesta de los diferentes medios impresos y la aceptación que tuvieron por los estudiantes encuestados.

CUADRO DE MEDIOS

	1	2	3	4	TOTAL
El telégrafo	15 (21.42%)				15
El País		25 (35.72%)			25
El Comercio			25 (35.72%)		25
El Mercurio				5 (7.14%)	5
		TOTAL			70



Interpretación:

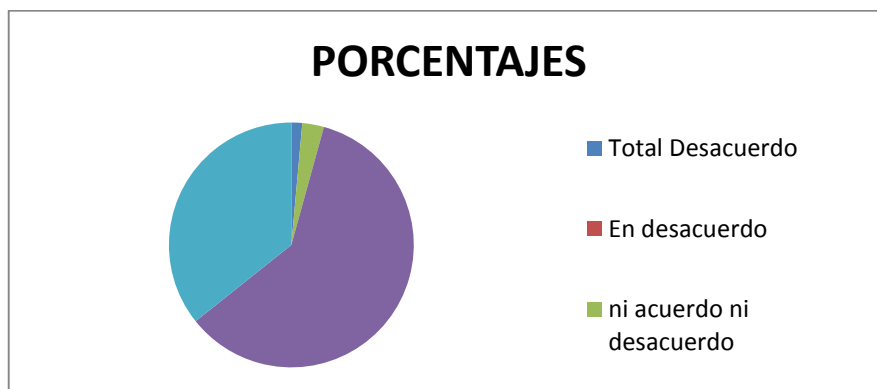
Con estos resultados de la encuesta realizada a estudiantes el tercero y cuarto semestre de la Carrera de Periodismo, se pudo sacar como conclusión la acogida que tiene cada uno de los medios impresos en el Facebook. Coinciden en un 35.72 % la aceptación que tienen El Comercio y El País (Diario internacional Global), por encima de El Telégrafo que refleja un 21.42 %. En último lugar está El Mercurio con una aceptación del 7.14 %.

PREGUNTA # 1

1) ¿La publicación (imagen que eligió) genera curiosidad para seguir leyendo?

Tabla # 1

Semestre	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	
3ero	0	0	1	22	12	35
4to	1	0	1	20	13	35
	1 (1.43%)	0%	2 (2.86)	42 (60%)	25 (35,71%)	
			TOTAL			70



Interpretación:

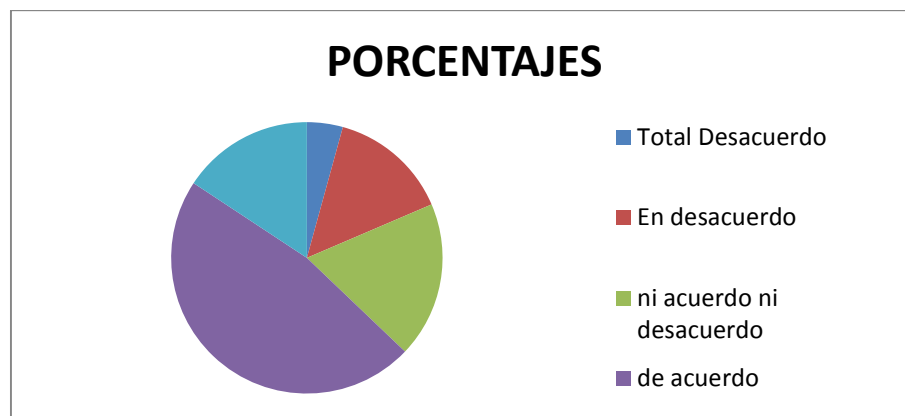
La respuesta que predomina en esta pregunta es la opción 4, DE ACUERDO con el 60 % de los encuestados; Los estudiantes debían contestar de acuerdo a la imagen que eligieron aplicando criterios periodísticos. Totalmente de acuerdo solo fue elegida por el 35.71 % afirmando que les llamó la atención en su totalidad y por consiguiente estuvieron en total desacuerdo el 1.43 % y Ni de acuerdo ni en desacuerdo el 2.86 %.

PREGUNTA # 2

2) Las nuevas generaciones de estudiantes de Comunicación Social prefieren leer noticias en Facebook

Tabla # 2

Semestre	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	
3ero	1	8	8	13	5	35
4to	2	2	5	20	6	35
	3 (4.28%)	10 (14.28%)	13 (18.57%)	33 (47.15%)	11 (15.72%)	
			TOTAL			70



Interpretación:

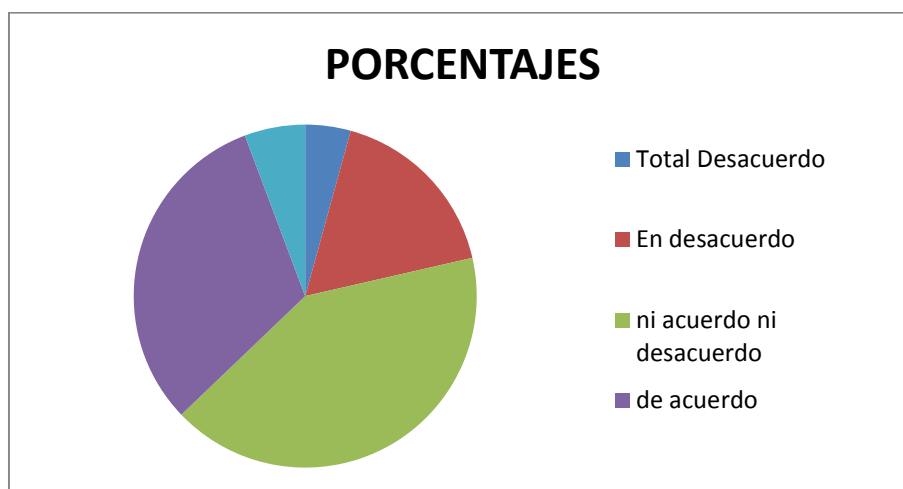
Los medios de comunicación tradicionales impresos de alguna manera intentan llegar a los jóvenes o público virtual y es aquí donde coinciden las respuestas de la mayoría de alumnos encuestados, están de acuerdo el 47.15 % en que prefieren leer noticias en Facebook; solo el 15.72 está totalmente de acuerdo con las lecturas en las redes sociales; el 18.57 % no está en contra ni a favor de este comentario; el 14.28 % está en desacuerdo con esta versión y el 4.28 % en total desacuerdo.

PREGUNTA # 3

3) ¿El texto mostrado en las publicaciones de los medios impresos en el Facebook llena sus expectativas?

