



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO



**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS,
SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN**

EXTENSIÓN – QUEVEDO

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
LICENCIADA EN COMUNICACIÓN SOCIAL**

TEMA:

**LAS REDES SOCIALES Y SU CONTRIBUCIÓN EN EL TRABAJO
PROFESIONAL PERIODÍSTICO DE LA CIUDAD DE QUEVEDO EN EL AÑO
2019.**

AUTORA:

ZAMBRANO CAGUA YULEYDI LISETH

TUTOR:

LCDO. NAVIA ÁLAVA JAIME GERARDO MSC.

QUEVEDO – ECUADOR

2020



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



DEDICATORIA

Este proyecto se lo dedico principalmente a Dios, por darme la sabiduría, salud y fuerzas. Mi familia, por el gran apoyo que ha sido para mí en lo largo de estos años, siempre han sido mis pilares fundamentales. También a mí, por el arduo trabajo, por la dedicación y por las ganas de superación.



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



AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios, por brindarme salud, sabiduría a lo largo de mi vida, han sido años de constante lucha ante los momentos de dificultad que se han presentado.

Gracias al amor de mi vida, mi madre, que, siendo madre soltera, ha podido sacarnos adelante a mi hermana y a mí, mi pilar fundamental, mi guía y la mujer de mi vida.

A mis hermosos hijos, que siempre han sido mi fuerza, mi mayor inspiración, a mi esposo por su constante apoyo y cariño. Mis abuelos, que con sus sabios consejos han guiado mi camino a lo largo de estos años.



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO



FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE
LA EDUCACIÓN

RESUMEN

Las redes sociales son fundamentales para el periodismo por ende se debe recabar una buena información para darla a conocer ante el ciudadano este proyecto esta fundamentalmente investigado, porque depende de que exista una buena calidad de noticia para no generar ninguna reacción negativa ante los ciudadanos.

Tenemos lo que es Facebook, Instagram, WhatsApp, etc. Como medios de información masiva incluyéndolo como una referencia para sitios web en los cuales se genera información para la sociedad, se tiene en cuenta la manera eficaz, precisa y concisa de notificar sobre algún echo noticioso.

Los periodistas regularmente tienen dificultades en el desempeño digital por lo que no responde a una información rápida para el receptor por lo que un taller de información digital sería favorable para su divulgación periodística. Son pocos los que conforman o los que tienen un portal web especializado únicamente para una información esto provoca a los usuarios internautas un criterio inmaduro sobre la tecnología actual.

Los medios digitales o sitios web son existente en todo el mundo siendo por ellos que la ciudadanía se mantiene comunicado aun estando en otro país, la población por mayoría es la que hace uso de redes sociales y es ahí cuando el periodista hace ingreso hacia esta actualización digital ya que por medio de estos puede hacer entrega inmediata sobre algún suceso noticioso.

Palabras claves:

Redes Sociales.

Información digital.

Periodismo.



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO



**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE
LA EDUCACIÓN**

SUMMARY

Social networks are essential for journalism, therefore good information must be collected to make it known to the citizen. This project is fundamentally investigated, because it depends on the existence of good news quality so as not to generate any negative reaction to citizens.

We have what is Facebook, Instagram, WhatsApp, etc. As mass media including it as a reference for websites where information is generated for society, the effective, precise and concise way of notifying about any news event is taken into account.

Journalists regularly have difficulties in digital performance so they do not respond to quick information for the recipient, so a digital information workshop would be favorable for their journalistic dissemination. Few are those who make up or have a specialized web portal for information only, this causes Internet users an immature criterion on current technology.

The digital media or websites are existing all over the world, and it is because of them that the citizenry keeps communicating even if they are in another country, the majority population is the one that makes use of social networks and that is when the journalist makes entry to this update digital since through these you can make immediate delivery about any news event.

Keywords:

Social networks.

Digital information.

Journalism.

ÍNDICE

RESUMEN	4
SUMMARY	5
INTRODUCCIÓN	9
CAPÍTULO I DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	10
1.1. IDEA O TEMA DE INVESTIGACIÓN	10
1.2. MARCO CONTEXTUAL.....	10
1.2.1. Contexto internacional	10
1.2.2. Contexto nacional.....	10
1.2.3. Contexto local.....	11
1.2.4. Contexto institucional	12
1.3. SITUACION PROBLEMÁTICA	12
1.4. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	13
1.4.1. Problema General.....	13
1.4.2. Sub - problemas o derivados	13
1.5. DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN	13
1.6. JUSTIFICACION.....	14
1.7. OBJETIVOS	15
1.7.1. Objetivo general	15
1.7.2. Objetivos específicos	15
CAPITULO II	16
MARCO TEORICO O MARCO REFERENCIAL	16
2.1. MARCO TEORICO	16
2.1.1. Marco conceptual.....	16
LAS REDES SOCIALES	16
TRABAJO PROFESIONAL PERIODISTICO	18
Medios de comunicación	19
Fines y características.....	20
Negativas.....	21
Clasificación.....	21
Clasificación de los medios de comunicación.....	22
Medios masivos.....	22
Redes Sociales	22
1. Facebook:	24
2. YouTube:	24

3. WhatsApp:.....	24
4. Messenger:.....	24
VENTAJAS.....	27
DESVENTAJAS.....	27
Las redes sociales en los periodistas	28
El papel del periodista.....	29
Futuras generaciones	29
Periodismo en redes sociales	30
Principales métricas de redes sociales	31
Alcance:.....	31
Trafico:	31
Interés:	31
Crecimiento del canal:.....	32
Uso de redes sociales en los periodistas	32
2.1.2. MARCO REFERENCIAL SOBRE LA PROBLEMÁTICA DE INVESTIGACIÓN.....	33
2.1.2.1. Antecedentes investigativos.....	33
2.1.2.2. Categoría de análisis.....	33
Categoría de análisis 1.....	33
Definición:.....	33
Operación de las subcategorías.....	34
Categoría de análisis 2:.....	34
Definición:.....	34
Operación de las subcategorías.....	34
2.1.2.3. Postura teórica	34
2.1.2.4. Hipótesis.....	35
2.1.2.4.1. Hipótesis general	35
2.1.2.4.2. Sub-hipótesis o derivadas.....	35
2.1.2.5. Variables.....	35
Variable dependiente.....	35
Variable independiente.....	35
CAPITULO III	36
3.1. RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN	36
3.1.1. Resultados obtenidos de la investigación.....	36
3.1.1. Pruebas estadísticas aplicadas	36
1.1.2Análisis e interpretación de datos	37
3.3. CONCLUSIONES GENERALES Y ESPECÍFICAS	2

3.3.1.	Conclusión general	2
3.3.2.	Conclusiones específicas	2
3.3.	RECOMENDACIONES GENERALES Y ESPECÍFICAS	3
3.3.1.	Recomendación general	3
3.3.2.	Recomendaciones específicas	3
	CAPITULO IV.- PROPUESTA DE APLICACIÓN	4
3.1.	Propuesta de aplicación de resultados	4
3.1.1.	Alternativa obtenida.....	4
3.1.2.	Alcance de la alternativa	4
3.2.	Aspectos básicos de la alternativa.....	5
3.2.1.	Antecedentes	5
3.2.2.	Justificación	5
3.3.	Objetivos	7
3.3.1.	General.....	7
3.3.2.	Específicos	7
3.4.	Estructura general de la propuesta	7
3.4.1.	Título	7
3.4.2.	Componentes	7
3.5.	Resultados esperados de la alternativa	9
3.1.	CONOGRAMA DEL PROYECTO	¡Error! Marcador no definido.
	Bibliografía	2

INTRODUCCIÓN

La presente investigación está dirigida en determinar la contribución del trabajo profesional basado en el colegio de Periodistas de la ciudad de Quevedo en el año 2019. Las redes sociales en la actualidad se han convertido una de las herramientas más importantes por considerarse una de las fuentes de información donde recabar datos.

Las redes son los protagonistas en el internet a nivel mundial, es así que depende del profesional en comunicación, investigar y presentar una información concisa, vale destacar que se debe identificar las fuentes confiables, para no confundir con datos no confirmados.

Los medios de comunicación de manera general cuentan con determinar la transmisión de información de manera audiovisual, datos y metadatos que permitan conocer y den a conocer sucesos que son transmitidos por los medios de comunicación a través de páginas web.

Capítulo I: Aquí se demostrarán los medios de comunicación desde la parte internacional, nacional, local e institucional que están basados en citas referentes al tema de investigación. Además, se abordará la situación problemática, problemas y subproblemas derivados, la justificación, los objetivos y la delimitación del aporte de investigación.

Capítulo II: En este capítulo se encuentra el marco teórico, el cual está basado en temas que se desprenden de las variables independiente y dependiente, además de dar a conocer los antecedentes de la investigación y las diferentes posturas teóricas según los autores. Permanece la hipótesis metodológica que se utilizara.

Capítulo III: Este capítulo se basa en los métodos que se utilizaron a lo largo del proyecto de investigación, demostrando como se obtuvieron los resultados y dando paso al planteamiento de fórmulas que permitan conocer el número de profesionales en el ámbito que hay en el de la ciudad de Quevedo.

CAPÍTULO I DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1. IDEA O TEMA DE INVESTIGACIÓN

Las redes sociales y su contribución en el trabajo profesional periodístico de la ciudad de Quevedo en el año 2019.

1.2. MARCO CONTEXTUAL

1.2.1. Contexto internacional

Eran mediados de los 90. No hacía mucho, Tim Berners-Lee había creado la World Wide Web, pero la conexión de internet se hacía por teléfono y poca gente tenía correo electrónico. Netscape era el principal buscador. En esa época, en medio de un boom de las compañías puntocom, un visionario empresario se reunió con unos amigos con el propósito de idear un negocio que aprovechara esta poderosa herramienta de internet. (BBC News, 2019)

En el siglo XXI ha traído consigo no solo una revolución en las redes sociales a nivel internacional, sino también nuevas maneras de ligadas en gran medida al desarrollo de internet y las tecnologías de comunicación, de igual manera es un medio importante ya que nos podemos comunicar con familiares que se encuentran fuera de nuestro país teniendo un celular de alta gama y con alguna tarifa de internet accesible todos puede navegar y comunicarse sin problema.

