# INFORME FINAL DEL PROYECTO DE INVESTIGACION PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TITULO

DE LICENCIADA EN COMUNICACIÓN SOCIAL

#### **TEMA**

CONTENIDOS DE LAS REDES SOCIALES Y SU INCIDENCIA EN EL PERIODISMO RESPONSABLE CON PROFESIONALES DEL CÍRCULO DE PERIODISTAS DEPORTIVOS DEL ECUADOR NUCLEO LOS RIOS EN LA CIUDAD DE QUEVEDO.

#### **AUTOR:**

LADY LISBETH REMACHE CONTRERAS

**TUTOR:** 

LIC. FREDDY HOLGUIN DÍAZ. MSc.

QUEVEDO- LOS RIOS-ECUADOR 2019



# UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO



# FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN COMUNICACIÓN SOCIAL PRESENCIAL

## **DEDICATORIA**

Con mucho amor a Dios, por mantenerme sana, tanto física como intelectualmente, dándome la sabiduría y capacidad necesaria para alcanzar mis metas y obtener logros importantes que aporten al desarrollo de la sociedad y bienestar de la misma.

Con cariño, veneración y eterno agradecimiento dedico este trabajo investigativo a mi señora madre Sandra Contreras por todas las bendiciones otorgadas a lo largo de mi vida, su aprecio y cariño han sido un aporte valioso para mí.

A mi padre, quien con mucho amor me ha apoyado e impulsado hacer realidad mis sueños de verme graduada como Licenciada en Comunicación Social.

# UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO



## FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN COMUNICACIÓN SOCIAL PRESENCIAL

#### **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a Dios por protegerme siempre y darme las fuerzas necesarias para superar todos los obstáculos y logar mis metas durante toda esta etapa de mi formación académica.

A mi familia, porque siempre supieron brindarme sus buenos consejos y modales; y demostrarme que siempre quieren lo mejor para mi vida sin importar las veces que me equivoque.

A todos mis docentes, por esforzarse en cada una de sus enseñanzas y preocuparse de que aprenda cada uno de esos conocimientos impartidos durante mi etapa de estudios; y sobre todo por esa inmensa paciencia que tuvieron conmigo.

Y por último y no menos importante, a mi gran amigo Alexi Ponguillo por regalarme su amistad incondicional y acompañarme en cada momento de mi vida estudiantil y personal.



# UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN COMUNICACIÓN SOCIAL



### PRESENCIAL

#### RESUMEN

La investigación realizada en el presente trabajo nace con la finalidad de Identificar la influencia de contenidos en las redes sociales y su incidencia en el periodismo responsable con profesionales del círculo de Periodistas deportivos del Ecuador núcleo Los Ríos en la ciudad de Quevedo. Debido a que actualmente la información que se imparte en redes sociales tiene una gran magnitud en el campo comunicacional y el núcleo mencionado anteriormente no es la excepción, resultado del gran desarrollo tecnológico en la ciudad de Quevedo y en el resto del mundo.

Para lograr el objetivo plasmado se realizó la debida encuesta a los profesionales de la asociación antes descrita. En las cuales dio como resultado que a pesar de que las redes sociales no son consideradas como un medio de comunicación oficial la información expuesta en ellas tienen mucha acogida y actualmente son consideradas como argumento válido para armar una noticia de cualquier índole y el deportivo no es la excepción, la incidencia de estos contenidos en los profesionales es notoria, ya que la mayoría de ellos sustentan sus noticias en ellas, sim embargo el periodismo responsable es aquel que se practica yendo a la fuente y palpando la noticia en su esencia.

La propuesta para resolver la problemática planteada fue el desarrollo y diseño un blog con el tema Periodismo y Redes Sociales, en dónde se publicaran temáticas en las cuales se abordaran informaciones sobre el periodismo responsable a través de redes sociales. El propósito de esta propuesta es potenciar el aprendizaje adecuado y cauteloso mediante la actualización de conocimientos sobre periodismo responsable deportivo a través de redes sociales, cuyos elementos y argumentos sean confiables, reales pero sobre todos confiables.

Palabras claves: periodismo responsable, redes sociales, interacción y responsabilidad comunicativa.

#### **SUMMARY**

The research carried out in the present work was born with the purpose of Identifying the influence of contents in social networks and their incidence in responsible journalism with professionals from the circle of Sports Journalists of the Ecuadorian nucleus Los Ríos in the city of Quevedo. Because currently the information provided in social networks has a great magnitude in the communication field and the nucleus mentioned above is no exception, the result of the great technological development in the city of Quevedo and in the rest of the world.

In order to achieve the objective, the appropriate survey was carried out on the professionals of the association described above. In which it resulted in the fact that although social networks are not considered as an official means of communication, the information presented in them has a lot of welcome and is currently considered as a valid argument to build a news of any kind and sports is not the exception, the incidence of these contents in the professionals is notorious, since most of them support their news in them, however the responsible journalism is the one that is practiced going to the source and feeling the news in its essence.

The proposal to solve the problem was the development and design of a blog with the theme Journalism and Social Networks, where topics will be published in which information on responsible journalism through social networks will be addressed. The purpose of this proposal is to promote adequate and cautious learning by updating knowledge about responsible sports journalism through social networks, whose elements and arguments are reliable, real but above all reliable.

**Keywords:** responsible journalism, social networks, interaction and communicative responsibility.

# ÍNDICE GENERAL

$\sim$ $^{\star}$	D 4		r TI	r .
CA	KΑ	, III	U	LΑ

DEDICAT	ORIA	v
AGRADEO	CIMIENTO	vi
RESUMEN	N	vii
ÍNDICE D	E FIGURAS	xii
	E GRAFICOS	
INDICE D	E TABLAS	xiv
INTRODU	JCCIÓN	1
CAPÍTUL	O I EL PROBLEMA	3
1.1.	IDEA O TEMA DE LA INVESTIGACIÓN	3
1.2.	MARCO CONTEXTUAL	3
1.2.1.	Contexto internacional	3
1.2.2.	Contexto nacional	4
1.2.3.	Contexto local	5
1.2.4.	Contexto institucional	6
1.3.	SITUACION PROBLEMÁTICA	6
1.4.	PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	7
1.5.	DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN	8
1.6.	JUSTIFICACIÓN	9
1.7.	OBJETIVO DE LA INVESTIGACIÓN	9
CAPÍTUL	O II MARCO TEORICO O REFERENCIAL	11
2.1.	MARCO TEORICO	11
2.1.1.	Marco Conceptual	11
2.1.1.1.	Definición de redes sociales	11
2.1.1.2.	Historia y evolución de las redes sociales	12
2.1.1.3.	Ventajas y desventajas de las redes sociales	13
2.1.1.4.	Tipos de comunicación a través de las redes sociales	14
2.1.1.5.	Clasificación de las redes sociales	15
2.1.1.6.	Redes Sociales y la Ley Orgánica de Comunicación (SUPERCOM)	19
2.1.1.7.	Historia del periodismo	20

2.1.1.8.	Concepto de periodismo	21
2.1.1.9.	Periodista responsable	22
2.1.1.10.	Periodismo Transmedia	23
2.1.1.11.	Periodismo en la era digital	23
2.1.1.12.	Valor del periodismo responsable	25
2.1.1.13.	Responsabilidad Ulterior	25
2.1.1.14.	La Ética del periodista Normas Deontológicas	26
2.1.1.15.	El valor de la especialización periodística	28
2.1.1.16.	Característica del periodismo on line	29
2.1.1.17.	El periodista	30
2.1.1.18.	Impacto de las redes sociales en el periodismo	31
2.1.1.19.	El Periodismo Deportivo	32
2.1.1.20.	Historia del Círculo de Periodistas Deportivos del Ecuador núcleo Los Ríos	33
2.1.2.	Marco Referencial sobre la problemática de investigación	35
2.1.2.1.	Antecedentes Investigativos	35
2.1.2.2.	Categorías de Análisis	39
2.1.3.	Postura Teórica	40
2.2.	HIPÓTESIS	42
2.2.1.	Hipótesis General	42
2.2.2.	Sub-Hipótesis o derivadas	42
2.2.3.1.	Variable Independiente	42
2.2.3.2.	Variable dependiente	42
CAPITULO	III RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN	43
3.1.	RESULTADOS OBTENIDOS DE LA INVESTIGACIÓN	43
3.1.1.	Pruebas estadísticas aplicadas	43
3.1.2.	Análisis e interpretación de datos	43
3.2.	CONCLUSIONES GENERAL Y ESPECÍFICAS	54
3.2.1.	Específicas	54
3.2.2.	General	54
3.3.	RECOMENDACIONES GENERAL Y ESPECÍFICAS	55
3.3.1.	Específicas	55
3.3.2.	General	55

CAPÍTULO I	IV PROPUESTA DE APLICACIÓN	56
4.1.	PROPUESTA DE APLICACIÓN DE RESULTADOS	56
4.1.1.	Alternativa obtenida	56
4.1.2.	Alcance de la alternativa	56
4.1.3.	Aspectos básicos de la alternativa	56
4.1.3.1.	Antecedentes	56
4.1.3.2.	Justificación	57
4.2.	OBJETIVOS	58
4.2.1.	General	58
4.2.2.	Específicos	58
4.3.	ESTRUCTURA GENERAL DE LA PROPUESTA	58
4.3.1.	Título	58
4.3.2.	Componentes	58
4.4.	RESULTADOS ESPERADOS DE LA ALTERNATIVA	65
BIBLIOGRA	FÍA	66
CRONOGRA	AMA DE ACTIVIDADES	73
ANEXOS		74

# ÍNDICE DE FIGURAS

Fig. 1 Logotipo de CPDE	5
Fig. 2 Redes Sociales	12
Fig. 3 Mapa conceptual de las redes sociales	16
Fig. 4 Cuadro de las redes sociales horizontales	17
Fig. 5 Periodismo deportivo	33
Fig. 6 Entrevista con el Lic. Rosendo Escobar, Gerente General de RVT	75
Fig. 8 Localización donde se va a realizar el proyecto	75
Fig. 7 Tutorías con el Lic. Freddy Holguín tutor	75
Fig. 9 Entrevista al presidente del CPDE-LR	75
Fig. 10 Encuestando al Lic. Alfredo Liubá Peña	75
Fig. 11 Encuestando al Lic. Freddy Holguín	75
Fig. 12 Encuestando al Lic. Pedro Franco	75

# INDICE DE GRAFICOS

Grafico 1 pastel pregunta 1	44
Grafico 2 pastel pregunta 2	45
Grafico 3 pastel pregunta 3	46
Grafico 4 pastel pregunta 4	47
Grafico 5 pastel pregunta 5	48
Grafico 6 pastel pregunta 6	49
Grafico 7 pastel pregunta 7	50
Grafico 8 pastel pregunta 8	51
Grafico 9 pastel pregunta 9	52
Grafico 10 pastel pregunta 10	53

# **INDICE DE TABLAS**

Tabla 1 cuadro de estadísticas	43
Tabla 2 pregunta 1	44
Tabla 3 pregunta 2	45
Tabla 4 pregunta 3	46
Tabla 5 pregunta 4	47
Tabla 6 pregunta 5	48
Tabla 7 pregunta 6	49
Tabla 8 pregunta 7	50
Tabla 9 pregunta 8	51
Tabla 10 pregunta 9	52
Tabla 11 pregunta 10	53

# INTRODUCCIÓN

El proyecto de investigación con el tema Contenidos de las Redes Sociales y su Incidencia en el Periodismo Responsable con Profesionales del Círculo de Periodistas de la Ciudad de Quevedo, es una cuestión algo inquietante para los comunicadores de dicha ciudad, ya que existen diversas páginas en las redes que ejecutan un periodismo inadecuado, por tal motivo esta investigación beneficiara a la comunidad Quevedeña y a sus profesionales en la comunicación.

Las redes sociales son lugares digitales y programas que se manipulan en diferentes niveles ya sea profesionalmente, de relación, entre otros, su único objetivo es intercambiar información entre las personas, y las empresas. En la actualidad las redes sociales en el ámbito periodístico son un arma de doble filo por el simple hecho de que estas se usan para el beneficio de una comunicación más rápida, pero también son utilizadas para desinformar o comunicar algo que no es verdad.

El presente trabajo investigativo se realiza con el propósito de conocer e identificar las consecuencias del uso de las redes sociales al momento de comunicar alguna noticia y como esto impacta en un periodismo responsable con el Círculo de Periodistas Deportivos del Ecuador Núcleo Los Ríos, para la realización de este proyecto se plantea cuatro capítulos donde a continuación se detallará de que trata cada sección.

**Capítulo I.-** Está comprendido por el marco contextual allí se habla sobre contextos internacional, nacional, local e institucional, el planteamiento del problema, la justificación del porque se realiza esta investigación y los objetivos tanto general como específicos que se quieren lograr.

**Capítulo II.-** Aquí se encuentra los antecedentes de la investigación, es decir, presentaciones de trabajos anteriores relacionados con el tema, también se describe el marco teórico donde de manera conceptual a partir de bases teóricas y argumentaciones se define cada subtema, marco

referencial ahí se encuentran las bases teóricas y categorías de análisis y, se formulará la hipótesis general y derivados, y por último las variables del trabajo investigativo.

**Capítulo III.-** Se describe su análisis e interpretación de cada resultado, y luego de haber hecho una ardua investigación se culmina con conclusiones específicas y generales y sus respectivas recomendaciones de todo lo indagado.

**Capitulo IV.-** Último capítulo se lleva a cabo la propuesta diseñada en uno de los objetivos, También se describe cada una de las actividades que se realizó para llevar a cabo la propuesta, y al final para evidenciar se coloca los anexos y bibliografías que son las referencias sobre las publicaciones de algún autor que se utilizó para conceptualizar en el marco teórico.

# CAPÍTULO I.- EL PROBLEMA

## 1.1. IDEA O TEMA DE LA INVESTIGACIÓN

Contenidos de las Redes Sociales y su Incidencia en el Periodismo Responsable Con Profesionales del Círculo de Periodistas Deportivos del Ecuador Núcleo Los Ríos en la ciudad de Quevedo.

#### 1.2. MARCO CONTEXTUAL

#### 1.2.1. Contexto internacional

Las redes sociales de manera internacional han desarrollado un papel significativo dentro de la sociedad, es decir, que gracias a estos medios se han hecho conocer al mundo acontecimientos importantes suscitados en todos los rincones del mundo, lugares donde el acceso de la prensa no ha sido factible. Las personas en el campo internacional han hecho uso de las redes sociales medio por el cual los políticos lo emplean para hacerse conocer y que los usuarios conozcan sus propuestas, los periodistas lo utilizan para comunicar algo sobre alguna noticia relevante que esté sucediendo en las afueras del país. Un claro ejemplo han sido las guerras que han tenido Egipto, por el año 2011, donde las redes sociales jugaron un papel importantísimo en la comunicación y tuvieron cierta influencia con los hechos y acontecimientos que se estaban produciendo.

Ser periodista internacional es un trabajo único, sin horarios. Es movilizarse de aquí para allá en la búsqueda de tus propias fuentes, explorar un país nuevo, aprender otra cultura, hablar otras lenguas, relacionarte con otras personas, estar al día. Todo para conseguir esa satisfacción de haber realizado un buen trabajo y poder plasmar una realidad y acercarla a la gente.

A nivel internacional existen muchos organismos en los diferentes países del mundo, que se encuentran ligadas a las diferentes Asociaciones y Federaciones. Debido a la cantidad de profesionales en el ámbito periodístico deportivo surgió la necesidad de crear los círculos de periodistas deportivos de cada provincia, ciudad o país.

#### 1.2.2. Contexto nacional

Los medios digitales en el Ecuador han ido surgiendo, debido a la demanda que los usuarios exigen en las redes sociales, porque cada día hay más ecuatoriano usando internet para poder informarse de una forma rápida sobre alguna noticia. Recordando un dato muy relevante cada 5 de enero, se conmemora el Día del Periodismo Ecuatoriano, en recuerdo de la aparición en la ciudad de Quito del primer periódico escrito en el siglo XVIII denominado 'Primicias de la cultura de Quito', escrito bajo la dirección y pluma de Eugenio Espejo que es el precursor, es decir, el pionero del periodismo ecuatoriano.

Los 60 medios nativos digitales del Ecuador el 5% representan el del total de los medios en el país, que según cifras oficiales son 1.148 entre privados, públicos y comunitarios. De los 60, el 68% de los medios nativos digitales se concentra en Quito y Guayaquil. Allí se asientan los sitios con mayor presencia e impacto: La República, Plan V, Gkillcity, Ecuador inmediato, Ecuador en vivo y otros medios que van tomando fuerza como La barra espaciadora, Mil Hojas, Focus, La Historia, entre otros. Pero hay ciudades como Puyo, Latacunga, Chone, Quevedo, Riobamba, Celica, Rocafuerte, Loja, Macas y Babahoyo que tienen un emprendimiento digital. Y también son desconocidos los esfuerzos valiosos de medios especializados o de radios online por informar, (Moran, 2015).