Tabla # 3

Semestre	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni acuerdo ni desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	
3ero	3	6	12	10	4	35
4to	0	6	17	12	0	35
	3 (4.28%)	12 (17.14%)	29 (41.43%)	22 (31.43%)	4 (5.72%)	
			TOTAL			70



Interpretación:

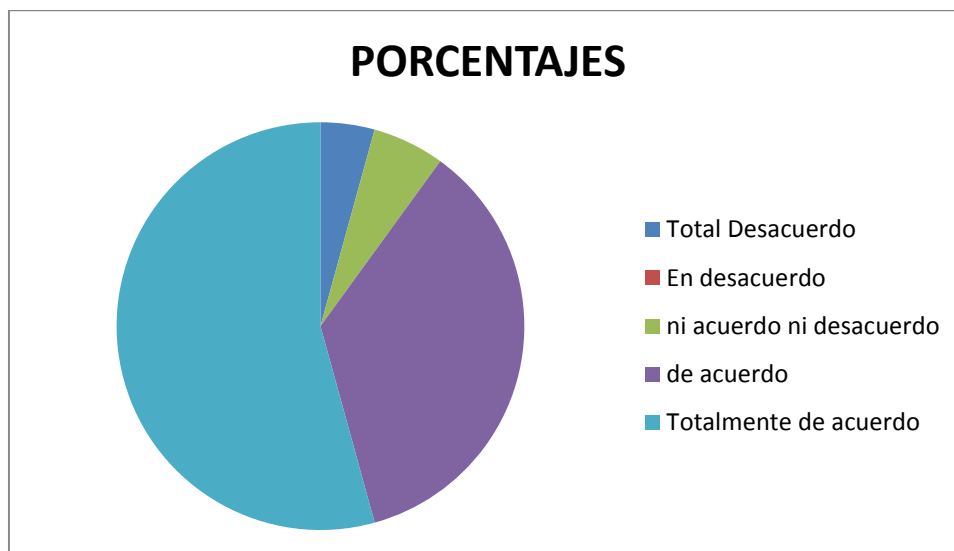
El 41.43 % expresa conformidad intermedia; el 31.43 % afirman que sí están de acuerdo con la pregunta; el 17.14 % no está de acuerdo y para ellos no llena sus expectativas; el 5.72 % está totalmente de acuerdo y totalmente en desacuerdo el 4.28 %.

PREGUNTA # 4

4) Las redacciones periodísticas deben ser precisas y concisas

Tabla # 4

Semestre	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	
3ero	0	0	4	10	21	35
4to	3	0	0	15	17	35
	3 (4.28%)	0%	4 (5.72%)	25 (35.71%)	38 (54.28%)	
			TOTAL			70



Interpretación:

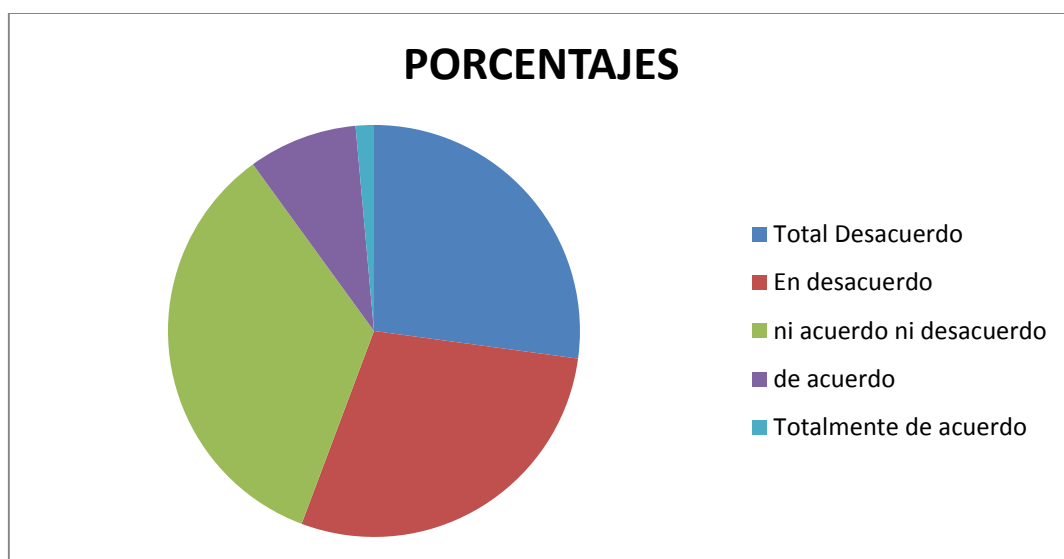
Sobre las redacciones precisas y concisas el 54.28 % está en total acuerdo; están de acuerdo el 35.71 %; el 5.72 % afirma que ni de acuerdo ni en desacuerdo; en total desacuerdo está el 4.28 % sobre ser precisos y concisos y 0 % en desacuerdo.

PREGUNTA # 5

5) El amarillismo y sensacionalismo es fundamental en cada publicación

Tabla # 5

Semestre	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	
3ero	13	9	9	3	1	35
4to	6	11	15	3	0	35
	19 (27.15%)	20 (28.57%)	24 (34.28%)	6 (8.57%)	1 (1.43%)	
			TOTAL			70



Interpretación:

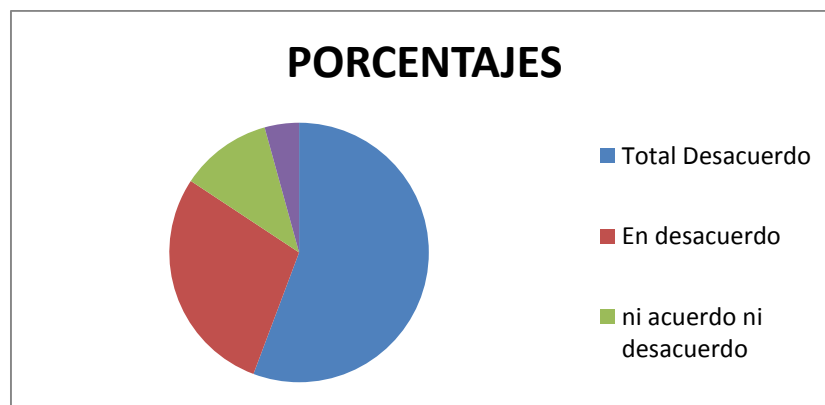
En cuanto al amarillismo y sensacionalismo el 34.28 % no está a favor ni en contra de estas opciones de periodismo; el 28.57 % están en desacuerdo; el 27.15 en total desacuerdo con estos métodos; y solo el 8.57 está de acuerdo y en total acuerdo el 1.43 %.

PREGUNTA # 6

6) Cualquier persona está capacitada para hacer publicaciones noticiosas

Tabla # 6

Semestre	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	
3ero	20	8	4	3	0	35
4to	19	12	4	0	0	35
	39 (55.72%)	20 (28.57%)	8 (11.43%)	3 (4.28%)	0%	
			TOTAL			70



Interpretación:

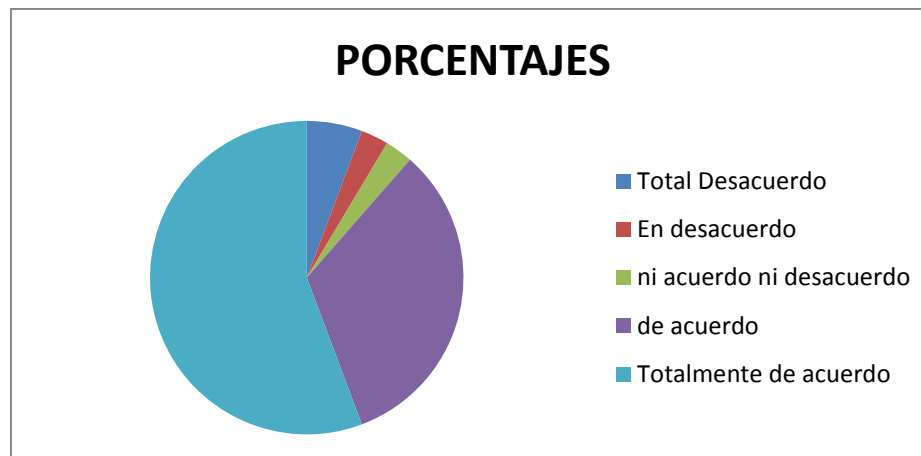
Para emitir algún tipo de texto periodístico se requiere de responsabilidad y profesionalismo por eso en total desacuerdo con este texto está el 55.72 %; el 28.57 % en desacuerdo; el 11.43 % ni a favor ni en contra; solo el 4.28% afirma que cualquier persona está apta para hacer publicaciones noticiosas y con el 0% en total desacuerdo.

