



UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, GESTIÓN
EMPRESARIAL E INFORMÁTICA**

CARRERA DE COMUNICACIÓN

**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL
TÍTULO DE LICENCIADO EN COMUNICACIÓN**

TEMA:

**“USO DE LAS REDES SOCIALES EN EL EJERCICIO PERIODÍSTICO
DE LOS AFILIADOS AL COLEGIO DE PERIODISTAS DE BOLÍVAR,
PERIODO ENERO – AGOSTO 2022”**

AUTOR:

MICHAEL EDUARDO VERGARA ORTIZ

DIRECTOR:

Lic. José Bladimir Guarnizo Delgado. MSc.

PAR ACADEMICO:

Lic. Pilar Chávez. MSc

Lic. Roció Núñez. MSc

GUARANDA - ECUADOR

2023

TEMA DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

Uso de las redes sociales en el ejercicio periodístico de los afiliados al Colegio de Periodistas e Bolívar, periodo enero – agosto 2022

AGRADECIMIENTO

Deseo expresar el agradecimiento a mi director de tesis, Lic. José Bladimir Guarnizo Delgado, MSc., por su tiempo y confianza, brindado en varias oportunidades y nunca haber defraudado su determinación, que me tuvo en mi formación como estudiante.

De igual manera agradezco a mis pares académicos: Lic. Pilar Chávez, MSc., y Lic. Roció Núñez, MSc., quienes me orientaron en mi proyecto de investigación, en estos últimos meses para poder culminar con tranquilidad el proceso de titulación.

Agradezco de igual manera a la Universidad Estatal de Bolívar, por habernos brindando excelentes grupos de docentes profesionales, de acuerdo a nuestra especialidad.

Michael Vergara

DEDICATORIA

Durante la trayectoria de mi vida, me pude dar cuenta, que hay varias cosas en las que soy bueno, encontré mis destrezas y habilidades que jamás pensé desarrollarlas al máximo, entendí que trabajar solo, no tiene el mismo resultado si lo realizo con la ayuda y compañía perfecta, a mi grupo de amigos verdaderos, agradecerles por su confianza brindada, y estar en unos de mis logros alcanzados.

Dedico de corazón el presente trabajo de investigación a mis padres, Klever Vergara y Sonia Ortiz, quienes, con sus enseñanzas y orden de vida, me han permitido diferenciar lo bueno y lo malo; a pesar de su pendencia mutua, siempre estuvieron presentes sus consejos, los cuales no me dejaron desfallecer en mis metas y propósitos a futuro.

De igual manera dedico esta investigación con mucho amor, a mi esposa Jessica Cornelio, quien estuvo apoyándome en cada decisión tomada, su paciencia y entrega conmigo, me guió a superar los retos de la vida, ser un mejor humano y profesional, a esa persona incondicional, le dedico mi tesis, porque gracias a ti, hoy puedo con amor y alegría, presentar y defender un trabajo académico con seguridad y confianza.

Michael Vergara

CERTIFICACIÓN DEL DIRECTOR Y PARES ACADÉMICOS

MSc. PILAR CHÁVEZ Y MSc. ROCÍO NÚÑEZ, MSc, JOSÉ BLADIMIR GUARNIZO, EN CALIDAD DE DIRECTOR Y PARES ACADÉMICOS Y PARES DEL TRABAJO DE TITULACIÓN, A PETICIÓN DE LA PARTE INTERESADA,

CERTIFICA

Que el señor **Michael Eduardo Vergara Ortiz**, estudiante de la Carrera de **Comunicación**, Facultad de Ciencias Administrativas, Gestión Empresarial e Informática, han cumplido con las sugerencias y recomendaciones emitidas por el suscriptor a su anteproyecto denominado **“USO DE LAS REDES SOCIALES EN EL EJERCICIO PERIODISTICO DE LOS AFILIADOS AL COLEGIO DE PERIODISTAS DE BOLÍVAR PERIODO ENERO- AGOSTO 2022, EN EL CANTÓN GUARANDA PROVINCIA DE BOLÍVAR, EN LOS MESES DE JUNIO – OCTUBRE 2020”**, en tal virtud facultamos a los interesados continuar con el desarrollo de su proyecto.

Es todo cuanto podemos certificar en honor a la verdad.

Guaranda febrero 23, 2023

Atentamente,



Firmado electrónicamente por:

**JOSE BLADIMIR
GUARNIZO DELGADO**



Firmado electrónicamente por:

**FATIMA DEL
ROCIO NUNEZ
AGUIAR**



Firmado electrónicamente por:

**PILAR JANETH CHAVEZ
CHACAN**

Lic. Bladimir Guarnizo. MSc Lic. Rocío Núñez MSc Lic. Pilar Chávez MSc.
DIRECTOR Par Académico Par Académico

DERECHOS DE AUTOR NOTARIZADO

Yo: **Michael Eduardo Vergara Ortiz**, portador de la Cédula de Identidad No: **0202308722**, en calidad de autor y titular de los derechos morales y patrimoniales Trabajo de Titulación: **“USO DE LAS REDES SOCIALES EN EL EJERCICIO PERIODÍSTICO DE LOS AFILIADOS AL COLEGIO DE PERIODISTAS DE BOLÍVAR, PERIODO ENERO – AGOSTO 2022”**. Modalidad **Proyecto de investigación**, de conformidad con el Art. 114 del **CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN**, concedemos a favor de la Universidad Estatal de Bolívar, una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra, con fines estrictamente académicos. Conservamos a mi/nuestro favor todos los derechos de autor sobre la obra, establecidos en la normativa citada.

Así mismo, autorizo/autorizamos a la Universidad Estatal de Bolívar, para que realice la digitalización y publicación de este trabajo de titulación en el Repositorio Digital, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

El (los) autor (es) declara (n) que la obra o objeto de la presente autorización es original en su forma de expresión y no infringe el derecho de autor de terceros, asumiendo la responsabilidad por cualquier reclamación que pudiera presentarse por esta causa y liberando a la Universidad de toda responsabilidad.

Nombres y Apellidos



(Firma Digital)

ÍNDICE DE CONTENIDOS

TEMA DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN	i
AGRADECIMIENTO.....	ii
DEDICATORIA	iii
CERTIFICACIÓN DEL DIRECTOR Y PARES ACADÉMICOS.....	iv
DERECHOS DE AUTOR NOTARIZADO.....	v
ÍNDICE DE TABLAS.....	x
ÍNDICE DE FIGURAS/GRÁFICOS/IMÁGENES	xi
INTRODUCCIÓN	1
RESUMEN	3
ABSTRACT.....	4
CAPÍTULO I	5
FORMULACIÓN GENERAL DEL TEMA	5
1.1.1 Descripción del problema	5
1.1.2 Formulación del problema.....	6
1.1.3 Preguntas de investigación.....	6
1.1.4 Justificación	7
1.1.5 Objetivos: General y Específicos	8
1.1.6 Idea a defender	9
1.1.7 Variables	9
1.1.8 Operacionalización de variables	10

CAPÍTULO II	12
MARCO TEÓRICO	12
2.1.1 Antecedentes	12
2.1.2 Científico	16
2.1.3 Conceptual	17
2.1.4 Legal	26
2.1.5 Georreferencial.....	28
CAPÍTULO III.....	30
METODOLOGÍA	30
3.1.1 Tipo de investigación	30
Enfoque de la investigación.....	31
3.1.2 Métodos de investigación	32
3.1.3 Técnicas e instrumentos de recopilación de datos.....	33
3.1.4 Universo, Población y Muestra	34
3.1.5 Procesamiento de la información	34
CAPÍTULO IV	35
RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	35
4.1.1 Análisis, Interpretación y Discusión de Resultados	35
CAPÍTULO V	74
Manual de Uso de las Redes Sociales.....	74
Introducción	75

Pilares de las redes sociales	76
Beneficios al usar las redes sociales	76
Riesgos al usar las redes sociales	77
Criterios para la creación de cuentas en redes sociales	78
Lenguaje visual y verbal para redes sociales	80
Discursos en redes sociales	80
Relación con el público en las redes sociales.....	81
Tipos de contenido	81
Redacción en las redes sociales.....	82
Principios básicos para publicar contenido	83
Uso de cada red social	84
Plan para publicar contenido	98
Guía para publicar imágenes y videos	98
Perfiles para la gestión en las redes sociales	99
Lineamientos y sugerencias para el uso de las redes sociales	101
6 CONCLUSIONES.....	103
7 RECOMENDACIONES.....	104
8 BIBLIOGRAFÍA.....	105
ANEXOS	112
8.1 ANEXO 1	112
CERTIFICADO DE URKUND	112
ANEXO 2.....	113
Presupuesto Ejecutado	113

ANEXO 3	114
Instrumentos de recopilación de datos	114
ANEXO 4	118
Guía de entrevista	118
Otros.....	121

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N° 1	10
Tabla N° 2	34
Tabla N° 3	35
Tabla N° 4	36
Tabla N° 5	37
Tabla N° 6	38
Tabla N° 7	39
Tabla N° 8	40
Tabla N° 9	41
Tabla N° 10	42
Tabla N° 11	43
Tabla N° 12	44
Tabla N° 13	45
Tabla N° 14	46
Tabla N° 15	47
Tabla N° 16	48
Tabla N° 19	113
Tabla N° 20	113
Tabla N° 21	113

ÍNDICE DE FIGURAS/GRÁFICOS/IMÁGENES

Gráfico N° 1.....	24
Gráfico N° 2.....	29
Gráfico N° 3.....	35
Gráfico N° 4.....	36
Gráfico N° 5.....	37
Gráfico N° 6.....	38
Gráfico N° 7.....	39
Gráfico N° 8.....	40
Gráfico N° 9.....	41
Gráfico N° 10.....	42
Gráfico N° 12.....	43
Gráfico N° 13.....	44
Gráfico N° 14.....	45
Gráfico N° 15.....	46
Gráfico N° 16.....	47
Gráfico N° 17.....	48

INTRODUCCIÓN

En la actualidad se vive una era tecnológica conocida como la sociedad de la información por lo que, profesionales del periodismo se ven inmersos en ella y les resulta importante conocer a profundidad cada una de las herramientas informáticas que permita ejercer su labor diaria (Benavides & Chávez, 2017). Gracias a las redes sociales y la web 2.0 que ha cambiado la concepción que tenía el mundo, ya es posible mantener informado al público acerca de hechos ocurridos en cualquier lugar del planeta sin el uso de otros dispositivos de transmisión ya que, basta con un celular y acceso a internet para la publicidad de noticias (Cao, 2020).

El internet y las redes sociales son considerados necesarios para el adelanto de la comunicación en la sociedad, hoy en día el acceso a la red de internet es factible en todo el mundo y en ciertos países es gratuito, esto hace elevar el índice de consumo de estas plataformas digitales en las personas (Díaz, 2018).

La aparición de las redes sociales como herramientas son indispensables para la sociedad permite determinar canales de comunicación con varios beneficios, así como la libre expresión, rápida expansión de información, actualización de noticias, interacción con diferentes personas entre otros.

Por lo tanto, las redes sociales son utilizados como medio de comunicación que demuestran la transformación de la realidad en la cual, el internet es considerado como un fundamento tecnológico para la sociedad de la información que ha permitido romper las barreras tanto de tiempo como espacio (Martínez & Arribas, 2019). Sin embargo, no todo el mundo confía en lo publicado por un periodista en su red social ya que, puede ser noticias falsas las cuales, generan desconfianza en la audiencia.

El presente trabajo de investigación se describe el “Uso de las redes sociales para el ejercicio periodístico de los afiliados en el Colegio de Periodistas de Bolívar”,

por medio de las plataformas de interacción social, este se divide por varios capítulos.

En el primer capítulo, se detalla la formulación del problema, el porqué de la investigación sus causas, justificación, objetivos, preguntas de investigación, idea a defender y las variables independiente y dependiente.

En el segundo capítulo, se visualiza el marco teórico, es decir el desglose de las variables extraídas a partir del tema de la investigación, para obtener la información necesaria, de la misma manera se describe la parte conceptual, científica y geo-referencial relacionada al trabajo investigativo.

En el tercer capítulo, se describe la metodología aplicada como el tipo de investigación, enfoque, métodos, población, muestra y las técnicas e instrumentos para la recolección de datos.