En el ensayo sobre Medios digitales en Ecuador: perspectivas de futuro. 2014, se revela que en Ecuador existe una escasa y casi nula formación sobre los entornos digitales. "Si la Universidad no forma periodistas digitales difícilmente estas iniciativas pueden llegar al seno de la empresa periodística. Las demandas de la empresa periodística no tienen cabida dentro de las mallas curriculares de las escuelas y facultades de comunicación, aunque ambos sectores coinciden que todo lo relacionado con el periodismo digital ha dejado de ser una tendencia para convertirse en una emergencia formativa", (**Punín, Martínez, & Rencoret, 2014**).

El Círculo de Periodistas Deportivos del Ecuador fue fundado un 23 de febrero del año de 1945 en la ciudad de Guayaquil, en ese entonces diez periodistas profesionales fueron los precursores de este gremio. Entre sus principales objetivos es fomentar y favorecer con el deporte a través de la prensa, para que todas las entidades deportivas del país consigan un lugar a nivel mundial que favorecerá en beneficio del deporte ecuatoriano.

Fig. 1 Logotipo de CPDE



Fuente: Planeta Futbol

#### 1.2.3. Contexto local

El licenciado Luis Zarsoza es el principal fundador del CPDE-LR creada un 2 de Julio de 1973. Nito a quien así lo llamaban es un hombre de historia que con sus compañeros de profesión, funda tan importante institución. La finalidad de crear tal organismo era para acoger y resguardar a los periodistas deportivos de ese entonces. Eso fue un trabajo arduo, tenaz e imborrable.

En la ciudad de Quevedo canales como Rey Tv, Ondas Quevedeñas, Cine cable, entre otros usan las redes sociales para su transmisión en vivo de las noticias, otros de los medios que hacen tendencia en la comunidad es Aldia.com es un medio de comunicación digital que en muchas ocasiones ha sido criticado por la comunidad quevedeña debido a la manera que tiene para redactar alguna notica o por las fuertes imágenes que suelen subirse a la plataforma de Facebook, es aquí donde el trabajo del periodismo quevedeño se ve manchado debido a que los contenidos que se suben a la red social suelen ser falsos. En la web principalmente en aplicaciones como Facebook e Instagram, existen varias páginas no oficiales creadas con el fin

de desinformar a la ciudadanía y a su vez entorpecer el trabajo del periodismo profesional, recordemos que ahora la mayoría de personas tiene el acceso al internet haciendo que todos se conviertan en "periodistas".

#### 1.2.4. Contexto institucional

El nombre del cantón Quevedo se debe al Sr. Timoteo Quevedo, en el año de 1938 penetra en las escabrosas y vírgenes montañas, con el objeto de realizar unas mediciones y levantar los planos de este sector conocidos con los nombres de Pasaje y Alto Palenque. La Cantonización de Quevedo fue el 7 de octubre de 1943.

Quevedo está ubicado en la costa ecuatoriana, en la Provincia de Los Ríos, es considerada como la novena ciudad más importante del Ecuador. Este cantón es la principal arteria económica y comercial de toda la provincia, constituyéndose como uno de los puertos fluviales más importantes del país.

# 1.3. SITUACION PROBLEMÁTICA

El periodismo tradicional con la evolución de la tecnología ha tenido que adaptarse a la nueva era, de manera que este se convirtió en un periodismo digital razón por la cual los nuevos profesionales deben tener un claro conocimiento acerca de la forma de comunicar en la actualidad, esto favorece porque llega a una audiencia cada vez más mundial. La disciplina del periodismo de recolectar, analizar, verificar y presentar noticias acerca de los hechos del momento ha sufrido cambios debido a la rapidez con la que las noticias se propagan hoy en día.

Quevedo es una ciudad donde la mayoría de familias tienen una computadora en casa con internet, por ende, la aglomeración de usuarios en las redes es sorprendente, con la facilidad que existe para la creación de perfiles o paginas sociales en la web, son muchas los usuarios que se creen ser periodistas por el solo hecho de compartir alguna notica que por lo general su redacción deja mucho que pensar.

Los medios de comunicación local han tenido la necesidad de crear páginas en las redes sociales para llegar a sus televidentes o lectores, esto surge debido a la demanda de información que existe en la web a partir del avance tecnológico, la problemática existente es que el círculo de periodistas de la ciudad deberá luchar para que su profesión no se vea manchado por usuarios que solo mal informan a la comunidad, los contenidos de las redes sociales no muchas veces suelen ser apropiadas.

#### 1.4. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El problema que existe en la actualidad surge por el mal uso que se da a las redes sociales, es por ello que en la ciudad de Quevedo existen páginas que solo mal informan a la comunidad Quevedeña haciendo que el periodismo se vea afectado por estas personas que se creen comunicadores por el hecho de subir alguna publicación de noticias en sus redes o páginas.

Los periodistas son aquellas personas que comunican, que informan, que dan a conocer un hecho noticioso, pero siempre con veracidad, ética, y sobre todo con responsabilidad. Por ello este problema inquietó a los profesionales del Círculo de Periodistas de la ciudad de Quevedo porque están vulnerando su profesión de manera que hacen de esta algo poco creíble, es decir, la población duda al momento de leer una información que salga por estos medios, ya que no sabe si es veraz o no.

Si bien es cierto cuando se habla del círculo de periodistas de la ciudad de Quevedo se refiere al Círculo de Periodistas Deportivos del Ecuador núcleo Los Ríos con sede en la ciudad de Quevedo, destacando que la mayoría de los profesionales de este organismo son Quevedeños.

Como lo menciona en una entrevista el actual presidente de CPDE-LR, el licenciado Henry Alarcón López (2019) "Las redes sociales se considera una amenaza o competencia para los comunicadores, en el momento en que alguien que no es periodista pero tiene la noticia a mano toma la foto y sube a las redes completa o no pero la gente la ve y se entera, cuando el periodista la publica ya los demás dirán ya lo dijeron por las redes".

Es por eso que los comunicadores deben tener la misma capacidad de saber elevar una noticia

pero con la diferencia que el ciudadano común y corriente redacta la noticia a su estilo sin el

profesionalismo adecuado, en cambio el profesional lo hará preliminarmente desde el punto de

vista publicando un titular y adjuntando el link o simplemente escribe que la noticia se está aún

desarrollando, de esta manera la sociedad sabrá que hay mucho por contar del suceso y no

creerán en las páginas no oficiales, que solo difunden información falsa.

1.4.1. Problema General

¿De qué manera los contenidos de las redes sociales inciden en el periodismo responsable

con profesionales del Círculo de Periodistas Deportivos del Ecuador -Núcleo Los Ríos con sede

en la ciudad de Quevedo?

1.4.2. Sub Problemas o derivados

• ¿De qué forma las redes sociales inciden en la propagación de noticias en la ciudad de

Ouevedo?

• ¿Qué clase de información se difunde a través de las redes sociales que afectan al periodismo

deportivo local?

• ¿Cómo elaborar blog donde se logre resaltar la importancia del periodismo deportivo y el

correcto uso de las redes sociales?

DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN 1.5.

El presente trabajo de investigación se lo elaborará en la ciudad de Quevedo, provincia de

Los Ríos, Círculo de Periodistas Deportivos del Ecuador Núcleo Los Ríos.

Área: Comunicación Social

**Campo:** Educativo

Línea de Investigación de la Universidad: Educación y Desarrollo Social

Línea de Investigación de la Facultad: Talento Humano Educación y Docencia

8

Línea de Investigación de la Carrera: Periodismo Investigativo Sustentable Aplicado a

Nuevas Tecnologías

Sub-Línea de Investigación: De Odontología y Periodismo Responsable

Delimitador Temporal: Se lo efectúa en el año 2019

Delimitador Geográfico: Los beneficiarios del proyecto investigativo serán la comunidad

Quevedeña y de manera directa el Círculo de Periodistas Deportivos de la ciudad de Quevedo.

1.6. JUSTIFICACIÓN

El periodismo se ha visto obligado adaptarse a la evolución de la comunicación, estos tienen

la obligación de informar por ello buscan hacerlo mediante las redes sociales, por esta razón la

investigación se centra en conocer, estudiar, identificar los tipos de contenidos que se observan

en la web, recordemos que esta nueva era todos "se creen periodistas" por el hecho de compartir

alguna noticia en sus perfiles las cuales muchas veces no son verídicas y de esta manera afectan

a un periodismo responsable.

Ante la aparición de las redes sociales los profesionales de la comunicación deben tener una

mayor información cultural y tecnológica que les ayude ser autosuficiente, versátiles,

competitivos y participativos. Las redes sociales son utilizadas por millones de personas toda

información que se recaude allí será compartida y vista por muchos para ello debe existir una

responsabilidad al momento de publicar algún hecho noticioso.

Esta investigación busca identificar aquellas páginas que hacen de las redes sociales un auge

para mal informar a la sociedad Quevedeña, solo por el hecho de tener primicia, seguidores,

comentarios, like, arruinando así un periodismo responsable que solo intenta adaptarse a la

evolución de los medios, pero esto se complica ya que todos tenemos acceso a las mismas.

1.7. OBJETIVO DE LA INVESTIGACIÓN

1.7.1. Objetivo General

9

Determinar la incidencia de las redes sociales en el periodismo responsable con profesionales del Círculo de Periodistas Deportivos del Ecuador - Núcleo Los Ríos con sede en la ciudad de Quevedo

## 1.7.2. Objetivos Específicos

- Establecer de qué forma las redes sociales inciden en la propagación de noticias en la ciudad de Quevedo.
- Identificar la clase de información que se difunde a través de las redes sociales que afecta al periodismo deportivo local
- Elaborar blog donde se resalte la importancia del periodismo deportivo y el correcto uso de las redes sociales.

## CAPÍTULO II.- MARCO TEORICO O REFERENCIAL

#### 2.1. MARCO TEORICO

## **2.1.1.** Marco Conceptual

#### 2.1.1.1. Definición de redes sociales

Las redes sociales son "comunidades virtuales". Es decir, plataformas de Internet que agrupan a personas que se relacionan entre sí y comparten información e intereses comunes. Este es justamente su principal objetivo: entablar contactos con gente, ya sea para re encontrarse con antiguos vínculos o para generar nuevas amistades. Pertenecer a una red social, le permite al usuario construir un grupo de contactos, que puede exhibir como su "lista de amigos". Estos amigos pueden ser amigos personales que él conoce, o amigos de amigos. A veces, también, son contactos que se conocieron por Internet, (Morduchowicz, Ballestrini, Sylvestre, & Marcon, 2010).

Los sitios de redes sociales mejor conocidos como redes sociales son grupos de personas con intereses en común y que comparten información en Internet a través de un software que permite establecer relaciones de confianza entre los participantes, es decir, gracias a estos programas podemos compartir diferentes archivos e información con las personas que se encuentren dentro de nuestra red, (UNAMCERT, 2018).

Enrique Dans en el 2010 define a las redes sociales como una estructura social que se puede representar en forma de uno o varios grafos, en los cuales, los nodos representan a individuos (a veces denominados actores) y las aristas, relaciones entre ellos. Las relaciones pueden ser de distinto tipo, como intercambios financieros, amistad, relaciones sexuales o rutas aéreas. También es el medio de interacción de distintas personas, como por ejemplo, juegos en línea, chats, foros, spaces, entre otros, (**Dans, 2010**).

Las redes sociales facilitan en gran medida esta interacción, pueden clasificarse en redes sociales personales, que agrupan a un conjunto de contactos y amigos con intereses en común, y redes sociales profesionales, redes que se centran más en la creación de contactos profesionales afines a cada usuario, (Flores, Morán, & Rodríguez, 2019).

Fig. 2 Redes Sociales



Fuente: Google Imágenes

#### 2.1.1.2. Historia y evolución de las redes sociales

La historia de las aplicaciones sociales tiene su comienzo en el año 2003, justo cuando la burbuja de los puntocom se desinfla por completo y la red empieza a renacer de sus cenizas. Este momento, se ponen en marcha Tribe.net, Linkedin y Friendster, las tres primeras redes sociales de internet. Su objetivo era trasladar a la red una teoría sociológica conocida como "los seis grados de separación", en virtud la cual es posible llegar a contactar con cualquier persona del mundo como máximo a través de otras cinco personas. Rápidamente estas tres redes sociales comienzan a incrementar notablemente su número de usuarios, de tal forma que los servidores no aguantaron y caían continuamente.

A medida que estas redes se conocen mundialmente, se van creando otras, como eConozco creada en diciembre del año 2003 es orientada al uso profesional, y Orkut a principios de 2004

creada fundamentalmente a los contactos de tipo personal y que solo admitía a aquellos internautas que habían recibido una invitación de otros, ambas de origen hispano. Al mismo tiempo en EEUU se fueron creando otras redes sociales que han funcionado mucho mejor: My Space en Julio de 2003, ligada a la distribución de música alternativa y Facebook creada en febrero 2004 como lugar de encuentro de estudiantes universitarios. (Villoria, 2010)

El fenómeno de las redes sociales se evidencia a través de Google que con su aportación, los "tags" o etiquetas (palabras asociadas a una página web que permiten acortar su búsqueda). A través de dichos "tags" también se establecen relaciones entre las personas que utilizan las mismas dando lugar a la creación de nuevas redes sociales como "YouTube" o "Flickr" las cuales son al mismo tiempo una enorme red social en la que se establecen vínculos personales basados en que se hayan empleado etiquetas parecidas. Esto da lugar a lo que se llama "inteligencia colectiva" (generación de bases de datos de contenidos a partir de lo que múltiples usuarios han ido depositando a lo largo del tiempo).

#### 2.1.1.3. Ventajas y desventajas de las redes sociales

Las redes sociales son sitios en la web conformados por usuarios que tienen intereses en común, tiene una gran influencia en la actualidad existen varias páginas sociales que satisfacen las necesidades de comunicación de las personas, pero como todo en esta vida tiene sus ventajas y desventajas que a continuación se hará conocer.

#### 2.1.1.3.1. Ventajas

- > Reencuentro con desconocidos
- ➤ Oportunidad de integrarse a reuniones breves vía internet, con fines lúdicos, de entretenimientos y profesionales.
- Contacto a nivel mundial desde el lugar en que te encuentras
- > Excelentes para propiciar contactos nuevos como la búsqueda de pareja, amistad o compartir intereses sin fines de lucro.

- > Tener información actualizada acerca de los temas de interés como noticias locales, nacionales e interprovinciales
- La comunicación es en tiempo real
- > Se la utiliza como marketing para ofrecer tus productos.
- Son herramientas para aprender idiomas y acceder a materiales de otros países como películas y música.

#### **2.1.1.3.2.** Desventajas

- Son peligrosas si no se configuran la privacidad, debido a que expone la vida privada de las personas.
- Existe lo que es suplantación de personalidad o robo de identidad.
- > Pueden ser adictivas, significa que son ideales para el ocio.
- Llevan a perder habilidades sociales y si las vidas giran a entorno a ellas.
- ➤ Pueden apoderarse de todos los contenidos que se publican.
- > Se las utilizan para el acoso cibernético.
- > Si n las usan correctamente, pueden deteriorar la comunicación
- Es muy fácil no tener claridad en los mensajes, se suelen mal interpretar.
- > Distorsionan el sentido de la realidad.
- Generan adicción (Arredondo, 2018)

#### 2.1.1.4. Tipos de comunicación a través de las redes sociales

La comunicación se ha visto distorsionada por la evolución de la tecnología, ha desarrollado diversas maneras de conectarse y comunicarse con los demás, la nueva era a seducido a los jóvenes adultos y hasta niños trayendo consigo la creación de "cibercomunicacion" comunicación que se da a través de las redes sociales de la internet, para comprender el concepto de cibercomunicacion, los elementos asociados a él y el cambio de paradigma en esta área, es de suma importancia recordar una definición sobre el concepto clásico de comunicación:

La comunicación es la interacción de las personas que entran en ella como sujetos. No sólo se trata del influjo de un sujeto en otro, sino de la interacción. Para la comunicación se necesita como mínimo dos personas, cada una de las cuales actúa como sujeto, (**Pichon-Riviere**, 1975, pág. 89).

La cibercomunicacion se define como el proceso de la comunicación mediatizado a través de internet, y a través de las redes sociales en general. Nace dentro de un contexto cultural denominado cibercultura, que se define como una "cultura nacida de la aplicación de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación, en medios masivos como internet. Cultura de polaridades, de opuestos, de ventajas y desventajas, de libertad absoluta, anonimato, ciberdelitos; constituida por ciberciudadanos con derechos y obligaciones", (Arab & Díaz, 2015).

Las redes sociales suponen una forma de comunicarse horizontal, rápida en la que adquieren una gran relevancia los elementos audiovisuales. Sim embargo, esta comunicación no es totalmente sustitutiva de otras formas tradicionales de comunicación, fundamentalmente debido a que no supone un medio conveniente para expresar información confidencial o privada. Para ello se puede utilizar la opción de enviar mensajes por privados, pero la única ventaja respecto al e-mail es la capacidad de obtener contactos que no se tienen en la agenda del correo electrónico, (Díaz, 2011).