PREGUNTA # 7

- 7) Los elementos principales de una publicación periodística en las redes sociales deben tener: Imágenes, texto y enlaces (hipervínculos) para que el mensaje llegue completo a los lectores (seguidores)

Tabla # 7

Semestre	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalment e de acuerdo	
3ero	2	1	1	10	21	35
4to	2	1	1	13	18	35
	4 (5.72%)	2 (2.86%)	2 (2.86%)	23 (32.85%)	39 (55.72%)	
			TOTAL			70



Interpretación:

En cuanto a los elementos que deben existir en las redacciones para una mejor comprensión, el 55.72 % están a favor de la imágenes, textos, hipervínculos; el 32.85 también se inclina por esta estructura; el 5.72 % en total desacuerdo; el 2.86 % en desacuerdo y un porcentaje similar (2.86 %) ni de acuerdo ni en desacuerdo.

Banco de preguntas dirigidas al Decano de la Facultad de Ciencias Sociales y Derecho y Docentes de la carrera de Periodismo de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil. (MAGEN)

Entrevista 1:

El Decano de la Facultad de Ciencias Sociales y Derecho, Msc. Rolando Villavicencio Santillán afirma que la sociedad avanza y por ende la tecnología también, indudablemente las plataformas son necesarias para ver y observar, identificar esos avances tecnológicos.

Cuando se habla de redes sociales se generaliza, pero en este caso el enfoque está en la plataforma de Facebook, sobre esto el Decano Villavicencio, opina que es una de la plataformas no pioneras pero sí una de la pioneras en tratar de amalgamar una serie de elementos que permita que la sociedad se vea reflejada a través de esta; si se habla de de reflejar es por el simple hecho de que la sociedad maneja sus propios códigos morales, sus propios valores y están sustentados en una sociedad limitada por leyes, en cambio la realidad virtual por llamarla así a Facebook, se convierte en una realidad virtual.

Los parámetros son diferentes y al no existir códigos que limiten el acceso hace que se convierta en un contexto diferente y permite la manifestación directa.

En cuanto al periodismo en sí también ha evolucionado y eso se refleja en las redes sociales en este caso Facebook, porque ha avanzado acorde a la comunicación del siglo XXI, acorde a los diferentes mecanismos que permiten su difusión. La comunicación social es una herramienta y el periodista es una

de las fases operativas de la misma que trata de alcanzar al máximo de la población y reconocer los diferentes problemas sociales.

Las redes sociales en la actualidad, por su inmediatez y alcance que tienen las plataformas se convierten en un complemento ideal para el periodismo, en este caso "Periodismo Digital".

Sobre las estructuras básicas para subir información al Facebook o redes sociales en general, para el representante de la facultad de Ciencias Sociales y derecho en la nueva reestructuración de la Carrera de Periodismo y que se está tramitando para ser comunicación Social, se está armando un contenido que permita reconocer los elementos estructurales se necesitan al momento de abrir enlaces, cómo copiarlos, y la concisión y precisión con la que se debe manejar un texto periodístico.

Ah ora si se habla de plataformas sociales se ajusta un valor agregado en el cómo estructurar el contenido, imágenes, hipervínculos y titulares; Una estructura que permita reconocer el periodista y a la sociedad en general, ya que debe llegar con la mayor precisión y sencillez posible.

A pesar que se habla de redacción periodística, no queda de lado la opción de publicar imágenes que complementen el texto noticioso, es ahí donde se puede aplicar la frase una imagen dice más que mil palabras, y por la información en general necesita de una estructura al momento de publicarse y por supuesto depende mucho de lo que se quiere transmitir.

Cuando se es estudiante de Comunicación Social o Periodismo una de las reglas principales que se inculca es la Redacción de la Pirámide Invertida, pero la pregunta es: ¿qué sucede en el tipo de redacciones para las redes sociales?

¿Cambia? ¿Se mantiene? La situación cambia, normalmente los lectores tienen poco tiempo para leer, por eso el ciberlector como llama el Decano Villavicencio a lectores cibernéticos en línea y por ese motivo es necesario ser lo más preciso y conciso que se pueda; eso no significa que las preguntas básicas del periodismo tales como el ¿qué? ¿Cómo? ¿Dónde? ¿Cuándo y Por qué? No se deban tomar en consideración, lo contrario, son la base de toda redacción.

Si se observan las publicaciones realizadas por los 4 medios impresos digitales El telégrafo, El Comercio, El Mercurio y finalmente el País (diario global), manejan cierta similitud en lo estructural, texto, imagen y los hipervínculos; pero cómo se puede definir la estructura al momento de publicar? Es ahí donde el Máster Villavicencio indica que es necesario la contextualización debido que la información de ese momento puede ser mediática y es ahí donde se requiere ser lo más preciso y conciso que se pueda y no se necesita de mucho texto, suficiente parte de él con imágenes que la sustenten. Si se quiere ahondar más la temática es necesario pie de texto enmarcado en las líneas tradicionales del periodismo.

Las estructuras en los diferentes medios de comunicación cambian, prensa escrita, radio y televisión, pero siempre se mantienen las bases de redacción periodísticas y lo que varía es la forma que se requiera publicar la noticia.

Recomendaciones para los nuevos estudiantes de periodismo

“Gabriel García Márquez decía que para ser periodista se debe tener una vasta cultura” esta frase empleó Rolando Villavicencio al momento de pedirle recomendaciones para los futuros estudiantes de comunicación social; “todo

depende de la base cultural que se tenga; estrictamente hablando de las redes sociales, estas son mecanismos para complementar las actividades del ser humano, deben seguirse parámetros deontológicos, hay una línea muy delgada entre la privacidad y el respeto hacia los demás”.

Sobre el tema que sigue generando intriga, las redes sociales o facebook podrían reemplazar a los medios tradicionales, en este caso medios impresos.

“Lo mismo ocurría cuando se hablaba de radio, televisión o varios medios, no creo que se dé, debido que nunca se dejará de lado la lectura en papel; los avances tecnológicos están a nuestro alrededor pero eso no quita que las personas dejen a un lado su cultura humana, que es leer”.

Entrevista 2:

Entrevista a Aimara Rodríguez Fernández, Socióloga, PHD en Ciencias Sociales Humanas, EN la Carrera de Periodismo su materia es Métodos y Técnicas de Investigación en cuarto semestre; Pertenece al Grupo de Investigadores de la Universidad Laica. Unidad de Titulación en la preparación de los estudiantes en la culminación de sus estudios de las diferentes Carreras.

Para la Socióloga, las redes sociales son un arma de doble filo, aunque son de mucha utilidad, pero va en detrimento por asuntos de la falta de ética, la mala intención que hay en muchas personas.

El impacto que tiene facebook como red social, es tan amplio que considera esta herramienta como la más usada a nivel mundial, es cuestión de cada personas si estos impactos lo hacen positivos o negativos, eso a nivel general;

periodísticamente hablando es muy importante por el alcance que tiene, y es tan abierta que no solo el periodista puede usarlo.