Siendo así que los ciudadanos en el contexto internacional de las redes sociales también forman parte de la publicación de la información, haciendo que los medios impresos apuesten por un medio digital hoy en día, aunque un periodista no es profesional en comunicación social es más ellos se sienten atraídos por lo que pueden encontrar en una red social, la tecnología avanza con el día a día solo debemos encontrar la manera adecuada de saber utilizarla.

1.2.2. Contexto nacional

Las redes sociales siendo en la actualidad un tema político relevante para la sociedad ya que en la actualidad la mayoría que usa estos sitios web son los estudiantes ya que utilizan

constantemente estas redes haciendo que capten más el interés de ellos mismo que cualquier otra cosa que estén haciendo.

Hoy en día este tema de redes sociales y que red social es la más utilizada es tomado como un boom en lo político económico y sobre todo en lo social nos daremos cuenta que es una base fundamental estar ligado a una de estas dichas redes porque nos permiten en todos los sentidos aclarar dudas en base a alguna información siendo este de un sitio web periodístico.

En el Ecuador el informe inicia exponiendo la cantidad de usuarios ecuatorianos en internet, cuya cifra asciende a un promedio de 13,5 millones, mientras que el promedio de usuarios móviles es del 92%. Además, se proporcionan el número de usuarios en las distintas redes sociales y hacen un recuento de las páginas web más visitadas o más usadas por los ciudadanos del país, las plataformas sociales encabezan la lista de preferencias siendo así FACEBOOK, YOU TUBE, INSTAGRAM, TWITTER Y WHASTAPP, esto nos da a evidencia que las redes sociales tiene una fuerte presencia en la vida de los ecuatorianos y tienen interacción con ellos varias veces en su día a día.

Se ha dicho que las redes sociales facilitan el diario vivir en todos los sentidos por lo que sin necesidad de comprar un periódico o algún medio de comunicación impreso existe la manera más rápido de enterarnos de una información y facilita que los medios radiales o televisivos den la información mucho más relevante he inmediato que otro medio.

1.2.3. Contexto local

En el cantón Quevedo de la provincia de Los Ríos lo esencial en medios digitales son evidentes por su contribución de ¿ y los mismo son para los que quieren posicionarse en la comunicación social, se puede decir que existen 6 medios digitales que buscan captar seguidores a través de las redes sociales.

No obstante, todo este factor es importante para los periodistas que ejercen en los medios de comunicación y aun que la información se publique después, o al día siguiente de una edición de un periódico local siga vigente en el caso que si llegase a ocurrir un accidente donde fallecieran una familia completa, esa noticia se torna nacional, pero para los primeros

incautos por así decirlo serán quienes lo andarán publicando sin necesidad de alguna autorización.

Quevedo al ser considerado una ciudad con notable desarrollo económico vive en ambiente político, económico y social, los medios de comunicación locales digitales que gozan de popularidad y aceptación ante un gran público es sujeto a críticas no solo por lo que ocasiona sino también por la facilidad que le dan al ser humano de tener un avance como toda ciudad espera ya que estos medios se prestan para dar una información.

1.2.4. Contexto institucional

Las redes sociales ante el panorama social han provocado la revolución de la web siendo esta una herramienta representativa que permite el aprendizaje colaborativo e involucra espacios de intercambios de información que fomenta la cooperación. Las redes sociales no pueden ser obviadas para su estudio, ya que los alumnos deben tomar responsabilidad al momento de utilizar dichos sitios web.

Cada uno de los medios de comunicación del cantón cuentan con popularidad aceptación con un público que está siempre atento a sus informaciones especialmente los medios de comunicación, debido a su alcance llegando a los rincones más apartados con información que es transmitida a todo público que dependen de ellos para estar informados.

En Quevedo es una de las poblaciones que no se queda atrás en el mundo de la tecnología, como es notorio cada vez se va avanzando y podemos notar una mayor fuente de información y la manera más rápida de laborar tanto para profesores y para los alumnos. Los medios que conforman los avances tecnológicos y los que conforman parte de los medios digitales son aldia.com, el Diario el Río, RVT satelital etc. Hay medios que se unieron a la innovación de lo digital.

1.3. SITUACION PROBLEMÁTICA

No toda red social es positiva debido a que cierta información que publican los usuarios o medios de comunicación no son verídicas pues muchas veces los datos compartidos en dicha red son hechos por personas que desean alarmar o más solo fastidiar o así mismo hacer daño considerado, así como una información falsa.

Por lo que en estos últimos años periodistas desarrollaron capacidades analísticas sobre las redes sociales que se puedan crear, y los objetivos que puedan tener detrás de una página siendo esta con dicha información puede ser viral ante el mundo entero. Es gratificante se multipliquen a mil por millón, esto es una ventaja porque entre más personas conozcan la información ya que habrá más cobertura de dicha página web, pero se preguntarán si causa daño alguno y pues si dañaran ya que varios casos no son confirmados, contrastado o corroborados se puede decir que eso no es noticia.

1.4. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.4.1. Problema General

¿De qué manera inciden las redes sociales en el trabajo profesional periodístico en la ciudad de Quevedo?

1.4.2. Sub - problemas o derivados

¿Cómo las redes sociales contribuyen en el trabajo profesional de los periodistas en la ciudad de Quevedo?

¿De qué manera aportan las redes sociales en el trabajo profesional de los periodistas?

¿Cómo el manejo adecuado de las redes sociales optimizaría los recursos digitales en el desarrollo periodístico de los comunicadores sociales del cantón Quevedo?

1.5. DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

El presente trabajo de investigación se encuentra delimitado de la siguiente forma:

- **Delimitador espacial:** Colegio de Periodistas.
- **Objeto de estudio:** Redes Sociales.
- **Campo de acción:** Comunicación Social.
- **Línea de investigación de la Universidad:** Educación y desarrollo social.

- **Línea de investigación de la facultad:** Talento humano, educación y docencia.
- **Línea de investigación de la carrera:** Periodismo investigación sustentable aplicado a nuevas tecnologías.
- **Sub-Línea de investigación:** Comunicación Digital.
- **Delimitador temporal:** Noviembre 2019 – Febrero 2020.
- **Delimitador demográfico:** Los beneficiarios directos de la presente investigación, serán los socios del Colegio de Periodistas de la ciudad de Quevedo.

1.6. JUSTIFICACION

En primera instancia la información que se encuentra en una red social no puede ser considerada como una noticia y por eso para algunos periodistas no lo son incluso son considerados como un rumor siendo así para dar paso a la investigación periodística. En esta presente investigación se trata de determinar que en una jornada normal profesional que laboran en medios de comunicación de Quevedo se les hizo la pregunta de cuánto tiempo usaban una red social y si aquello influye para la búsqueda de la noticia en el cantón Quevedo.

Al igual se trata de detectar ventajas y desventajas, siendo la comunicación un eje fundamental para desarrollarse en la sociedad, he visto la necesidad de que se establezca la información clara z oportuna sobre esta manera periodística de dar datos a los receptores en este caso siendo los jóvenes de este centro educativo.

Muestra de lo que se puede hacer a nivel general para la población, ya que este sería un ejemplo claro que se puede desarrollar para bajar la balanza en contra del desconocimiento que se podría tener del tema y dar a notar que con una buena explicación y ganas de aprender. Otros de los beneficios son sin lugar a duda el ser conocedores de la información que se esté suscitando en este momento en cualquier lugar del mundo, así como también el ser saber de lo que una o varias personas opinen sobre el tema.

1.7. OBJETIVOS

1.7.1. Objetivo general

Determinar la contribución de las redes sociales en el trabajo periodístico en la ciudad de Quevedo, año 2019.

1.7.2. Objetivos específicos

- Investigar las redes sociales más utilizadas por los profesionales en el ámbito periodístico en la ciudad de Quevedo, año 2019.
- Identificar si las redes sociales son un medio de comunicación confiable en el trabajo periodístico profesional.
- Diseñar un taller de manejo eficaz en redes sociales para optimizar recursos digitales en el desarrollo periodístico de los comunicadores sociales del cantón Quevedo.

CAPITULO II

MARCO TEORICO O MARCO REFERENCIAL

2.1. MARCO TEORICO

2.1.1. Marco conceptual

LAS REDES SOCIALES

En las últimas décadas las redes sociales han experimentado una gran evolución, y con ella se han multiplicado y diversificado las posibilidades de estos nuevos medios. En la actualidad el uso que hacen de esta tecnología es prácticamente diario: consulta de paginas web, correo electrónico. El tema seleccionado se basará en un análisis de las redes sociales para de esta manera conocer su influencia en la formación de estudiantes de los distintos colegios. El propósito es dar a conocer por que estas redes captan la atención casi inmediata de los estudiantes ocasionando que muchas veces pierdan el control de lo que estaban haciendo.

Las redes como Facebook, Twitter, YouTube entre otras son algunas de las redes mas utilizadas por colegas ya que estas han permitido que estos se mantengan en constante interacción de manera gratuita, sencilla y rápida. Las redes sociales como tal son una herramienta de comunicación muy eficaz e importante para los estudiantes, siempre y cuando no sean influenciados por las mismas, el mal uso de estas puede causar distracción, perdida de tiempo y privacidad, entre otros aspectos negativos que a su vez pueden llevar a muchos de los adolescentes a tener problemas con las demás personas ya que no dan un buen manejo a ciertas redes (VIVIANA, 2015)

Gracias a las redes hoy tenemos la oportunidad de interactuar con otras personas, beneficio que los adolescentes han aprovechado al máximo ya que en su mayoría son ellos los que más acceso hacen a esta. La comunicación mediante una red social se vuelve mas amplia, medio por el cual podemos expresar nuestros saberes, sentimientos, imágenes, canciones entre otras. Nose puede dejar de mencionar que de cierto modo este tipo de comunicación está desplazando poco a poco a la comunicación por el teléfono fijo, ahora es mucho más fácil entrar a internet hacer una video llamada que tomar el teléfono de la casa y conversar por este medio ya que muchos de los jóvenes ya esto paso de moda.

Para ciertas personas al principio era algo extraño que todos que todos desearan explorar, mientras que hoy en día para la mayoría ya forma parte de la vida cotidiana, informar acerca de los lugares que se visita, de los pensamientos o de los actos que ejecutan a través de un simple clic en su computador o celular. Las redes sociales viven su momento de éxito, este moderno invento hace que la sociedad se llene de curiosidad siendo varias las causas que los lleva a experimentar.