Luego de haber leído se concluye que lo transmitido por medio del internet como redes sociales, en general cumple con los criterios básicos que se plantean en el concepto clásico de comunicación y sus postulados con la diferencia que se agrega un elemento nuevo la tecnología que ejerce una función de mediatizados entre las personas. Es así como la comunicación ha evolucionado satisfaciendo las necesidades de los usuarios.

#### 2.1.1.5. Clasificación de las redes sociales

Teniendo en cuenta la dimensión social de las redes, la primera clasificación que podríamos hacer sería distinguir entre: redes sociales off-line o analógicas, sin la intermediación de un

aparato o sistema electrónico; redes sociales on-line o digitales, a través de medios electrónicos; y redes sociales mixtas, mezcla de los dos tipos anteriores, (**Creative Commons, 2012**).

Existen una variedad de redes sociales que facilitan la comunicación, clasificadas en grupos como son:

Fire eagle Fire eagle Fickr

Facebook Fickr

F

Fig. 3 Mapa conceptual de las redes sociales

Fuente: Imagen de ButchLebo; @flickr

### 2.1.1.5.1. Por su Público, Objeto Y Temática

#### 2.1.1.5.1.1. Redes Sociales Horizontales

Redes sociales horizontales o generalistas están dirigidas a todo tipo de usuarios, permiten la libre participación proporcionando una herramienta para la interacción a nivel general estas redes pueden ser:

- Facebook
- Twitter
- Google+
- Tuenti
- Bebo

- Hi5
- Orkut
- Badoo
- MySpace
- Intagram

Fig. 4 Cuadro de las redes sociales horizontales



Fuente: Google Imágenes

#### 2.1.1.5.1.2. Redes sociales Verticales

Redes sociales verticales o temáticas tienen como objetivo ganar usuarios tras la publicación de modas o viajes, conlleva un gran número de seguidores y están dirigidas a un público determinado, los usuarios acuden a ellos por un interés común por lo que sus contenidos son más segmentados. Estas se clasifican en tres grupos en función de su especialización, (Barberán, 2017).

#### 2.1.1.5.1.3. Verticales Profesionales

Permiten conocer a profesionales compartiendo información sobre una especialidad concreta y originando relaciones laborales, las más conocidas son: LinkedIn, Xing, Viadeo.

#### **2.1.1.5.1.4.** Verticales de Ocio

Congregan a colectivos que desarrollan actividades de ocio, deporte, videojuegos, fans, entre otros, entre estas están: Dogster y My Space.

#### 2.1.1.5.1.5. Verticales Mixtas

Es una mezcla de las dos anteriores, ofrecen a usuarios y a empresas un entorno para el desarrollo de actividades personales y profesionales, por ejemplo: Finect, (**Creative Commons, 2012**).

#### 2.1.1.5.2. Por el sujeto principal de la relación

#### 2.1.1.5.2.1. Redes sociales Humanas

Aquellas que se centran su atención en fomentar las relaciones entre personas uniendo individuos según su perfil social y en función de sus gustos, aficiones, lugar de trabajo, viaje y actividades, aquí encontramos Koornk, Dopplr, Youare y Tuenti.

#### 2.1.1.5.2.2. Redes sociales de contenidos

Las relaciones se desarrollan uniendo perfiles a través de contenido publicad, los objetos que posee el usuario o los archivos que se encuentran en su ordenador, los ejemplos más significantes son Scribd, Bebo, Flickr, Friendster, Dipity, StumbleUpon y FileRide.

#### 2.1.1.5.2.3. Redes sociales de interés

Conforman un sector novedoso entre las redes sociales. Su objeto es unir marcas, automóviles y lugares. Entre estas redes sociales destacan las de difuntos, siendo estos los sujetos principales de la red: Respéctense el ejemplo más claro.

#### 2.1.1.5.3. Por su localización geográfica

#### 2.1.1.5.3.1. Redes sociales sedentarias

Este tipo de red social muta en relación de las funciones entre personas, los contenidos compartidos o los eventos creados, ejemplos: Blogger, Rejaw, Plaxo, Bitacoras.

#### 2.1.1.5.3.2. Redes sociales nómadas

Estas redes se componen y recomponen de los sujetos que se hallen geográficamente cerca del lugar en el que se encuentra el usuario, los lugares que haya visto o los que tengo previo a acudir, los más destacados son: Latitud, Brigthkite, Skout y Fire Eagle, (**Pérez, 2011**).

#### 2.1.1.6. Redes Sociales y la Ley Orgánica de Comunicación (SUPERCOM)

Art. 20.- Responsabilidad ulterior de los medios de comunicación. - Habrá lugar a responsabilidad ulterior de los medios de comunicación, en los ámbitos administrativo, civil y penal cuando los contenidos difundidos sean asumidos expresamente por el medio o no se hallen atribuidos explícitamente a otra persona. Los comentarios formulados al pie de las publicaciones electrónicas en las páginas web de los medios de comunicación legalmente constituidos serán responsabilidad personal de quienes los efectúen, salvo que los medios omitan cumplir con una de las siguientes acciones:

- 1. Informar de manera clara al usuario sobre su responsabilidad personal respecto de los comentarios emitidos:
- 2. Generar mecanismos de registro de los datos personales que permitan su identificación, como nombre, dirección electrónica, cédula de ciudadanía o identidad, o;
- 3. Diseñar e implementar mecanismos de autorregulación que eviten la publicación, y permitan la denuncia y eliminación de contenidos que lesionen los derechos consagrados en la Constitución y la ley.

Los medios de comunicación solo podrán reproducir mensajes de las redes sociales cuando el emisor de tales mensajes esté debidamente identificado; si los medios de comunicación no

cumplen con esta obligación, tendrán la misma responsabilidad establecida para los contenidos publicados en su página web que no se hallen atribuidos explícitamente a otra persona, (SUPERCOM, 2013).

**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, (**SUPERCOM, 2013**).

Art. 42.- Libre ejercicio de la comunicación. - Todas las personas ejercerán libremente los derechos a la comunicación reconocidos en la Constitución y esta Ley a través de cualquier medio de comunicación social. Las actividades periodísticas de carácter permanente realizadas en los medios de comunicación, en cualquier nivel o cargo, deberán ser desempeñadas por profesionales en periodismo o comunicación, con excepción de las personas que tienen espacios de opinión, y profesionales o expertos de otras ramas que mantienen programas o columnas especializadas. Las personas que realicen programas o actividades periodísticas en las lenguas de las nacionalidades y pueblos indígenas, no están sujetas a las obligaciones establecidas en el párrafo anterior. En las entidades públicas los cargos inherentes a la comunicación serán desempeñados por comunicadores o periodistas profesionales, (SUPERCOM, 2013).

#### 2.1.1.7. Historia del periodismo

El periodismo ofrece una mirada amplia de lo que se vive en la realidad. Como vía de comunicación, brinda noticias donde transmiten lo que sucede de forma rápida e inmediata; reportajes e informaciones que ayudan a conocer mejor la noticia transcurrido un tiempo y espacio; la crítica que ofrece las diferentes opiniones, imágenes que permiten observar los hechos, títulos que captan la atención del lector, entre otras cosas, infinitas cualidades que el periodismo ofrece en los diferentes ámbitos.

El periodismo tal y como hoy lo entendemos nace en Inglaterra, en el siglo XVIII. Con anterioridad a esta fecha, existieron ciertas formas de comunicación social para difundir ideales monárquicos, eran gacetas de origen francés. No será hasta 1702 cuando nazca el primer diario, el Daily Courrant. Hacia 1715, hay ya una gran actividad editorial, apareciendo un gran número de publicaciones de periodicidad variable. La distribución se hace por medio de pregoneros. A mediados de siglo son muchos los empresarios que, con una nueva mentalidad, reducen costos y aumentan la capacidad productiva. En España el desarrollo de la prensa no se producirá hasta el siglo XVIII. Se instauró como una de las vías principales por las que se propagaron las ideas ilustradas en España. Algunos de estos periódicos fueron El Diario de los Literatos de España, publicación de carácter cultural; El Diario Noticioso, Curioso, Erudito, Comercial y Político, que recogía artículos de opinión y de información económica; o El Correo de Madrid, que recogía artículos de divulgación literaria, científica, etc. En el siglo XIX se produce una auténtica revolución del periodismo por los siguientes factores: avances tecnológicos, ampliación y agilización de las comunicaciones, mejora de los medios de transporte para la distribución; reducción del analfabetismo y concentración de la población en las ciudades. En este siglo se pueden diferenciar dos bloques de contenidos en los medios: El periodismo político, caracterizada por la utilización de los medios como vehículo de transmisión de una ideología. El periodismo informativo: que evolucionará hacia la prensa de masas que hoy conocemos, y cuya finalidad inmediata es el beneficio económico. (Palanco, 2009).

En la década de los 70 empieza una crisis que da travesía a la sociedad de información en la que se está hundido. La producción y avance de la tecnología de cierta manera afecta de manera indirecta o directa a los medios de la comunicación. Han ayudado a la rápida difusión de la información de mensajes, mejorado a que se logre actualizar sus contenidos. Ha generado mucha relevancia en el mercado audiovisual de modo que los diarios tradicionales se transforman y se contagian de la fuerza de lo representativo.

#### 2.1.1.8. Concepto de periodismo

El periodismo es la capacitación y tratamiento escrito, oral y visual o grafico de la información en cualquiera de sus formas y variedades. Es la forma de comunicación por

excelencia de las organizaciones sociales. Su importancia consiste en que contribuye al rápido desarrollo de las ideas. El periodista tiene la responsabilidad de ejercer la profesión de una forma idónea, con ética y siempre contando la verdad de los hechos, (Cantarero, 2002).

El periodismo no solamente es una técnica. También es una ética y una estética. Es ética, técnica y estética de la transmisión de la verdad, de la revelación de la verdad, y eso no se improvisa. Por eso es importante mantener vivo el periodismo. Debe sobrevivir el periodismo como técnica, como una forma de jerarquizar, organizar, distribuir, interpretar y racionalizar las noticias. El periodismo es el arte de transmitir la verdad, (**Dessein & Roitberg, 2016**).

#### 2.1.1.9. Periodista responsable

No existe un solo periodista en el mundo que no sea algo irresponsable. Solo una dosis de irresponsabilidad hace posible que una persona desarrolle una noticia que puede generar las más impensables consecuencias y el deje completa para publicar en tiempo real o en el lapso de unos minutos, horas, días o semanas en el mejor de los casos. Por eso, el primer requisito para que un periodista sea responsable es la duda; siempre hay que dudar y tomar distancia de las fuentes, de lo aparente, de lo que parece real y verdadero, de lo oficial, por supuesto de las certezas, de uno mismo incluso. Y paralelo a la duda corre otro requisito para ser un periodista responsable ser inconforme; significa estar seguro y convencido que una información jamás está completa, que siempre hay una pregunta sin hacer, un dato para buscar y un ángulo nuevo que explorar. Cumplidos estos dos requisitos las posibilidades de caer en un periodismo irresponsable reducen notablemente, (Cano, 2003).

La Constitución de 1991 habla en su artículo 20 dos componentes más en este ejercicio responsable del periodismo: la veracidad y la imparcialidad. La veracidad tiene que ver con la realidad y hay otro reto importante para un periodista que ejerce con responsabilidad social: buscar la verdad, que debe ser una.; y la imparcialidad es parte de la responsabilidad social de los periodistas, la imparcialidad supone no tomar partido en hechos políticos, económicos o sociales, (**Barrero**, 2003).

#### 2.1.1.10. Periodismo Transmedia

Con la aparición de la tecnología el periodismo ha tenido la obligación, la necesidad de adaptarse a ella y convertirse en un periodismo digital o también llamado periodismo transmedia Un concepto claro es la que plantea los tres autores del libro "Periodismo Transmedia la narración distribuida de la noticia" ellos manifiestan que es una forma de narrar un hecho de actualidad que se vale de distintos medios, soportes y plataformas, donde cada mensaje tiene autonomía y expande el universo informativo, y los usuarios contribuyen activamente a la construcción de la historia, (Rost, Bernardi, & Bergero, 2016, pág. 14).

Para estos autores el Periodismo Crossmedia es una forma de narrar un hecho de actualidad a través de distintos medios, soportes y plataformas, donde cada mensaje es independiente y hace una contribución a la historia global. La diferencia con el periodismo transmedia es que aquí no hay participación activa de los usuarios en la construcción de contenidos; en el mejor de los casos, intervienen como receptores interactivos, que consumen y/o propagan la historia y el Periodismo Multiplataforma se narra la misma historia en distintos medios y plataformas. No hay aquí expansión sino sólo volcado o adaptación de contenidos al soporte. Tampoco hay aportes informativos de los usuarios, (Rost, Bernardi, & Bergero, 2016).

Una reflexión sobre el periodismo transmedia es que viene a ser una forma de lenguaje periodístico que contempla, al mismo tiempo, distintos medios, con diversos lenguajes y narrativas a partir de muchos medios dirigidos a diferentes usuarios y todo esto gracias a la interactividad del mensaje. Por lo tanto, adoptan una forma de difundir las noticias a partir de distintos medios, redes sociales y blogs. Es así como logran expandir sus noticias mundialmente utilizando recursos audiovisuales, interactivos y de modalidad, (**Renó & Flores, 2018**).

#### 2.1.1.11. Periodismo en la era digital

En un mundo altamente globalizado y sujeto a los cambios que las nuevas tecnologías propician es una realidad que desde hace un tiempo el periodismo está sufriendo una fuerte reconversión, adaptándose a las nuevas tecnologías de la información y comunicación y

volviendo a su más pura esencia, al fin y al cabo, reinventándose. El periodismo digital lleva poco más de una década en el panorama de los medios de comunicación, pero en escaso tiempo ha conseguido hacer sombra a su mayor competidor, el gigante de la prensa escrita en papel, el cual gozaba de una audiencia y difusión considerable. Ha conseguido consolidarse satisfactoriamente en el panorama comunicativo como un medio más, de referencia y de enorme difusión. Desde que los diarios crearon su edición digital y surgió un sinfín de publicaciones digitales muchos son los lectores que han migrado de un medio a otro y es que el medio digital tiene muchas ventajas potenciales que le caracterizan y constituyen su esencia, (**Perez, 2016**).

Uno de los aspectos que más establecen el ajeno ámbito digital recientemente determinado es la definición de dinamismo, la cual se fija en el uso de cuatro características que son el contrario del concepto del periodismo digital, como son la Hipertextualidad, la multimedialidad, la interactividad y la frecuencia de actualización. La temporalidad de los acontecimientos reflejados en el medio periodístico es un factor determinante ya que las informaciones surgen de manera mucho más rápida y sin temor a la restricción de espacio, por esa razón podemos encontrarnos en la página de un periódico una afluencia de noticias muy numerosas durante la jornada respecto a un solo tema.

La Hipertextualidad es también un elemento clave y protagonista en el entorno digital que da la posibilidad a los lectores de ampliar la búsqueda de información, ayuda a contextualizar mucho mejor una noticia y de esta forma es el lector quien decide hasta qué punto quiere profundizar en el tema. Otra de las características a destacar es como se desvanecen las barreras entre los distintos géneros periodísticos y las herramientas que apoyan los textos, cada vez se aúnan y complementan más entre ellos, pudiendo emplear y aprovechar la potencialidad del elemento audiovisual para apoyar cualquier información, (**Perez, 2016**).

El periodismo digital brinda muchas ventajas permite de que todos los usuarios lectores puedan discutir, sugerir, indagar o aportar información y eso ayuda mucho ya que permitirá que en gran medida cambiar la manera de publicar algo ajustándolo a los requerimientos del lector, mejorando así su popularidad del medio en las redes.

#### 2.1.1.12. Valor del periodismo responsable

Los medios impresos que han cultivado por años un periodismo profesional responsable, han sido los grandes soportes en la construcción de las sociedades democráticas y civilizadas al servir plataforma al libre ejercicio de la expresión de las ideas. No existe otra opción igual que se le equipare porque la prensa independiente, como tal, ejercida en cualquier medio de audiencias masivas, como la radio, la televisión y ahora los sitios digitales, es la base sobre la cual se ha erigido lo que conocemos como opinión pública. Constituye la fuente desde la cual se nutren los ciudadanos para estar cabalmente informados de lo que sucede a su alrededor y más allá y de las ideas que aportan los pensadores, los líderes, los, profesionales y analistas, para el correcto entendimiento y discernimiento de tales aconteceres. (Franjul, 2019)

La prensa independiente, profesional y responsable, ha sido, es y será el escudo para la subsistencia de uno de los más sagrados atributos del ser humano: la libertad de pensamiento y expresión de las opiniones, insumos fundamentales de todo estado de conocimiento que guíe el provenir y las decisiones de los ciudadanos. Ese rol lo ha cumplido en disimiles circunstancias. Galvanizando, por ejemplo, un estado de opinión pública en defensa de las libertades y la plena democracia, o estimulando acciones colectivas para lograr el bien común en sociedades amenazadas por guerras, por epidemias, por hambrunas, por la corrupción generalizada o por la quiebra de la institucionalidad y la soberanía. (**Franjul, 2019**).