Cierta información que se sube a las redes sociales en general no es confiable y es necesario recurrir a fuentes confiables.

Sobre la importancia de las materias en la malla curricular que aporten con contenidos básicos periodísticos al momento de redactar una nota, todos los estudiantes están sujetos a la enseñanza de la importancia de la ética en todos los ámbitos, de herramientas que son necesarias para publicar en los medios tradicionales o digitales.

Cada persona maneja su propio criterio sobre el periodismo o sobre cómo redactar o estructurar una noticia, para la docente es necesario que exista la sencillez. El texto o debe ser recargado y escribir lo necesario.

Sobre la pirámide invertida para la Socióloga, manifiesta que se puede mantener esta estructura pero bien redactado y darle lo necesario a los lectores.

Si se habla de amarillismo y sensacionalismo, la docente opina inconformidad con estos métodos, debido que no va dirigido a algo positivo, sino lo contrario y no se logra nada bueno con lo negativo. “Es mucho mejor buscarle la solución a alguna problemática”.

Sobre las recomendaciones para los futuros estudiantes de comunicación social; “deben ser muy cuidadosos al momento de redactar; mantengan en toda su vida profesional la ética periodística; corroborar la información con fuentes confiables, todo debe ser comprobado y sin inventar para no caer en polémicas

porque esto genera la desconfianza y el periodista pierde su esencia”, afirmó Aimara Rodríguez.

Sobre el rumor que se ha generado sobre el desplazamiento de los medios tradicionales por las redes sociales y la tecnología, la Maestra está en desacuerdo que esto suceda porque cada medio tiene su espacio y la aceptación de las personas por los medios tradicionales no se perderá, simplemente la tecnología avanza y genera nuevas herramientas para comunicarse y hacer llegar información a nivel nacional, local o mundial.

A pesar que existen varias redes sociales, Twitter, instagram, entre otras, la mayoría de personas (usuarios) prefieren el Facebook por el simple hecho de la variedad de herramientas que ofrece al momento de difundir información, puede ser texto, fotos, videos y enlaces opinó la Socióloga Rodríguez.

Entrevista 3:

Se realizó una tercera entrevista a otro docente de la misma Carrera de Periodismo, se trata del Máster José Luis Ferez y dicta cátedra de Producción de Radio y es Tutor de Los estudiantes que en la actualidad están realizando su Proyecto Investigativo de Tesis.

El Ex decano de la Carrera de Periodismo, opina que el sistema de pirámide invertida, se aplica en todas las redacciones lo que cambia es el formato de presentación. Facebook como tal, no es una plataforma especial a diferencia de páginas web, es una red social que dista mucho de las llamadas plataformas; las redacciones en este sitio debe ser basado en la pirámide invertida pero con recursos digitales.

Lo que destaca el Máster Ferez es que Facebook al ser una red social no presta las facilidades necesarias que permitan explotar al máximo las herramientas que se puedan usar en la plataformas como tal debido a su naturaleza y lo que se hace es subir resúmenes o enganches con enlaces que te llevan a las páginas que tienen toda la información detallada, en caso el lector esté interesado en seguir leyendo. Esto en cuanto al tipo de redacción en Facebook.

Sobre el amarillismo y sensacionalismo, “tengo entendido que ellos (los medios de comunicación impresos) lo que hacen es utilizar las redes para enganchar al público con el contenido que manejan, sea o no amarillista ya depende de los seguidores”, y no cree que sea necesario caer en el amarillismo cuando se pueden usar otro tipo de opciones que generen expectativas, es decir, no agotar información y solo mostrar una parte de ella y que el público se pregunte qué fue lo que pasó y eso sería esencial para que ellos busquen la información complementaria, afirmó el José Luis Ferez.

Para el docente, las redes sociales si son herramientas fundamentales porque permiten publicar contenidos interactivos y aparte incluir todo el ámbito multimedia.

La carrera de Periodismo, en su malla curricular si ofrece materia que permitan a los estudiantes tener criterio periodístico al momento de hacer alguna publicación noticiosa; está la materia de Periodismo digital enfocada en redes sociales y las herramientas que cada una de estas poseen.

“Un LEAD de entradilla más un enlace para la noticia sería una estructura básica recomendada para Facebook, debido que no es una plataforma”. Hay

que ser preciso y conciso en los párrafos y no necesariamente en la extensión de la nota. Son las palabras del docente de Producción de Radio.

Conclusión:

La tecnología avanza, nuevas herramientas digitales aparecerán, las costumbres tomarán otro rumbo en el ámbito periodístico.

Si se analizan los tres textos, del Decano de la Facultad de Ciencias Sociales y derecho, Rolando Villavicencio; Máster Aimara Rodríguez, docente de la materia Métodos y Técnicas de investigación; y el Máster José Luis Ferez, docente de Producción de Radio, se puede observar criterios similares en ciertos temas a nivel periodístico.

Para los profesionales mencionados, las redes sociales son herramientas fundamentales a nivel periodístico, por la facilidad que presentan al momento de difundir información.

Cuando se tocó el tema de la plataforma Facebook, dos de los tres entrevistados manifestaron que es una herramienta fundamental al momento de hacer periodismo por el alcance mundial que esta tiene; es una red que permite la interacción directa de sus usuarios y al mismo tiempo subir datos varios como son las imágenes, texto, enlaces; sin embargo, José Luis Ferez dijo que Facebook para él no es una plataforma porque no tiene todas la herramientas de una página web, pero periodísticamente hablando si es una buena alternativa comunicacional por la facilidad con la que se puede hacer llegar determinada información.

Sobre la capacitación que reciben los estudiantes de la Carrera de periodismo, en la malla curricular hay materias que muestran a los docentes las formas de redactar en las redes sociales, sus herramientas internas, estilos, entre otros; así en el futuro lograr periodistas actualizados y de calidad. Aunque Periodismo ya no será llamado de esa manera, sino, Comunicación Social, se van a presentar cambios que favorezcan más a los nuevos profesionales y relacionarlos más con la tecnología.

Cada medio de comunicación social maneja su propia estructura básica que llene las expectativas de los lectores. Los Docentes indicaron su versión sobre una posible estructura en Facebook para poder publicar notas periodísticas y el Decano Villavicencio junto a la Socióloga coinciden en que debe haber poco texto, manejarse lo preciso y conciso y complementarlo con imágenes e hipervínculos aunque el Máster Ferez discrepa y cree que es suficiente con un LEAD de entradilla y un enlace y sobre lo de preciso y conciso se aplica a párrafos y no necesariamente a la extensión del texto.

La redacción periodística con la estructura de la pirámide invertida, para ellos, es esencial en toda redacción en la comunicación social de lo más importante a lo menos importante como siempre se la define, todo depende de cómo el medio o periodista la quiera mostrar. Es necesario responder a las preguntas básicas ¿qué? ¿Cómo? ¿Dónde? ¿Cuándo y Por qué? Se deben tomar en consideración porque son la base de toda redacción.

En el caso de los sistemas, amarillismo y sensacionalismo, no es necesario recurrir a ellos; para la Socióloga, cuando se aplican estos sistemas, se busca la parte negativa de un hecho, pero es mejor ver la problemática y buscar lo

positivo; José Luis Ferez respalda esta versión con que no es necesario caer en esto y preferible no dar la noticia y brindar un pequeño adelanto y generar intriga a los lectores.