Podemos decir que las redes sociales tienen muchos beneficios para las personas puesto que intervenir en una red social empieza por encontrar allí con quienes compartir nuestros intereses, preocupaciones o necesidades, estas redes dan la oportunidad de que las personas se sientan integradas a un grupo, de la misma manera tiene sus desventajas mucho de los estudiantes que la utilizan agregan información excesiva en sus espacios, colocan información sin ninguna clase de restricción y precisamente ese es el problema, ya que esta información es utilizada por delincuentes por lo que se encuentran relacionados con las nuevas tecnologías.

El mal uso de este implemento tecnológico puede causar distracción una pérdida de tiempo o a su vez aspectos negativos como la falta de privacidad, al igual puede ser utilizada para un buen necesario trayendo consigo beneficios importantes a las personas incluyendo a las que no están inmersos en este avance, las redes sociales no son solo eficientes para profesionales o para las empresas, sino que también son muy utilizadas por los estudiantes mientras sean bien utilizadas.

La influencia de las redes sociales en los estudiantes es un problema mundial que poco a poco se incrementa de manera casi imparable, en la actualidad es algo normal observar a un estudiante en horario de clases con su móvil en mano con total concentración haciendo que olvide que se encuentra con algún docente. Este problema se puede decir que viene desde el hogar porque no le prestan atención a lo que el estudiante se dedica hacer con su celular dejando a un lado las tareas u otros oficios.

Las redes sociales son sitios que les permiten a los individuos interactuar unos con otros sin importar que tan lejos se encuentren, son una comunidad que fue creada con el único fin de tener un intercambio constante de información, intereses, ideas y opiniones entre personas con los cuales compartan sus mismos gustos o a las ves para relacionarse con los demás

TRABAJO PROFESIONAL PERIODISTICO

La importancia de la verificación permanente de datos investigados ha hecho que los periodistas se inquieten por alcanzar la veracidad del tema ya que se impuso como una necesidad, sabemos que no se necesita ser un periodista profesional que trabaja en un medio o empresa informativa para tener claro y hacer un acuerdo con el lector, ni para adoptar una disciplina, una ética y unas directrices con las cuales podamos encontrar hechos, contra la verdad, revelar por medio de la investigación, hacer comentarios explícitamente parciales o informar por cualquier otro medio que escojamos. Si ayuda aprender de quienes se han dedicado profesionalmente a ello durante un tiempo, ya sea yendo a una escuela de periodismo o en el trabajo, ya que es una gran ventaja tener director que te guíe, para no cometer errores al momento de desarrollar la profesión. (Garton, 2017)

El trabajo periodístico trata de llevar y llegar con la verdad o, al menos a una parte importante de ella, buscar todas las fuentes posibles, incluidas las que son difíciles o peligrosas de alcanzar. Comprueba los hechos acerca de la calidad de la información, una de las formas más puras es la del testigo presencial en el momento del acontecimiento, es hay cuando el buen periodista trata de narrar o contar la historia, de describir, mostrar, explicar y analizar la información.

La definición de periodista resulta difícil separarla de la nueva acepción del periodista multimedia por la ya infalible referencia a la labor de difusión informativa a través de la red en diferentes soportes que realizan los informadores. Un periodista es la persona que se dedica profesionalmente al periodismo, en cualquiera de sus formas, ya sea en la prensa escrita, fotografía, radio, televisión o medios digitales.

En categórica, a pesar de la variedad de tareas u obligaciones que puedan existir, el periodista realiza una función principal y básica la que es informar. La acción de comunicar la interpretación que construye de la realidad y la labor de integración y mediación con la sociedad al difundir informaciones, interpretaciones que construye de la realidad y la labor de integración y mediación con la sociedad al difundir informaciones y establecer opiniones. Todo ello, con el único fin último de enlazar a la elite social y política con el público, en el más alto sentido de responsabilidad social y trabajo social en el que debe entenderse el trabajo profesional del periodismo. (Diaz, 2002)

En las diferentes definiciones de periodistas multimedia surgen diferentes términos para aludir a una realidad, como periodista digital o periodista multimedia, un profesional conoce la estructura

informativa propia de los medios que domina rutinas productivas que le capacitan para producir con garantías información en tiempo real, una información no puede ser ficticia ni mucho menos no tener veracidad, para poder dar a conocer la información ante el mundo el periodista debe hacerle arreglos y estar plenamente seguro de que es una noticia eficaz.

A las cualidades atribuida al periodista tradicional hay que añadir la de los periodistas que trabajan con medios digitales, los cambios tecnológicos deben potenciar dos cualidades especialmente, la versatilidad y la polivalencia por lo que es capaz de dominar una serie de tarea que engloban, el acceso, el manejo, la interacción, la creación y la evaluación de los mensajes informativos. (Diaz, 2002)

Medios de comunicación

Dentro de la sociedad los medios de comunicación juegan un rol importante dentro del cual evalúan y difunden asuntos de interés público donde se demuestran las realidades del ser humano y sus repercusiones. Los medios de comunicación masivos contribuyen a construir realidades y desde allí a determinar que sucesos son relevantes para dar a conocer y desde que medida se debe hacer, para la demostración de la vivencia diaria de la sociedad vulnerable.

En su investigación (Boni, 2005) define a los medios de comunicación como instrumentos en permanente evolución, ya que a través de los años su forma de transmitir información se ha hecho bastante masiva e instantánea. El término medio de comunicación se hace una referencia al instrumento o forma de contenido por el cual se realiza el proceso comunicacional o de comunicación.

Hoy en día los individuos y las comunidades acceden a este tipo de canal para tener material informativo que describe, explica y analiza datos y acontecimientos de diversos tipos, pueden ser: políticos, económicos, sociales o culturales, y también pueden referirse al nivel local o al contexto mundial.

Los medios de comunicación social han protagonizado el gran encuentro informativo del siglo XX. Prensa escrita, radio y televisión conviven y participan en el proceso de globalización de las sociedades y nadie pone en duda que los medios informativos desempeñan un papel relevante en la vida cotidiana de los ciudadanos ejerciendo un poder de transformación en la sociedad.

Fernández García & García Rico (2001), en su exploración sobre los medios de comunicación expresan lo siguiente:

Nadie pone en duda el papel tan fundamental que tienen los medios de comunicación en nuestras vidas. Si prensa radio y televisión conviven y participan en el proceso de globalización de las sociedades es lógico pensar que desde diferentes sectores educativos, pedagógicos y familiares se empiecen a plantear la importancia que deben de tener en el proceso educativo la presencia de los medios de comunicación.

Ante esta realidad no se debe apartar la mirada crítica, se debe realizar un análisis más exhaustivo de los medios de comunicación aprovechando las múltiples ventajas educativas y culturales que ofrecen, como herramientas pedagógicas imprescindibles en las aulas.

Los medios de comunicación ayudan a que las personas se relacionen con el mundo y que a su vez puedan conducirse a la sociedad más globalizada. Actualmente los ciudadanos están más informados, debido a que existen múltiples medios con información de interés público. Los medios convencionales están acercando al ser humano a una actualidad más rápida que la de hace varios años atrás.

Fines y características

El propósito principal de los medios de comunicación es, precisamente, comunicar con objetividad, pero según su tipo de ideología puede especializarse en informar, educar, transmitir, entretener, formar opinión, enseñar, controlar, entre otros.

Positivas

Las características positivas de los medios de comunicación residen en que posibilitan que amplios contenidos de información lleguen a extendidos lugares del planeta de forma inmediata, como pueden ser noticias, avances tecnológicos, descubrimientos científicos, entre otros.

De esta forma más personas tienen acceso a este tipo de información de manera inmediata. Los medios de comunicación, de igual manera, hacen posible que muchas relaciones personales se mantengan unidas o, por lo menos, no desaparezcan por completo a medida que facilitan la comunicación en tiempo real. Otro factor positivo se da en el ámbito económico: quien posea el uso de los medios puede generar un determinado tipo de conciencia sobre una especie de producto, es decir pueden generar su propia demanda, ya que los medios muchas veces cumplen la función de formadores de opinión. Entonces, visto desde el ámbito empresarial, es un aspecto ampliamente positivo al hacer posible el marketing y anuncios para el mundo.

Negativas

Las características negativas recaen en la manipulación de la información y el uso de la misma para intereses propios de un grupo específico. En muchos casos, tiende a formar estereotipos, seguidos de muchas personas al alcance que adquiere el mensaje en su difusión (como sucede al generalizar personas o grupos).

Otro aspecto negativo de los medios masivos de comunicación radica en que la censura no es absoluta, por lo tanto, menores de edad pueden tener acceso a contenido explícito como es el caso de la televisión o internet.

Clasificación

En su aporte (Otero, 1997), ha separado en tres categorías a los medios de comunicación, a partir de su teoría:

- **Medios primarios:** Sin máquinas, por ejemplo, la voz humana.
- **Medios secundarios:** Uso de ayudas técnicas por parte del emisor del mensaje, por ejemplo, un periódico.
- **Medios Terciarios:** El emisor y el consignatario usan las máquinas, por ejemplo, la radio.

La investigación etnográfica del consumo de los medios de comunicación ha demostrado que algunos contenidos mediáticos constituyen auténticos recursos sociales, es decir, que activan una serie de procesos de identificación que contribuyen a producir, reproducir o reforzar un sentido de identidad de los individuos, y de pertenencia a determinados grupos sociales o comunidades.

Clasificación de los medios de comunicación

Medios masivos

Los medios de comunicación masiva, son aquellos canales o instrumentos que permiten transmitir un mismo mensaje para que sea recibido por una enorme cantidad de personas en forma simultánea. Por su masividad, se habla de audiencias o públicos a la hora de referirse a los receptores de los mensajes transmitidos por esta vía.