#### 2.1.1.13. Responsabilidad Ulterior

**Articulo 19.-** Responsabilidad Ulterior, es la obligación que tiene toda persona de asumir las consecuencias administrativas posteriores a difundir contenidos que lesionen los derechos establecidos en la Constitución y en particular los derechos de la comunicación y la seguridad pública del Estado, a través de los medios de comunicación. Sin perjuicio de las acciones civiles, penales o de cualquier otra índole a las que haya lugar, (**SUPERCOM**, **2019**).

Según lo declarado en el artículo 19 la Responsabilidad Ulterior, se refiere a la obligación de asumir las consecuencias toda persona que tras los medios de comunicación difundan

información que no cumpla con los Derechos establecidos en la Constitución, y perjudique los Derechos de los medios de comunicación y la seguridad del Estado.

## 2.1.1.14. La Ética del periodista Normas Deontológicas

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

#### 1 Referidos a la dignidad humana:

- a. Respetar la honra y la reputación de las personas;
- b. Abstenerse de realizar y difundir contenidos y comentarios discriminatorios; y,
- c. Respetar la intimidad personal y familiar.

#### 2 Relacionados con los grupos de atención prioritaria:

- a. No incitar a que los niños, niñas y adolescentes imiten comportamientos perjudiciales o peligrosos para su salud;
- b. Abstenerse de usar y difundir imágenes o menciones identificativas que atenten contra la dignidad o los derechos de las personas con graves patologías o discapacidades;
- c. Evitar la representación positiva o avalorativa de escenas donde se haga burla de discapacidades físicas o psíquicas de las personas;
- d. Abstenerse de emitir imágenes o menciones identificativas de niños, niñas y adolescentes como autores, testigos o víctimas de actos ilícitos; salvo el caso que, en aplicación del interés superior del niño, sea dispuesto por autoridad competente;
- e. Proteger el derecho a la imagen y privacidad de adolescentes en conflicto con la ley penal, en concordancia con las disposiciones del Código de la Niñez y Adolescencia; y,
- f. Abstenerse de emitir contenidos que atenten contra la dignidad de los adultos mayores, o proyecten una visión negativa del envejecimiento.

#### 3 Concernientes al ejercicio profesional:

- a. Respetar los presupuestos constitucionales de verificación, oportunidad, contextualización y contrastación en la difusión de información de relevancia pública o interés general;
- b. Abstenerse de omitir y tergiversar intencionalmente elementos de la información u opiniones difundidas;
- c. Abstenerse de obtener información o imágenes con métodos ilícitos;
- d. Evitar un tratamiento morboso a la información sobre crímenes, accidentes, catástrofes u otros eventos similares;
- e. Defender y ejercer el derecho a la cláusula de conciencia;
- f. Impedir la censura en cualquiera de sus formas, independientemente de quien pretenda realizarla;
- g. No aceptar presiones externas en el cumplimiento de la labor periodística;
- h. Ejercer y respetar los derechos a la reserva de fuente y el secreto profesional;
- i. Abstenerse de usar la condición de periodista o comunicador social para obtener beneficios personales;
- j. No utilizar en provecho propio información privilegiada, obtenida en forma confidencial en el ejercicio de su función informativa; y,
- k. Respetar los derechos de autor y las normas de citas.

#### 4 Relacionados con las prácticas de los medios de comunicación social:

- a. Respetar la libertad de expresión, de comentario y de crítica;
- b. Rectificar, a la brevedad posible, las informaciones que se hayan demostrado como falsas o erróneas;
- c. Respetar el derecho a la presunción de inocencia;
- d. Abstenerse de difundir publireportajes como si fuese material informativo;
- e. Cuidar que los titulares sean coherentes y consistentes con el contenido de las noticias;
- f. Distinguir de forma inequívoca entre noticias y opiniones;
- g. Distinguir claramente entre el material informativo, el material editorial y el material comercial o publicitario;

- h. Evitar difundir, de forma positiva o avalorativa, las conductas irresponsables con el medio ambiente;
- i. Asumir la responsabilidad de la información y opiniones que se difundan; y,
- j. Abstenerse de realizar prácticas de linchamiento mediático, entendiendo por tales, la difusión de información concertada y reiterativa, de manera directa o por terceros, a través de los medios de comunicación destinada a desprestigiar a una persona natural o jurídica o reducir su credibilidad pública.

El incumplimiento de las normas deontológicas establecidas en este artículo podrá ser denunciado por cualquier ciudadano u organización ante la Superintendencia de la Información y Comunicación, la que, luego de comprobar la veracidad de lo denunciado, emitirá una amonestación escrita, siempre que no constituya una infracción que amerite otra sanción o medida administrativa establecida en esta Ley, (SUPERCOM, 2013).

#### 2.1.1.15. El valor de la especialización periodística

La creciente especialización de la comunicación, tanto en medios como en contenidos y en profesionales, representa uno de los elementos más característicos de la actual sociedad de la información. Esta realidad surge como una lógica consecuencial del desarrollo en la sectorización de la ciencia y de los conocimientos. La especialización surge de la propia necesidad del ser humano por acotar el campo de su investigación y conocimiento para lograr mayores resultados. Por otra parte, el constante avance en las tecnologías de la información ha facilitado considerablemente el surgimiento de nuevos canales informativos que posibilitan una mayor difusión de los mensajes, así como una mayor segmentación de los mismos. También el aumento de una demanda calidad y profesionalización exigida por parte de los sujetos receptores obliga a las empresas periodísticas a ofrecer unos servicios informativos cada vez menos generalistas adaptándose al perfil y a las necesidades de los usuarios.

Todas estas transformaciones en el desarrollo del proceso comunicativo inciden igualmente en la configuración del perfil del nuevo profesional de la comunicación, al que se le exige una mayor formación y cualificación. A este nuevo comunicador le corresponde la función de ser un intermediario entre los especialistas en las distintas áreas del conocimiento y los receptores de los medios de comunicación, adaptando los conceptos técnicos y especializados a un lenguaje periodístico que haga posible la comprensión de los mismos a los receptores no especializados, por lo tanto la especialización representa una importante herramienta de trabajo científico e intelectual, (Camacho, 2010).

#### 2.1.1.16. Característica del periodismo on line

El periodismo en internet tiene muchas otras características que lo alejan de la habitual forma de desempeñar esta profesión, pero sin duda las más significativas y las que le dan una esencia son la interactividad, la personalización, el hipertexto y su naturaleza multimedia, elementos aun sin explotar del todo. A continuación, se define cada una de las características antes mencionadas:

#### \* Interactividad

Es la capacidad gradual y variable que tiene un medio comunicación para darle a los usuarios y lectores un mayor poder tanto en la selección de contenidos (interactividad selectiva) como en las posibilidades de expresión y comunicación, (interactividad comunicativa), (**Rost, 2012**, **pág. 21**)

Con esta definición se refiere a que los usuarios interactúan con el periodista dando la oportunidad que el usuario tenga una libre expresión diciendo su opinión, un ejemplo claro de interacción es la radio, sin embargo, por el tiempo o elevados costos de transmisión, no se puede incluir todos los comentarios por el poco espacio que se brinda en las mismas, (**Rendon, 2007**).

#### Hipertexto

Un hipertexto puede definirse como un conjunto de elementos nodos que se articulan entre sí para construir mensajes significativos, (Salaverría & Díaz, 2003).

Estos autores aclaran que el autor de un hipertexto debe conocer la sintaxis de este, caso contrario lo que se presente en la noticia no tendrá coherencia, siendo la principal limitante para el usuario ya que no podrá dirigirse a otro texto que amplíe el panorama inicial, (**Rendon, 2007**).

#### \* Multimedia

Los medios de comunicación han transmitido un camino que los ha llevado a la multimedialidad "Las tecnologías han impulsado espectaculares cambios en la profesión periodística, los medios han dejado de ser unimedios para convertirse en multimedios y en hipermedios, donde a la grandeza informativa de mezclar formulas narrativas de prensa, radio y televisión se una la nueva condición hipertextual",

#### **2.1.1.17.** El periodista

Un periodista es aquella persona que tiene la labor de investigar y redactar una noticia de interés al público, ejercitando la libertad de expresión la cual difunde a través de los diferentes medios de comunicación existentes ya sea medios tradicionales o medios digitales. El periodista es considerado un simple mediador. Desde este punto de vista, el periodismo es concebido como un ejercicio de recolección y transmisión de información. El término "medios" de la expresión "medios de comunicación de masas" se hace plenamente pertinente, porque la función de estos consistiría básicamente en recoger la información emitida por las fuentes. El trabajo del periodista comienza con la recopilación de datos que extrae de las fuentes. Posteriormente, esos datos son tratados y adquieren el título de información, y esa información le es transmitida al público. El concepto nuclear aquí es el de información, que no es otra cosa que algo que ha sucedido o no, es decir, un hecho. El periodista es un agente broker o corredor de noticias que en ningún caso crea, sino que le son proporcionadas. Esto implica necesariamente una buena relación con sus fuentes: políticos, oficinas de prensa y portavoces, porque, como reconocían nuestros entrevistados, la posibilidad de conseguir información fuera de los canales oficiales es mínima, (Sotelo & Cabezuelo, 2010).

#### 2.1.1.18. Impacto de las redes sociales en el periodismo

Los medios tradicionales, los metamedios y las redes digitales conforman la arquitectura de la sociedad de la comunicación a través de la que se relacionan millones de ciudadanos, organizaciones y otros actores sociales. Esta arquitectura se equipara a un ecosistema por su complejidad, interdependencia, diversidad de especies y auto organización. La arquitectura del ecosistema no sólo relaciona a los medios con sus audiencias sino también a éstas entre sí y con otras organizaciones que se han convertido en metamedios para comunicarse con sus públicos, clientes, usuarios y partes interesadas. El producto de esas interacciones es capital relacional y social.

Ese nuevo ambiente tecno cultural no sólo trastoca las formas de relacionarse y comunicarse sino también los modelos de organización, producción, comercialización y apropiación de las distintas formas de valor de casi todas las industrias, pero singularmente de las relacionadas con la información, la comunicación y la cultura. Por eso los medios tradicionales miran con preocupación y atención a los metamedios y a las redes, para tratar de recuperar parte del valor que se les escapa por esas cañerías. Los sitios de redes digitales (social network sites), que surgen de la web 2.0, se han convertido en plataformas de comunicación y relación social en torno a las que se articulan ecosistemas mediáticos, (Campos, Rúas, López, & Martínez, 2016).

Frente a la caracterización inicial por parte de los propios periodistas de las redes sociales como una moda pasajera, nos encontramos en una fase de adopción de estas herramientas convertidas en canales alternativos que, para los periodistas, son herramientas básicas y complementarias en sus trabajos diarios. Sin embargo, el nivel de fiabilidad que les otorgan es significativamente menor que la confianza que tienen en los medios de comunicación tradicionales. A pesar de estas incertidumbres, los medios periodísticos están poniendo en marcha diferentes acciones para posicionarse dentro de estas plataformas. Poco a poco, los medios de comunicación españoles han ido fomentando entre sus periodistas una cultura 2.0 basada en la integración de las redes sociales a su trabajo. A pesar de que aún queda mucho por investigar acerca de estos nuevos canales, su eclosión en el periodismo supone un punto de

inflexión en la forma de difundir noticas, buscar informaciones o interaccionar con el público. Por ello, y aunque es muy pronto para medir las consecuencias reales de las diferentes acciones que se llevan a cabo en el seno de los medios de comunicación con respecto a estas plataformas, lo que es evidente es que los periodistas están desempeñando un rol cada vez más visible dentro de estos canales sociales.

Internet ha hecho que el acceso a fuentes directas por parte de los ciudadanos sea más habitual, si bien ahora existe una descompensación entre las medidas y estrategias adoptadas por los medios para llegar a la opinión pública y las de otras organizaciones no periodísticas. Esta situación parece haber aumentado con la aparición de las redes sociales, dado que cada vez son más numerosos los canales de los que disponen los usuarios y las organizaciones para emitir sus mensajes. La labor del periodista a la hora de filtrar, jerarquizar y simplificar esa ingente cantidad de datos que circula por la red es más importante que nunca, (Curiel, 2015).

#### 2.1.1.19. El Periodismo Deportivo

Efectivamente, el periodismo especializado en deportes contribuye a intensificar esa sensación de pertenencia a una comunidad y de complicidad y proximidad con sus conciudadanos, a los que involucra en la celebración de los logros de los deportistas y equipos nacionales en competiciones sobre las que informa. Este hecho se pone de manifiesto sobre todo en los eventos de ámbito internacional y de máxima repercusión, como los Mundiales de fútbol o los Juegos Olímpicos, citas que están marcadas en rojo en la agenda temática y van acompañadas de grandes despliegues informativos al mismo tiempo que sirven para pulsar el grado de cohesión interna y el sentimiento nacional de los territorios. El periodismo en este sentido ha desempeñado históricamente un papel clave en la creación y consolidación de los grandes acontecimientos deportivos internacionales porque ha sido y es un agente implicado en su desarrollo, es parte contratante de este negocio. Hasta tal punto es así que actualmente la influencia de los medios, especialmente de la televisión, es decisiva para la configuración de los calendarios que diseñan organismos internacionales como la FIFA o el Comité Olímpico Internacional, (Rojas J. L., 2014)

Fig. 5 Periodismo deportivo



Fuente: Plataforma de clases de periodismo

El periodismo deportivo vive en los últimos años una continua evolución adaptándose a las diferentes variaciones que van surgiendo en nuestra sociedad. Desde sus inicios en el siglo XIX se ha tratado de una especialización al servicio del lector, ofreciendo en todo momento un carácter innovador, tanto en forma como en contenido, que le ha permitido ser una de las especializaciones más influyentes en materia periodística. Desde sus inicios se ha caracterizado por ir creciendo de manera cuantitativa y cualitativa, por un lado el número de publicaciones ha ido aumentando con el paso del tiempo, y por otro, la especialización deportiva siempre ha mostrado capacidad de cambio y mejora a través de nuevos formatos, nuevas narrativas y, en definitiva, nuevas formas de hacer periodismo. Muchos expertos aseguran que la buena evolución de esta especialización periodística se debe a que tratan temas de interés general utilizando un lenguaje al alcance de toda la población. Esto va íntimamente ligado a la estrecha relación que ha existido durante todos los tiempos entre las diferentes sociedades y el deporte, con los Juegos Olímpicos como principal acontecimiento deportivo, (Lozano, 2017).

#### 2.1.1.20. Historia del Círculo de Periodistas Deportivos del Ecuador núcleo Los Ríos

Terminaba un Congreso de Periodistas Deportivos en la ciudad de Manta. Rafael Guerrero Valenzuela (propietario de CRE) era el Presidente del CPDE y en su informe destacó la

necesidad de incorporar a otras provincias, según lo reseñaba la Revista 7 Días Deportivos de Edmundo René Bodero y Edgar Salazar Vera.

Aquello me motivó a la necesidad de formar un ente gremial en la ciudad de Quevedo. Conversé con Gabriel Salazar Sión, que para aquella época escribía en el Diario Ecos de Quevedo, temas deportivos. (Gabriel era cuñado de Cipriano Yulee, ex-arquero de EMELEC).

Me alentó en la idea y de inmediato redacté a mano una convocatoria a los colegas que en aquella época hacíamos periodismo deportivo. Fue en una hoja de cuaderno. Todavía la conservo entre mis "papeles históricos"

Fuimos siete los que acudimos a esta primera y trascendental reunión de nuestro gremio. Gabriel Salazar, Luis "Nito" Sarzosa, Ángel Delgado, Rodrigo Toapanta, Marcos Quiroga, Ecuador Andrade y Alfredo Liubá. Dos candidatos fueron postulados: Gabriel y Don Nito.

Rodrigo y Marcos, votaron a favor de Don Nito Sarzosa. Él también consignó el voto a su favor. Angelito, Ecuador y yo, votamos por Gabriel. El último voto le correspondía a Gabriel. Esa era la consigna que habíamos acordado la mayoría, pero Gabriel me queda mirando y con un leve movimiento de su cabeza, me indica que votará por Don Nito.

Así lo hace. Don Nito es electo, primer Presidente del Círculo de Periodistas Deportivos de QUEVEDO. Luego Gabriel me explica que lo hizo en reconocimiento a la trayectoria de Don Nito. Todos aceptamos la explicación, por la contundencia del argumento esgrimido.

Luego, el chaulafán, el tallarín saltado, el chancho agridulce y el wantan en caldo. Eran los platos predilectos de la época.

Así nace el CPDE de Los Ríos, como Círculo de Periodistas Deportivos de Quevedo. Cuando fuimos a Guayaquil a registrar la directiva y por ende a lograr la afiliación al CPDE Nacional, el Lodo. Tobías Barrillas Contreras que era Presidente Nacional del CPDE, me indica que a nivel cantonal no se aceptan afiliaciones y que debemos integrar es un Círculo Provincial.