Banco de preguntas dirigido a medios impresos digitales

MEDIOS IMPRESOS DIGITALES

Entrevista:

Se le hizo la entrevista a Lcdo. Johnny Alvarado, Jefe del Área de Edición en el Diario EL TELÉGRAFO, 6 años desempeñando este cargo.

Se procedió a realizar otras preguntas sobre la misma temática y manifestó lo siguiente:

Según El Jefe de editores, los Medios de Comunicación Tradicionales están casi condenados a desaparecer El avance tecnológico ha generado que la noticia tenga esa ventaja de la inmediatez; mucho más veloz que en un canal de televisión e incluso que la misma radio. El medio impreso tradicional tiene desventaja ante medios tecnológicos que informan en el momento real... desde cualquier sitio. Los medios impresos por medio de sus páginas web han entrado a la competencia, pero el impreso, en esa inmediatez está relegado. Cuando se habla de que la tecnología podría reemplazar a los medios tradicionales Si nos ceñimos, estrictamente, a la inmediatez; las redes sociales definitivamente llevan ventaja. Reemplazar no porque la información que se esgrime en los medios no es redactada por periodistas.

Hay información, pero no existe una estructura noticiosa. No existe lo que se denomina, el contraste, que es vital para el periodismo real. Es decir fuentes confiables que sean la base de toda nota periodística.

El Telégrafo tiene todas las plataformas y los mecanismos, que tiene un diario moderno, para llegar a su público lector.

El amarillismo y sensacionalismo suelen ser sistemas usados para atraer a cierto público, pero no siempre es bueno recurrir a ellos. Para el licenciado no es recomendable recurrir a ninguno de los dos.

Una nota periodística bien escrita, con un argumento válido, coyuntural, bien estructurada, con un hilo conductor que mantenga al lector pendiente de cada uno de los datos que se presentan no necesita ni del amarillismo ni el sensacionalismo para captar la atención del lector. Una nota bien escrita que tenga interés en la sociedad se abrirá su propio espacio.

Es aquí donde se deben poner en práctica lo aprendido y escribir lo que es sin aumentar o inventar detalles que lo único que harán en un futuro es crear desconfianza en los lectores.

En las Carreras de Comunicación Social o Periodismo se recomienda la redacción con estructura de la Pirámide invertida, qué sucede cuando se redacta en las redes sociales, esto cambia?

Sobre este tema manifestó que esta estructura se recomienda en la noticia. En el resto de géneros no tendría porque seguir ese lineamiento.

Las notas publicadas por los diarios, que en su mayoría, son noticia; sí se cumple ese requisito; pero cuando se trata de medios digitales, los diarios envían a sus páginas web oficiales ciertos avances para que los lectores se interesen, y dejan la información completa para el impreso y en el caso de redes sociales, se envían extractos con hipervínculos que direccionan automáticamente a la web oficial.

¿En qué medio local o extranjero se basaron para determinar la estructura de las publicaciones realizadas en la página de Facebook de “El Telégrafo”? (o simplemente por los años de experiencia en el mercado le permitieron generar su propia estructura?)

La estructura de la información es casi general. Se pueden leer manuales de periodismo de grandes maestros como Álex Grijelmo, Fernando Lázaro Carreter, Miguel Ángel Bastanier, Javier Darío Restrepo o de Alma Guillermoprieto en donde las estructuras coinciden en su fondo.

Tienen algunas variaciones en la forma, pero el periodismo tiene plantillas que algunos autores las alteran. Pero el objetivo final, es escribir correctamente para que el lector entienda. Bajo esa premisa El Telégrafo, lo que busca, más allá de seguir un formato, es explicarle al lector de forma clara y sencilla, qué están pasando en la sociedad.

DISCUSIÓN GENERAL DE RESULTADOS

Para poder llegar a una conclusión es necesario recolectar la mayor cantidad de información, sobre temas relacionados a la problemática, recurriendo a fuentes confiables o sitios virtuales que garanticen los datos mostrados en sus páginas oficiales.

Se tocaron temas diversos, sobre internet, redes sociales, tecnología, perspectivas de ética, Ley Orgánica de Comunicación, Supercom, conceptos necesarios para cubrir cualquier inquietud relacionada al proyecto.

Toda la información recopilada sirvió como base necesaria para esclarecer inquietudes, pero ahí no termina todo, como el tema es “Análisis de las estructuras básicas de las notas periodísticas publicadas en la plataforma de Facebook” era necesario elegir varios medios impresos digitales que pudieran servir como guía al momento de redactar.

Se analizaron 4 medios: El Telégrafo, El Comercio, El Mercurio y El País en donde cada uno maneja su propia estructura al momento de publicar en las páginas oficiales de Facebook.

Texto corto, enlace a Twitter, enlace a la página oficial de cada medio, foto, video, pie de foto, títulos sobre las imágenes, son algunos de los elementos que se pueden observar en las publicaciones de cada medio impreso digital; todos no publican de igual manera, uno de ellos con enlaces a Twitter, otro con títulos sobre las imágenes etcétera.

Para definir el tipo de estructura que se podría sugerir hubo que realizar análisis comparativo entre los 4 medios impreso digitales donde se pudo notar similitud entre texto, imágenes y enlaces.

Se realizaron entrevistas a docentes de la Carrera de Periodismo y al Jefe de Editores de El telégrafo y encuestas a los estudiantes de la Carrera de Periodismo de tercer y cuarto semestre.

Los resultados generales de las entrevistas y Jefe de Editores de El Telégrafo indican que no es necesario que la noticia publicada en los medios digitales, redes sociales, Facebook, deba ser muy adornada; es necesario que se publiquen hechos precisos y concisos debido que el internet a pesar que la información llega en segundos, el tiempo para navegar suele ser muy corto; por lo tanto sugieren tres elementos principales en una publicación: Texto de entrada, foto y un enlace que permita ir a la página web oficial del medio en cuestión. No es necesario recurrir al amarillismo y sensacionalismo.

Los resultados sobre las encuestas a los estudiantes de Periodismo, muestran que Coinciden en un 35.72 % la aceptación que tienen El Comercio y El País (Diario internacional Global), por encima de El Telégrafo que refleja un 21.42 %. En último lugar está El Mercurio con una aceptación del 7.14 %.

Los diarios con porcentajes similares proponen, estructuras similares pero con estilos diferentes; El País, texto, imagen y pie de foto, no hay enlace pero si una imagen con hipervínculo que lleva a la página oficial web de ese medio, mientras que El Comercio propone enlace, imagen y sobre ella un título más un pie de foto.

Sobre el interés de los estudiantes en leer en Facebook, el 47, 15 % respaldan este resultado; sobre el amarillismo y sensacionalismo para los alumnos no es de mucha importancia porque en las encuestas prevalece con un 34,28 % ni a favor ni en contra de estos sistemas.

Para ellos, cualquier persona de manera general no está apta para hacer publicaciones periodísticas, así lo indica el 55.72 % de los encuestados.

Sobre el último enunciado de la encuesta (#7). **Los elementos principales de una publicación periodística en las redes sociales deben tener: Imágenes, texto y enlaces (hipervínculos) para que el mensaje llegue completo a los lectores (seguidores);** ante esto el 55,72 estuvieron totalmente de acuerdo con este párrafo.