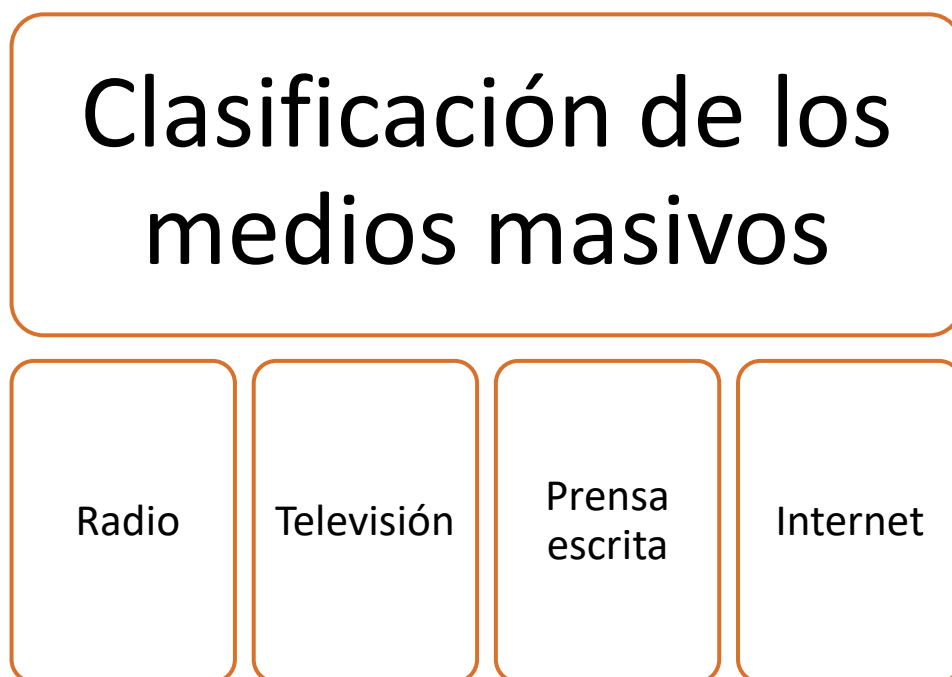


Ilustración 1 Clasificación de los medios masivos

Por: Yuleydi Zambrano Cagua

Los medios de comunicación de masas tienen considerable importancia en las actuales sociedades, pues estos suponen un recurso de poder en tanto son instrumentos potenciales de control social, por ser fuentes de información casi imprescindibles para el funcionamiento de las instituciones sociales; además forman parte de una esfera en la que se dirimen asuntos de los sectores públicos, tanto nacionales como internacionales.

Redes Sociales

En su aporte investigativo (Villa, 2010), las redes sociales son sitios de internet formados por comunidades de individuos con intereses o actividades en común (como

amistad, parentesco, trabajo) y que permiten el contacto entre estos, con el objetivo de comunicarse e intercambiar información. Los individuos no necesariamente se tienen que conocer previo entrar en contacto a través de una red social, sino que pueden hacerlo a través de ella, y ese es uno de los mayores beneficios de las comunidades virtuales.

Las redes sociales, en el mundo virtual, son sitios y aplicaciones que operan en niveles diversos como el profesional, de relación, entre otros, pero siempre permitiendo el intercambio de información entre personas y/o empresas. Cuando hablamos de red social, o que viene a la mente en primer lugar son sitios como Facebook, Twitter y LinkedIn o aplicaciones como snapchat e Instagram, típicos de la actualidad. Pero la idea, sin embargo, es mucho mas antigua: en la sociología, por ejemplo, el concepto de red social se utiliza para analizar interacciones entre individuos, grupos, organizaciones o hasta sociedad enteras desde el final del siglo XIX. (STATION, 2017)

En internet, las redes sociales han suscitado discusiones como la de falta de privacidad, pero también han servido como medio de convocatoria para manifestaciones públicas en protestas. Estas plataformas crearon, también, una nueva forma de relación entre empresas y clientes, abriendo caminos tanto para la interaccion, como para el anuncio de productos o servicios.

En general, ingresar en una red social es muy sencillo, ya que simplemente implica rellenar un cuestionario con datos personales básicos y así obtener un nombre de usuario y contraseña, que le servirán al usuario para ingresar de manera privada a la red. Mientras el usuario cumpla los requisitos para el registro en dicha red (por ejm. Mayoría de edad), podrá hacerlo sin inconvenientes. (Raffino, 2019)

Las redes sociales son comunidades formadas por diferentes usuarios y organizaciones que se relacionan entre sí en plataformas de internet, en redes sociales como Facebook, twitter, google o LinkedIn, se pueden formar grupos y compartir información y elementos multimedia como imágenes o videos esto según los intereses de los usuarios. (Jevons, 2018)

Muchas personas creen que las redes sociales y social media son lo mismo y que los términos se pueden utilizar como sinónimos, pero no es cierto. Social media es el uso de tecnologías para hacer interactivo el dialogo entre personas, mientras que red social es una

estructura social formada por personas que comparten intereses similares, como ya detallamos en el ítem anterior. (STATION, 2017)

El principal propósito de las redes sociales es el de conectar personas. Completas tu perfil en canales de social media e interactúas con las personas con base en los detalles que leen sobre ti. Se puede decir que las redes sociales son una categoría de social media a su vez, es un término amplio, que abarca diferentes medios, como videos, blogs y las ya mencionadas redes sociales. Para entender el concepto, se puede mirar lo que comprendíamos como medios antes de la existencia de internet: radio, tv, periódicos, revistas. Cuando los medios de comunicación estuvieron disponibles en internet, dejaron de ser estáticos, pasando a ofrecer la posibilidad de interactuar con otras personas. (STATION, 2017)

Estos datos revelan, una vez más, lo indispensable en que se han convertido estas plataformas, no solo para la comunicación entre las personas, sino para el posicionamiento de las marcas. Sin embargo, redes sociales hay muchas, así que aquí te contamos cuales son las más utilizadas, esto en fusión de la cantidad de usuarios activos en el transcurso de este año. De acuerdo con estudio realizado por statista firma proveedora de datos, este es el top 10 de las plataformas más usadas.

1. **Facebook:** 2.320 millones de usuarios.
2. **YouTube:** 1.900 millones de usuarios.
3. **WhatsApp:** 1.600 millones de usuarios.
4. **Messenger:** 1.300 millones de usuarios.

Facebook: Fue creado alrededor de 2004 por un grupo de estudiantes liderado por Mark Zuckerberg, con el objetivo de mantener en contacto a los estudiantes de la universidad de Harvard (USA). Sin embargo, al poco tiempo cualquier persona con una cuenta de correo electrónico podía unirse. Así, Facebook empezó a ganar popularidad en el ambiente estudiantil.



YouTube: Es la principal red social de videos online de la actualidad, con más de 1.000 millones de usuarios activos y más de 500 millones de videos visualizados diariamente, fue fundado en 2005.



WhatsApp: Es red social de mensajería instantánea más popular, prácticamente toda la población que tiene un Smartphone tiene también el WhatsApp instalado. En 2017, también entro en la moda de los stories e implemento la funcionalidad, que fue bautizada como “WhatsApp status”.



Messenger: Es la herramienta de mensajería instantánea de Facebook. Fue incorporada a Facebook en 2011 y separa para la plataforma en 2006, con la separación, la descarga de la aplicación Messenger se ha vuelto prácticamente obligatoria para usuarios de la red social vía smartphone ya que ya no es posible responder mensajes por la aplicación de Facebook.



Recordemos que el contenido en español ocupa la cuarta posición en el mundo, representando a una población de 20 países y más de 600 millones de habitantes, por lo que es importante tener a mano esta información.

El origen de las redes sociales es bastante reciente, se puede decir que surgen en 1995 con la creación de classmates.com, a manos del estadounidense Rady Conrads. Esta red social buscaba reunir ex compañeros de colegio, o universidad. Luego, al ver que el proyecto era exitoso, comenzaron a parecer nuevas redes que pretendían reunir amigos, y para el año 2003 ya se habían hecho populares sitios como LinkedIn y MySpace, con objetivos más específicos. (Raffino, 2019)

El entorno empresarial se adapta constantemente para estar al día con la demanda y oferta mundiales, y los sistemas ERP. Utilizados para apoyar las actividades económicas tienen que evolucionar para estar a la par. Las nuevas tendencias en tecnología, como las redes sociales, están cambiando el concepto de sociedad que tenemos, así como la forma en que hacemos negocios. Esto significa que las herramientas de social media están desempeñando un papel mayor en los negocios y, como tal, no deben ser ignoradas. Deben ser utilizadas para impulsar la comunicación y cooperación entre los grupos de interés que impactan al negocio.

Todos los que han tenido alguna experiencia de redes sociales saben que su éxito radica en la simplicidad. Por lo tanto, dar a la gente medios sencillos para colaborar con su comunidad de trabajo y tener fácil acceso a la información crítica en cualquier dispositivo, resulta en mejor eficacia de ERP. Y, dado que las soluciones de este tipo son comúnmente el sistema de negocios más importantes que la empresa despliega, dar a la gente una forma de controlar y optimizar su experiencia ERP acelerará su adopción y el retorno de la inversión. (Barajas, 2013).

VENTAJAS

Reencuentro con desconocidos.

Oportunidad de integrarse en reuniones vías online.

Favorecen contactos afectivos nuevo como: búsqueda de pareja, amistad o compartir intereses sin fines de lucro.

Compartir momentos especiales con las personas cercanas a nuestras vidas.

Atraviesan fronteras geográficas y sirven para conectar gente sin importar la distancia.

Perfectas para establecer conexiones con el mundo profesional.

Nos mantiene actualizados acerca de temas de interés, además permiten asistir a eventos, participar en actos y conferencias.

La comunicación puede ser en tiempo real.

Pueden generar movimientos masivos de solidaridad ante una situación de crisis.

Dinámicas para producir contenido en internet.

DESVENTAJAS

Los malos comentarios generados en la red pueden proporcionar una mala imagen de la empresa.

La capacidad para enviar mensajes es poca y muchas veces se abrevian demasiado la información.

Los usuarios pueden abusar de estas plataformas o usarlas con fines no profesionales.

Absorben el tiempo de los trabajadores y los agobian con el uso de tantas tecnologías.

Algunos usuarios se dedican a hacer spam.

Los dispositivos móviles tienen que contar con la capacidad de conectarse al sistema central de la organización para abarcar todas las funciones, como generación de informes, revisión de estadísticas, o la búsqueda de clientes particulares y ver sus interacciones, pedidos o entregas tardías. Para los usuarios, esta funcionalidad abre la posibilidad de trabajar de manera remota.