Venimos a Quevedo, pero paso por Babahoyo conversando con Gustavo Bustamante para invitarlo a una reunión en Quevedo para conformar el CPDE de Los Ríos. El día fijado para la reunión, nos congregamos en el local de la Imprenta Amazonas de propiedad de Vicente Verduga Álvarez. Ahí se imprimía Diario Tribuna.

Estuvimos todos los quevedeños y llegó Gustavo Bustamante acompañado del Ab. Luis Jivaja. Con ello le dimos la figura de provincial a nuestro Círculo y una vez electa la directiva, viajé de inmediato a Guayaquil para el registro respectivo.

Cuando llego a la sede del CPDE, Tobías Barrillas Contreras, que luego fue un gran amigo, pero más de Víctor Gómez Fuentes, me dijo que el día anterior habían llegado periodistas de Babahoyo con el mismo cometido, pero él les había dicho que ya Quevedo había registrado el primer Directorio y que no podía aceptar la petición, (**Liuba**, 2019).

El Círculo de Periodistas Deportivos del Ecuador Núcleo Los Ríos celebró sus 46 años de fundación el pasado 2 de Julio, el presidente actual de este organismo es el licenciado Henry Alarcón y como tesorero al licenciado Julio Zamora, la organización cuenta con 67 socios, conformados por hombres y mujeres.

# 2.1.2. Marco Referencial sobre la problemática de investigación

#### 2.1.2.1. Antecedentes Investigativos

En el Trabajo de Tesis de José García García con el tema "Las Redes Sociales y su contribución en el ejercicio Profesional del Periodista en la Ciudad de Babahoyo, Provincia de Los Ríos" realizado en el año 2014 plantea como objetivo principal capacitar a los ciudadanos con los conocimientos necesarios sobre el periodismo en las redes sociales, con el fin de que estén a la vanguardia en el conocimiento sobre el tema, al mismo genera tres objetivos específicos el primero, generar en la ciudadanía de algún o algunos talleres, documentación, implementos e información necesaria para que la o las charlas sean enriquecedoras tanto para ellos como para el instructor el segundo, Comprometer a las autoridades del a que emitan su

visto bueno a la realización de estos talleres y den las facilidades necesarias para que esto se lleve a cabo y por último, interactuar con los colegiales para conocer lo que desean saber y que sea explicado en el taller, esto con el fin de que se sigan asociando al mismo y que se vea ganas de participación para que la idea de realizarlo llegue a ejecutarse.

El autor en su trabajo investigativo presenta la problemática que el ámbito del periodismo mediante las redes sociales, hoy en día si bien es cierto ya tiene mayormente dominado este tipo de periodismo el espacio web, pero hay aún ciertas personas que desconocen de este particular, incluyendo los mismos cibernautas, la metodología aplicada es la de campo, la descriptiva y explicativa, luego de haber realizado un arduo trabajo concluye que el hecho de que el periodismo digital influye positivamente en la población estudiantil ya que el efecto de interés por su entorno, de trabajo grupal, de responsabilidad a nivel social y en general, son puntos afirmativos que se presentan al adentrarse en este tema, (García, 2014).

Sin duda este trabajo aportó en mucho a la investigación que se realiza, porque el tema es casi idéntico, por ende, los subtemas en el marco teórico sobre todo de la variable independiente facilitaron la realización de la misma, el contexto es muy amplio e incluye definiciones de autores muy interesantes. Las técnicas que el utilizó serán las mismas que emplearé en mi trabajo

Otro antecedente es el que presenta Pau Fuster Giménez en la tesis doctoral elaborado en el 2017 con el tema "El uso e influencia de las redes sociales en el periodismo deportivo. Evolución y prospectiva. El caso de Twitter en el deporte profesional en la Comunidad Valenciana", analizar el impacto de los medios sociales en la producción, distribución y el consumo de la información deportiva, a través del estudio de los clubes deportivo de élite de la comunidad valenciana fue el objetivo principal que este autor describió, aplicó el método hipotético-deductivo ya que asume en la investigación inicia con un problema y no con la recolección de datos, como conclusión final manifiesta que las redes sociales han transformado la comunidad deportiva y también la actividad periodística . El cambio afecta de manera sustancial al trabajo que tradicionalmente han desarrollado los periodistas, (Fuster, 2017).

El tema mencionado tiene en cierta parte algo de relación, en conclusión, se resalta que las redes sociales han cambiado la manera de hacer periodismo, la influencia que la web tiene en la actualidad ha obligado que los periodistas se acoplen y se eduquen al manejo de la nueva era tecnológica. El método utilizado hipotético-deductivo concuerda con el procedimiento llevado a cabo donde primero planteo el problema y luego recolectó los datos necesarios para la elaboración y la posible solución de la misma.

"Redes sociales y periodismo: Uso de las redes sociales por parte de periodistas de medios tinerfeños" es el tema que plantea la alumna Stephanie Cottrell en su trabajo de grado elaborado el año 2016, Por su parte, el objetivo de esta investigación es analizar, en primer lugar, el uso que los periodistas tinerfeños hacen de las redes sociales, y como los contenidos de los medios de comunicación para los que trabajan, se trasladan a sus redes personales, así como todo tipo de trabajo que desenvuelven. También, se estudiará la importancia que tiene la marca personal en la profesión periodística, no solo recayendo de manera independiente en el profesional, si no también viéndose beneficiado o perjudicado el medio.

En el problema de la investigación relata que el periodista se expresa de manera pública a través de las redes sociales y como consecuencia de este fenómeno social, la imagen del medio puede verse afectada. Las redes sociales son un espacio de proyección del trabajo de los periodistas, también funcionan como fuentes informativas siempre y cuando haya un trabajo de contraste, y permiten que exista un feedback entre lector y periodista. Por tanto, la gran libertad que ofrece esta nueva herramienta de comunicación, tiene las mismas posibilidades de convertirse en una oportunidad, como en un problema para el sector periodístico.

La metodología aplicada comprenderá tanto técnicas de carácter cualitativo y cuantitativo en primer lugar será preciso someterse a la búsqueda de documentación para poder realizar el marco teórico y conseguir los objetivos propuestos. Para realizar el presente estudio primero es necesario delimitar los periodistas, medios de comunicación y redes sociales que serán seleccionados. Concluyendo que todos los entrevistados coinciden en que las redes sociales las utilizan mayoritariamente con fines profesionales, para aumentar su notoriedad e imagen de marca, mediante la presentación de sus trabajos periodísticos y las buenas formas en las redes

sociales. Por tanto, los periodistas son conscientes de que deben utilizar las redes sociales de manera estratégica para beneficiarse, (Cottrell, 2016).

Es evidente la influencia que tiene las redes sociales en el periodismo, existe el problema luego del avance tecnológico que ha fluido con el tiempo, sin embargo, Cottrell menciona que los periodistas deben utilizar las redes sociales estratégicamente para beneficios profesionales. Está de más decir que el trabajo realizado por la estudiante me fue de mucha ayuda, se consideró puntos importantes referentes al tema y la problemática.

Otra guía fue la de Andrea Samaniego con el tema "Información, periodismo y tecnología: uso de Twitter en el periodismo ecuatoriano" elaborado en el 2014, en esta investigación se plantearon dos objetivos específicos que si cumplieron, el primer objetivo consistía en analizar las nuevas prácticas para publicar información y si estas pueden devenir en un nuevo género periodístico o no, el segundo objetivo de la investigación tiene que ver con la identificación del tipo de tweets que pueden ser considerados noticia y bajo qué parámetros. El presente es un estudio cuantitativo y cualitativo. Lo que se buscó determinar es el enlace entre el periodismo digital y las herramientas que usan los periodistas para informar. Empleamos dos estrategias para el trabajo. El cuantitativo, que consistió inicialmente en la búsqueda de datos a través del seguimiento de cuentas de cinco periodistas que manejaron temas políticos y que participaron en la aprobación de la Ley Orgánica de Comunicación.

Concluye que En Twitter los periodistas escriben información noticiosa sobre hechos que pasan a diario durante la realización de su trabajo, estos datos publicados inciden en la emisión final de la nota periodística pero de manera ampliada y con más elementos periodísticos como la precisión, la contratación de fuentes y la verificación de datos, los periodistas manejan mucha información al momento de escribir en Twitter, esta herramienta tiene un alto tráfico de datos que podrían ser usados como fuente, de tal manera, que el periodista debe investigar y saber compartirlos, una vez que sepa a 70 quien debe seguir, sabrá manejar la información de manera correcta. Para lo cual, en Twitter se maneja el sistema de "listas" que permite la filtración de información, (Samaniego, 2014).

Las ideas aportadas en este tema, sirvieron como ejemplo de guía, por el contenido de la

investigación centrada en Ecuador, de aquí también logre extraer bibliografías, linkografías y

autores que fue de utilidad para la realización del proyecto.

2.1.2.2. Categorías de Análisis

Categoría de análisis 1: Contenidos de las redes sociales

**Definición:** Son espacios digitales donde los usuarios interactúan entre sí, mediante fotos,

mensajes, like, comentarios, entre otros, con el fin de compartir información. Las redes sociales

vinculan a las personas ya sean para reencontrarse o para crear una nueva amistad, generando

una nueva plataforma de comunicación a través del internet.

Operacionalización de las subcategorías

✓ Comunicación a través de las redes sociales

✓ Historia y evolución de las redes sociales

✓ Clasificación de las redes sociales

Categoría de análisis 2: Periodismo Responsable

**Definición:** Es aquel profesional que ejerce con ética su profesión, contando siempre la verdad

de los hechos. El periodismo responsable es aquel que es independiente de todos los poderes y

que gira en torno a la verdad.

Operacionalización de las subcategorías

✓ Historia del Periodismo

✓ Responsabilidad Ulterior

✓ Periodismo en la era digital

✓ Normas Deontológicas

39

#### ✓ Valor del periodismo responsable

#### 2.1.3. Postura Teórica

La presente investigación se basó en las definiciones de varios autores de acuerdo a las variables planteadas para la realización de la misma.

#### Para Requena (2008) las redes sociales son:

Un conjunto de puntos (actores sociales) vinculados por una serie de relaciones que cumplen determinadas propiedades. Las redes sociales gozan de una estructura y una morfología propia, cuyas cualidades, como la posibilidad de cuantificar las relaciones y su consiguiente tratamiento matemático, evidencian importantes aplicaciones para análisis e interpretación de las conductas sociales. Destaca la importancia de pensar en los nodos como personas o grupos, lo cual implica también que los vínculos existentes tengan una serie de propiedades que definen la intensidad de la relación entre sujetos, haciendo notar que el resultado de estas conexiones influye en las funciones de la red social en la que están inmersas.

En pocas palabras las redes sociales además de estar vinculadas dentro de la sociedades como un medio de comunicación personal, tienen un sin número de objetivos y usos, entre uno de sus objetivos está el dar a conocer noticias relacionadas con una variedad de temas, entre uno de sus usos esta ayudar a la sociedad en la organización y realización de sus funciones cotidianas. Guix señala que:

El uso de las redes sociales genera grandes dudas e incertidumbres en relación con la normativa que nos es aplicable en estos entornos digitales. Desde la perspectiva de los derechos de propiedad intelectual la principal cuestión que se suscita es siempre la siguiente: ¿de quién son los contenidos que se hallan en las redes sociales? Al respecto, existe la creencia generalizada y errónea de que todo lo que está en las redes sociales y, por extensión, en Internet, es de libre uso (en tanto que todo lo que allí se encuentra suele ser de acceso libre, fácil y

gratuito). Es decir, muchos creen que todos los contenidos colgados en las redes sociales "son gratis, de todos y para todos", (Guix, 2014)

Las interpretaciones que se dan en las redes sociales siempre están sujetas a su contenido en forma positiva o negativa por ser de acceso libre y en su mayoría gratis convirtiéndose en una herramienta de fácil difusión de cualquier tipo de información sea este veraz o sin respaldo alguno afectando en muchas ocasiones de forma perjudicial la honra de las personas dentro de una sociedad colmada con la evolución de la tecnología.

#### Ángulo & Moreno manifiestan en su investigación que:

El periodismo deportivo es una especialidad periodística de paradojas. Por una parte, ha sido y es la sección de la prensa cuya audiencia aumenta, es decir, sus contenidos son cada vez más demandados por lectores, oyentes, televidentes y cibernautas en el mundo y, al mismo tiempo, los que más atraen el patrocinio de diversas marcas. Por otra, es una especialidad a la que se le cuestiona su calidad, pues el periodista dedicado a comunicar e informar sobre deportes se concibe como un profesional superficial, apasionado y con poco deseo de respetar las normas idiomáticas y la ética fundada en la veracidad, la confrontación de las fuentes, la separación entre la información y la opinión, la independencia y la responsabilidad social. Estos son algunas de sus falencias, sin embargo, hay que resaltar sus fortalezas. Una de ellas su capacidad para llegar a todo tipo de públicos, a pesar de la gran cantidad de expresiones técnicas de cada disciplina deportiva, (Ángulo & Moreno, 2016).

Se puede argumentar que el deporte es una actividad que ha generado mucha relevancia en todo el mundo, teniendo como ejemplo el evento deportivo más importante denominado Juegos Olímpicos es donde se reúnen de diferentes países varios deportistas en múltiples actividades, es por eso la necesidad de que alguien sea el encargado de notificar lo sucedido en estas competencias deportivas, desde allí nace el periodismo deportivo, quien con su profesionalismo comunica e informa a través de la internet o por medio de varios medios de comunicación masiva.

# 2.2. HIPÓTESIS

# 2.2.1. Hipótesis General

Determinando los contenidos de las redes sociales, se conocerá la incidencia en el periodismo responsable con profesionales del Círculo de Periodistas Deportivos del Ecuador -Núcleo Los Ríos con sede en la ciudad de Quevedo.

# 2.2.2. Sub-Hipótesis o derivadas

- ✓ Estableciendo la incidencia de las redes sociales, se logrará una mejor propagación de noticias en la ciudad de Quevedo.
- ✓ Identificando la clase de información que se difunde a través de las redes sociales, se conocerá como afecta a un periodismo deportivo en la ciudad de Quevedo.
- ✓ Elaborando blog se logrará resaltar la importancia del periodismo y el correcto uso de las redes sociales.

#### 2.2.3. Variables

#### 2.2.3.1. Variable Independiente

Contenidos de las redes sociales

#### 2.2.3.2. Variable dependiente

Periodismo Responsable.

# CAPITULO III.- RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

# 3.1. RESULTADOS OBTENIDOS DE LA INVESTIGACIÓN

## 3.1.1. Pruebas estadísticas aplicadas

La población es el grupo de personas que conforman un organismo y forman parte de la investigación. En el proyecto investigativo se consideró a toda la población del Círculo de Periodistas Deportivos del Ecuador núcleo Los Ríos, socios activos y pasivos.

Se considerará a los 67 socios donde 2 son mujeres y 65 hombres. La misma facilitará el estudio y la investigación.

Tabla 1 cuadro de estadísticas

INVOLUCRADOS	POBLACIÓN	%	MUESTRA	%
Hombres	65	97%	65	97%
Mujeres	2	3%	2	3%
Total	67	100%	67	100%

# 3.1.2. Análisis e interpretación de datos

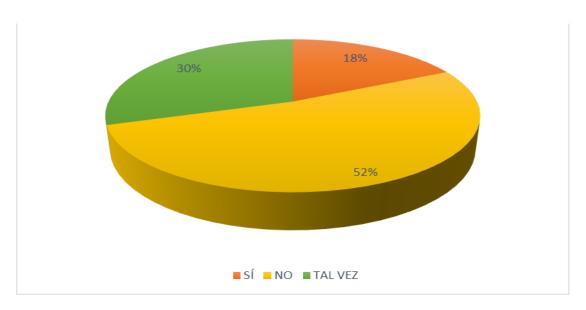
#### ENCUESTA REALIZADA A LOS MIEMBROS DEL CPDE-LR

# 1.- ¿Considera usted que las redes sociales son una amenaza para el periodismo deportivo?

Tabla 2 pregunta 1

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SÍ	12	18%
NO	35	52%
TAL VEZ	20	30%
TOTAL	67	100%

#### Grafico 1 pastel pregunta 1



FUENTE: Encueta realizada a los miembros del CPDE-LR

ELABORACIÓN: Lady Remache

**Análisis.-** Un 18% SI considera que las redes sociales son una amenaza para el periodismo deportivo, mientras que el 52% NO lo ve así, opina que son una oportunidad de difundir mayor y mejor información y el 30% lo duda, comentando un TAL VEZ.

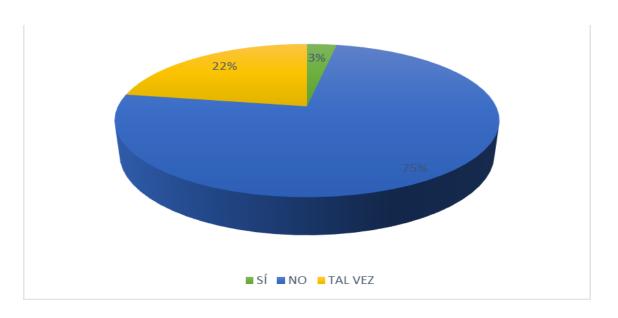
**Interpretación.-** Más de la mitad de los miembros del círculo manifiestan que NO consideran como amenaza a las redes sociales para el periodismo deportivo, simplemente los profesionales deberán utilizar esta herramienta de una manera productiva para el ámbito laboral.