En el cuarto capítulo, se muestra el análisis y discusión de resultados obtenidos al aplicar los diferentes instrumentos mediante tablas y gráficos estadísticos para interpretarlos de manera adecuada.

En el quinto capítulo, se da conocer el manual del Uso de las redes sociales para el ejercicio periodístico para los miembros del gremio del Colegio de Periodistas de Bolívar.

Por último, se detalla las conclusiones y recomendaciones, mismas que ayuden a futuras investigaciones relacionadas al tema de investigación.

RESUMEN

En la presente investigación, se planteó como objetivo general describir el “Uso de las redes sociales para el ejercicio periodístico de los afiliados en el Colegio de Periodistas de Bolívar,”

Por medio de las plataformas de interacción social. Para lo cual, se centró en el análisis actual del uso de las redes sociales mediante un estudio tipo bibliográfico para recabar la información a través de libros, artículos científicos, revistas, archivos electrónicos, periódicos como soporte investigativo; descriptivo para el conocimiento del objeto de estudio; de campo para la obtención de datos por medio de la encuesta aplicada a 64 docentes del Colegio de Periodistas de Bolívar y entrevistas a diferentes representantes de la institución. Una recopilación de información se inició con la tabulación de datos por tablas y gráficos estadísticos con la utilización del Software SPSS. Como resultados se obtuvo la existencia de algunas deficiencias en la usabilidad de la red social y con esto un desbalance en el periodismo ya que, varios profesionales no están a la vanguardia de la tecnología, por esto, se diseñó un manual de uso de las redes sociales para mejorar las técnicas al utilizarse.

Palabras claves: Red social, periodismo, tecnología, ética profesional.

ABSTRACT

In the present investigation, the general objective was to describe the “Use of social networks for the journalistic exercise of members of the Bolívar.” College of Journalists through social interaction platforms. For which, it focused on the analysis of the current situation of the use of social networks through a bibliographic study to collect information through books, scientific articles, magazines, electronic files, newspapers as investigative support; descriptive for the knowledge of the object of study; field to obtain data through the survey applied to 64 teachers of the College of Journalists of Bolívar and interviews with different representatives of the institution. A compilation of the information began with the tabulation of data by tables and statistical graphs with the use of the SPSS Software. As a result, the existence of some deficiencies in the usability of the social network was obtained and with this an imbalance in journalism since several professionals are not at the forefront of technology, for this reason, a user manual for the networks was designed. social to improve the techniques to be used.

Keywords: *Social network, journalism, technology, professional ethics.*

CAPÍTULO I

FORMULACIÓN GENERAL DEL TEMA

1.1.1 Descripción del problema

El “Colegio de Periodistas de Bolívar”, ubicado en la ciudad de Guaranda parroquia Veintimilla Av. Cándido Rada y Guayaquil, es considerado una organización conformada por profesionales de la comunicación, quienes son abalados por la Federación Nacional de Periodistas del Ecuador y se rigen de acuerdo a la Ley de Ejercicio Profesional de Periodistas del Ecuador.

Las redes sociales han beneficiado a la sociedad, sin embargo, en los miembros del Colegio de Periodistas de Bolívar, se evidencia una brecha digital, que imposibilita tener las mismas oportunidades de acceso a la información, pues para algunos miembros del gremio, su uso se dificulta en la medida que se actualizan las herramientas tecnológicas y con ello, su desempeño profesional se vuelve deficiente debido a la disminución del nivel de análisis de problemas, y la posibilidad de desarrollar un trabajo específico, es decir no se puede realizar multitareas.

Los integrantes del gremio de periodistas, usan las redes sociales sin conocer las características y dimensiones que cada uno de ellas posibilitan, y por ende, sus aplicación en las redes sociales como: Facebook, Google, LinkedIn, Tik Tok, Twitter o Instagram, no generan las conexiones entre personas o grupos, no se puede interactuar con la sociedad de manera ágil y precisa; el nivel de conocimiento y destreza sobre el manejo de las redes sociales es débil, no permite crear contenidos, ni difundirlos en todo el proceso, ya que, obstaculiza recopilar la información de primera mano.

El inadecuado uso de las redes sociales dificulta el compartir la visión del Colegio de Periodistas de Bolívar, limitando la personalización del mensaje y la interacción directa con los miembros, no se maneja segmentación de públicos al interior ni hacia afuera del gremio, con ello se carece de una buena conexión

entre los actores sociales. La marca “COLPB” no tienen un entorno controlado, con ello se imposibilita la divulgación de las actividades realizadas por la organización a bajo costo.

Los periodistas trabajan con información, debido a las redes sociales consideradas como la fuente más importante de su accionar; sin embargo, el uso de esas herramientas digitales se dificulta a la hora de investigar, redactar, editar, presentar notas periodísticas o reportajes. El Colegio de Periodistas de Bolívar, pese a contar con medios de comunicación online, no permiten interactuar, ni aumentar las relaciones personales tanto al interior como al exterior, la formación de grupos de interés es muy escasa, por lo que, el nivel de participación de los miembros es casi nulo, a ello se asocia la mala auto apreciación de los periodistas, tener una mala salud mental, alto nivel de auto dependencia, niveles de angustia hasta problemas de salud mental.

El periodista profesional, al desconocer las características del correcto uso y beneficio de las redes sociales, podría ser cautivo de problemas sociales, como: el ciberbullying, grooming, sexting y adicción. Así como imprecisión para procesar de manera rápida la información, debido a que el acceso a múltiples fuentes a través de la Web y dispositivos dificulta su acción inmediata.

1.1.2 Formulación del problema

¿De qué manera, beneficia el uso de las redes sociales al ejercicio periodístico de los profesionales de la comunicación del Colegio de Periodistas de Bolívar?

1.1.3 Preguntas de investigación

¿Cómo usan las redes sociales los periodistas?

¿Cómo impacta la utilización de las redes sociales en la producción de contenidos noticiosos?

¿Cómo influye las redes sociales en la forma de pensar de los afiliados del Colegio de Periodistas de Bolívar?

¿Cuáles son los beneficios de uso de las redes sociales en el periodismo?

¿Cuáles son los retos del periodismo digital?

1.1.4 Justificación

La importancia del proyecto de investigación se sustenta en describir el adecuado uso de las redes sociales en el Colegio de Periodistas de Bolívar, para generar información hacia un público objetivo, a través de imágenes, datos, audios, videos, entre otras herramientas fundamentales para mantener comunicados a la sociedad en general.

El directorio del Colegio de Periodistas de Bolívar, ante el acelerado crecimiento de las tecnologías de la comunicación e información y por la necesidad de mejorar los procesos de comunicación en el ámbito interno y externo, busca insertarse en el mundo de la información,

mediante el uso de redes sociales con el fin de impartir contenidos ya sean: de servicios, productos u otro tipo que genere competitividad en el ámbito de competencia.

El tema propuesto es de actualidad ya que las redes sociales son constructores en internet utilizado por personas u organizaciones, como el Colegio de Periodistas de Bolívar, donde se conecta con intereses principios valores comunes, con relaciones intrínsecas entre los miembros de la organización y los diferentes organismos con los que interactúa.

Las redes sociales adquieren novedades científicas que permiten a los diferentes investigadores del Colegio de Periodistas de Bolívar, hacer uso de ellas, para incorporar aspectos que permitan actualizar sus conocimientos e intercambiar información en los diferentes campos exigidos por la investigación periodística, no solo a través de la divulgación científica, si no por medio de la visibilización del conocimiento no descrito en textos o bases de datos indexadas.

El trabajo de investigación se fundamenta debido que los periodistas requieren conocer las características y uso de las herramientas de internet, que les permita generar grupos de discusión y debate centrados en los géneros periodísticos con una visión de tiempo y espacio, donde se puedan intercambiar documentos, artículos, mensajes con versatilidad y agilidad.

El periodista debe convertirse en un especialista en redes ya que planifica analiza y crea contenidos de manera permanente para difundirlos en las redes sociales por ellos necesita contar con una comunidad online e interactuar con los usuarios en los casos de ser necesario.

La pertinencia, radica en el progreso de las redes sociales que permiten generar un aprendizaje colaborativo, que involucren diferentes aspectos de intercambio de información, en busca de cooperación, participación y conocimiento sobre el uso de las nuevas tecnologías de las informaciones usadas en las redes sociales y de esta forma: recoger, y procesar la información que el ámbito periodístico lo requiera.

1.1.5 Objetivos: General y Específicos

Objetivo General

Describir el uso de las redes sociales para el ejercicio periodístico de los afiliados en el Colegio de Periodistas de Bolívar por medio de las plataformas de interacción social

Objetivos Específicos

- Diagnosticar el uso de las redes en el Colegio de Periodistas de Bolívar.
- Relacionar la actividad del ejercicio periodístico con el uso de las redes sociales
- Realizar un manual para el uso de las redes sociales para el ejercicio del profesional del Colegio de Periodistas de Bolívar.

1.1.6 Idea a defender

El correcto uso de las redes sociales mejorará el ejercicio periodístico de los afiliados al Colegio de Periodistas de Bolívar.

1.1.7 Variables

Variables Independiente

Redes sociales

Variable dependiente

Ejercicio profesional

1.1.8 Operacionalización de variables

Tabla N° 1

Variables	Concepto	Dimensiones	Indicadores	Instrumento	Ítems
Redes Sociales	Permite la interacción social mediante la red de internet con el objetivo de impartir conocimiento, noticias, documentos u otro tipo de información.	Interacción social Internet Información	Impacto del uso de las redes sociales Frecuencia de uso de la red social	Encuesta	<ol style="list-style-type: none"> 1. ¿Utiliza redes sociales para informarse de los acontecimientos? 2. ¿Cuál es la red social que utiliza principalmente para informarse de los acontecimientos? 3. ¿Cuál es la red social que más usa para interactuar con su audiencia? 4. ¿Cuál es el uso que le da a las redes sociales en su vida cotidiana? 5. ¿Con qué frecuencia utiliza las redes sociales? 6. ¿Comparte información personal en las redes sociales?

Ejercicio profesional	El ejercicio periodístico se basa en informar acerca de hechos a través de medios de comunicación como prensa, televisión, radio y herramientas digitales.	Periodismo Periodismo digital	Estructura adecuada de contenido informativo Conciencia en la propagación de información Comentarios mencionados en la mesa de conducción. Publicidad de contenido real	Encuesta	<ol style="list-style-type: none"> 1. ¿El contenido que publica es atractivo para su audiencia? 2. ¿Considera que existe más interacción entre el público objetivo y el periodista al usar la red social como canal de comunicación? 3. ¿Qué cambios se han presentado al pasar del periodismo tradicional a lo digital? 4. ¿Cuál es la actividad que normalmente realizan los periodistas en las redes sociales para dialogar con su audiencia? 5. ¿Cuáles son los peligros de las redes sociales? 6. ¿Cuáles son los desafíos al usar las redes sociales para actividades periodísticas?
-----------------------	--	--------------------------------------	--	----------	--

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1.1 Antecedentes

El proceso de comunicación de los seres humanos ha avanzado con el tiempo, al igual que el periodismo, con un giro a la era digital mediante la innovación tecnológica. El internet presenta el 80% de la información mundial con acceso para cualquier usuario. Entre los recursos se encuentra los libros digitales y cadenas informativas con espacios online con el fin de identificar la veracidad de los contenidos publicados. El avance tecnológico ha permitido acceder a cualquier información solo con un clic.

Según Luque (2019) en su estudio titulado “Impacto de la tecnología en la sociedad: El caso de Ecuador” planteó como objetivo realizar un análisis comparativo de las ventajas y desventajas al usar varias herramientas tecnológicas en la ciudad de Ambato mediante una investigación bibliográfica y de campo con un enfoque mixto cuali-cuantitativo. Para lo cual, se aplicó un instrumento denominado test-retes para 100 estudiantes de la Universidad Técnica de Ambato. Se obtuvo como resultado, que la frecuencia en la utilización de redes sociales a cambiado en varios ámbitos como familiar, educativo y laboral que, en determinadas empresas al contratar un profesional buscan a quienes manejen al menos la parte básica en relación a la innovación tecnológica. De esta manera, se concluye que las TIC juegan un papel fundamental en las actividades cotidianas que han revolucionado las dinámicas sociales por esto, se recomienda mantener seguridad en la inserción del ámbito tecnológico para un adecuado desarrollo interpersonal y personal.