Tener que encender el computador en casa y conectarse a algún tipo de sistema a distancia es una forma anticuada de acceder a la información. Especialmente si esta al teléfono con un cliente y requiere acceso instantáneo a los datos críticos. A diferencia de la

tradicional conexión a través de PC en red, los softwares ERP ahora pueden ser accedidos mediante aplicaciones de office a través de computadores portátiles, internet o los dispositivos móviles que prefiera, como teléfonos inteligentes o tablets. (Barajas, 2013)

Este paso es muy importante principalmente para reducir el costo por Lead calificado. La idea es enfocarse en los leads que poseen el fin ideal para invertir esfuerzos en quienes realmente tienen potencial para convertirse en tu cliente. No intentes abarcar todo el mundo, eso solo va a perjudicar tu estrategia.

Lo esencial aquí, es tratar de resolver el problema de los clientes lo más rápido posible y nunca ignorarlos o borrar sus comentarios. Esto puede generar una repercusión mucho mayor y más negativa que el comentario inicial. Es importante alinear un canal directo entre el responsable de la atención en el canal con el área de soporte de la empresa. El enfoque es dar la mejor solución al cliente, que muchas veces solo puede venir de especialistas.

Las redes sociales son estructuras formadas en internet por personas u organizaciones que se conectan a partir de intereses o valores comunes. A través de ellas, se crean relaciones entre individuos o empresas de forma rápida, sin jerarquía o límites físicos.

Las redes sociales en los periodistas

Ya no existe sociedad sin internet. ¿puedes imaginarte sin buscar cosas en Google o sin mantener conectado con sus amigos y familiares durante el día Probablemente no. El dominio de internet y su influencia en nuestras vidas es gigante, principalmente con el trabajo profesional del periodista y la transformación. Actualmente más de 3.800 millones de personas en todo el mundo están conectados al mundo virtual. (Obeso, 2013)

Una multitud de personas usan el internet y cada persona dará una respuesta favorable y otras dirán que las redes no son beneficiosas siempre se ve de los dos ángulos que las redes son y no son beneficiosas, tradicionalmente, una red social se ha definido como un conjunto de personas que se encontraran en un entorno virtual. Hoy las redes sociales le dan protagonismo a los usuarios y a las comunidades que estos confirman. Estos sitios web facilitan la comunicación entre las personas, el intercambio de información.

El papel del periodista

Este tema es uno de los más importantes porque podemos darnos cuenta que para el periodista o para el dueño de una empresa o medio de información es muy importante el tema de la innovación porque si yo tengo una empresa lo primero que voy a querer es que sintonicen mi sitio de información para así ganar espacio en el tema de las informaciones.

Mediante un sitio web, pero siempre y cuando tomando las mayores de las responsabilidades sabiendo que la integridad del ser humano es lo primero ya que no puedo sacar una noticia errónea a la luz. Las características esenciales del periodista son el afán por averiguar el porqué de las cosas, debe ser curioso, crítico, hasta cierto punto impertinente. Además, debe ser intuitivo, tener capacidad de asombro y tener mucha vocación.

Hay que recalcar que estamos en una nueva era digital donde para casi todo se utiliza el internet y es la innovación y sabiendo que algunos medios tradicionales pueden subir con en esta nueva etapa de resolución, el papel del periodista siempre será necesario porque su figura no se puede sustituir por otros medios. Es decir que, aunque el soporte físico cambie, la figura del periodista como intermediario entre la sociedad para transmitir los hechos que suceden siempre estará presente y tendrá un papel que cumplir.

Futuras generaciones

Las futuras generaciones de profesionales deben escuchar con interés lo que otro periodista tenga para enseñarle ya que uno va aprendiendo a través de los años y con cada experiencia que realice como dicho periodista porque es necesaria para la profesión, como un desarrollo de la información, el derecho a la intimidad y el establecimiento de sus límites y un tema de relevante actualidad esos son cientos puntos que un periodista debe tener claro. (Liso, 2007)

Si los medios de comunicación de masa construyen la realidad social e inciden en lo que la opinión pública conoce, el periodismo de investigación colabora en esa tarea aportando nuevos temas para la agenda mediática y ampliando el espectro de los acontecimientos noticiosos. Aun embargo, el periodismo de la investigación se separa del

resto de las practica periodísticas, en este caso acontecimiento y noticia es lo mismo, una investigación periodística, por su naturaleza de ir a buscar aquello que se resiste a ser revelado, descubre o crea el acontecimiento. (Klein, 2001)

Periodismo en redes sociales

Las asignaturas periodismo digital y redes sociales está orientada al aprendizaje de los fundamentos teóricos y tecnológicos básicos del periodismo, los contenidos de los contenidos, y las herramientas necesarias en la rutina del trabajo periodístico de los medios de comunicación en internet.

En las distintas unidades didácticas el alumno conocerá las bases de la redacción en internet, los conceptos básicos de la redacción en la gestión de contenido, la integración de contenido multimedia y elementos interactivos, el uso periodístico de las redes sociales y blogs, podrán profundizar en el uso del internet como fuente y de medio de medios, la usabilidad y arquitectura de la información en internet (Herrera, 2012)

Los conocimientos de la asignatura se adquieren a través del estudio razonando de todas las unidades didácticas del manual, así como del material didáctico que se ponga a disposición de los estudiantes en aulas virtuales. Además, es preciso que los estudiantes realicen las actividades de evaluación continua y aprendizaje planificadas que el alumno encontrara definidas en la guía docente de la asignatura en su respectiva aula virtual. (Herrera, 2012)

Las dudas conceptuales o procedimentales que surjan tras el estudio razonando de las unidades de la manuela y del material complementario deben planearse en el foro de tutorías correspondiente activado en el mismo, sin perjuicio de que puedan ser, así mismo, formuladas por via telefónica, de acuerdo con el horario de tutorías establecidas.

Los géneros periodísticos son formas de expresión escrita que difieren según las necesidades u objetivos de quien lo hace en la prensa se diferencian 3 tipos de géneros periodísticos

- Informativo

- Opinión
- Interpretativo

Cualquier periodista que se precie debe conocer los distintos géneros periodísticos que existen para poder abordarlos debidamente. En estas líneas trataremos de distinguirlos y describir sus principales características, igual que existen varios tipos de texto los géneros periodísticos son modalidades de piezas periodísticas, formas de expresión según las necesidades del periodista.

El objetivo de estos recursos es siempre fortalecer en el lector la certidumbre de credibilidad. Esto no quiere decir que el acontecimiento relatado sea falso y se necesite simular la veracidad, sino que se trata de un código entre periodistas y el lector en el que se sobre entiende que el contenido de la noticia es información y no ficción, deseo o punto de vista. (Ladeveces, 1991)

Principales métricas de redes sociales

Alcance:

Es lo que va a mostrar cuantos usuarios alcanzo la publicación esto no significa que interactuaron con la publicación ni que se detuvieron a leerla. Entonces ¿Por qué esto es importante para ti? Por qué te va ayudar a entender como tus publicaciones se están desempeñando de acuerdo con el algoritmo de Facebook.

Trafico:

Si sus redes sociales no están trayendo de alguna manera de tráfico para tu sitio web o blog. Estas haciendo algo muy mal. Entender como llevas a un usuario por el embudo de tu empresa es esencial y las redes sociales tienen un papel muy importante el de adquisición.

Interés:

Es aquí que vez quienes son los verdaderos seguidores de tu marca y quien está dispuesto a interactuar contigo es decir son los números de like, las veces que comparten y comentan tu publicación.

Crecimiento del canal:

Mientras más grande tu base de seguidores, más personas tienen posibilidad de alcanzar. Pero este puede ser un número traicionero, pues no siempre el crecimiento.

Uso de redes sociales en los periodistas

El uso de las redes sociales forma parte del día a día de los periodistas ya sea para informarse o difundir su información sin embargo también están surgiendo redes sociales al estilo Tinder para unir a los periodistas con otros miembros de la sociedad. El funcionamiento de las plataformas es simple, en primer lugar, el periodista sabe sobre el tema en el que está trabajando, añadiendo etiquetas sobre la temática en cuestión y en el tiempo en el que expira su petición. (Justo, 2019)

2.1.2. MARCO REFERENCIAL SOBRE LA PROBLEMÁTICA DE INVESTIGACIÓN

2.1.2.1. Antecedentes investigativos

La cómoda situación de los medios y de los periodistas que detectan el monopolio de la información en la sociedad se está acabando. Una parte de los periodistas profesionales se consideraban a sí mismo una elite con poder exclusivo para imponer el control de los debates. Pecaban de orgullo creyendo que tendrían para siempre a sus pies un lectorado pasivo y cautivo-Cuando la blogosfera comenzó a crecer, hacia 2003, una cantidad importante de profesionales protegidas sin estar presentes en las redes y sin someterse al verídico de internet es, por así decirlo, imposible.

Como podemos notar los medios de comunicación son fase fundamental en el vivir para el ser humano por que los medios dominantes no dejan de alentar a los internautas a que se conviertan en periodistas. Constantemente les piden que suban sus páginas web fotografías, videos o comentarios. Podemos notar que en la presenta investigación tomamos en cuenta lo que nos pide que las redes sociales si son o no favorables para los periodistas.

2.1.2.2. Categoría de análisis

Categoría de análisis 1: las redes sociales

Definición: entre las más utilizadas por los periodistas que laboran en medios de comunicación es Facebook que fue creada en el 2004 por Mark Zuckerberg quien estudiaba en la universidad de Harvard. Cuyo objetivo fue comunicarse de una manera más fácil y directa a través del internet. Aunque cuando inició solo era una red que tenía coberturas para estudiantes. Seguido está WhatsApp creada 2009 y Instagram creada en 2010.

Operación de las subcategorías

- Internet.
- Celular.
- Computadora.
- Aplicaciones.

Categoría de análisis 2: Fuentes de información.

Definición: Las fuentes de información para los periodistas se pueden clasificar en muchas, pueden ser directamente e indirecta determinando las circunstancias.

Operación de las subcategorías

- Redes sociales.
- Medio digitales.
- Persona.
- Periodista colegas.

2.1.2.3. Postura teórica

En este caso tenemos muchos rezagos en cuanto la adopción de la tecnología ya que como tal es un avance. La tecnología es parte de nuestra vida y que como tal vemos estar adaptados a estos cambios. La información y las comunicaciones han generado cambios e innovaciones que han influido significativamente en la vida de los jóvenes, ya que las han incorporado de manera habitual. Las redes sociales han traído beneficios a la población. (Jaso, 2017)

El uso de computadoras no se relacionó con el uso de los móviles. En conclusión, es importante el estudio del uso y adicción a los dispositivos móviles y las redes, ya que mientras la popularidad crece, aumentan de manera similar los factores de riesgo ante una conducta no saludable del uso de la tecnología.