# 2.- ¿Cree usted que la información difundida en medios digitales es confiable?

Tabla 3 pregunta 2

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SÍ	2	3%
NO	50	75%
TAL VEZ	15	22%
TOTAL	67	100%

Grafico 2 pastel pregunta 2



FUENTE: Encueta realizada a los miembros del CPDE-LR

ELABORACIÓN: Lady Remache

**Análisis.-** Con una clara respuesta el 75% consideran que NO es confiable la información difundida, un 22% dice que tal vez, y por ultimo con un mínimo porcentaje de 3% asegura que SI lo es.

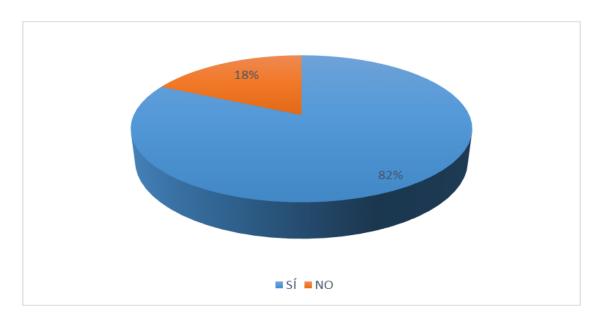
**Interpretación.-** Esta más que claro que los profesionales en la rama deportiva NO creen que la información difundida a través de medios digitales sea confiable, por tanto aconsejan no creer todo lo que se lee en estos medios.

#### 3.- Utiliza usted algún tipo de redes sociales en su actividad profesional

Tabla 4 pregunta 3

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SÍ	55	82%
NO	12	18%
TOTAL	67	100%

Grafico 3 pastel pregunta 3



FUENTE: Encueta realizada a los miembros del CPDE-LR

ELABORACIÓN: Lady Remache

**Análisis.-** El 82% SI utiliza las redes sociales en su actividad profesional, ya que ayuda para la difusión de información más rápida, y apenas un 18% dice NO utilizarla ya que ellos prefieren hacerlo por los medio tradicionales televisión o radio.

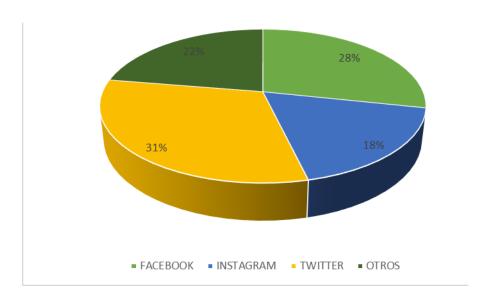
**Interpretación.-** Con un porcentaje súper alto, los comunicadores profesionales aseguran SI utilizar las redes sociales para uso laboral por motivo que la noticia digital está en boga hoy en día logrando que llegue a más personas en menos tiempo.

# 4.- ¿Cuál de estas redes sociales usted utiliza para la difusión de noticias deportivas?

Tabla 5 pregunta 4

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
FACEBOOK	19	28%
INSTAGRAM	12	18%
TWITTER	21	31%
OTROS	15	22%
TOTAL	67	100%

Grafico 4 pastel pregunta 4



FUENTE: Encueta realizada a los miembros del CPDE-LR

ELABORACIÓN: Lady Remache

**Análisis.-** Con un 31% los comunicadores deportivos utilizan el Twitter, Facebook la segunda red social con un 28%, el 22% usan otras redes sociales y por último con 18% Instagram.

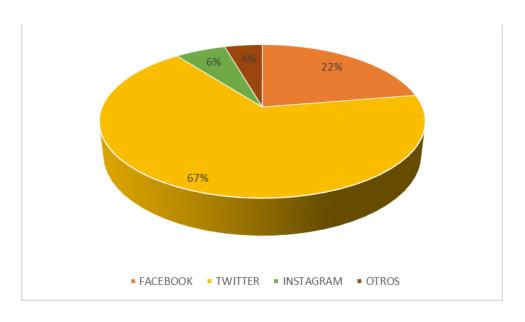
**Interpretación.-** El Twitter es la red social más utilizada para la publicación de información deportiva, ya que la consideran un medio más serio en cuanto a las demás redes sociales, es por ello el uso de la misma.

# 5.- ¿Cuál de estas redes sociales tienen mayor impacto en el periodismo deportivo responsable?

Tabla 6 pregunta 5

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
FACEBOOK	15	22%
TWITTER	45	67%
INSTAGRAM	4	6%
OTROS	3	4%
TOTAL	67	100%

Grafico 5 pastel pregunta 5



FUENTE: Encueta realizada a los miembros del CPDE-LR

ELABORACIÓN: Lady Remache

**Análisis.-** El 67% eligió Twitter siendo una red social más segura para un periodismo deportivo responsable, 22% Facebook ya que muy utilizada por los usuarios y con menos porcentaje están Instagram y otros con un 6% y 4% respectivamente.

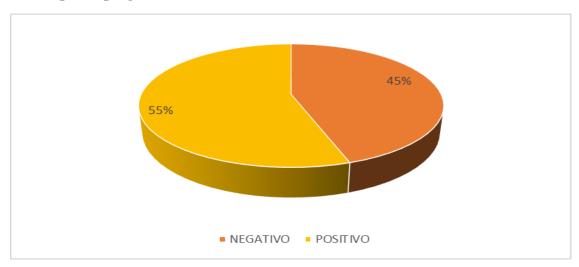
**Interpretación.-** Twitter sigue marcando tendencia dentro del ámbito laboral deportivo con más de la mitad los encuestados del CPDE-LR la consideran como mayor impacto en el periodismo deportivo responsable, siendo esta la mejor opción para publicar noticias.

#### 6.- ¿Considera usted que las redes han aportado en el periodismo deportivo responsable?

Tabla 7 pregunta 6

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
NEGATIVO	30	45%
POSITIVO	37	55%
TOTAL	67	100%

## Grafico 6 pastel pregunta 6



 $FUENTE: Encueta\ realizada\ a\ los\ miembros\ del\ CPDE-LR$ 

ELABORACIÓN: Lady Remache

**Análisis.-** El 55% sienten que las redes sociales han aportado de manera positiva para un periodismo deportivo responsable, mientras tanto el 45% opinan que han aportado de forma negativa.

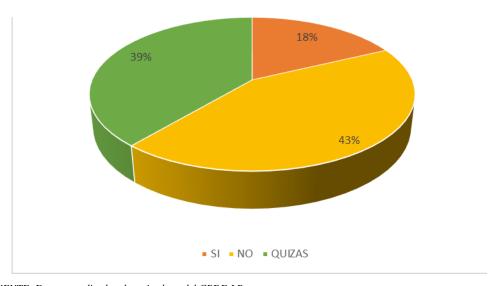
**Interpretación.-** Los profesionales del círculo de periodistas deportivos del Ecuador comparten que las redes sociales han aportado negativamente y positivamente para un periodismo responsable pero que la verdadera solución está en saberlas utilizar.

# 7.- ¿Piensa usted que la mayor información de noticias deportivas difundidas en las redes sociales es publicada por profesionales?

Tabla 8 pregunta 7

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	12	18%
NO	29	43%
QUIZAS	26	39%
TOTAL	67	100%

Grafico 7 pastel pregunta 7



FUENTE: Ençueta realizada a los miembros del CPDE-LR

ELABORACIÓN: Lady Remache

**Análisis.-** 43% según la encuesta realizada NO considera que la información difundida a través de las redes sociales sea de un profesional, el 39% lo duda con un QUIZAS mientras que 18% creen que SI es netamente un profesional quien difunde la información.

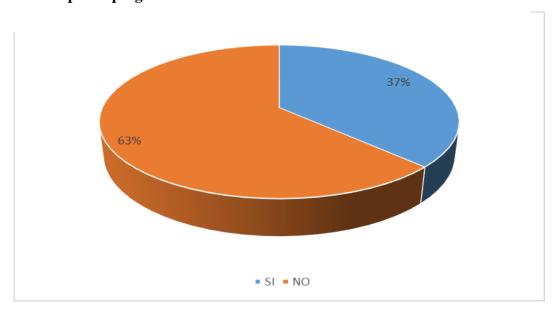
**Interpretación.-** Con un porcentaje considerado los miembros del círculo de periodistas afirman que las noticias deportivas o demás información que se transmite por los medios digitales NO son subidas por un profesional, es por eso que no se debe creer todo lo que se sube en las redes.

# 8.- ¿Cree usted que el periodismo digital es una competencia para el periodismo deportivo tradicional?

Tabla 9 pregunta 8

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	25	37%
NO	42	63%
TOTAL	67	100%

#### Grafico 8 pastel pregunta 8



FUENTE: Encueta realizada a los miembros del CPDE-LR

ELABORACIÓN: Lady Remache

**Análisis.-** El 63% de los encuestados NO consideran al periodismo digital como una para el periodismo deportivo tradicional, por otro lado el 37% SI siente que lo digital puede llegar hacer una competencia para lo tradicional.

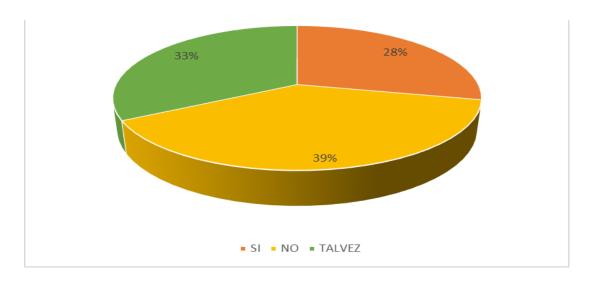
**Interpretación.-** El periodismo digital NO es una amenaza o competencia para el periodismo tradicional, simplemente se considera una nueva forma de hacer periodismo, la cual los profesionales deberán capacitarse para ser competitivos, versátiles y participativos en el ámbito laboral.

9.-Considera que el periodismo deportivo está acorde a las exigencias actuales de la tecnología.

Tabla 10 pregunta 9

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	19	28%
NO	26	39%
TALVEZ	22	33%
TOTAL	67	100%

Grafico 9 pastel pregunta 9



FUENTE: Encueta realizada a los miembros del CPDE-LR

ELABORACIÓN: Lady Remache

Análisis.- El 39% manifiesta que el periodismo deportivo NO está de acorde a las exigencias actuales de la tecnología, el 33% de los encuestados subrayaron en la encuesta aplicada que TAL VEZ el periodismo deportivo este acorde a las exigencias y el 28% aseguran que SI están de acorde

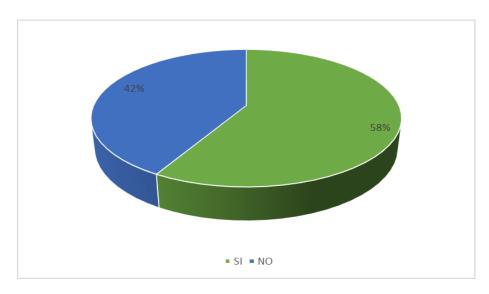
**Interpretación.-** Las encuestas realizadas a los periodistas deportivos del Ecuador Núcleo Los Ríos, una vez tabulados sus porcentajes son muy reñidos en si el periodismo deportivo está acorde a las exigencias actuales de la tecnología.

# 10.- ¿En su actividad profesional ha tenido contratiempo al realizar su trabajo?

Tabla 11 pregunta 10

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	39	58%
NO	28	42%
TOTAL	67	100%

Grafico 10 pastel pregunta 10



FUENTE: Encueta realizada a los miembros del CPDE-LR

ELABORACIÓN: Lady Remache

**Análisis.-** El 58% los encuestados si han tenido contratiempos al realizar su trabajo y el 42% dicen no haberlos tenido.

**Interpretación.-** Como toda persona los profesionales de la comunicación comentan SI haber tenido contratiempos al realizar su trabajo, estos pudo haber sido jurídica, social o económico, ya sea también al momento de que suceda un percance en el instante de que está laborando. Y a otros simplemente NO han tenido ningún tipo de problemas.

# 3.2. CONCLUSIONES GENERAL Y ESPECÍFICAS

# 3.2.1. Específicas

- El periodismo digital y las redes sociales no inciden en el periodismo deportivo responsable, ya que siempre ha existido la difusión de la mala información en el ámbito periodístico tradicional, simplemente la tecnología ha abierto nuevas vías de comunicación, la noticia que se difunda dependerá de la ética de cada comunicador.
- Según el resultado de las encuestas realizadas a los profesionales del círculo de periodistas deportivos del Ecuador quienes fueron la población considerada para la presente investigación, se concluye que para ellos las redes sociales pueden ser utilizadas de una forma positiva pero también de una manera negativa, sobretodo no la consideran una amenaza al contrario lo ven como una oportunidad de ampliar y llegar a más personas las noticias deportivas.
- La propuesta diseñada ayudó a que los usuarios comprendan el verdadero uso de las redes sociales y la importancia del periodismo en todos sus ámbitos, en el blog se difunde temas relacionadas con lo mencionado, y la interacción con los usuarios no se hicieron esperar.

# **3.2.2.** General

 Las redes sociales y su incidencia en el periodismo deportivo responsable es un tema de impacto, conocer si realmente estas inciden en el ámbito periodístico y cuál es la verdadera postura que tienen los profesionales ante el avance de la tecnología, de manera que la comunidad comprenda la indudable situación que los comunicadores deportivos viven.

# 3.3. RECOMENDACIONES GENERAL Y ESPECÍFICAS

# 3.3.1. Específicas

- Mantenerse informado de fuentes confiables, y comprender que el periodismo digital ha
  abierto nuevas vías de comunicación, que la noticia que se difunda dependerá de la ética de
  cada comunicador, por eso importante no creer en todo lo que se publica en estas redes.
- Aplicar todo tipo de técnicas y métodos que ayuden a buscar respuestas a la problemática planteada. En este caso se utilizó la encuesta realizada al CPDE-LR población que forma parte de la interrogante, de esa manera se investigó que las redes sociales no inciden en al cien por cierto al contrario lo ven como una oportunidad de ampliar y llegar a más personas las noticias deportivas.
- Crear o diseñar propuestas, pero que estas sean desarrolladas, es decir, que pongan en marcha, logrando así mejores resultados en su investigación.

#### **3.3.2.** General

 Considerar que las redes sociales y su incidencia en el periodismo deportivo responsable es un tema de impacto, que debe ser estudiado para lograr conocer si realmente estas inciden en el ámbito periodístico y cuál es la verdadera postura que tienen los profesionales ante el avance de la tecnología, de manera que la comunidad comprenda la indudable situación que los comunicadores deportivos viven.

# CAPÍTULO IV PROPUESTA DE APLICACIÓN

# 4.1. PROPUESTA DE APLICACIÓN DE RESULTADOS

#### 4.1.1. Alternativa obtenida

Blog donde se resalte la importancia del periodismo deportivo y el correcto uso de las redes sociales.

#### 4.1.2. Alcance de la alternativa

Con el avance tecnológico se ha creado páginas web, medio que en la actualidad es usado para difundir noticias, la interrogante es saber si el contenido de las redes sociales incide en el periodismo responsable con profesionales del círculo de periodistas deportivos del Ecuador núcleo Los Ríos, ya que los usuarios en su mayoría veces utilizan para mal informar a la sociedad haciendo que la información que difunden los periodistas deportivos responsables pierda su credibilidad, y su popularidad, motivo por el cual existe la necesidad de diseñar un blog donde que resalte la importancia del periodismo deportivo y uso correcto de estas redes.

Las publicaciones difundidas en el blog estarán orientados a definiciones de los diferentes temas relacionadas al periodismo digital, periodismo deportivo, redes sociales, entre otros, con el fin que los usuarios interactúen con sus comentarios, preguntas y objeciones. Haciendo que las personas entiendan que no todo lo que está en las redes sociales es verdad y que los periodistas solo tratan de adaptarse a la evolución de la comunicación.

#### 4.1.3. Aspectos básicos de la alternativa

#### 4.1.3.1. Antecedentes

Blog que logre resaltar la importancia del periodismo y el correcto uso de las redes sociales es una propuesta interesante ya que hoy día la mayoría de las personas usan gmail, vía por donde se ingresa al blog, que es una página web, generalmente de carácter personal, con una estructura cronológica que se actualiza regularmente y que se suele dedicar a tratar un tema concreto.

El círculo de periodistas deportivos del Ecuador núcleo Los Ríos es un gremio creado el 2 de Julio de 1973su finalidad es que todos los periodistas deportivos se unan a la organización con la finalidad de acoger y resguardar a los periodistas deportivos. Esta institución tiene un lugar preponderante en la historia y desarrollo del periodismo deportivo de Los Ríos

Con la presente propuesta se busca que los usuarios del internet interactúen y a su vez se eduquen sobre todos los temas relacionados con las redes sociales y el periodismo deportivo. Creando incluso vínculos de amistad con los mismos, pero sobre todo que lo piensen dos veces antes de publicar una noticia falsa, ya que estas pueden causar consecuencias para los periodistas y para la sociedad en sí.