Lazo et al. (2017) en su estudio realizado en Cuba plantearon como objetivo analizar el impacto de las herramientas tecnológicas en la comunicación y la manera de reducir las brechas digitales en la actualidad para lo cual, se aplica una investigación bibliográfica – documental para la obtención de información

necesaria. Por ende, al igual que los autores citados concluyen que la innovación tecnológica en todos los ámbitos de la sociedad se ha dado a gran velocidad y en un proceso continuo con la aparición de las redes sociales, útiles para diferentes actividades, sin embargo, existen brechas digitales como el uso adecuado al propagar información ya que, en varias ocasiones el nivel de credibilidad es bajo.

Vintimilla (2017) en su investigación titulada “El internet y las redes sociales: Su impacto en los espacios informativos de los medios de comunicación”, planteó como objetivo analizar la influencia de la red de internet en el periodismo tradicional con el fin de recalcar la importancia de los medios y comunicación habitual. Para esto, se basó en una investigación bibliográfica, descriptiva y enfoque cualitativo debido al uso de buscadores para la recolección de información. Una vez obtenida la información se contrarrestó los datos existentes que identificó la importancia de las redes sociales para fortalecer la función del periodismo digital con el fin de crear confianza a la audiencia con la publicación de noticias actuales y reales que sean transmitidas por fuentes fidedignas. Y, de esta manera mejorar el canal de comunicación con el uso de nuevas tecnologías, sin embargo, la manera tradicional de comunicarse no se ha perdido sino ha adquirido significancia, con el pasar del tiempo y de la mano con las plataformas digitales consideradas como una herramienta necesaria para continuar con la labor periodística.

Con relación al trabajo mencionado, Cao (2020) sobre “Las redes sociales como generadoras de información periodística” planteó como objetivo principal demostrar la tendencia de los medios de comunicación con los tradicionales. El investigador aplicó una revisión bibliográfica para establecer las bases teóricas sobre el objeto de estudio, así como la comparación de diferentes casos acerca del uso de plataformas digitales en la actividad periodística. Con la información obtenida se concluyó que, las redes sociales se han convertido en importantes fuentes de información, misma que es vista a nivel mundial en cualquier lugar

y tiempo como lo es Sina Weibo y WeChat, considerado como el canal más usado para acceso y transmisión de la información. Sin embargo, mencionó los factores que influyen en el marco digital debido a la desinformación por cuentas falsas por lo que, recomendó informarse siempre por redes sociales propias de instituciones que propaguen información de interés y real que permita generar confianza con su público.

En la investigación realizada por Benavides y Chávez (2017) con su tema “Análisis del uso de la red social Facebook, como medio alternativo para el ejercicio del periodismo en páginas de fútbol”, para lo cual se basó en un estudio de enfoque mixto con un valor exhaustivo basado en las experiencias para lo cual, se aplicó varios instrumentos para la obtención de datos y a su interpretación. Así mismo, se mencionó el método de estudio como exploratorio, descriptivo y de campo con el fin de abarcar y llevar a cabo los objetivos planteados en el trabajo investigativo.

Con la información recolectada se mencionó que la investigación presentó experiencias y hechos fundamentales que ayudó a crear interés a la sociedad con el fin de incursionar en la rama del periodismo digital mediante las redes sociales, además estableció el impacto de nuevas herramientas como: YouTube, Twitter y Facebook que ayudan a la comunicación digital para fortificar el ejercicio periodístico en los alumnos de la Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua de la carrera de Comunicación. Respecto a su desarrollo, concluyen que, Facebook fue considerada como la red social que más predomina en Nicaragua debido a la variedad de beneficios dentro de la práctica respecto a la profesión periodística.

En Ecuador existen varios estudios relacionados a los periodistas y el uso de redes sociales para impartir contenido, como lo menciona Carrión & Carrascal (2021) en su estudio titulado “La comunicación digital durante la crisis social en Ecuador” plantearon como objetivo analizar el uso de las herramientas digitales por comunicadores en la ciudad de Guayaquil, además se exploró las

acciones de comunicación digitales relacionadas las protestas mediante una investigación descriptiva para conocer la generación de las redes sociales con un enfoque analítico cualitativo para el análisis de su importancia. Una vez obtenido la información necesaria a través de la encuesta aplicadas a comunicadores se concluyó que los medios digitales se han convertido en un canal creciente para propagar contenido en tiempo real considerado como un recurso de procesamiento, receptibilidad y emisión de información. Sin embargo se recomendó el uso adecuado de estas al subir noticias, las cuales deben ser verídicas para no causar desinformación a público objetivo.

De la misma manera, Martínez y Arribas (2019) en su estudio “El rol de las redes sociales para futuros periodistas” planteó como objetivo indagar los diferentes usos y preferencias del dominio y consumo de las redes sociales en diversas universidades del Ecuador. Para esto, se aplicó una investigación descriptiva y de campo mediante varios instrumentos como la encuesta, panel de expertos y focus group para determinar la relación de las plataformas digitales y su efecto día a día. Entre los resultados reveló que la mayor parte de los estudiantes mantienen su perfil activo en su smartphone para realizar actividades como crear contenido, compartir y visualizar noticias con el fin de generar entretenimiento e interés para formar parte de la comunidad de usuarios en la red. Por esto, consideró a la red social como un escaparate profesional con la necesidad de cuidar y mantener las reglas de privacidad en sus espacios digitales, sin embargo, en el perfil de docente se identificó como un lugar que permite la actualización de contenido y mejorar su formación como periodistas a través de medios digitales, para crear confianza a pesar que, algunos periodistas no conocen el adecuado uso de la tecnología para lo cual recomiendan capacitaciones constantes referente a la innovación en el área informática. Con esto, concluyó que el consumo de los canales de comunicación ha cambiado significativamente la forma de transmitir la información a la

audiencia, con cambios radicales en futuros periodistas en sus hábitos y competencias profesionales.

2.1.2 Científico

Las formas de comunicarse en la actualidad se llevan a cabo por diversos medios con el fin de llegar a su público objetivo como se establece en la Teoría del estructuralismo la cual modifica reglas para dan un significado a distintas acciones, palabras u objetos mediante un proceso social comunicativo. Cabe mencionar que esta teoría puede distinguir reglas y normas, con el detalle que las reglas son consideradas como inconscientes y las normas su fundamento (Pérez, 2018, p. 14).

Además, se habla de Habermas y la teoría de la acción comunicativa que permite abordar en pretensiones fundamentales, como el desarrollo racional de un concepto que va más allá de aquellos individualistas y subjetivistas tanto de la teoría social moderna como filosófica y de la misma manera integrar paradigmas para fundamentar una teoría crítica con el fin de hallar respuestas frente a un proyecto o investigación.

Con relación a esto, en la Teoría de complejidad por Edgar Morin se centra en los elementos fundamentales de comunicación en la sociedad, para lo cual un análisis complejo para brindar una explicación adecuada acerca de los acontecimientos es importante para mantener informados a la comunidad. (Botto, 2018, p. 4)

Además, el valor que se suma y trasciende históricamente son los rasgos actuales por los cuales atraviesa la sociedad generada por el impacto del uso de herramientas informáticas, por lo que, Morin aporta la manera de comprender los diferentes medios de comunicación en la labor de estructuras sociales, con paso a la cultura de masas presente en la vida cotidiana a través de medios de comunicación y contenidos impartidos a un público. (Botto, 2018, p. 8)

A criterio propio tanto la teoría de estructuralismo como de complejidad son importantes para llevar a cabo una comunicación adecuada mediante normas necesarias para un análisis complejo con relación a hechos suscitados con el fin de impartir a la audiencia contenido verídico provenientes de fuentes seguras.

Por esto, menciona que los medios de comunicación son de gran importancia se considera como canalizadores de una cultura que transgrede en la cosmovisión de diferentes pueblos.

De modo que, la propagación de información se entiende como una actividad del periodismo relacionada a la ciencia y tecnología a través de medios informativos. (Costa, 2017, p. 2) Por esto se considera personas científicas aquellas que son mediadores en base a las innovaciones tanto experimentales como teóricas, así como la responsabilidad de avanzar en las investigaciones que aporten formación de pensamiento crítico en la sociedad que se encuentra en constante desarrollo sea internacional, nacional o regional. (Villanueva et al., 2017, p. 113)

De la misma manera se menciona que las tecnologías de la información y comunicación se dan en base a los avances científicos dentro del entorno informático y telecomunicaciones de gran importancia para los procesos de interacción, producción, comunicación y tratamiento de la información. (Cruz et al., 2018, p. 21)

Todas estas teorías mencionadas permiten que la investigación fluya de manera adecuada con el concimiento y objetivo que se va a cumplir en torno a la realidad.

2.1.3 Conceptual

2.1.3.1 Redes sociales

El uso de las redes sociales ha sido el cambio del siglo XXI, con una sociedad globalizada que cada día acrecienta la cantidad de usuarios que utilizan el

internet y por ende las redes sociales a tal punto de influir en diferentes aspectos de la sociedad como en el ámbito académico es decir el proceso de aprendizaje, así como en la relación con las personas de su entorno a través de la comunicación digital. (Luque, 2019, p. 177)

En la actualidad los medios digitales aportan nuevas oportunidades para proyectos que ayudan a la comunicación en varias comunidades en relación con el conocimiento propio y de otro (González & Herrero, 2019, p. 178). La aparición de las herramientas tecnológicas ha aportado con nuevos ejes respecto a las relaciones sociales, mismas que se caracterizan por una tendencia en el aumento discriminatorio social (Vértiz et al., 2019).

Según Lazo et al. (2017) menciona las ventajas y desventajas al usar las redes sociales en el periodismo:

2.1.3.2 Ventajas de las redes sociales

- Desarrollo tecnológico orientado a la comunicación e información.
- Acceso a canales de comunicación e información.
- Adquisición de nuevos conocimientos.
- Comunicación y aprendizaje a larga distancia.
- Interacción con personas ubicadas en cualquier parte del mundo.

2.1.3.3 Desventajas de las redes sociales

- Se debe tener una conexión a internet móvil o fija.
- En ocasiones, debido a la lentitud de las redes presenta dificultades al comunicarse con la sociedad o acceso a la información.
- En el ámbito académico puede ser una distracción en el proceso de aprendizaje.
- Existen ocasiones desplaza a mantener una comunicación directa cara a cara.

A través de los medios de comunicación la información tiene mayor alcance para que sea transmitida a varias personas de forma inmediata y en formatos con diseños nuevos y llamativos. (Loja & Salazar, 2019, p. 14)

2.1.3.4 Uso de las redes sociales en personas mayores

El ser humano dentro de un sistema innovador, con el que se comparte información permite adquirir destrezas y conocimientos para ayudar a su supervivencia, en este caso se menciona a nuevos medios de transmisión y narrativas que indican que la humanidad ha pasado por diferentes etapas y expuesta a varios paradigmas (Sunkel & Ullmann, 2019).

Por esto, la sociedad informática percibe nuevos ambientes que permite explorar nuevas dimensiones y campos en los cuales las innovaciones tecnológicas predominan, como en la actualidad se ha implementado herramientas que ayudan a transmitir la información y llevar a una comunicación más asertiva (Hadid, 2019)

Las redes sociales no solo se han expandido en todos los ámbitos como para la mejora de comunicación. Para los adultos mayores genera brechas en la sociedad que poseen una gran desventaja por el desconocimiento de las herramientas digitales (Cardozo y otros, 2017). Estas son consideradas como una oportunidad para integrarse a la sociedad por esto, la inclusión digital puede ser considerada como una dimensión transversal para su integración en base a los principios a favor de aquellas personas de edad (Casamayou & Morales, 2018).

De esta manera, los beneficios que entregan las redes sociales en la comunicación se destacan como una oportunidad de aprendizaje nuevo como en la presente investigación para los afiliados al “Colegio de Periodistas de Bolívar”, en varias ocasiones resulta complicado aprender o usarlas, por tanto, es necesario que se proporcione la información necesaria para su uso adecuado (Loaiza & Velásquez, 2020).

Entre los beneficios que aporta las redes sociales es la democratización al acceso de la información; acceso a servicios sin límites, así como a las herramientas informáticas (Jordán et al., 2020). Sin embargo, tiene su baja como el peligro de información personal, datos faltos e inequidad.