Con este resultado que proviene de profesionales y estudiantes de periodismo, se puede llegar a la conclusión lo siguiente:

CONCLUSIÓN Y RECOMENDACIÓN DE LA DISCUSIÓN GENERAL:

Una estructura básica para hacer publicaciones periodísticas en la red social Facebook, requiere de solo tres elementos: TEXTO, IMÁGENES Y ENLACES. que permitan dirigir a los lectores a la página web oficial de cada medio para obtener mayores detalles sobre el hecho ocurrido.

Por lo tanto se recomienda que se implemente esta estructura en las publicaciones periodísticas de la red social, facebook, en algunos de los medios que fueron sometidos al estudio.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

El Comercio, 220 años del primer periódico quiteño,

<http://www.elcomercio.com/actualidad/politica/220-anos-del-primer-periodico.html>, 2012.

Luzuriaga. P. *El uso de facebook y twitter como nuevo fenómeno comunicacional y tecnológico*, 2013.

Elvira García-De-Torres, Lyudmyla Yezers'ka, Alejandro Rost, Mabel Calderín, Concha Edo, Miladys Rojano, Elías Said-Hung, Pedro Jerónimo, Carlos Arcila, Ana Serrano-Tellería, Jorge Sánchez-Badillo y Loreto Corredoira, *Uso del Twitter y Facebook por los Medios Iberoamericanos*, 2011.

García A. *Las redes sociales como herramientas para el aprendizaje Colaborativo: Una experiencia con Facebook*, 2008.

Revista TELOS, Más allá del internet y de los medios de comunicación y de masas, <https://telos.fundaciontelefonica.com/url-direct/pdf-generator?tipoContenido=articuloTelos&idContenido=2011012508180001&idio ma=es>, 2011.

Sociedad Española de Anatomía Patológica, artículo sobre Internet, <http://www.conganat.org/SEAP/informacion/boletin/mayo1996/mayo1996.pdf>, 1996.

Universidad Pompeu Fraba, Barcelona, *Perspectiva Ética del Periodismo Electrónico*, http://pendientedemigracion.ucm.es/info/periol/Period_I/EMP/Numer_07/7-3-Pone/7-3-03.htm, 2007.

Revista Latina de Comunicación Social, El reportaje multimedia como género del periodismo digital actual. Acercamiento a sus rasgos formales y de contenido,

http://www.ull.es/publicaciones/latina/08/29_40_Cuba/Liliam_Marrero.html,

2008.

Super Intendencia de la Información y Comunicación, Misión, Visión y Valores,

[http://www.supercom.gob.ec/es/institucion/mision-vision-valores/2-general/263-](http://www.supercom.gob.ec/es/institucion/mision-vision-valores/2-general/263-instructivo-para-presentacion-de-denuncias-o-reclamos-en-el-balcon-de)

[instructivo-para-presentacion-de-denuncias-o-reclamos-en-el-balcon-de-](http://www.supercom.gob.ec/es/institucion/mision-vision-valores/2-general/263-instructivo-para-presentacion-de-denuncias-o-reclamos-en-el-balcon-de)

[servicios](http://www.supercom.gob.ec/es/institucion/mision-vision-valores/2-general/263-instructivo-para-presentacion-de-denuncias-o-reclamos-en-el-balcon-de), 2016.

Ley Orgánica de Comunicación, Registro Oficial # 22,

[http://www.asambleanacional.gob.ec/es/system/files/ley_organica_comunicacio](http://www.asambleanacional.gob.ec/es/system/files/ley_organica_comunicacion.pdf)

[n.pdf](http://www.asambleanacional.gob.ec/es/system/files/ley_organica_comunicacion.pdf), 2013.

Plan Nacional del Buen Vivir, Objetivo 4. Fortalecer las capacidades y potencialidades de

la ciudadanía,

[http://documentos.senplades.gob.ec/Plan%20Nacional%20Buen%20Vivir%2020](http://documentos.senplades.gob.ec/Plan%20Nacional%20Buen%20Vivir%202013-2017.pdf)

[013-2017.pdf](http://documentos.senplades.gob.ec/Plan%20Nacional%20Buen%20Vivir%202013-2017.pdf), 2013-2017.

Foros Ecuador, Concepto de Plan Nacional del Buen Vivir,

[http://www.forosecuador.ec/forum/ecuador/educacion-y-ciencia/3191-](http://www.forosecuador.ec/forum/ecuador/educacion-y-ciencia/3191-concepto-de-plan-nacional-para-el-buen-vivir)

[concepto-de-plan-nacional-para-el-buen-vivir](http://www.forosecuador.ec/forum/ecuador/educacion-y-ciencia/3191-concepto-de-plan-nacional-para-el-buen-vivir), **2013**.

ANEXOS

CUESTIONARIO A DOCENTES LAICOS

- 1) Qué opina sobre las plataformas sociales, o más conocidas como redes sociales? ¿Facebook?
- 2) ¿cree que las plataformas son una herramienta fundamental periodísticamente hablando?
- 3) La Carrera de Periodismo en su malla curricular o en alguna materia en específico enseña o sugiere estructuras básicas para hacer publicaciones en las redes sociales o se generaliza?
- 4) ¿Cuál sería una estructura básica recomendada para publicar notas periodísticas en Facebook?
- 5) ¿Lo preciso y conciso también se recomienda aplicar en las publicaciones? O ¿qué varía?
- 6) ¿Qué Sucede Con la estructura de pirámide invertida? Se aplica también en las redacciones periodísticas en Facebook?
- 7) ¿es necesario recurrir al amarillismo y sensacionalismo en este tipo de redacciones?

CUESTIONARIO AL MEDIO IMPRESO

- 1) ¿Qué piensa sobre los medios tradicionales impresos versus los avances tecnológicos?
- 2) ¿Podrían las redes sociales reemplazar a los medios impresos tradicionales?
- 3) ¿por qué Facebook y no otra plataforma?
- 4) ¿Qué necesita una nota periodística para que tenga la aceptación del público?
- 5) ¿En las Carreras de Comunicación Social o Periodismo se recomienda la redacción con estructura de la Pirámide invertida, qué sucede cuando se redacta en las redes sociales? Esto cambia?

ENCUESTA PARA ESTUDIANTES DE LA CARRERA DE PERIODISMO DE LA UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE DE GUAYAQUIL

Medios de Comunicación Impreso Digitales

Observe y escoja la imagen con la estructura que crea correcta al momento de hacer publicaciones noticiosas en Facebook. Responda con criterio periodístico.