#### 4.1.3.2. Justificación

Las investigaciones realizadas a los miembros del círculo de periodistas deportivos del Ecuador núcleo Los Ríos permitió conocer como incide el manejo de las redes sociales al momento de comunicar una noticia se logró interpretar que la sociedad quevedeña es la encargada de mal informar, usando como escudo a las redes sociales, medio por el cual publican información no veraz, de manera que confunden a la comunidad ya que los periodistas profesionales publican la verdadera noticia, haciendo controversia con la ya antes difundida para "supuestos comunicadores". Es allí que debido a la poca información que tienen sobre la importancia del periodismo y el uso correcto de las redes sociales, surge la necesidad de crear el blog para que por medio de este se dé a conocer sobre esos temas de interés y de real jerarquía, de acuerdo con esos motivos presentado en tiempo actuales se precisa justificar la calificación de conocimientos, la reactualización tecnológica que incide negativamente en el desempeño profesional de un periodista.

#### 4.2. OBJETIVOS

#### 4.2.1. General

• Elaborar un blog donde se resalte la importancia del periodismo deportivo y el correcto uso de las redes sociales.

#### 4.2.2. Específicos

- Socializar temas relacionados con el periodismo deportivo, digital, tradicional y las redes sociales.
- Interactuar con los usuarios sobre los temas publicados a través de comentarios, preguntas y objeciones por parte de ellos.
- Demostrar a través del blog la importancia de la comunicación veraz y la postura del periodista deportivo ante el mal uso de las redes sociales.

## 4.3. ESTRUCTURA GENERAL DE LA PROPUESTA

#### 4.3.1. Título

Periodismo Y Redes Sociales

#### 4.3.2. Componentes

El blog se lo realizara en una página web denominado *blogspot.com*, con el título Periodismo y Redes Sociales, que resalta un color coral y un fondo de pantalla color piel, al lado izquierdo hay una fila de los archivos publicados, esto y más caracteriza la red social creada, en la cual todos los días se subirá información de los diferentes temas relacionados a la problemática de la investigación a cualquier hora del día.

Cada publicación, llevará una imagen de referencia al tema tratado, también tendrá opción de

ser comentada, suscribe para que le llegue las notificaciones cada vez que se realice una

publicación en la página.

TALLER Nº 1

**Tema:** Introducción

Objetivo: La creación de este blog es para lograr resaltar la importancia del periodismo

deportivo y el correcto uso de las redes sociales.

Actividades: ¡No solo del periodismo deportivo sino en el periodismo en sí! las redes sociales

pueden llegar hacer un arma de doble filo, ayuda a una comunicación más rápida, pero también

son utilizadas para desinformar o comunicar algo que no es verdad.

Se realiza con el propósito de conocer e identificar las consecuencias del uso de las redes

sociales al momento de comunicar alguna noticia y como esto impacta en un periodismo

responsable con el Círculo de Periodistas Deportivos del Ecuador Núcleo Los Ríos

TALLER Nº 2

**Tema:** El Periodismo y la tecnología

Objetivo: Relacionar ambos términos para que los usuarios la puedan comprender

Actividades: El periodismo tradicional con la evolución de la tecnología ha tenido que

adaptarse a la nueva era, de manera que este se convirtió en un periodismo digital razón por la

cual los nuevos profesionales deben tener un claro conocimiento acerca de la forma de

comunicar en la actualidad, esto favorece porque llega a una audiencia cada vez más mundial.

La disciplina del periodismo de recolectar, analizar, verificar y presentar noticias acerca de los

59

hechos del momento ha sufrido cambios debido a la rapidez con la que las noticias se propagan

hoy en día.

TALLER Nº 3

Tema: Definición de Redes Sociales

**Objetivo:** Definir el concepto de redes sociales

**Actividades:** Las redes sociales son "comunidades virtuales". Es decir, plataformas de Internet

que agrupan a personas que se relacionan entre sí y comparten información e intereses comunes.

Este es justamente su principal objetivo: entablar contactos con gente, ya sea para re encontrarse

con antiguos vínculos o para generar nuevas amistades. Pertenecer a una red social, le permite

al usuario construir un grupo de contactos, que puede exhibir como su "lista de amigos". Estos

amigos pueden ser amigos personales que él conoce, o amigos de amigos. A veces, también,

son contactos que se conocieron por Internet.

Los sitios de redes sociales mejor conocidos como redes sociales son grupos de personas con

intereses en común y que comparten información en Internet a través de un software que

permite establecer relaciones de confianza entre los participantes, es decir, gracias a estos

programas podemos compartir diferentes archivos e información con las personas que se

encuentren dentro de nuestra red.

TALLER Nº 4

Tema: Periodismo deportivo y su influencia social

**Objetivo:** Definir el Periodismo deportivo y su influencia social

Actividades: El periodismo deportivo vive en los últimos años una continua evolución

adaptándose a las diferentes variaciones que van surgiendo en nuestra sociedad. Desde sus

60

inicios en el siglo XIX se ha tratado de una especialización al servicio del lector, ofreciendo en todo momento un carácter innovador, tanto en forma como en contenido, que le ha permitido ser una de las especializaciones más influyentes en materia periodística. Desde sus inicios se ha caracterizado por ir creciendo de manera cuantitativa y cualitativa, por un lado el número de publicaciones ha ido aumentando con el paso del tiempo, y por otro, la especialización deportiva siempre ha mostrado capacidad de cambio y mejora a través de nuevos formatos, nuevas narrativas y, en definitiva, nuevas formas de hacer periodismo.

Muchos expertos aseguran que la buena evolución de esta especialización periodística se debe a que tratan temas de interés general utilizando un lenguaje al alcance de toda la población. Esto va íntimamente ligado a la estrecha relación que ha existido durante todos los tiempos entre las diferentes sociedades y el deporte, con los Juegos Olímpicos como principal acontecimiento deportivo. El deporte no sólo se presenta como una de las materias informativas como mayor repercusión social sino que también muestra un gran sentimiento de pertenencia, ofreciendo fuertes vínculos con la comunidad o población a la que se dirige. Claro ejemplo de ello es el título mundial conseguido por la Selección Española de Fútbol en el año 2010, este hecho consiguió unir a todos los españoles ante un sentimiento de pertenencia, (Lozano, 2017)

TALLER Nº 5

**Tema:** ENCUESTA

¿Utiliza redes sociales para difundir noticias?

NO

**Actividades:** 

SI

# **Objetivo:** Conocer las respuestas de los usuarios acerca de los temas

A VECES

¿Utiliza usted las redes sociales para informarse sobre alguna noticia deportiva?

SI		NO		A VECES				
¿Considera que las redes sociales son confiables en la información que publican?								
SI		NO		TAL VEZ				
¿Consi	¿Considera usted que las redes sociales son una amenaza para el periodismo deportivo?							
SI		NO		QUIZAS				
¿Cree usted que el periodismo digital es una competencia para el periodismo deportivo tradicional?								
	SI		NO	TA	L VEZ			
TALLER Nº 6								

Tema: Correcto uso de las redes sociales

**Objetivo:** Identificar el correcto uso de las redes sociales, para que los usuarios las conozcan y la empleen.

**Actividades:** Las redes sociales en Internet forman parte de nuestro día a día. Compartimos contenidos con nuestros amigos, publicamos fotografías de nuestras vacaciones y volcamos nuestros gustos a través de "me gustas" y recomendaciones. En definitiva, hacemos nuestra vida pública, al alcance de todos.

Sin embargo, debido al incremento del uso de las redes sociales, muchas empresas rastrean los perfiles de futuros candidatos para cerciorarse de que son aptos para sus puestos de trabajo.

Por ello tenemos que tener sumo cuidado con lo que aparece en nuestros perfiles ya que esto puede influir en nuestro futuro profesional.

El uso de las redes sociales como medio informativo cada vez es mayor, siendo esta una de las tendencias más interesantes para hacer relaciones públicas o convertir en viral una noticia en pocos minutos, convirtiéndose en una de las fuentes de noticias más consultada por el público en general, en especial por los menores de 24 años.

No descartando la posibilidad de que en las redes sociales se difundan informaciones erróneas y en algunos casos malintencionadas, con mucha regularidad se publican noticias falsas sobre fallecimiento de famosos, así como rumores alarmantes de casos que llaman mucho la atención. Pero el "mal uso" de las nuevas tecnologías para difundir noticias falsas no opaca su verdadera potencialidad.

La inmediatez y masividad, sumado al hecho de que cualquier persona -con un celular, tablet o computadora conectada a internet- puede ser parte en la difusión de un hecho, muestran un cambio real en la manera de comunicar.

El protagonismo que están tomando las redes sociales en la difusión de noticias es indiscutible. El hecho de que personas comunes logren mostrar una "realidad" -a pesar de que medios masivos o gobiernos no le den importancia- o transmitir una crisis minuto a minuto, son algunos ejemplos de las posibilidades de estas nuevas herramientas.

En la actualidad la mayoría de los comunicadores utilizan las redes sociales, sin importar que con regularidad alteran los valores del periodismo, dándole preferencia a la virilidad sobre la relevancia de la noticia.

Las redes sociales se utilizan mucho para hacer convocatorias y lograr que las personas interesadas asistan o visiten un lugar, sin descartar la importancia del correo personal. Las agencias de relaciones públicas deberían tomar en cuenta retransmitir las ruedas de prensa y las actividades organizadas a través de las redes sociales con el fin de lograr un mayor impacto mediático, (**Rijo**, 2017).

TALLER Nº 7

Tema: Periodismo deportivo y tecnología

**Objetivo:** Estudiar la incidencia de las redes sociales en el periodismo deportivo

Actividades: La aparición de Internet ha transformado la manera de producir noticias y está produciendo un cambio de fisonomía de las redacciones periodísticas. En medio del nuevo escenario digital, el periodismo ha encontrado en el entorno 2.0, en los blogs y, muy especialmente, en los social media uno de sus principales y más eficaces vectores de difusión de contenidos, hasta el punto de convertirse en el canal más rápido y eficaz para anunciar todo tipo de noticias superando en velocidad a los flashes de agencia. Cada vez más, las redes sociales como Twitter se están imponiendo como la plataforma preferida por servicios de noticias para ofrecer avances de primicias informativas y, consecuentemente, se erigen como una de las fuentes de información principales para el resto de medios de convencionales. La red de microblogging se anticipa a la noticia que luego será desarrollada y ampliada en webs, emisoras de radio, programas de televisión y páginas de periódico

Periodismo deportivo emprendedor Efectivamente, el periodismo deportivo no es ajeno al complejo proceso de cambios y de reestructuración al que está sometido en la actualidad al conjunto del sector de los medios de comunicación, los cuales han de ir adaptándose necesariamente a la continua evolución del mercado para no dejar de ser competitivos. La obligada reconversión hacia lo digital ha traído consigo la incorporación de nuevas herramientas tecnológicas aplicadas a las tareas periodísticas y, como consecuencia de ello, una transición hacia nuevos perfiles profesionales, que, además de contar noticias, han de poseer competencias adicionales en otras labores como programación, fotoperiodismo, videoedición o infografía. Empieza a imponerse el periodista multitarea o multifunción, el también llamado "hombre orquesta", (**Rojas J.**, 2013)

64

#### 4.4. RESULTADOS ESPERADOS DE LA ALTERNATIVA

- Interactuar con los usuarios, con la información difundida se obtuvo los resultados esperados, ya que, a través de comentarios, interrogantes y objeciones se hicieron presentes.
- Genera conocimiento acerca de las diferentes definiciones sobre los temas que aborda el tema redes sociales y periodismo.
- Conocer lo que piensan acerca de las redes sociales y el periodismo deportivo gracias a la encuesta online que se realizó.
- El blog tuvo éxito, siendo visitada por varios usuarios en la red.

#### BIBLIOGRAFÍA

Alarcón, H. (29 de 07 de 2019). Las Redes y el periodismo. (L. Remache, Entrevistador) Ángulo, L., & Moreno, A. (03 de 10 de 2016). Periodismo Deportivo. El Fútbol es el Rey. 10-26. Obtenido de PDF: Revista Luciérnaga https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/6000182.pdf Arab, E., & Díaz, A. (Enero de 2015). Impacto de las redes sociales e internet en la adolescencia: aspectos positivos y negativos. Revista Médica Clínica Las Condes, 26, 7-13. Obtenido de https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0716864015000048?fbclid=IwAR1 AIZOedipdZbVxf5XzUtfWdhINdkJ-Bxtfro-sMPJRYKKD-Rq\_UBxxZYA Arredondo, J. (2018). ¡Auxilio! Las redes sociales y mis hijos: Aprende a detectar los peligros. Mexico: Random Obtenido Penguin House de https://books.google.com.ec/books?id=nvRYDwAAQBAJ&pg=PT68&dq=Desventaja s+de+las+redes+sociales&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwjLjq2Zrb\_jAhUGU80KHZI7BQMQ6AEILjAB#v=onepa ge&q=Desventajas%20de%20las%20redes%20sociales&f=false Barberán, G. (2017). Manual. Internet, redes sociales y dispositivos digitales. Madrid: editorial **CEP** S.L. Obtenido de https://books.google.com.ec/books?id=qAVEDwAAQBAJ&pg=PA72&dq=las+redes +sociales+verticales&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwiT4tbWhMLjAhUOTN8KHYAy ATMQ6AEIMzAC#v=onepage&q=las%20redes%20sociales%20verticales&f=false Barrero, F. (S/D de S/D de 2003). ¿Usted por que se considera un periodista responsable? Revista La Tadeo, 218-223. Obtenido de Utadeo: http://avalon.utadeo.edu.co/dependencias/publicaciones/tadeo\_68/68218.pdf?fbclid=I wAR1tno65aAULig9iZA-8QqWyME6\_kaRXGni5yuqiGeoZSczllhLMqfnYElM Camacho, I. (2010). La especialización en el periodismo. En La especialización en el periodismo. Formarse para informar (pág. 12). Sevilla: Comunicacion Social Ediciones Publicaciones. Obtenido de y

https://books.google.com.ec/books?id=9Th\_VKzKJs4C&pg=PA11&dq=el+valor+de+

la+especializacion+periodistica&hl=es-

- 419&sa=X&ved=0ahUKEwjm2bfkwczjAhXBJt8KHVFWCTEQ6AEIJzAA#v=onepa ge&q=el%20valor%20de%20la%20especializacion%20periodistica&f=false
- Campos, F., Rúas, J., López, X., & Martínez, V. (2016). Impacto de las redes sociales en el periodismo. *El Profesional de la Información*, 25(3), 449-457. Obtenido de http://www.elprofesionaldelainformacion.com/contenidos/2016/may/15.html
- Cano, F. (2003). ¿Usted por que se considera un periodista responsable? *Revista La Tadeo*(68), 218-223. Obtenido de Utadeo: http://avalon.utadeo.edu.co/dependencias/publicaciones/tadeo\_68/68218.pdf?fbclid=I wAR1tno65aAULig9iZA-8QqWyME6\_kaRXGni5yuqiGeoZSczllhLMqfnYElM
- Cantarero, M. A. (2002). Periodismo de la prensa a la imprecision conceptual. *Sala de prensa*,

  2. Obtenido de PDF:

  http://sisbib.unmsm.edu.pe/bibvirtualdata/Tesis/Human/rodriguez\_rr/Cap3.PDF
- Cottrell, S. (S/D de S/D de 2016). Redes sociales y periodismo: Uso de las redes sociales por parte de periodistas de medios tinerfeños. Obtenido de Riull: https://riull.ull.es/xmlui/bitstream/handle/915/6916/Redes%20sociales%20y%20period ismo%20Uso%20de%20las%20redes%20sociales%20por%20parte%20de%20periodis tas%20de%20medios%20tinerfenos%20%28Diario%20de%20Avisos%2C%20El%20 Dia%20y%20La%20Opinion%20de%20Teneri
- Creative Commons. (17 de 04 de 2012). *Clasificacion de las redes sociales*. Obtenido de Redes sociales, clasificación: http://recursostic.educacion.es/observatorio/web/es/internet/web-20/1043-redes-sociales?start=3
- Curiel, H. (05 de 2015). La credibilidad de las redes sociales en el ámbito periodístico. *Transinformação*, 27(2), 165-171. Obtenido de Redalyc: https://www.redalyc.org/pdf/3843/384351520006.pdf
- Dans, E. (2010). *Todo va a cambiar: Tecnología y Evolución adapatrse o desaparecer*. Barcelona: DEUSTO S.A. EDICIONES. Obtenido de https://books.google.com.ec/books?id=uKHkemipVkAC&printsec=frontcover&dq=E mpieza+a+leer+el+libro+TODO+VA+A+CAMBIAR:+TECNOLOGIA+Y+EVOLUC ION:+ADAPTARSE+O+DESAPARECE+R&hl=es-

- 419&sa=X&ved=0ahUKEwjClPeR1bXkAhVGtlkKHa5AC2YQ6AEIJzAA#v=onepag e&q&f=false
- Dessein, D., & Roitberg, G. (2016). *Nuevos desafíos del periodismo*. Buenos Aires : Paidós SAICF. Obtenido de https://books.google.com.ec/books?id=d-KkDAAAQBAJ&pg=PT8&dq=que+es+periodismo&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwim 0LrL28njAhUkn-
  - AKHZUrAPwQ6AEIRTAF#v=onepage&q=que%20es%20periodismo&f=false
- Díaz, V. (2011). Mitos y relaidades de las redes sociales. *Prismasocial*, 1-26. Obtenido de http://www.isdfundacion.org/publicaciones/revista/numeros/6/secciones/tematica/07-mitos-realidades-redes-sociales.html
- Flores, J., Morán, J., & Rodríguez, J. (2019). *Las redes sociales*. Obtenido de PDF: https://www.usmp.edu.pe/publicaciones/boletin/fia/info69/sociales.pdf
- Franjul, M. (03 de 02 de 2019). *El valor del periodismo responsable*. Obtenido de Listin Diario: https://listindiario.com/editorial/2019/02/03/551922/el-valor-del-periodismo-responsable
- Fuster, P. (S/D de S/D de 2017). El usos e influencia de las rede sociales en el periodismo deportivo. Evolucion y prospectiva. El caso de twitter en el deporte profesional en la comunidad Valenciana . Obtenido de PDF: dspace.ceu.es/.../El%20uso%20e%20influencia%20de%20las%20redes%20sociales%20en%20el%20periodismo%20deportivo\_evolución%20y%20prospectiva\_el%20caso%20de%20Twitter%20en%20el%20deporte%20profesional%20en%20la%20Comunit at%20Valenciana.pdf
- García, J. (S/D de S/D de 2014). Las redes sociales y su contribución en el ejercicio profesional del periodista en la ciudad de Babahoyo, Provincia de Los Ríos . Obtenido de PDF: http://dspace.utb.edu.ec/bitstream/49000/4170/1/T-UTB-FCJSE-CSOCIAL-000046.pdf
- Guix, A. (26 de 03 de 2014). Redes sociales y derechos de autor ¿de quién son los contenidos?