Entre las redes sociales usadas con mayor frecuencia en la actualidad se menciona:

1. Facebook: Considerada como una red social para conectar a diferentes personas de todo el mundo, reencontrarse con amigos, familiares por esto ha logrado una posición indiscutible como líder a nivel mundial (Díaz, 2018, p. 30). Entre las acciones que se puede realizar se menciona: Compartir fotos, videos, enviar mensajes, mantenerse informados de las noticias que pasan con famosos y todo su círculo de amigos.

2. Instagram: Se diseñó con el propósito de compartir archivos multimedia editados con marcos, filtros, entre otras opciones para mejorar el contenido, mismo que es propagado a la comunidad hasta brinda la posibilidad de vincular con otras redes sociales como Facebook, Twitter, etc (Giles, 2021, p. 63).

3. YouTube: También se la considera como una red social con un servicio gratuito para subir videos, pero en la actualidad permite la comunicación entre personas de todas partes a nivel mundial (Díaz, 2018, p. 31). Además, ofrece una interfaz sencilla de manejar, dejar opiniones o comentarios con relación a la multimedia encontrada.

4. Telegram: Una red diseñada para enviar contenido multimedia como fotos, video, audio, documentos en distintos formatos mediante un dispositivo sea Tablet, computador o móvil. Además, incluye llamadas telefónicas y una aplicación web para ser manipuladas en un ordenados. Es usado de manera personal o laboral que puede subir hasta 1.5GB en archivos (Giles, 2021, p. 65).

5. Twitter: A pesar del límite de caracteres que maneja para publicaciones es una de las redes sociales que se usa con frecuencia para compartir información a un grupo de personas con relación a las actividades que se hacen en cada momento, además permite añadir multimedia (Díaz, 2018, p. 30). Por su popular lenguaje es considerado como el más utilizado para promocionar productos de diferentes empresas.

6. Tiktok: Red social desarrollada para crear y editar videos cortos, lo cuales pueden compartirse con todo el mundo o grupo de amigos. Entre sus características se menciona el reconocimiento facial con una combinación entre las imágenes y reconocimiento facial (Giles, 2021, p. 73). Además, se puede colocar efectos especiales, sincronizar de ritmos mediante una tecnología alta.

7. Gmail: Diseñada para envío y recepción de correos electrónicos, los cuales pueden contener archivos en diferentes formatos. Se considera de uso más formal para comunicarse con distintas personas ya sea para el ámbito educativo o laboral (Giles, 2021, p. 71).

8. Google Meet: Plataforma para agendar reuniones con 250 invitados máximos tiene la opción de usarla desde un navegador o mediante la app Google Meet para celulares. Incluye las funciones de compartir pantalla, grabar, chatear en tiempo real (Navarrete, 2021, p. 24).

9. LinkedIn: Diseñada para actividades laborales o negocios por lo que es conocida como red de profesionales. Entre las funciones que ofrece se menciona subir los currículums u hojas de vida visibles para distintas empresas con el fin de ser contactados a puestos de trabajo según la información proporcionada (Giles, 2021, p. 70).

10. Skype: Al igual que Meet y Zoom permite la participación de usuarios en una videollamada desde cualquier parte de mundo con funciones de envío

de mensajes, compartir archivos desde un ordenador, Tablet o móvil (Navarrete, 2021, p. 25).

11. Zoom: Conocida como plataforma de conferencia web. Esta plataforma brinda al usuario la función de iniciar con videollamadas de alta definición. Además, permite compartir pantalla, chat, pizarra, documentos en cualquier tipo, grabar la reunión con acceso libre desde cualquier parte del mundo con disponibilidad para computadoras y dispositivos móviles (Navarrete, 2021, p. 24).

2.1.3.5 Ética en el ejercicio periodístico

Ética

Se define como un conjunto de compendios de comportamiento moral formado por reglas y normas respecto a la relación de los ciudadanos dentro de la sociedad, mismas que están basadas en la transformación y variación histórica. Sin embargo, no debe ser vista como un instrumento de control, sanciones o censuras sino como autonomía, libertad y autenticidad comprometidas a las decisiones personales (Hurel, 2017, p. 12).

Por esto, se considera como la conducta de un individuo en una práctica frente a la sociedad, libertad y con fines para hacer el bien o el mal. Además, está vinculada con la responsabilidad de las personas para actuar según su voluntad y criterio establecidos por la ley (Mauri et al., 2020, p. 297).

Ética profesional

En el ámbito profesional el ser humano labora con voluntad en las actividades que hacen a diario y en las cuales tiene vocación. La persona trabaja para la sociedad por esto, la responsabilidad y lealtad son los valores fundamentales que todo profesional debe fomentar para llevar a cabo sus labores con calidad y transparencia (Hurel, 2017, p. 17).

En la ética en el ejercicio periodístico debe prevalecer actitudes y pasión en el contenido que se muestra para contarla con calida aprozimada a la realidad (Montalvo, 2018, p. 22). Por esto, la escencia del profesional en el periodismo se fundamenta en 3 aspctos como la formación, vocación y ética.

Una de las características más importantes del periodista es la contribución con la sociedad, es decir vocación al servicio comunitario con un trabajo diario basado en la credibilidad y ética (Mauri et al., 2020, p. 298). Otro aspecto, es la atención que muestran con relación a los problemas de los ciudadanos, información que será verificada por fuentes reales respecto a los sucesos diarios.

2.1.3.6 Periodista de calidad

Un profesional de calidad trabaja de conformidad a su conciencia caracterizada de la forma de llevar su profesión y vida, éste debe ser responsable y no publicar contenido erróneo o falso que puede perjudicarlo (Hurel, 2017, p. 19). Por lo cual, es necesario investigar de manera pertinente antes de publicar información antiética, necesario el cumplimiento de las normativas establecidas por la ley.

La comprobación es considera como una obligación ética que el comunicador debe rescatar para brindar credibilidad en la sociedad, una noticia no verificada puede ocasionar consecuencias fatales como desconfianza de igual manera al no centrarse o desinformar causa confusiones (Guzmán et al. 2019, p. 200). De este modo, los profesionales del periodismo deben cumplir sus funciones de manera adecuada para compartir contenidos de calidad con información auténtica y verídica.

2.1.3.7 La noticia

Una de las primeras enseñanzas en las escuelas de periodismos es todo lo relacionado al ámbito periodístico que ayudan a la sedimentación en la experiencia colectiva a través de medios de comunicación, misma que permite

que la lectura y escritura tengan más facilidad para ser comprendidas. (Casamayou & Morales, 2017, p. 204)

Estos géneros se basan en hechos considerados como recurso principal para ejercer el periodismo, como considerada la más conocida con el único propósito de identificar los eventos e informar sobre un acontecimiento en particular. (Villanueva et al., 2017, p. 112)

Sin embargo, esta no ha sido manejada desde sus aulas que a través de este género ayuda al periodista informar sobre un hecho basado en la práctica social (Avogadro, 2017).

Según Jaramillo (2018) entre las características de la noticia se menciona:

- Acontecimiento actual;
- Relatos reales y verificables.
- Hechos escritos de manera objetiva sin opiniones y adjetivos;
- Texto breve con gran información redactada de forma precisa;
- Mantiene el interés en el ser humano. (p. 66)

2.1.3.8 Estructuras de notas periodísticas

Sin embargo, el ser humano desarrolla bastante información y datos por esto, es necesario mantener una comunicación organizada. Un aporte importante para considerar es la pirámide invertida. (Lazo et al., 2017, p. 85)

Gráfico N° 1



Fuente: (Sánchez, 2018, p. 58)

La pirámide invertida en el periodismo permite optimizar el texto en función de la lectura en línea, es decir mediante el uso de las herramientas tecnológicas no es lo mismo leer un artículo impreso que online, misma que ha resultado efectiva dentro de la prensa escrita debido a su estructura en cada texto.

La idea es insertar información importante en los primeros párrafos lo más relevante a medida de su alcance en el texto pierde relevancia. En los siguientes párrafos se detalla el asunto, fuentes, ciertas particularidades e información necesaria hasta llegar a la punta de la pirámide invertida.

Además, se puede iniciar con información básica y continuar procesándola con más detalles, es decir aprovechar el espacio para especificar e informar más a fondo a los lectores.

2.1.3.9 Comunicación

Se define como un proceso inherente a la relación humana, el cual permite resolver problemas y conflictos entre la sociedad con un diálogo que prevalece la tolerancia y el respeto mediante una expresión clara y honesta de mutuos sentimientos e intereses. (Gámez et al., 2018, p. 20)

Cabe recalcar que, en la comunicación se presenta varios elementos como romper la barrera de lo superficial, expresión de ideas, sentimientos, opiniones, emociones de la parte del emisor y receptor con el fin de mantener y lograr una comunicación adecuada entre las personas con el intercambio de información. (Jácome, 2021, p. 17)

2.1.4 Legal

El presente trabajo de investigación se basa en la Ley establecida por la Constitución de la República del Ecuador referente a los Derechos del Buen Vivir como la comunicación e información; Régimen del Buen Vivir en base a la comunicación social; Declaración Universal de Derechos Humanos y la Ley Orgánica de Comunicación del Ecuador.

Según la Constitución de la República Ecuatoriana relacionada a la comunicación e información menciona (Loja & Salazar, 2019, p. 25):

Art 16: Todos los ciudadanos tienen derecho a mantener una comunicación intercultural, heterogénea y libre en los ámbitos de interacción social por diferentes medios. De la misma manera, el acceso a las tecnologías de la información y comunicación ya que, se puede crear medios de comunicación para que, la información sea propagada.

Art 17: El estado fomenta la diversidad en la comunicación que garantiza una información veraz con el fin de fortalecer los medios de comunicación comunitarios, privados y públicos.

Art 19: La ley ayuda a prevalecer los contenidos que tengan fines informativos, culturales y educativos para que sea transmitida a través de medios de comunicación, además se prohíbe la publicidad que contenga violencia, racismo, discriminación, sexismo, intolerancia política y religiosa

También se menciona la utilización de las tecnologías que están a la orden de la ciudadanía para acceder a plataformas virtuales con el fin de compartir sus

ideas y conocimientos con derecho a la libertad de locución para todos los individuos sin excepción mediante un recurso como el internet considerado como herramienta democratizadora de la palabra (López, 2017).

Dentro de la Ley del Régimen del Buen Vivir respecto a la comunicación social menciona el siguiente artículo (Loja & Salazar, 2019, p. 26):

Art 384: Relaciona a los derechos de la comunicación asegurados por el sistema de comunicación social, el mismo que se conforma por actores públicos, instituciones, normativas, políticas, con relación al ámbito privado los ciudadanos que se vinculen de manera voluntaria. El estado planteará una política para la comunicación con aspecto privado, respeto a la libertad de expresión y los derechos e instrumentos internacionales de comunicación.

Dentro de la Declaración Universal de Derechos Humanos menciona el siguiente artículo (Loja & Salazar, 2019, p. 27):

Art 19: Todo ciudadano tiene derecho a la libre expresión, el mismo incluye no ser molestado a consecuencia de opiniones, investigaciones u opiniones, así como el de propagar sin límites y por cualquier medio de comunicación.

Dentro de la Ley Orgánica de Comunicación respecto a los derechos de los comunicadores menciona los siguientes artículos (Loja & Salazar, 2019, p. 27):

Art 40: Relacionado con el derecho a fuentes reservadas. El ciudadano que transmite información podrá verse obligado a mencionar la fuente de información. El contenido informativo en base a la fuente obtenida de manera forzosa e ilegal no tendrá valor jurídico, por lo que al existir daños, riesgos o perjuicios serán accedidos a quien forzó revelar la identidad.

Art 42. Se basa en el libre ejercicio de comunicarse ya que, todos los seres humanos ejercen de forma libre los derechos a la comunicación establecidos y reconocidos en la Ley de la Constitución con relación a la comunicación social.

Según la Federación Nacional de Periodistas relacionada a su constitución y finalidades menciona los siguientes artículos (Federación Nacional de Periodistas del Ecuador, 2018, p. 2)

Art 1: Esta Federación es creada bajo derecho privado, es decir como personería jurídica en conformidad con su reglamento.

Art 2: Se basa en estatutos y reglamentos del periodista cuando cometa faltas o algún tipo de ausencia.