1



2



3

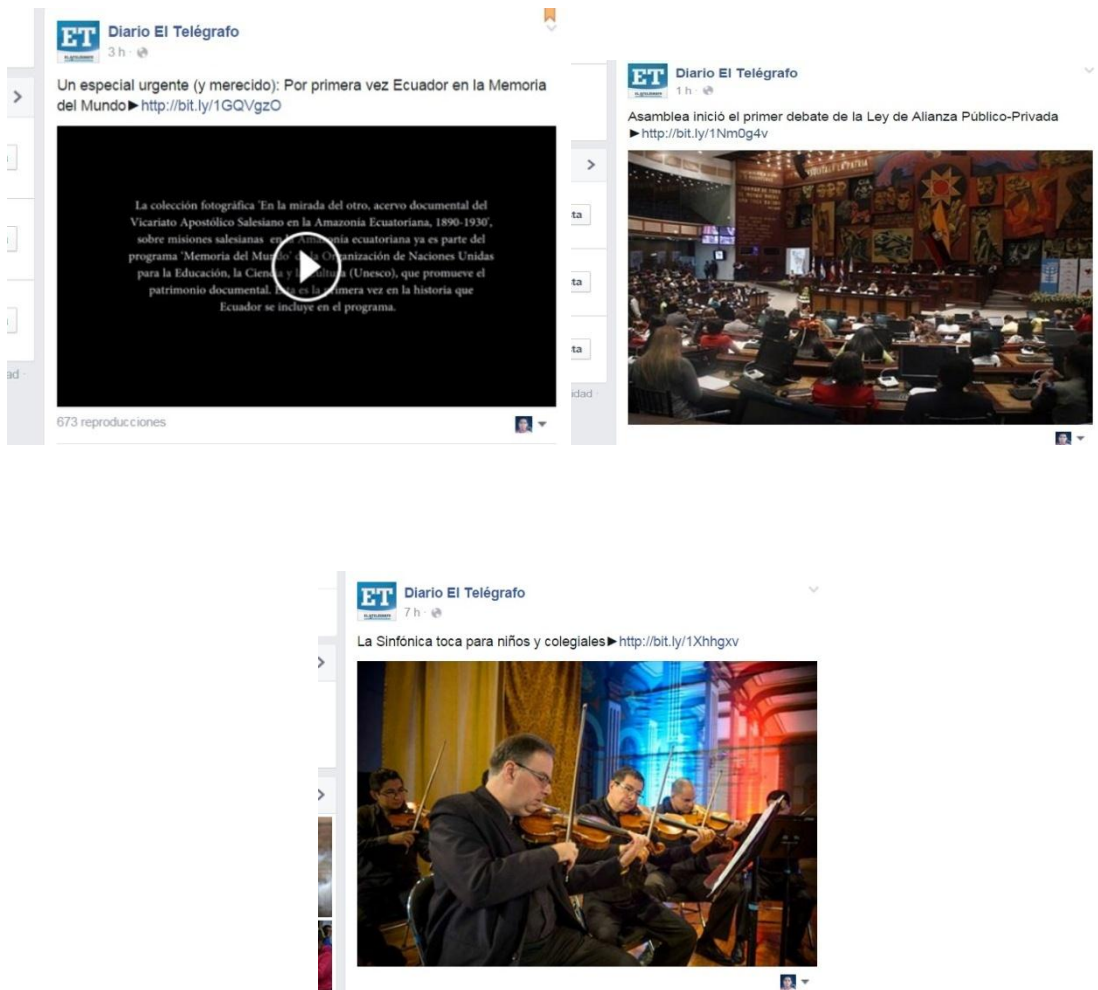


4



	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
¿La publicación (imagen que eligió) genera curiosidad para seguir leyendo?					
Las nuevas generaciones de estudiantes de Comunicación Social prefieren leer noticias en Facebook					
¿El texto mostrado en las publicaciones de los medios impresos en el Facebook llena sus expectativas?					
Las redacciones periodísticas deben ser precisas y concisas					
El amarillismo y sensacionalismo es fundamental en cada publicación					
Cualquier persona está capacitada para hacer publicaciones noticiosas					
Los elementos principales de una publicación periodística en las redes sociales deben tener: Imágenes, texto y enlaces (hipervínculos) para que el mensaje llegue completo a los lectores (seguidores).					

Imagen 1



Publicaciones de noticias en el Diario El Telégrafo en la página de Facebook.

Imagen 2



Publicaciones de noticias en el Diario El Comercio de Quito en su página de Facebook.

Imagen 3

Diario El Mercurio
2 h · 🌐

#Rusia dará a #Cuba crédito de 1.200 millones de euros para termoelectricidad
<https://t.co/WCMA7cGAZQ>



Rusia dará a Cuba crédito de 1.200 millones de euros para termoelectricidad | Diario El Mercurio...
Rusia dará a Cuba crédito de 1.200 millones de...
ELMERCURIO.COM.EC/499994-RUSIA-D...

Me gusta Comentar Compartir

Diario El Mercurio
3 h · 🌐

Retweeted José Mosquera (@jmosquera1982):
Lea mañana entrevista a @SebastianGuayas, piloto que anima la #VueltaAlEcuador y participará en @dakar @mercurioec
<https://t.co/h4RdhjVfnl>




José Mosquera (@jmosquera1982) posted a photo on Twitter
Get the whole picture - and other photos from José Mosquera
PIC.TWITTER.COM/H4RDHJVFNL | DE JOSE MOSQ...

Me gusta Comentar Compartir

Diario El Mercurio
3 h · 🌐

#Cotopaxi: sismicidad continúa mostrando movimiento de magma y fluidos en el volcán
<https://t.co/DAEMpJ99MQ> <https://t.co/RUBvxu6601>




Diario El Mercurio (@mercurioec) posted a photo on Twitter
Get the whole picture - and other photos from Diario El Mercurio
PIC.TWITTER.COM/RUBVXU6601 | DE DIARIO EL M...

Me gusta Comentar Compartir

Diario El Mercurio
4 h · 🌐

Tribunal rechaza petición de #ChungMoonJong de suspender su inhabilitación
<https://t.co/vvFVKS7QiN> <https://t.co/8RE9x3g3mY>



Diario El Mercurio (@mercurioec) posted a photo on Twitter
Get the whole picture - and other photos from Diario El Mercurio
PIC.TWITTER.COM/8RE9X3G3MY | DE DIARIO EL M...

Me gusta Comentar Compartir

Publicaciones de noticias en el Diario El Mercurio de Cuenca en la página de Facebook.

Imagen 4

E El País
12 min · 🌐

El Real Madrid C.F. se ha dado un empacho goleador ante el Malmö. Ha ganado 8-0. La Copa de Europa sirvió de terapia para el equipo blanco



El Madrid se lo pasa pipa y arrolla 8-0 al Malmö con cuatro de Cristiano

El equipo de Benítez destroza al cuadro sueco con cuatro goles del portugués, tres de Benzema y uno de Kovacic

RESULTADOS.ELPAIS.COM | DE EDICIONES EL PAIS

E El País
2 h · 🌐

Un abogado exige la retirada de 186 nombres de calles, siete espacios públicos, seis centros educativos y una placa que "exaltan la dictadura"



Admitida a trámite una demanda por el callejero franquista de la capital

Un abogado exige la retirada de 186 nombres de calles, siete espacios públicos y seis centros que exaltan la dictadura

CCAA.ELPAIS.COM | DE FRAN SERRATO

E El País
4 h · 🌐

En solo cuatro generaciones, los humanos han visto crecer su esperanza de vida más que en las decenas de miles de años transcurridos desde la aparición de la especie



Últimas noticias desde el frente científico contra la muerte

En el último siglo y medio se ha multiplicado la esperanza de vida pero gran parte de los procesos de envejecimiento siguen siendo un misterio para la ciencia

ELPAIS.COM | DE DANIEL MEDIAVILLA

9 DICIEMBRE 2018 | ACTUALIZADO 21:48 CET | HEMERÉTICA

ESPAÑA | AMÉRICA | BRASIL | CATALUÑA

INICIO SESIÓN | REGÍSTRATE | **EL PAÍS** | Q

INTERNACIONAL OPINIÓN ESPAÑA ECONOMÍA CIENCIA TECNOLOGÍA CULTURA ESTILO DEPORTES TELEVISIÓN

LA TRANSICIÓN EN ARGENTINA

Fernández boicotea la investidura de Macri y agrava la fractura

CARLOS E. CUE | Buenos Aires

Cristina Fernández no colocará hoy la banda presidencial al liberal Mauricio Macri. El kirchnerismo, que pierde el poder después de 12 años, deja claro que tendrá enfrente una oposición dura

• Los Kirchner, 12 años de confrontación

1 El presidente del banco central de Argentina renuncia a su cargo

ALEJANDRO REBOCCO | Buenos Aires

El kirchnerista Alejandro Vignoli deja el camino libre para que asuma el poder un economista del partido de Macri

Russel y Adam Coleman son los primeros mexicanos que fueron encontrados en Siria.