En los últimos años se ha investigado el uso del internet, incluyendo cuestiones relacionadas con problemática sobre su uso, entre ellas la denominada adicción a internet. Se ha asociado con la partida de control, una reducción de actividad física, privación del sueño, mentir sobre su uso.

2.1.2.4. Hipótesis

2.1.2.4.1. Hipótesis general

Las redes sociales contribuyen en el trabajo profesional periodístico de la ciudad de Quevedo.

2.1.2.4.2. Sub-hipótesis o derivadas

Investigando las redes sociales más utilizadas por los profesionales en el ámbito periodístico en la ciudad de Quevedo, año 2019.

Identificando si las redes sociales son un medio de comunicación confiable en el trabajo periodístico profesional

Diseñando un taller de manejo eficaz en redes sociales se optimizaría los recursos digitales en el desarrollo periodístico de los comunicadores sociales del cantón Quevedo.

2.1.2.5. Variables

Variable dependiente

- Redes sociales.

Variable independiente

- Trabajo profesional.

CAPITULO III

3.1. RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

3.1.1. Resultados obtenidos de la investigación

Producto de la investigación se evidenciaron muchas eventualidades que permitieron aclarar las hipótesis planteadas producto del resultado de la investigación utilizando los diferentes tipos de información recabada a los periodistas de la ciudad de Quevedo sobre el tema investigado, señalando las diferentes variables que fueron analizadas para luego operacionalización las variables y de estas actividades se generen las diversas categorías y subcategorías y los diferentes indicadores e ítems que tributen a la elaboración de una encuesta diversa para lograr obtener los resultados en la investigación.

Las redes sociales como principio básico de la información denotan que debe prevalecer la veracidad y la autenticidad al momento de comunicarse un hecho noticioso, el mismo con el cual tomemos en cuenta que la información digital ante la ciudadanía es fundamental, obteniendo resultados básicamente positivos sobre ellas.

3.1.1. Pruebas estadísticas aplicadas

En el trabajo de investigación podemos notar que las redes sociales son herramientas utilizadas por los periodistas de manera constante en la que se lograron evidenciar además aspectos muy importantes en la que las redes sociales son las herramientas más eficaces para llegar a diferentes puntos o receptores con el mensaje, permitiendo el proceso de la comunicación.

En la presente investigación podemos notar que los resultados obtenidos por la encuesta realizada nos dicen que ciertos periodistas son frágiles ante lo que nosotros llamamos sitios web o medios digitales, todo periodista debe tener en cuenta que las noticias que van a dar a conocer no son un juego por lo que estamos haciendo hincapié a la integridad de los ciudadanos.

Cuando se realiza una investigación, se enumera no solo a una población que no va dirigida solo a la gente de fuera sino también a una empresa o industria. Es importante tener en cuenta a nuestra población a la que en este caso se estudiara, en este caso el cuestionario contara con 10 preguntas fáciles y sencillas para que los periodistas en este caso encuestados puedan responderlas con la mayor sinceridad posible.

1.1.2 Análisis e interpretación de datos

1. Hace uso de redes sociales en actividades periodísticas

Variable	Cantidad	Porcentaje
Siempre	55	47 %
Casi siempre	4	40 %
A veces	3	13 %
Nunca	1	0 %
Total	63	100%

Tabla 1 Hace uso de redes sociales en actividades periodísticas



Gráfico 1 Hace uso de redes sociales en actividades periodísticas

Análisis e interpretación de resultados

Del 100% de encuestados un 47% manifiestan que siempre hacen uso de las redes sociales, mientras que un 40% de periodistas casi siempre, un 13% a veces y un 0% nunca. Por lo tanto se indica que los periodistas hacen uso de las redes sociales para el desarrollo de sus actividades periodísticas como siempre, casi siempre, a veces y nunca.

2. De las siguientes redes sociales, ¿cuáles son las redes sociales que más utiliza para actividades periodística?

Variable	Cantidad	Porcentaje
Facebook	58	92 %
Instagram	5	8 %
Word presse	0	0 %
WhatsApp	0	0 %
Total	63	100%

Tabla 2 De las siguientes redes sociales, ¿cuáles son las redes sociales que más utiliza para actividades periodística?

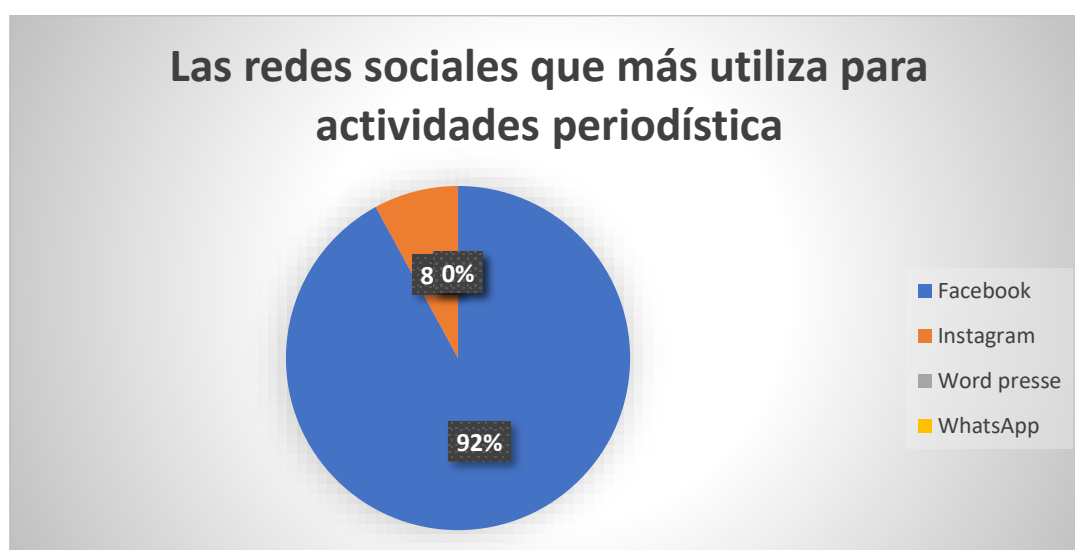


Gráfico 2 De las siguientes redes sociales, ¿cuáles son las redes sociales que más utiliza para actividades periodística?

Análisis e interpretación de resultados

Del 100% de encuestados un 92% manifiestan que siempre hacen uso de las facebook, mientras que un 8 % de periodistas instagram, un 0% wordpress y un 0% whatsapp. Por lo tanto se indica que los periodista hacen uso de las redes sociales para el desarrollo de sus actividades periodísticas.

3. ¿De la red social escogida, cual le ha permitido lograr el proceso de la comunicación de manera adecuada?

Variable	Cantidad	Porcentaje
Facebook	58	92 %
Instagram	5	8 %
Twitter	0	0 %
WhatsApp	0	0 %
Total	63	100%

Tabla 3 De la red social escogida, cual le ha permitido lograr el proceso de la comunicación de manera adecuada

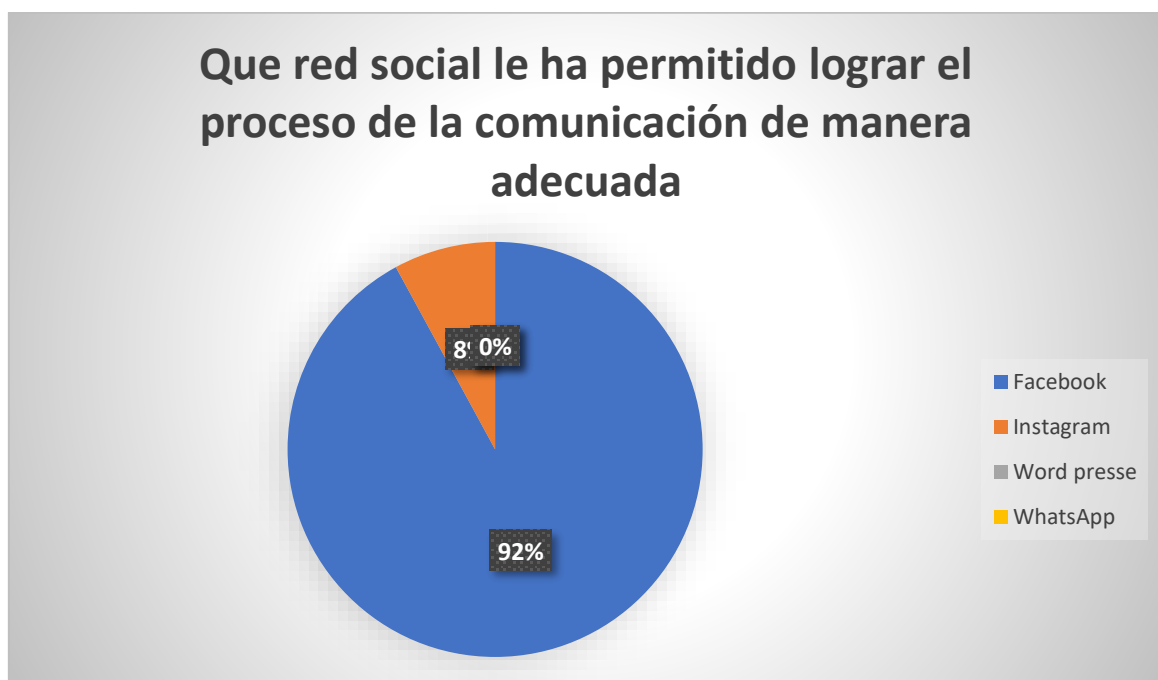


Gráfico 3 De la red social escogida, cual le ha permitido lograr el proceso de la comunicación de manera adecuada

Análisis e interpretación de resultados

Del 100% de encuestados un 92% manifiestan que siempre hacen uso de las redes sociales, mientras que un 8 % de periodistas casi siempre, un 0% a veces y un 0% nunca. Por lo tanto se indica que los periodistas la red social escogida, le ha permitido lograr el proceso de la comunicación de manera adecuada

4. ¿La información periodística que aparecen en las redes sociales son veraces?