  Obtenido de Legal Today: http://www.legaltoday.com/gestion-del-despacho/nuevas-tecnologias/articulos/redes-sociales-y-derechos-de-autor-de-quien-son-los-contenidos-

- Liuba, A. (29 de 07 de 2019). Historia del Círculo de Periodistas Deportivo Núcleo Los Ríos. (L. Remache, Entrevistador)
- Lozano, P. (06 de 2017). *Periodismo Deportivo*. Obtenido de PDF: https://idus.us.es/xmlui/bitstream/handle/11441/64504/TFG.%20PERIODISMO%20D EPORTIVO%20EN%20LA%20RED.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Lozano, P. (S/D de 06 de 2017). *Periodismo Deportivo en la Red*. Obtenido de PDF: https://idus.us.es/xmlui/bitstream/handle/11441/64504/TFG.%20PERIODISMO%20D EPORTIVO%20EN%20LA%20RED.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Moran, S. (31 de 08 de 2015). *Plan V*. Obtenido de El auge de los medios nativos digitales en Ecuador: https://www.planv.com.ec/historias/sociedad/el-auge-medios-nativos-digitales-ecuador
- Morduchowicz, R., Ballestrini, F., Sylvestre, V., & Marcon, A. (09 de 2010). Obtenido de Los adolescentes y las redes sociales: https://educacion.rionegro.gov.ar/contenidosmultimedia/wp-content/uploads/2015/08/redes.pdf
- Palanco, N. M. (2009). Historia del Periodismo. *Contribuciones a las Ciencias Sociales*. Obtenido de http://www.eumed.net/rev/cccss/06/nmpl6.htm
- Perez, P. (20 de 04 de 2016). *El periodismo en la era digital* . Obtenido de EL PAÍS: https://elpais.com/elpais/2016/04/13/opinion/1460540302\_620130.html
- Pérez, V. (2011). El Político en la red social. San Vicente, Alicante: Editorial Club Universitario. Obtenido de https://books.google.com.ec/books?id=zAIQDgAAQBAJ&pg=PA23&dq=las+redes+s ociales+verticales+tematicas&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwivgaafnMLjAhWomuAK HcOmDpAQ6AEIRzAG#v=onepage&q=las%20redes%20sociales%20verticales%20t ematicas&f=false
- Pichon-Riviere, E. (1975). El proceso grupal: del psicoanalisis a la psicología social Psicología Contempanea. 213. Nueva Vision. Obtenido de https://books.google.com.ec/books?id=3HgAogEACAAJ&dq=e+pich%C3%B3n+riviere+El+Proceso+Grupal+de+Psicoan%C3%A1lisis+a+la+Psicolog%C3%ADa+Social &hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwicyPX727\_jAhXJLs0KHb24AeMQ6AEIJzAA

- Punín, I., Martínez, A., & Rencoret, N. (01 de 01 de 2014). Medios Digitales en Ecuador: perspectiva del futuro. *Revista Científica de Educomunicación*, 200-207. Obtenido de Investigaciones/Research: https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/4525821/1.pdf
- Rendon, H. (2007). *El periodista digital mexicano: Hacia su definicion*. México. Obtenido de https://books.google.com.ec/books?id=Ze6Ua6CRoLIC&pg=PA22&dq=caracter%C3 %ADsticas+de+un+periodista&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwj06pLfxM7jAhWEct8K HbN6CL4Q6AEILDAB#v=onepage&q=caracter%C3%ADsticas%20de%20un%20pe riodista&f=false
- Renó, D., & Flores, J. (2018). *Periodismo Transmedia*. RIA. Obtenido de https://books.google.com.ec/books?hl=es&lr=&id=opx\_DwAAQBAJ&oi=fnd&pg=P A10&dq=periodismo+transmedia+pdf&ots=-51AoaEFWQ&sig=N7QfivzymQIO\_45jm2IQiWEP1H4#v=onepage&q=periodismo% 20transmedia%20pdf&f=false
- Requena, F. (2008). *Redes sociales y sociedad civil*. (C. d. Sociológicas, Ed.) Madrid: CIS Centro de Investigaciones Sociologicas. Obtenido de https://books.google.com.ec/books?id=IhWs6c0stK0C&dq=Requena,+F.+(2008),+Re des+sociales+y+sociedad+civil&hl=es-
  - 419&sa=X&ved=0ahUKEwiUnZOPuerjAhUKvlkKHZUDB7MQ6AEIJzAA
- Rijo, R. (16 de 01 de 2017). *Difusión de noticias en las redes sociales*. Obtenido de Periódico elDinero: https://www.eldinero.com.do/35241/difusion-de-noticias-en-las-redes-sociales/
- Rojas, J. (2013). *Periodismo deportivo. Nuevas tendencias y perspectivas de futuro*. Obtenido de file:///C:/Users/Usuario/Downloads/Dialnet-PeriodismoDeportivoNuevasTendenciasYPerspectivasDe-6068722.pdf
- Rojas, J. L. (28 de 09 de 2014). Periodismo deportivo. Nuevas tendencias y perspectivas de futuro. *Correspondencias & Análisis*, 179-192. Obtenido de Correspondencias & Análisis:
  - http://www.correspondenciasyanalisis.com/pdf/v4/pe/3\_periodismo\_deportivo.pdf
- Rost, A. (14 de 11 de 2012). *Modelos de uso y gestión de redes sociales en el Periodismo*.

  Bilbao. Obtenido de

- https://www.researchgate.net/publication/253651025\_Modelos\_de\_uso\_y\_gestion\_de\_redes\_sociales\_en\_el\_Periodismo
- Rost, A., Bernardi, M., & Bergero, F. (2016). *Periodismo transmedia, la narración distribuida de la noticia*. Argentina: PubliFadecs. Obtenido de https://www.academia.edu/33113394/Periodismo\_transmedia.\_La\_narraci%C3%B3n\_distribuida\_de\_la\_noticia
- Salaverría, R., & Díaz, J. (2003). Hipertexto periodístico: teoría y modelos. En *Manual de Redación Ciberperiodistica*. Barcelona: Ariel. Obtenido de https://www.academia.edu/2109686/Hipertexto\_period%C3%ADstico\_teor%C3%AD a y modelos
- Samaniego, A. (S/D de S/D de 2014). *Información, periodismo y tecnología: uso de Twitter en el.* Obtenido de PDF: http://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/4526/1/T1645-MC-Samaniego-Informacion.pdf
- Sotelo, J., & Cabezuelo, F. (2010). Periodistas, política y lectores: un estudio del periodismo como espacio de significados abierto. *Sphera Pública*(10), 153-166. Recuperado el 24 de 07 de 2019, de http://www.redalyc.org/artículo.oa?id=29719345010
- SUPERCOM. (25 de 06 de 2013). *Ley Organica de Comunicación*. Obtenido de PDF: http://www.supercom.gob.ec/documents/Normativa/Ley-Organica-Comunicacion.pdf
- SUPERCOM. (S/D de S/D de 2019). *Responsabilidad Ulterior*. Obtenido de Super Intendencia de Comunicación: http://www.supercom.gob.ec/es/informate-y-participa/defiende-tus-derechos/conoce-tu-ley/201-mas-responsbilidad-art-19
- UNAMCERT. (2018). Seguridad en los sitios de redes sociales. *REVISTA .SEGURIDAD*. Obtenido de https://revista.seguridad.unam.mx/numero-0/seguridad-en-los-sitios-de-redes-sociales
- UNIVERSIDAD DE PALERMO. (2019). *Periodismo General*. Obtenido de https://www.palermo.edu/cienciassociales/periodismo/general/periodismo-general.html?fbclid=IwAR3WF42-xsJT9ZbFi1YFTj3MVFaZfjPIRvC8TiIXsU02TT82GnVnBGVFfHk
- Villoria, L. (2010). *Aplicaciones Web 2.0 Redes Sociales*. Cordoba : Eduvim. Obtenido de https://books.google.com.ec/books?id=iqdulye2vWEC&pg=PA16&dq=historia%20y %20origen%20de%20las%20redes%20sociales&hl=es-

 $419\&sa=X\&ved=0\\ahUKEwiMwse9lr3jAhVpB50JHZ\_fBhwQ6AEIJzAA\&fbclid=IwAR31n6SjWaK-$ 

 $Ypbec7yiw58Vf1F3CFit\_s9WIxmAc4Q6xcg\_WbSQTe1PW24\#v=onepage\&q\&$ 

### CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

Tiempo	201	9														
Actividades	Ju		Julio Julio			Agosto				Septiembre						
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Enunciado del problema y tema	X															
Formulación del problema		X														
Planteamiento del problema		X														
Formulación del objetivo		X														
Marco teórico de la investigación			X													
Hipótesis				X												
Variables operacionales					X											
Metodología de la investigación						X										
Presentación del proyecto									X							
Sustentación del proyecto											X					
Resultados de la encuesta													X			
Propuesta														X		
Presentación del informe final															X	
Sustentación del informe final																X

**ANEXOS** 

### Cronograma de presupuesto

PRESUPUESTO							
N°	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V/U	COSTO TOTAL			
1	Resma de papel A4	3	\$ 4,00	\$ 12,00			
2	Sobres manilas A4	2	\$ 0,25	\$ 0,50			
3	Bolígrafos	2	\$ 0,50	\$ 1,00			
4	Cuaderno	1	\$ 2,00	\$ 2,00			
5	Carpetas con cierre	4	\$ 0,25	\$ 1,00			
6	Copias	150	\$ 0,25	\$ 37,50			
7	Impresiones	100	\$ 0,25	\$ 25,00			
8	Tinta de impresora	3	\$ 10,00	\$ 30,00			
9	Servicio de internet	1	\$ 30,00	\$ 30,00			
10	Impresora	1	\$ 250,00	\$ 250,00			
11	Anillados	4	\$ 2,00	\$ 8,00			
12	Pendrive de 8 gb	1	\$ 15,00	\$ 15,00			
13	Cds	3	\$ 1,25	\$ 3,75			
14	Quemada de discos	3	\$ 1,00	\$ 3,00			
	Suma total		\$ 316,75	\$ 418,75			

## Matriz de variables, problemas, objetivos e hipótesis

TEMA	PROBLEMA	OBJETIVO	HIPOTESIS	VARIABLES	INDICADORES	PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPÓTESIS
	GENERAL	GENERAL	GENERAL			ESPECÍFICOS	ESPECÍFICOS	ESPECÍFICAS
Contenidos de las	¿De qué manera los	Determinar la	Determinando los	Contenidos de las redes	propagación de noticias	¿De qué forma las	Establecer de qué	Estableciendo la
Redes Sociales y su	contenidos de las	incidencia de las	contenidos de las	sociales		redes sociales inciden	forma las redes	incidencia de las redes
Incidencia en el	redes sociales inciden	redes sociales en el	redes sociales, se			en la propagación de	sociales incide en la	sociales, se lograra
Periodismo	en el periodismo	periodismo	conocerá la incidencia			noticias en la ciudad	propagación de	una mejor
Responsable Con	responsable con	responsable con	en el periodismo			de Quevedo?	noticias en la ciudad	propagación de
Profesionales del	profesionales del	profesionales del	responsable con				de Quevedo.	noticias en la ciudad
Círculo de Periodistas	Círculo de Periodistas	Círculo de	profesionales del					de Quevedo.
de la ciudad de	Deportivos del	Periodistas	Círculo de Periodistas		Información	¿Qué clase de	Identificar la clase de	Identificando la clase
Quevedo.	Ecuador Núcleo Los	Deportivos del	Deportivos del			información se	información que se	de información que se
	Ríos en la ciudad de	Ecuador Núcleo Los	Ecuador Núcleo Los			difunde a través de las	difunde a través de las	difunde a través de las
	Quevedo?	Ríos en la ciudad de	Ríos en la ciudad de			redes sociales que	redes sociales que	redes sociales, se
		Quevedo	Quevedo.			afectan al periodismo	afecta al periodismo	conocerá como afecta
						deportivo local?	deportivo local	a un periodismo
								deportivo en la ciudad
								de Quevedo.
				Periodismo	Importancia del	¿Cómo elaborar blog	Elaborar blog donde se	Elaborando blog se
				Responsable	periodismo	donde se logre resaltar	resalte la importancia	lograra resaltar la
						la importancia del	del periodismo	importancia del
						periodismo deportivo	deportivo y el correcto	periodismo deportivo
						y el correcto uso de las	uso de las redes	y el correcto uso de
						redes sociales?	sociales.	las redes sociales

Fig. 6 Entrevista con el Lic. Rosendo Escobar, Gerente General de RVT



Fig. 8 Tutorías con el Lic. Freddy Holguín tutor



Fig. 7 Localización donde se va a realizar el proyecto

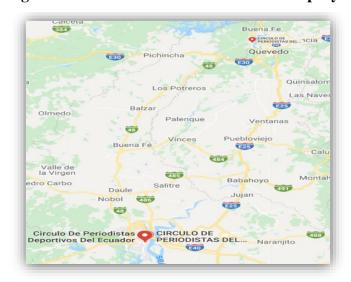


Fig. 9 Entrevista al presidente del CPDE-LR



# **ENCUESTA APLICADA**

1 ¿Considera usted que	las redes sociales son u	ına amenaza para el periodismo
deportivo?		
SI	NO 🔲	TAL VEZ
2 ¿Cree usted que la infor	magián difundida an mag	dios digitales es confighle?
2 ¿Cree usteu que la mior	macion ununulua en med	nos digitales es conhable:
SI	NO L	TAL VEZ
3 Utiliza usted algún tipo	de redes sociales en su ac	tividad profesional
	SI	NO 🔲

4 ¿Cuál de estas re	des sociales usted utiliza p	oara la difusión de noticias de	portivas?
FACEBOOK [	INTAGRAM [	TWIT	TTER
	OTROS		
5 ¿Cuál de estas r responsable?	edes sociales tienen may	or impacto en el periodismo	o deportivo
FACEBOOK			
6 ¿Considera ust responsable?	ed que las redes han	aportado en el periodismo	deportivo
	NEGATIVO	POSITIVO	
7 ¿Piensa usted que redes sociales es public	-	de noticias deportivas difund	lidas en las
SI	NO 🗌	QUIZAS	; <u> </u>
8 ¿Cree usted que deportivo tradicional?	e el periodismo digital e	s una competencia para el j	periodismo
SI	NO	TAL VEZ	Z

9Considera que el peri	odisino deportivo esta aco	rue a las exigencias actuales de la					
tecnología.							
SI	NO	TAL VEZ					
10 ¿En su actividad profesional ha tenido contratiempo al realizar su trabajo?							
	SI 🔲	NO					

Fig. 10 Encuestando al Lic. Alfredo Liubá Peña



Fig. 11 Encuestando al Lic. Freddy Holguín



Fig. 12 Encuestando al Lic. Pedro Franco