El México más peligroso para los turistas

D. M. PÉREZ | México

20 conductores de autobuses a entrar a ciertas ciudades. Así advierten a los turistas las principales embajadas antes de viajar a México

• La pesadilla de dos surfistas

EL TIEMPO

NEWSLETTERS

EL PAÍS IN ENGLISH

OPINIÓN

Inceptable Trump

EDITORIAL

Las reformas educativas de España contra las manipulaciones empresariales todo lo posible

ESTÁ PASANDO

FIN DEL CHAVISMO

VIOLENCIA EN MÉXICO

CONTAMINACIÓN

PERÚ

ARGENTINA

Publicaciones de noticias en el Diario El País (Global) en la página de Facebook.

Imagen 5

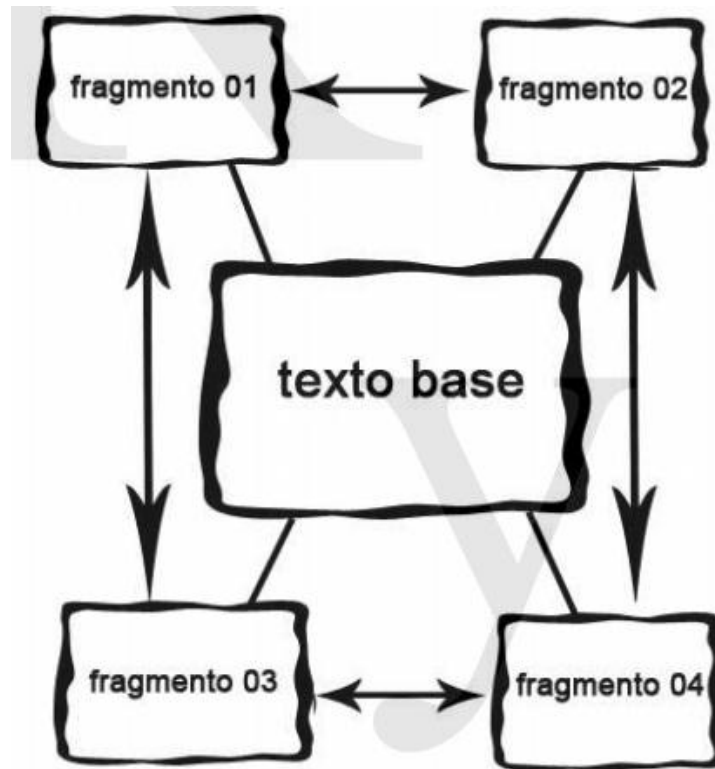


Figura 1 – Flujograma Algoritmico Circular Rizomatico

Imagen 6

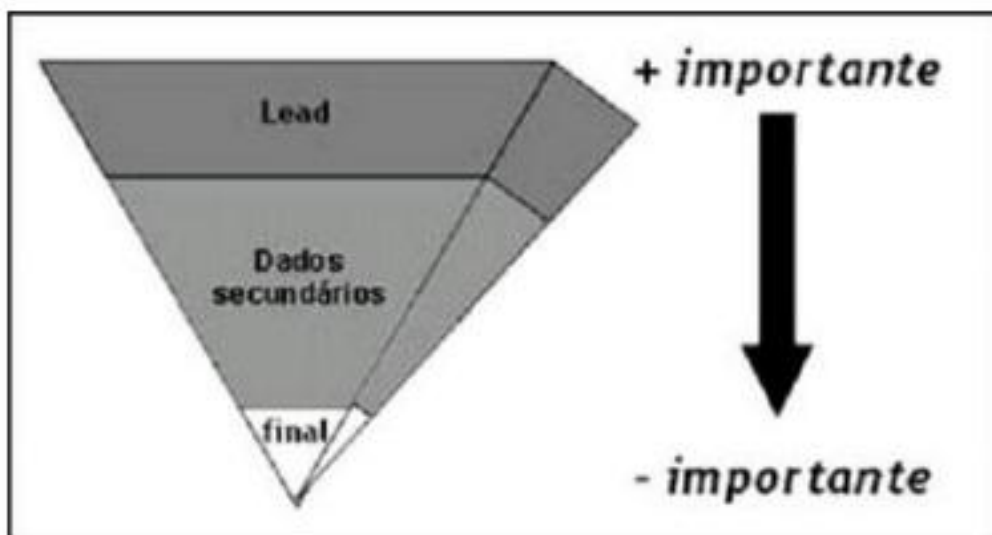


Figura 1 – Pirámide invertida (modelo tradicional)

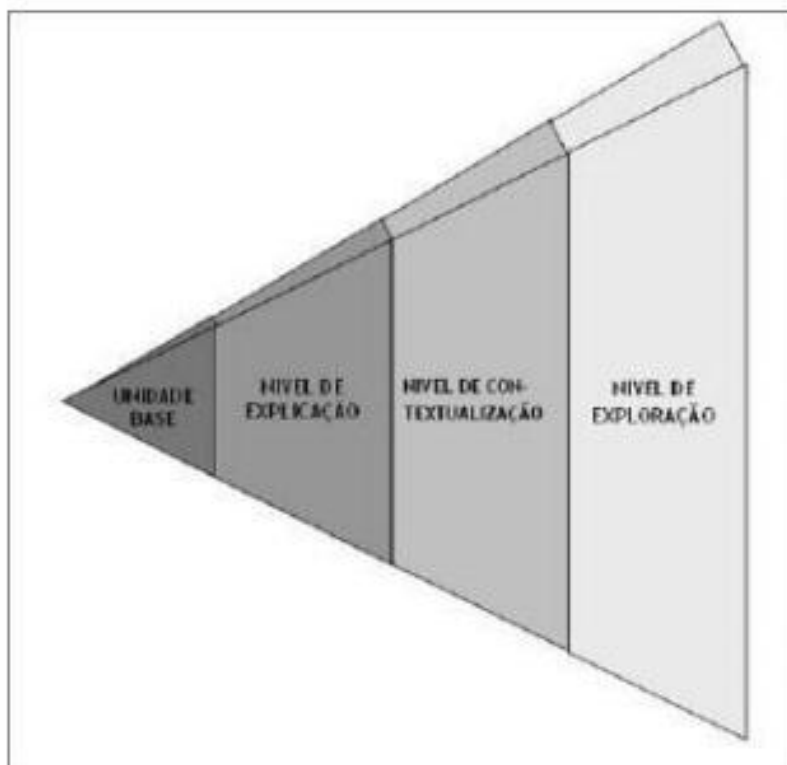
Imagem 7

Figura 2 – Pirâmide “deitada” (modelo João Canavilhas)