Art 3: Relaciona a las finalidades de la Federación como velar por la ejecución de la Ley del ejercicio del periodista, su estatuto y código de ética; Reunir a todos los periodistas; Permanecer atento al cumplimiento del acceso libre a fuentes de información; Superación y capacitación de los profesionales; Exigir a las empresas públicas y privadas su contratación para el rol establecido; Cumplir la ley respecto a sueldos; Velar por la autenticidad de sus publicaciones; Mantener y establecer relaciones con instituciones especializadas y profesionales en la rama.

2.1.5 Georreferencial

El “Colegio de Periodistas de Bolívar” se encuentra ubicado en la ciudad de Guaranda, parroquia Veintimilla en las calles Av. Cándido Rada y Guayaquil.

Esta organización popular fue fundada en 1986. A través de sus estrategias lleva una comunicación basada principios y valores reconocidos por la sociedad con el fin de satisfacer las necesidades y requerimientos de estos.

Gráfico N° 2



Fuente: (Google Maps, 2022)

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

La investigación se centra en el análisis de la situación actual del uso de las redes sociales en el periodismo. La modalidad que se utiliza es principalmente bibliográfica que recaba información obtenida de libros, revistas, artículos científicos, periódicos, archivos electrónicos, entre otros que sirven de soporte a la investigación con las contribuciones científicas que permiten contextualizar los datos investigados.

3.1.1 Tipo de investigación

La presente investigación se enfocó en diferentes tipos de investigación adecuados para manejar la información y de esta manera, resolver el problema identificado.

Investigación descriptiva

Mediante este tipo de investigación se precisan los temas con el fin de estudiar el comportamiento del tema de estudio iniciado desde su argumento, área y peculiaridades. De esta manera, se procede a relatar el fenómeno mediante tiempo y espacio, encaminado en aspectos cualitativos y cuantitativos basados en las categorías determinadas por el investigador (Cohen & Gómez, 2019).

Por lo cual, se realizó un análisis con relación al “Uso de las redes sociales en el ejercicio periodístico de los afiliados al Colegio de Periodistas de Bolívar”.

Investigación de campo

Este tipo de investigaciones se basan en las situaciones teóricas que aclarar lo que se busca y la manera de llevar a cabo, en ocasiones se usa instrumentos aprobados y diseñados.

Sin embargo, existen investigadores quienes fabrican sus propios documentos para la selección de información, verificada y aprobada por el responsable (Cohen & Gómez, 2019).

Para llevar a cabo el presente estudio, se realizó encuestas y entrevistas con el fin de recopilar la información necesaria.

Investigación bibliográfica

Recopilación bibliográfica de información como artículos, leyes, definiciones respecto a las redes sociales y el ejercicio del periodístico mediante fuentes investigativas como libros, investigaciones, artículos científicos, entre otros (Baena, 2017, p. 27).

Una vez obtenida la información se analiza para colocar aquella que se relaciona al trabajo de investigación.

Enfoque de la investigación

La investigación se basó en un enfoque mixto cuali-cuantitativo.

Cuantitativo ya que, se realizó una entrevista para identificar el impacto del “Uso de las redes sociales en el ejercicio periodístico de los afiliados al Colegio de Periodistas de Bolívar”, y de esta manera conocer sus beneficios.

Se aplicó un enfoque cualitativo debido que se diseñó una encuesta para recolectar información a los afiliados del Colegio de Periodistas de Bolívar, será establecida para obtener como resultado el uso de las redes sociales en el ejercicio periodístico.

Estos métodos ayudaron a obtener la información necesaria para llevar a cabo un análisis adecuado y conocer las ventajas y desventajas en el ejercicio periodístico.

3.1.2 Métodos de investigación

Inductivo

En la investigación se aplicó el método inductivo que se partió de los beneficios del uso de las redes sociales, en el mundo como ha evolucionado de manera general y como se aplica en el ejercicio periodístico en el Colegio de Periodistas de Bolívar.

Deductivo

Se usó el método deductivo a partir de la conclusión de los beneficios en la actualidad de las redes sociales en el periodismo para asumirlas como verdades o falsas, según la información obtenida.

Analítico

A partir de las variables: Redes sociales y Ejercicio profesional de periodismo del Colegio de periodistas de Bolívar, se identificó el problema actual al usar de manera inadecuada las plataformas virtuales; se planteó estrategias y acciones para resolverlo.

Sintáctico

En la presente investigación se analizó de forma adecuada las dos variables planteadas para alcanzar el objetivo planteado, es decir determinar el “Uso de las redes sociales en el ejercicio periodístico a los afiliados del Colegio de Periodistas de Bolívar”.

Descriptivo

En la investigación se analizó las características de la situación actual, es decir el uso de las redes sociales y manejo de información para descubrir los problemas y resolverlos.

3.1.3 Técnicas e instrumentos de recopilación de datos

Encuesta

La encuesta es una de las técnicas de investigación general que se ha extendido al ámbito preciso de la investigación científica, de ayuda para la cogida de datos, donde la libertad del encuestado se confina, además de que puede haber la posibilidad de rechazar contestar, a elegir simplemente entre las opciones de respuesta que le ofrece el investigador (Valdés, 2019).

Se realizó una encuesta a los afiliados del Colegio de Periodistas de Bolívar, esta será establecida para obtener como resultado el uso de las redes sociales en el ejercicio periodístico. Mediante la cual, el investigador podrá recolectar los datos necesarios para mostrar los resultados obtenidos mediante la tabulación de cada pregunta realizada.

Entrevista

Se define como una reunión para un conversatorio e intercambio de información entre una persona llamado el entrevistador y otra persona llamado el entrevistado u otras (entrevistados). En la entrevista, a través de las preguntas y respuestas permite una comunicación y la construcción conjunta de definiciones respecto a un tema en específico. Las entrevistas se dividen en estructuradas, semiestructuradas y no estructuradas o también conocidas como abiertas; para el presente estudio se utilizó una de tipo semiestructurada, debido a ser una guía de preguntas donde el entrevistador tiene la posibilidad de introducir preguntas adicionalmente, las cuales le ayuden a precisar conceptos o para tener más información del tema (Hernández Sampieri, 2017).

La entrevista se realizó al presidente del “Colegio de Periodistas de Bolívar” Lic. José Bladimir Guarnizo Delgado Mg, y al presidente Nacional de Periodistas del Ecuador el Lic. Danilo Villaroel para recopilar la información necesaria y útil para el trabajo de investigación.

3.1.4 Universo, Población y Muestra

Población

Se define como un conjunto de persona u otros objetos que se encuentran en un espacio geográfica, mismos que forman parte de un estudio para llegar a conocer la situación actual en base al tema de investigación (Botto, 2018).

Se realizó al Colegio de Periodistas de Bolívar, la encuesta establecida para obtener como resultado el uso de las redes sociales en el ejercicio periodístico.

Tabla N° 2

	Cantidad
Afiliados	64
Total	64

Elaborado por: Vergara Michael

Fuente: Colegio de Periodistas de Bolívar

Una vez definida la población se realizó la encuesta a los 64 afiliados del Colegio de Periodistas de Bolívar.

3.1.5 Procesamiento de la información

Para está investigación se tomó la información recogida mediante la encuesta realizada, la misma información fue evaluada y ordenada mediante un archivo .xls elaborado en el Software Microsoft Office Excel, mostrados a través de gráficos y tablas estadísticos.

CAPÍTULO IV

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1.1 Análisis, Interpretación y Discusión de Resultados

Encuesta: Una vez aplicada la encuesta se obtuvo los siguientes datos:

1. ¿Utiliza las redes sociales para el ejercicio periodístico?

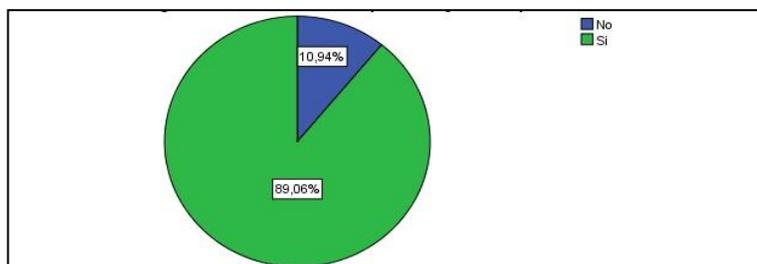
Tabla N° 3

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
No	7	10,94%
Si	57	89,06%
Total	64	100%

Elaborado por: Vergara Michael

Fuente: Colegio de Periodistas de Bolívar

Gráfico N° 3



Elaborado por: Vergara Michael

Fuente: Colegio de Periodistas de Bolívar

Análisis e interpretación: Según los datos obtenidos la mayor cantidad de encuestados usando las redes sociales para ejercicio periodístico, son utilizaos con mayor frecuencia no solo por el periodismo si no para diferentes actividades mediante la creación de contenido.

2. ¿Cuál de las redes social utiliza principalmente para informarse y difundir de los acontecimientos y hechos periodísticos?

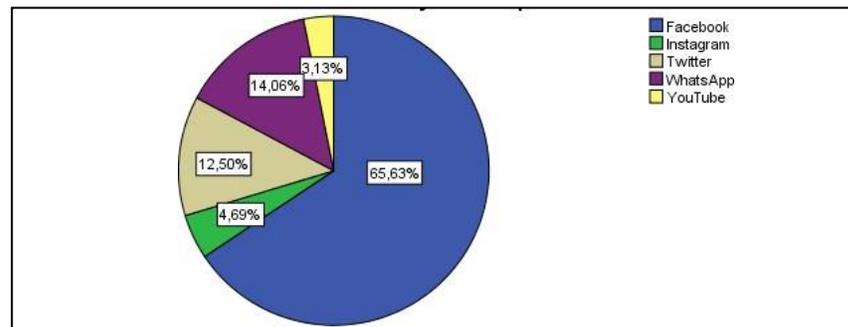
Tabla N° 4

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Facebook	42	65,63%
Instagram	3	5,69%
Twitter	8	12,50%
WhatsApp	9	14,06%
YouTube	2	3,13%
Total	64	100%

Elaborado por: Vergara Michael

Fuente: Colegio de Periodistas de Bolívar

Gráfico N° 4



Elaborado por: Vergara Michael

Fuente: Colegio de Periodistas de Bolívar

Análisis e interpretación: En la actualidad, la red social es utilizada con mayor frecuencia para mantener informado y difundir eventos, noticias y hechos periodísticos a la audiencia es Facebook debido su alcance, por esto es considerada como la más importante para propagar información en el menor tiempo posible.

3. ¿En cuántas redes sociales tiene una cuenta?

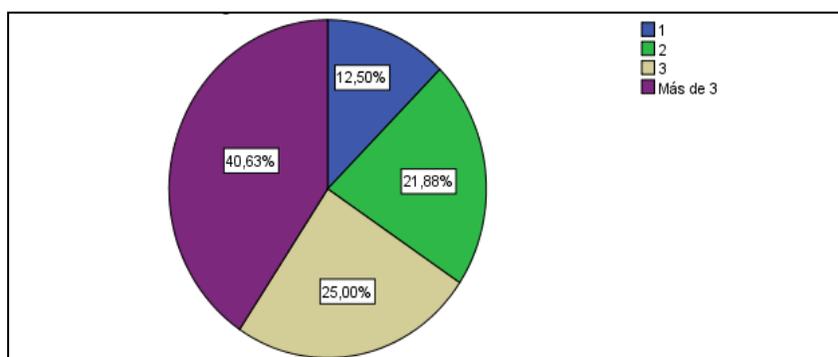
Tabla N° 5

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
1	8	12,50%
2	14	21,88%
Más de 3	26	40,63%
Total	64	100%

Elaborado por: Vergara Michael

Fuente: Colegio de Periodistas de Bolívar

Gráfico N° 5



Elaborado por: Vergara Michael

Fuente: Colegio de Periodistas de Bolívar

Análisis e interpretación: Respecto a los datos obtenidos la mayoría de ellos, tienen más de 3 cuentas en Facebook, con el fin de difundir contenido de diversos productos o servicios a toda su audiencia ya que, las fans page no tienen un número limitado de seguidores. Sin embargo, existen quienes usan una sola cuenta suficiente para compartir contenido a su público objetivo.

4. ¿Cuánto tiempo usa las redes sociales para el ejercicio periodístico?