Variable	Cantidad	Porcentaje
Si	60	95 %
No	3	5 %
Total	63	100%

Tabla 4 La información periodística que aparecen en las redes sociales son veraces



Gráfico 4 La información periodística que aparecen en las redes sociales son veraces

Análisis e interpretación de resultados

Del 100% de encuestados un 95 % manifiestan que las redes sociales SI son veraces, mientras que un 5% de periodistas dice que NO. Por lo tanto se indica que los periodistas si le son veraces la información que se da mediante esos medios de comunicación.

5. ¿Existe confiabilidad en las noticias que se generan a través de redes sociales?

Variable	Cantidad	Porcentaje
Si	56	89 %
No	7	11 %
Total	63	100%

Tabla 5 Existe confiabilidad en las noticias que se generan a través de redes sociales



Gráfico 5 Existe confiabilidad en las noticias que se generan a través de redes sociales

Análisis e interpretación de resultados

Del 100% de encuestados un 89 % manifiestan que las redes sociales SI son veraces, mientras que un 11% de periodistas dice que NO. Por lo tanto se indica que los periodista si le es confiable la información que se da mediante esos medios de comunicación.

6. ¿Cree usted que un taller contribuirá para identificar noticias contextualizadas?

Variable	Cantidad	Porcentaje
Si	59	94 %
Ocasionalmente	0	0 %
No	4	6 %
Total	63	100%

Tabla 6 Cree usted que un taller contribuiría para identificar noticias contextualizadas?

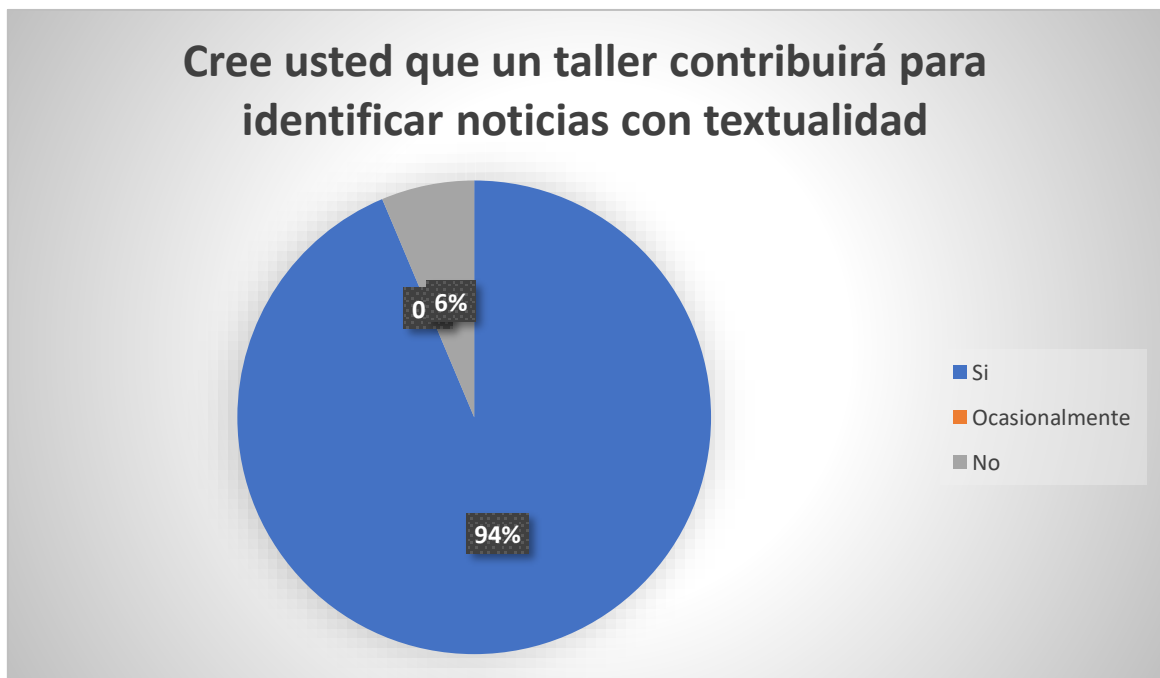


Gráfico 6 Cree usted que un taller contribuiría para identificar noticias contextualizadas?

Del 100% de encuestados un 94 % manifiestan que las redes sociales SI son veraces, un 0% ocasionalmente, mientras que un 6% de periodistas dice que NO. Por lo tanto se indica que los periodistas creen que un taller contribuiría para identificar noticias contextualizadas para una buena información.

7. Estaría dispuesto a asistir a talleres referentes al periodismo digital

Variable	Cantidad	Porcentaje
Si	50	79 %
Ocasionalmente	13	21 %
No	0	0 %
Total	63	100%

Tabla 7 Estaría dispuesto a asistir a talleres referentes al periodismo digital



Gráfico 7 Estaría dispuesto a asistir a talleres referentes al periodismo digital

Del 100% de encuestados un 79% manifiestan que las redes sociales SI son veraces, un 21% ocasionalmente, mientras que un 0% de periodistas dice que NO. Por lo tanto se indica que los periodistas asistirían a un taller referente al periodismo digital para realizar una buena información.

8. Cree usted que es necesario saber sobre esta nueva forma de conocer e informar las noticias

Variable	Cantidad	Porcentaje
Si	62	98 %
Ocasionalmente	1	2 %
No	0	0 %
Total	63	100%

Tabla 8 Cree usted que es necesario saber sobre esta nueva forma de conocer e informar las noticias

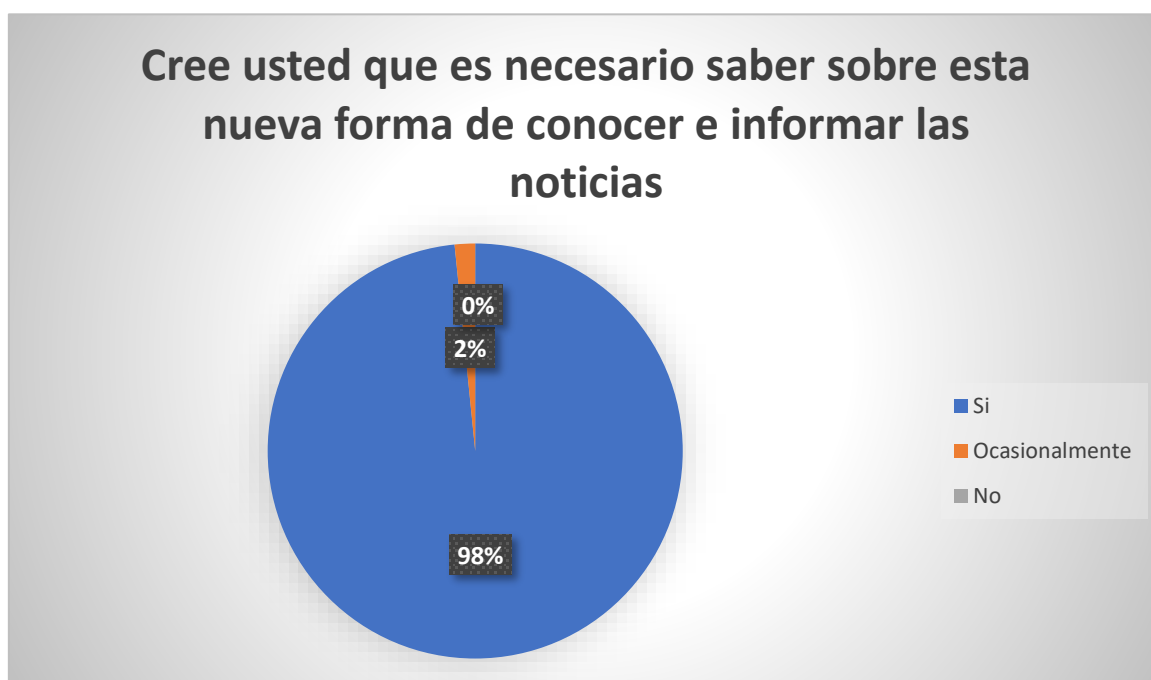


Gráfico 8 Cree usted que es necesario saber sobre esta nueva forma de conocer e informar las noticias

Del 100% de encuestados un 98% manifiestan que las redes sociales SI son veraces, un 2% ocasionalmente, mientras que un 0% de periodistas dice que NO. Por lo tanto se indica que los creen necesario saber sobre estas formas de conocer e informar las noticias.

9. Considera usted que las redes sociales, influyen en el tipo de comunicación de los ciudadanos

Variable	Cantidad	Porcentaje
Si	55	87 %
No	8	13 %
Total	63	100%

Tabla 9 Considera usted que las redes sociales, influyen en el tipo de comunicación de los ciudadanos



Gráfico 9 Considera usted que las redes sociales, influyen en el tipo de comunicación de los ciudadanos

Del 100% de encuestados un 98% manifiestan que las redes sociales SI son veraces, un 2% ocasionalmente, mientras que un 0% de periodistas dice que NO. Por lo tanto, se indica que las redes sociales, influyen en el tipo de comunicación de los ciudadanos.

10. Qué tipo de red social usted prefiere al momento de dar una noticia

Variable	Cantidad	Porcentaje
Facebook	56	89 %
Instagram	4	6 %
Wordpress	0	0 %
WhatsApp	3	5 %
Total	63	100%

Tabla 10 Que tipo de red social usted prefiere al momento de dar una noticia



Gráfico 10 Que tipo de red social usted prefiere al momento de dar una noticia

Del 100% de encuestados un 89% manifiestan que al momento de dar una noticia utiliza Facebook, mientras que un 6% de periodistas Instagram, un 0% WordPress y un 5% WhatsApp. Por lo tanto, se indica que los periodistas hacen uso de las redes sociales para el desarrollo de sus actividades periodísticas.

3.3. CONCLUSIONES GENERALES Y ESPECÍFICAS

3.3.1. Conclusión general

Después de elaborar la investigación pertinente sobre el tema y el haber desarrollado las encuestas correspondientes las cuales fueron elaboradas para 63 periodistas de la ciudad de Quevedo, asumo que la existencia de las redes sociales es necesaria en el ámbito periodístico siendo este una herramienta como soporte para estar en contacto con los ciudadanos al momento de dar una información, esta propuesta busca consolidarse en el proceso de la comunicación de manera especial con el claro objetivo de emplear las técnicas y herramientas necesarias de la información.