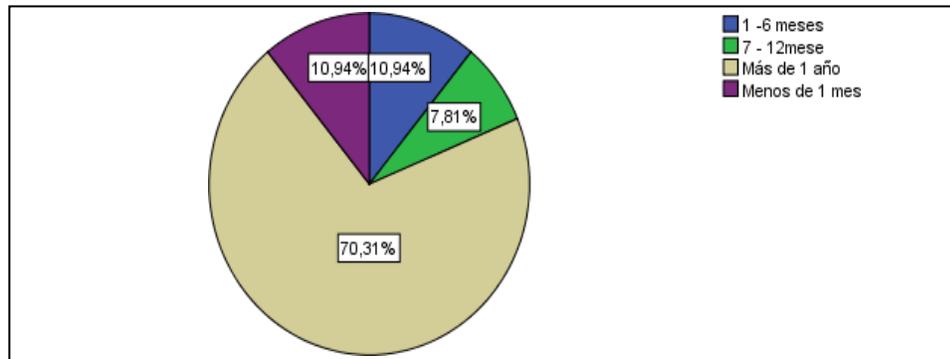
Tabla N° 6

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
1-6 meses	7	10,94%
7-12 meses	5	7,81%
Más de 1 año	45	70,31%
Menos de 1 mes	7	10,94%
Total	64	100%

Elaborado por: Vergara Michael

Fuente: Colegio de Periodistas de Bolívar

Gráfico N° 6



Elaborado por: Vergara Michael

Fuente: Colegio de Periodistas de Bolívar

Análisis e interpretación: Los profesionales del periodismo usan las redes sociales para mejorar su rol, ya que, debido a la innovación tecnológica es importante que se encuentren a la vanguardia con las herramientas que permitan mejorar y aumentar su conocimiento en el ejercicio periodístico.

5. ¿Cuál es el uso que le da a las redes sociales en su ejercicio periodístico?

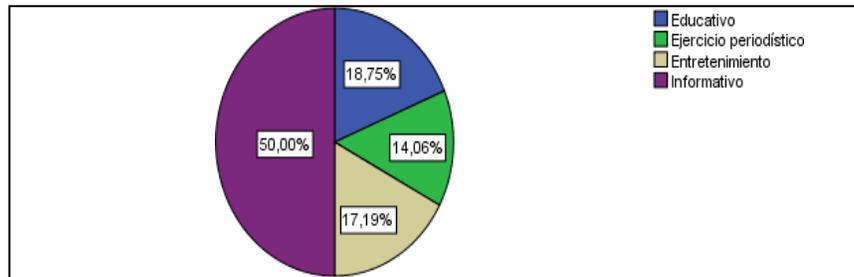
Tabla N° 7

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Educativo	12	18,75%
Ejercicio periodístico	9	14,06%
Entretenimiento	11	17,19%
Informativo	32	50%
Total	64	100%

Elaborado por: Vergara Michael

Fuente: Colegio de Periodistas de Bolívar

Gráfico N° 7



Elaborado por: Vergara Michael

Fuente: Colegio de Periodistas de Bolívar

Análisis e interpretación: Las redes sociales se han convertido en el auge para propagar información por esto, varios periodistas usan para fines educativos, entretenimiento, informativo y para su ejercicio profesional, todo mediante contenidos atractivos para generar interacción con los usuarios y mejorar día a día su rol de periodista.

6. ¿Con qué frecuencia utiliza las redes sociales para el ejercicio periodístico?

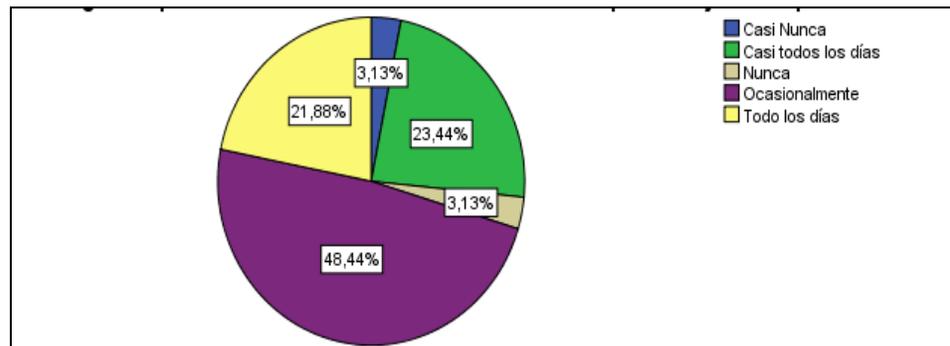
Tabla N° 8

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Casi nunca	2	3,13%
Casi todos los días	15	23,44%
Nunca	2	3,13%
Ocasionalmente	31	48,44%
Todos los días	14	21,88%
Total	64	100%

Elaborado por: Vergara Michael

Fuente: Colegio de Periodistas de Bolívar

Gráfico N° 8



Elaborado por: Vergara Michael

Fuente: Colegio de Periodistas de Bolívar

Análisis e interpretación: Según los datos obtenidos la mayor cantidad de encuestados usan ocasionalmente las redes sociales para el ejercicio periodístico, sin embargo, es importante su uso diario para mejorar y conocer más a fondo todas las herramientas que brinda las fans page para mejorar el contenido publicado y con esto, incrementar su público objetivo.

7. ¿Por qué medio accede a las redes sociales para el ejercicio periodístico?

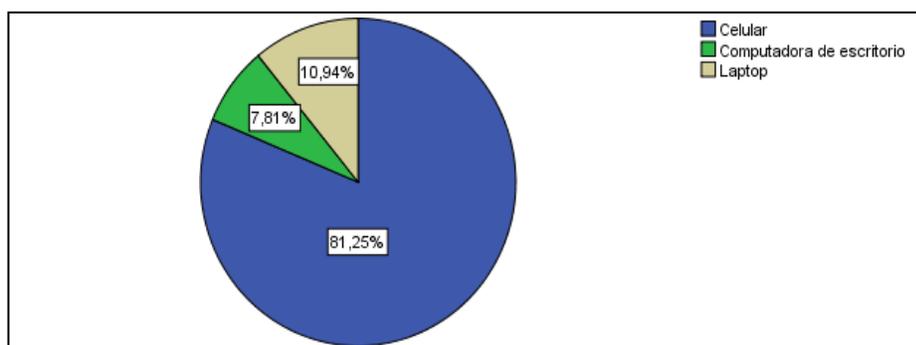
Tabla N° 9

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Celular	52	81,25%
Computadora	5	7,81%
Laptop	7	10,94%
Total	64	100%

Elaborado por: Vergara Michael

Fuente Colegio de Periodistas de Bolívar

Gráfico N° 9



Elaborado por: Vergara Michael

Fuente Colegio de Periodistas de Bolívar

Análisis e interpretación: La mayor cantidad de encuestados usan el celular para acceder a las redes sociales, debido a ser el dispositivo con mayor comodidad para publicar contenido en cualquier lugar y momento tan solo con acceso a la red de internet, ya que, las computadoras ocupan mayor espacio y en ocasiones generar miedo al ser hurtadas.

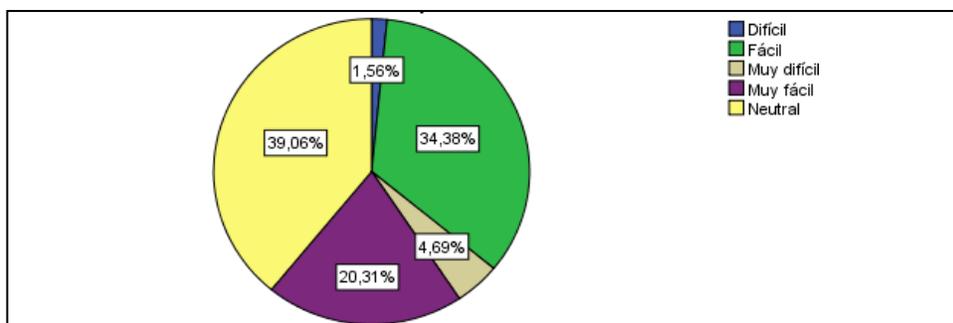
8. ¿Qué tan difícil es para usted usar las redes sociales en el ejercicio periodístico?

Tabla N° 10

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Difícil	1	1,56%
Fácil	22	34,38%
Muy difícil	3	4,69%
Muy fácil	13	4,69%
Neutral	25	39,96%
Total	100	100%

Elaborado por: Vergara Michael
Fuente: Colegio de Periodistas de Bolívar

Gráfico N° 10



Elaborado por: Vergara Michael
Fuente: Colegio de Periodistas de Bolívar

Análisis e interpretación: La mayor parte de encuestados indican un nivel neutral al usar las redes sociales, sin embargo, se debe considerar que no todas las personas conocen a fondo las herramientas que brindan cada red social, ya que, al publicar contenido es importante segmentar el mercado, añadir indicadores, crear artes atractivos, entre otros, cada uno necesario para mejorar las actividades periodísticas dentro de los medios digitales.

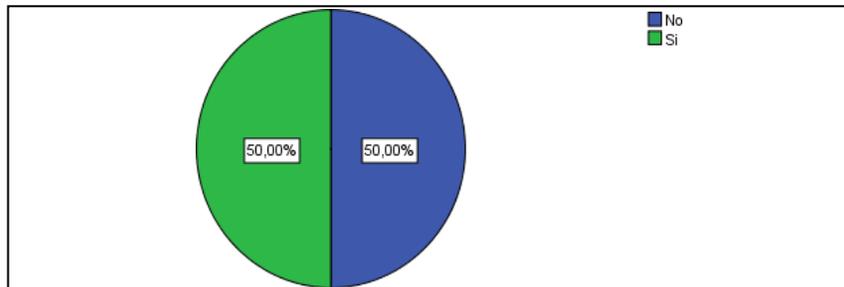
9. ¿Comparte información personal en las redes sociales en el ejercicio periodístico?

Tabla N° 11

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
No	32	50%
Si	32	50%
Total	64	100%

Elaborado por: Vergara Michael
Fuente: Colegio de Periodistas de Bolívar

Gráfico N° 11



Elaborado por: Vergara Michael
Fuente: Colegio de Periodistas de Bolívar

Análisis e interpretación: En el ejercicio periodístico, varios comparten información personal, lo cual, no es conveniente debido a ser datos poco relevantes que no generan atracción a la audiencia, por esto, es importante difundir contenido de valor y llamativo para el público objetivo.

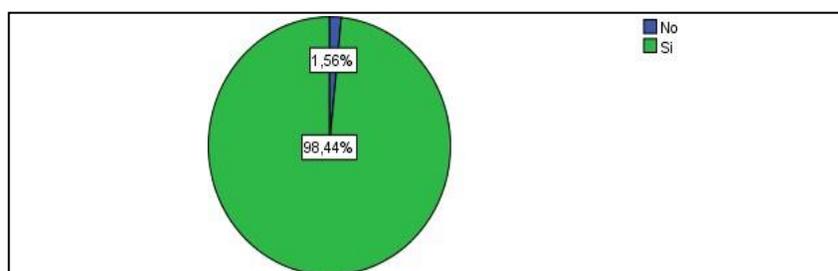
10. ¿Considera necesario que el colegio de periodístico cuente con un manual para el correcto uso de las redes sociales en el ejercicio periodístico?

Tabla N° 12

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
No	1	1,56%
Si	63	98,44%
Total	64	100%

Elaborado por: Vergara Michael
Fuente: Colegio de Periodistas de Bolívar

Gráfico N° 12



Elaborado por: Vergara Michael
Fuente: Colegio de Periodistas de Bolívar

Análisis e interpretación: Las capacitaciones por parte del Colegio de Periodistas de Bolívar a los afiliados respecto al manejo y uso adecuado de las redes sociales es importante para adquirir nuevos conocimientos tecnológicos y mejorar a diario su profesión periodística, ya que, muchos de ellos desconocen las nuevas herramientas digitales lo que, ocasiona un desbalance respecto a los nuevos profesionales.

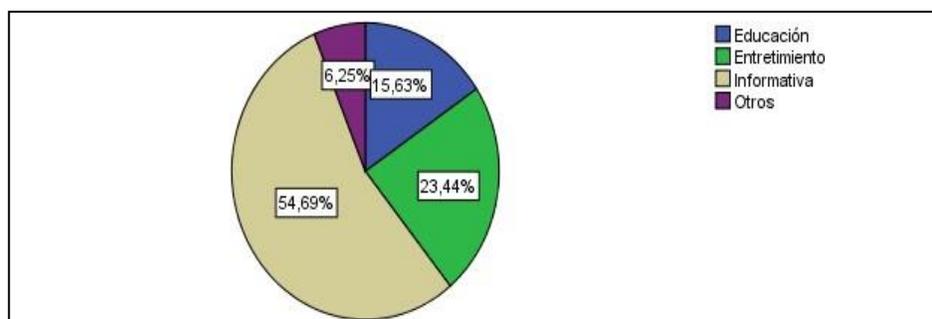
11. ¿En cuál de las siguientes actividades periodísticas utilizan usted con mayor frecuencia las redes sociales?

Tabla N° 13

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Educación	10	15,63%
Entretenimiento	15	23,44%
Informativa	35	54,69%
Otros	4	6,25%
Total	64	100%

Elaborado por: Vergara Michael
Fuente: Colegio de Periodistas de Bolívar

Gráfico N° 13



Elaborado por: Vergara Michael
Fuente: Colegio de Periodistas de Bolívar

Análisis e interpretación

Las redes sociales según los datos obtenidos son usadas con mayor frecuencia para actividades informativas ya que, la audiencia siempre suele estar pendiente de las noticias, hechos, eventos o sucesos que transcurren día tras día. Por esto, es importante la creación de contenido atractivo para la audiencia.

12. ¿Considera que las redes sociales fomentan el trabajo en equipo?

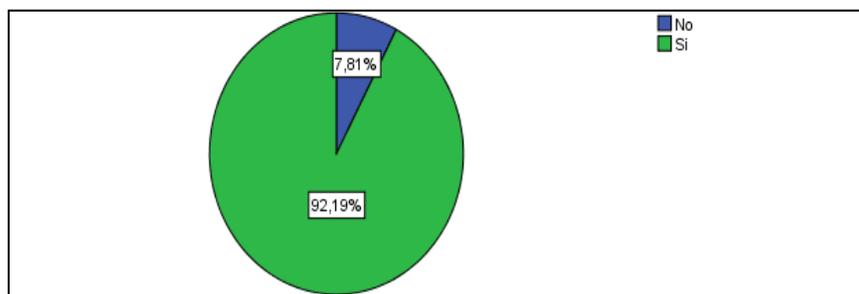
Tabla N° 14

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
No	5	7,81%
Si	59	92.10%
Total	64	100%

Elaborado por: Vergara Michael

Fuente: Colegio de Periodistas de Bolívar

Gráfico N° 14



Elaborado por: Vergara Michael

Fuente: Colegio de Periodistas de Bolívar

Análisis e interpretación

Según los datos obtenidos las redes sociales fomentan el trabajo en equipo ya que, al conocer las diferentes opiniones se logra crear contenido de valor que fomente reacción a la audiencia a través de la información difundida.

13. ¿Considera usted que las redes sociales mejoran el ejercicio periodístico de los afiliados del Colegio de Periodistas de Bolívar?

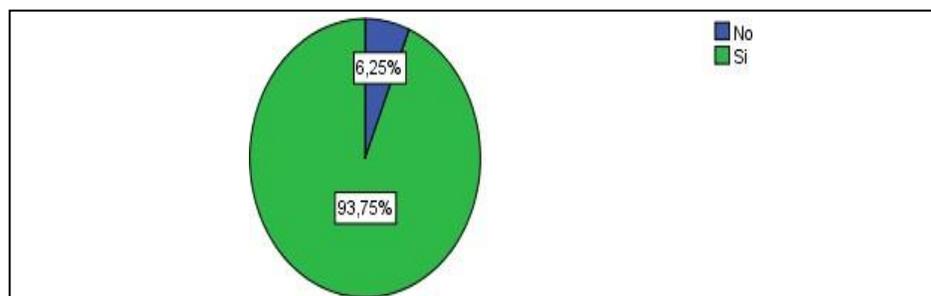
Tabla N° 15

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
No	4	6,25%
Si	60	93,75%
Total	64	100%

Elaborado por: Vergara Michael

Fuente: Colegio de Periodistas de Bolívar

Gráfico N° 15



Elaborado por: Vergara Michael

Fuente: Colegio de Periodistas de Bolívar

Análisis e interpretación: Con el uso de las redes sociales los afiliados del Colegio de Periodistas de Bolívar mejoraran el ejercicio periodístico, ya que, se ha identificado que las actividades tradicionales periodísticas quedan atrás por lo que, los medios digitales ocupan mayor porcentaje en el mercado debido a la utilización para diferentes tareas, una de ellas el periodismo.

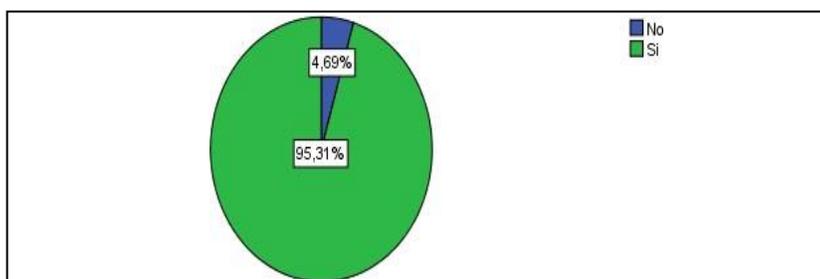
14. ¿Considera necesario que el Colegio de Periodistas de Bolívar cuente con un manual para el correcto uso de las redes sociales en el ejercicio periodístico?

Tabla N° 16

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
No	3	4,69%
Si	61	95,31%
Total	64	100%

Elaborado por: Vergara Michael
Fuente: Colegio de Periodistas de Bolívar

Gráfico N° 16



Elaborado por: Vergara Michael
Fuente: Colegio de Periodistas de Bolívar

Análisis e interpretación: Según los datos obtenidos, los encuestados mencionan la importancia de contar con un manual para el uso correcto de las redes sociales con el fin de mejorar el ejercicio periodístico, debido a la falta de conocimiento en ciertos temas por lo que, es necesario conocer todas las ventajas, nivel de seguridad, recomendaciones, entre otros para continuar su rol dentro de área del periodismo.

Entrevista al presidente del Colegio de Periodistas de Bolívar

Lic. José Bladimir Guarnizo Delgado. MSc..

1. ¿Cuál de las redes sociales cree que han ganado mayor campo en el ejercicio periodístico en el Colegio de Periodistas de Bolívar?

Creo que entre las redes que de pronto más han abarcado el trabajo periodístico en nuestro colegio es una de las redes de Facebook, Instagram, Twitter, que son las redes que de pronto más han ganado espacio y han permitido generar un trabajo periodístico de calidad.

2. ¿Cuáles son los desafíos que ha presentado el Colegio de Periodistas de Bolívar al usar las redes sociales para sus actividades periodísticas?

Los desafíos son realmente grandes, si consideramos que más de cuatro millones de personas en el mundo, las redes sociales y nosotros de estar apartado de ella sería prácticamente quedarnos en un mundo, que no responde a las exigencias actuales y el periodista tiene que estar siempre innovándose y tratando de vincularse con estos nuevos escenarios que nos van a englobar, el accionar de nuestro trabajo en el día a día, creo que también en los desafíos que nosotros como periodistas tenemos es buscar una agilidad, buscar esa dinámica para poder adaptarnos a las novedades que se presentan en los hechos de los sucesos que se presentan en cada red social es distinta y cada una de ellas es necesario nosotros buscar cómo utilizarla, para poder llegar a los públicos, entonces creo que una de esos grandes desafíos, es buscar esa agilidad para adaptarnos a estas novedades y de ahí que sea importante, tener una guía para poder trabajar sobre esto no.

Creo que otro de los de los retos, de los desafíos que tenemos es tratar de buscar la forma de personalizarnos, historias que nos conecten con las redes sociales, historias que están en el día a día, que están en el mercado, que están en el barrio, que están en las instituciones públicas y las instituciones privadas que están en los parques, en las calles etc.

Entonces personalizar las historias es buscar la forma, ¿cómo encontrarnos con estas realidades? Es un reto grande que tenemos que asumir nosotros. Para poder trabajar en esta dinamica del periodismo como herramientas sociales, es necesario también buscar cómo desafío propio nuestro, disminuir esto de las redes sociales que no son verdaderas las famosas fake news , no es cierto, buscar disminuir este alcance que de pronto se va propagando de manera rápida. Sí, entonces, como lo dice una de las grandes falacias de una verdad repetida muchas veces se transforman en verdad.

Es que necesariamente el periodismo debe estar en un contacto prácticamente las 24 horas del día, porque el periodismo no puede estar, no puede detenerse. El periodismo tiene que estar ahí buscando información y difundiendo la información, sí buscando la información y recluido en la información de tal forma de que las redes sociales este siempre con información nueva, innovada, pero información de calidad, información real, funciona oportuna información veraz, información que no contenga errores o que los errores de pronto puedan ser mínimos, creo que nosotros debemos generar en esta dinámica de la comunicación un gran atractivo, sí, un atractivo, porque como periodistas debemos tratar de que estas redes no sirven para generar esa necesidad de que la gente pueda mirar lo que nosotros estamos diciendo, que la gente quiere, mira lo que le gusta, lo que le interesa, los problemas que lo ocupan en el día a día entonces eso es quizás otro de los desafíos que nosotros tenemos que enfrentarlos. Bueno creo que, con estos desafíos principales, primordiales, siempre habrá otros de pronto estar siempre a la par de lo que la tecnología nos va ofreciendo siempre en la parte de la tecnología nos va solicitando en el día a día, entonces estar a la par significa que necesito manejar bien estas redes sociales pues también es un reto grande. El nosotros poder manejar estas redes sociales con agilidad, con versatilidad de poder entender podrás comprender nosotros primero para utilizarlas y poderlas difundir de manera correcta.

3. ¿Cuáles son los cambios que ha presentado las redes sociales al pasar de los tiempos en el ejercicio profesional dentro del Colegio de Periodistas de Bolívar?

Bueno, creo que las redes sociales realmente van marcando un antes y un después antes, cuando nosotros todavía escribíamos en el papel y hoy que hacemos a través de un dispositivo digital de un dispositivo electrónico, utilizamos los medios digitales ,este marcar de pronto redundo en dos cosas sin que es lo que yo lograba hacer antes lograba generar creatividad de trabajo permanente constante y hoy las redes sociales se encargan como una herramienta, nos ayuda a generar mayor versatilidad de trabajo nos ayuda mayor rapidez , nos ayuda también mejorar acercamiento mejor llegada a nuestro público y eso es realmente importante yo creo que el cambio de la utilidad del funcionamiento de las herramientas que estamos ocupando ahora.

El cambio realmente se ha dado a través de las redes sociales podemos llegar con mayor claridad a nuestros receptores a nuestro público objetivos, creo que las redes sociales son piezas claves de fuente de información y verificación de noticias eso es importante. La Información recogida tiene que tener verificación que tiene que estar verificado una vez sustentado la información podemos nosotros difundir el trabajo a través de las redes sociales incluso en los medios tradicionales que están aún en funcionamiento.

Creo que las redes sociales nos permiten poner en contacto con el público, también nos genera una inmensa integralidad que favorece inmensamente los intercambios, que tenemos de información que publicamos lo que hacemos nosotros y que la gente le interesa ¿Qué hacemos nosotros? Fotografía, textos, trabajamos diseño, trabajamos en audio y video etc. Todo esto la gente le interesa, pero si la gente que no tiene trabajo y le interesa mucho más y no tiene las características necesarias o conocimiento no puede ser aceptado por la sociedad como periodistas profesionales.

4. ¿Existe más interacción entre el público objetivo y el periodista al usar las redes sociales como canal de comunicación?

Bueno, yo creo que la interacción del Colegio de Periodistas de Bolívar, se van atando realmente a la dinámica que ejerce la actual coyuntura del trabajo periodístico, creo que sí, creo que nosotros realmente tenemos que adaptarnos porque nos adaptamos, nos quedamos, fuera así, entonces necesariamente tenemos que adaptarnos a esta dinámica y enfocarnos a través de los procesos que demanda la sociedad en su conjunto. Sí, entonces no podemos dejar de lado ocuparse herramientas de conocerlas, por supuesto, retratarlas, porque son muchas, son muchísimas y quizás nosotros estamos de alguna forma siendo analfabetos digitales, porque no comprendemos, no entendemos muchos de estos problemas que estas herramientas que se están desarrollando y no es, no es tan así como se dice no que de pronto esta nueva generación perdone, no claro que en definitiva, los papitos de pronto, desde el vientre de la madre y le ponen el dispositivo móvil para que vaya escuchando y todos los demás y luego, como son parte de este proceso, ya tienen en lugar de sus juguetes, tienen el celular, ahí escuchar canciones, ven juegos se ponen a jugar.