3.3.2. Conclusiones específicas

Los periodistas hacen uso de las redes sociales en gran porcentaje lo que indica que las utilizan para sus actividades periodísticas; entre ellas Facebook e Instagram

Las redes sociales cuentan con criterios de veracidad cosa inexistente en el resultado de la encuesta a los periodistas

Las redes sociales fomentan la investigación hacia un tema en específico haciendo que sea una manera más rápida de informar.

3.3. RECOMENDACIONES GENERALES Y ESPECÍFICAS

3.3.1. Recomendación general

Esta propuesta está dirigida a los periodistas del cantón Quevedo con el fin de que esta propuesta tribute en su desempeño laboral en su área específica, se puede englobar a la comunicación ya que debe ser de manera veraz concisa y precisa ante la ciudadanía. Por lo que no se debe dar una información que sea falacia, recordando que esta en juego su carrera. Los aprendizajes sobre la comunicación digital son con el fin de que el avance tecnológico debe estar desarrollados paso a paso para una buena información

3.3.2. Recomendaciones específicas

Es necesario que el periodista se encuentre empapado del tema digital ya que le favorece en su desempeño laboral en el área específica que se encuentre.

La comunicación social de manera especial debe actualizarse con estos medios de la tecnología avanzada para la elaboración y desarrollo de la información

Los medios de comunicación hacen uso de estas redes para la información concreta y sin tanto rodeos, siendo una forma básica de informar los hechos ocurridos a la ciudadanía.

CAPITULO IV.- PROPUESTA DE APLICACIÓN

3.1. Propuesta de aplicación de resultados

3.1.1. Alternativa obtenida

Taller “Eficacia de las redes sociales en el desarrollo periodístico de los comunicadores del cantón Quevedo”.

Esta investigación obtiene como finalidad de implementar a los periodistas que se relacionan un poco más con el tema de las redes sociales en cuanto a la obtención de datos e información noticiosa sobre algún hecho, además de que los sitios web se convierten en una herramienta poderosa profesionalmente y debe ser utilizada de manera adecuada y eficaz.

3.1.2. Alcance de la alternativa

Durante el ejercicio periodístico los comunicadores tienen ciertos elementos que les permiten realizar su trabajo y a su vez la existencia de mucha información a su alrededor, es inconcebible que se desconozca la información que aparece en la web, la misma que debe ser tratada con objetividad y parcialidad para que durante el proceso comunicacional se cumplan con dicho proceso. Para dar cumplimiento a lo establecido en el presente proyecto de la realización de un taller que permita que el comunicador acantonado en esta ciudad y puedan desarrollar con eficacia el uso y aplicación de las redes sociales con responsabilidad social.

Con el avance tecnológico se han creado páginas web las cuales para ciertos periodistas es complicado que de cumplimiento con las normas requeridas es por ello que se les pide la actualización de información para que el receptor esté a gusto con la noticia realizada con responsabilidad, con el fin de que los usuarios interactúen haciendo comentarios y preguntas.

3.2. Aspectos básicos de la alternativa

3.2.1. Antecedentes

Para abordar esta temática “Eficacia de las redes sociales en el desarrollo periodístico de los comunicadores del cantón Quevedo”; se ha procedido generar un sinnúmero de investigaciones que se relacionen con el tema en mención, producto de la recopilación de información ha permitido generar ciertos puntos de vistas en relación con el tema que motiva esta investigación, donde han surgido una serie de información válida para el diseño de este taller.

Se puede indicar en este apartado que toda vez que los periodistas del cantón Quevedo cuentan con diferentes ideas acerca del uso de las redes sociales, hay que entender que la mayoría tienen cuentas o usuarios de muchas redes sociales que las utilizan para fines particulares y en otros casos para el desarrollo de sus actividades periodísticas.

Entre otros aspectos estos tipos de talleres lo que buscan es que logre distinguir la importancia del periodismo y el uso correcto de las redes sociales ya que es una propuesta interesante por lo que la mayoría de periodistas hacen uso de aquellas, siendo generalmente de carácter personal para con el receptor dando a conocer un tema concreto y una información veraz.

3.2.2. Justificación

Se pretende con el Taller “Eficacia de las redes sociales en el desarrollo periodístico de los comunicadores del cantón Quevedo”; lograr que los responsables de transmitir la información de manera oportuna, objetiva, y veraz hacia el receptor sea la idónea para y que los de comunicadores conozcan realmente que el uso adecuado de las redes sociales para que en lo posterior de sus actividades puedan plasmar un resultado positivo producto de su trabajo o labor comunicacional.

Mediante esta propuesta se plantea ejecutar una charla informativa que permita inducir o motivar a los periodistas a generar una búsqueda real y oportuna de la información y esta a su vez que reciba un tratamiento eficaz durante tratamiento de la información.

Con la siguiente propuesta se busca que los periodistas usuarios del internet interactúen y se eduquen sobre todos los temas relacionados con las redes sociales creando incluso circulo de amistad con aquellas

3.3. Objetivos

3.3.1. General

Socializar la Guía Taller “Eficacia de las redes sociales en el desarrollo periodístico a los comunicadores del cantón Quevedo”.

3.3.2. Específicos

- Diagnosticar el nivel de conocimiento del uso y aplicación de redes sociales en el desarrollo periodístico.
- Generar un debate sobre Eficacia de las redes sociales en. el desarrollo periodístico
- Generar una plenaria sobre la Guía Taller “Eficacia de las redes sociales en el desarrollo periodístico.

3.4. Estructura general de la propuesta

3.4.1. Título

Eficacia de las redes sociales en el desarrollo periodístico

3.4.2. Componentes

El taller a realizar, es para dar a conocer la manera más conveniente de utilizar una red social en la cual se desarrollará como esta en el cronograma, la estructura a darse a conocer será de manera confiable. la misma que dependiendo del contexto, sea canal de comunicación yo o una radio o medio digital, los periodistas que interactúan los tipos de comunicación variada, ya que es por ellos que una información sea posible teniendo un poder de adaptación con una constante evolución y transformación siendo este una comunicación dinámica.

Taller – 1: La comunicación y las redes sociales

Fecha: 15/01/2020

Horario: 08:00 09:00

Beneficiarios: Yuleydi Zambrano

Día: Único

Hora	Objetivo	Procesos actividades	Recursos	Responsable
08:00		Bienvenida	Oratoria	Comunicador social responsable de la propuesta
08:10		Motivación Video usos de redes sociales https://www.youtube.com/watch?v=_1DBsCs7bqA	Equipo multimedia (Micrófono, computadora infocus) Recursos de oficinas	
08:25		Inicio de la plenaria	Oratoria	
08:45		Preguntas y respuestas	Oratoria	
09.00		Retroalimentación	Oratoria	

3.5. Resultados esperados de la alternativa

Con el desarrollo de los talleres realizados a los periodistas en la ciudad de Quevedo, se logró que estos profesionales adquieran conocimientos sobre el uso adecuado de las redes sociales y la contribución que tienen las mismas, en el ejercicio profesional.

Como tal, se logró el compromiso de los profesionales asistentes, con el fin de mejorar el manejo de los medios digitales. Tomando en cuenta las recomendaciones que fueron impartidas en los talleres.

ANEXOS





Bibliografía

- Barajas, G. (2013). *avance tecnologicos*. <http://www.emb.cl/gerencia/articulo.mvc?xid=3250&ni=como-las-redes-sociales-y-los-avances-tecnologicos-estimulan-la-revolucion-erp>.
- BBC News. (9 de Junio de 2019). *Six Degrees: cómo fue y quién creó la primera red social de internet, inspirada por la teoría de los "seis grados"*. Recuperado el 26 de Diciembre de 2019, de Redacción BBC News Mundo: <https://www.bbc.com/mundo/noticias-48558989>
- Boni, F. (2005). *Teorías de los medios de comunicación*. Barcelona, España: Universidad Auntonoma de Barcelona.
- Diaz, j. (2002). *funciones del periodista*. Obtenido de funciones del periodista: <file:///C:/Users/Administrador/Downloads/Dialnet-LasFuncionesInalterablesDelPeriodistaAnteLosPerfil-5008444.pdf>
- Garton, T. (17 de abril de 2017). *en que consiste el buen periodismo*. Obtenido de en que consiste el buen periodismo: <https://www.letraslibres.com/mexico/revista/en-que-consiste-el-buen-periodismo>
- Herrera, D. (2012). *periodismo digital y redes sociales*. <https://www.udima.es/es/periodismo-digital-redes-sociales.html>.
- Jaso, J. L. (2017). *redes sociales*. <https://www.elsevier.es/es-revista-acta-investigacion-psicologica-psychological-111-articulo-conducta-adictiva-redes-sociales-su-S2007471917300546>.
- Jevons, W. S. (2018). *redes sociales* . <https://economipedia.com/definiciones/redes-sociales.html>.
- Justo, A. (2019). *asi son las redes sociales para los periodistas*. <https://blogthinkbig.com/redes-sociales-periodistas>.
- Klein, D. (2001). *el papel del periodista*. http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n22/22_dklein.html.
- Ladeveces, L. (1991). *generos periodisticos* . <https://caracterurbano.com/literatura/generos-periodisticos>.

- Liso, M. A. (2007). *el papel del periodista*. https://www.elperiodicodearagon.com/noticias/la-cronica-de-calatayud/el-papel-periodista-es-clave-sociedad_342156.html.
- Moreno, M. (2015). *Como triunfar en redes sociales* . Madrid: Trece Bits .
- Obeso, P. (2013). *redes sociales en los periodistas*. <https://rockcontent.com/es/blog/que-son-las-redes-sociales/>.
- Otero, E. (1997). *Teorías de la Comunicación* . Santiago de Chile : Universitaria .
- Raffino, M. E. (2019). *Redes Sociales*. <https://concepto.de/redes-sociales/>.
- STATION, R. (2017). *REDES SOCIALES* . <https://www.rdstation.com/es/redes-sociales/>.
- Statista. (2019). *redes mas usadas* . <https://www.nextu.com/blog/top-10-redes-sociales/>.
- Villa, M. (2010). *Utilización de la Web 2.0 para aplicaciones educativas en la U.N.V.M.* Madrid : Eduvim .
- VIVIANA, M. (2015). *ANÁLISIS DE LA INFLUENCIA DE LAS REDES SOCIALES*. Guayaqui-Ecuador:
<file:///C:/Users/Administrador/Downloads/TESIS%20%20COMPLETA.pdf>.
- Zambrano, Y. (2020). *el papel del periodista*. quevedo.