Bueno, ahí está para ellos pueden utilizar de 1.000 formas, aprende un idioma diferente trabajan de 1.000 maneras, pero creo que en realidad este cambio que se va generando, este cambio vertiginoso que genera la red, esos tiene que adaptar las realidades actuales, nosotros nos desenvolvemos de acuerdo a las culturas de la escuela, presentamos, en caso contrario, no creo que tengamos un éxito en el trabajo que desarrollamos adaptándola en el cambio que se va generando el cambio tecnológico que lo estamos asumiendo y tenemos que asumirlo tenemos que adentrarnos de no podemos quedarnos fuera de sí, pero siempre con la premisa importante, que da valor a todo el trabajo es que los periodistas, a los comunicadores de las personas es definitiva, utilizamos las herramientas, no las herramientas utilizadas, nosotros en este caso las redes

sociales en beneficio de generar un mensaje, cosas de una narrativa y proyectara la sociedad.

5. ¿Cuál sería la estrategia del Colegio de Periodistas de Bolívar para mantener informados a la audiencia con un contenido real y actual que genera interés?

Bueno, yo pienso que lo primero que tenemos que hacer es entender que son las redes sociales, creo que hay que elaborar y trabajar en mensajes efectivos a través de los canales que nosotros tenemos ahí. ¿Cuáles son los canales?. las redes sociales son grupos que las utilizan, grupos que las que las mira que las observamos ciertos, entonces hay un grupo específico de pronto y quizás mayoritaria, tal vez, pero está definido a lo que es Facebook, por ejemplo, Twitter de Instagram son importantes de públicos diferentes, no que los van a utilizar, hay que buscar más efectiva en lograr quiero primero que hay que hacer como esta para fijar una estrategia. Primero hay que analizar el contorno, la situación en la cual nosotros trabajamos con el Colegio de Periodistas de Bolívar.

¿Qué es lo que requiere la sociedad? Qué es lo que requiere el colega periodista en el Colegio de Periodista de Bolívar, que necesita el colega periodista, tener, conocer o saber, entonces vamos a llevar unos hacer un análisis de la situación, ver qué es lo que está pasando para poder entender los aspectos que van generando una reputación. En la parte de la identidad del Colegio de Periodistas de Bolívar, si la experiencia que tenemos nosotros en buscar hacia dónde queremos ir como como Colegio de periodistas de Bolívar, entonces eso es importante como primer punto, como segundo punto creo que debemos ser claros en la hora de definir objetivos que nos permitan mirar qué es lo que yo quiero conseguir, para qué quiero conseguir y que es necesario porque es necesario hacer las actividades que nos hemos planificado. Definir, en definitiva, el público objetivo de cual vamos a trabajar como Colegio de periodistas y son los periodistas profesionales, son periodistas que ya manejan

de alguna forma las técnicas de comunicación, si oral, escrita, verbal, no verbal, y entonces es necesario con ellos.

Tener clara del horizonte las metas que queremos alcanzar hay que definir los mensajes, los mensajes tienen que ser realmente mensajes participativos, mensajes que orienten el accionar de nuestro colegio. Si creemos que como estrategia de comunicación, que es lo que nosotros queremos contar, que queremos que la gente conozca. ¿Sí, que es lo que quiero decirle a la gente qué es lo que hace el colegio, para qué sirve el colegio, cuáles son las acciones que está desarrollando etc.

Aquí vamos a definir los canales de comunicación como otro punto que es importante definir los canales de comunicación. ¿Cómo puedo yo elegir los canales más adecuados para obtener el éxito o el

fracaso de la estrategia que de que estoy empleando para ver cómo puedo plantearme ello? El manejo de estos canales de comunicación y, sobre todo, utilizando los públicos objetivos que pueden ser adaptados a los mensajes.

Bueno, creó que una vez que tengo esto voy a tener que ahí sí y a planificar estrategias definidas, estrategias que vayan ligados a un plan corporativo, a un plan de trabajo a que se vaya analizando tácticas estratégicas, que vayan estandarizando estrategias generales, este que tengan tácticas concretas para alcanzar objetivos, metas, acciones, actividades sí buscar la parte presupuestaria de cada década de cada actividad que voy a desarrollar en como el Colegio de periodistas, eh, a ver los recursos que tengo con los que contamos para poder generar un trabajo real, sea cuántos periodistas, por ejemplo, están dispuestos a ayudar nosotros con redes sociales, cuántos que alianza estratégica yo puedo utilizar para mantener vivo los medios digitales, porque los medios digitales no se mantienen solos los medios digitales se mantienen cuando alguien los está haciendo funcionar en el día a día sin los medios digitales se quedan ahí, nadie ahí están los medios digitales para adultos no pasa nada, pero cuando alguien

empieza hasta trabajar en ellos es diferente, entonces hay que ver recursos asignados y los responsables para que éstas redes sociales sigan activas, no se pierdan.. Qué actividades hacemos todas las actividades a publicarlas plazos de ejecución, publicación, publicar. Lo hacemos un día de hoy. Tenemos hoy en la mañana ya será tú mismo, tiene que estar saliendo ahí ese mismo rato, pero para que salga ese rato tenemos que tener una narrativa bien desarrollada, bien hecha y bien estructurada. ¿Entonces qué hacer? Unas buenas fotos de vías, un buen trabajo, un buen diseño. Tenemos que marcar buenos logs, buena definición es entre otro, creo que es la medición de evaluación que viene de la parte final que logró que alcanzó con lo que me estoy planteando con lo que yo he hecho si realmente alcanza el impacto, tiene impacto si es que está siendo aceptado por los públicos, por el Colegio de periodistas, por los miembros del colegio, si los miembros del Colegio de Periodistas de Bolívar están tomando partido de lo que nosotros les entregamos, por ejemplo, si damos una capacitación y cómo lo hacemos a través de redes sociales listo está realmente impactando están los compañeros acudiendo a las capacitaciones. Entonces, lo primero que como Colegio de periodistas tenemos que hacer como una estrategia, es lanzar prácticamente al mercado de los compañeros colegas, periodistas, sí, una campaña que nos permita realmente entendernos con ellos y ellos con nosotros, para que ellos sepan que las redes sociales están a uso y disposición de ellos, que ellos puedan tener como un lugar fijo para poder generar información y entonces lo primero que hay que hacer es lanzar estas redes sociales, lanzarlas al mercado, en otras palabras, a los a los colegas periodistas para que ellos sepan lo que yo tengo, que creo que también es necesario visibilizar el trabajo que estoy haciendo y cómo visibilizar el trabajo que estoy haciendo. Si ese visibilizó a través de que del cumplimiento de mis objetivos de lo que yo me planteé, entonces yo voy a visibilizar a través que sé yo sí me planteé las redes de sociedad del Facebook informo una fan Page listo, aquí está la fan Page y aquí tenemos el desarrollo de la fan Page, como se hizo con ese trabajo y quiero el tengo el canal digital aquí está bien el canal digital

YouTube, tengo todo para que se pueda trabajar en estas actividades, creo que es muy necesario que creemos y alimentemos las relaciones del del trabajo del colegio de periodistas a largo plazo, no a corto plazo sea un plazo extendido porque igual nosotros saldremos, pero tienen que seguir renovando, renovándose y renovándose de manera permanente el trabajo que se viene desarrollando y para eso que necesitamos sí que está visibilizarían de la comunicación, sea un hecho sin interés permanente no permanente, permanente en el cual vayamos trabajando en estos procesos de comunicación y mira como otro punto, creo que es importante generar confianza como Colegio de periodistas, tenemos que generar confianza en nuestra gente, generar confianza en quienes en los periodistas profesionales y aparte de ello generar confianza también en el entorno de la población, a la cual nosotros nos debemos. Entonces creo que debemos buscar la estrategia más importante para que en este contingente social pueda generar una información veraz oportuna a otras personas, a los propios colegas del periodista sólo los miembros del colegio generales de una información veraz que yo sepa qué es lo que yo puedo aprovechar, de los beneficios, creo que debemos utilizar para ello, por ejemplo, que se yo testimonios de personas que han trabajado en comunicación o que son beneficiarios de los procesos de comunicación, por ejemplo las becas, si por ejemplo, las pasantías por ejemplo, las maestrías doctorados, en gente que ha participado en ellos. Otra forma es buscar generar el que el logotipo y la marca, por ejemplo, vaya generando también ese posicionamiento que es importante como posicionar realmente lo que yo como Colegio de periodistas estamos haciendo hacer que las características, los valores que nosotros desarrollamos, que nosotros propendemos y hacemos en el día a día se vayan, se vayan marcando prácticamente un posicionamiento de la marca Colegio de Periodistas de Bolívar “COLPB” va a ir calando y pegándose en la mente de los sobre todo de nuestros colegas periodistas. Creo que esta estrategia de debe ser una estrategia de éxito. ¿Por qué debemos de buscar los canales necesarios? Para nosotros apropiamos de esta realidad, apropiarnos de lo que estamos haciendo

y, sobre todo, buscar que estos periodistas se transformen en actores influenciados de las redes sociales sí, y una vez que tenemos esos que hacemos, logramos expandir, nos logramos generar expansión ya no solamente a nivel del colegio de periodistas de los mismos del colegio, sino que nos abrimos a otros, a otros, a otra organización. A otros públicos porque estamos generando confianza porque nuestra información que nosotros desarrollamos es buena, es creíble entonces sí, claro, es comprobada es creíble se sustenta en fuentes etc.

Y entonces por ello es que nuestra información logra posicionarse incluso en otros, en otros grupos sociales, desde los colegios, por ejemplo, los colegios de educación media puede ser también otros colegios de periodistas, pueden ser también la Universidad o diferentes instituciones que de alguna forma trabajan con comunicación con comunicadores sociales, la estrategia de media training o el control del entrenamiento con lo que tiene que ver con los medios. Eso es importante porque razón porque los medios de comunicación prácticamente los tradicionales, sobre todo de alguna forma, van a visibilizar nuestro trabajo. Van a generar una imagen sea buena, a través también de nuestro discurso también tiene que ser bueno, creo que el manejo de la parte del dominio del lenguaje corporal, etc., tienen que ser indicadores que permitan fortalecer el trabajo que estamos desarrollando como una estrategia de comunicación, estrategia de periodismo de marca que eso es importantísimo, no podemos dejar de lado esa estrategia, no, por qué razón. Porque el periodismo de marca, si es lo que va a elevar el número de la de la plataforma digital, sí, por qué razón, porque ahí es donde se van a mirar, observar las estrategias de diseño de lo que estamos desarrollando creo que el periodismo marca entonces. Va a marcar el mismo “GOLPB” va a manejar una información de valor dentro de nuestro colegio para lograr de manera efectiva, de y alcanzar los objetivos deseados, y creo que a través de esto nosotros podemos generar una relación sólida con nuestra audiencia. Vamos a posicionar como del sector los ocupando en el campo del periodismo, en el campo de los colegas profesionales, que es nuestra defensa

máxima, estrategia de relaciones públicas y medios digitales, esto es importantísimo, porque las relaciones públicas nos permiten que renovarnos de manera constante, si generar inquietud es analizar problemáticas, buscar exigencias del entorno y también nos van a permitir generar la posibilidad de ser reconocidos y reforzar nuestro en manera, entonces creo que eso es importantísimo, no también creo que otra estrategia de marketing digital que eso es importante trabajarlo sí, por qué razón Porque se pretende cubrir necesidades y las nuevas formas de consumo del Colegio de periodistas de Bolívar como ellos deben implementar una estrategia de marketing digital, si a través de que a través de ti y buscar acciones con que el público puede encontrar en lo que se refiere a nuestra marca, como tal debe tener una cuenta de posicionamiento, es lo más importante que nosotros debemos marcar. En el trabajo de como una estrategia comunicacional para ganar una visualización constante, un empoderamiento constante con los buscadores como Google, por ejemplo, ¿hay otros buscadores que también existen, no? y creo que, como otra de las estrategias, la estrategia que sería la más importante, quizás en por el tema que nos ocupa, es la de las redes sociales. ¿Sí, por qué razón? Porque redes sociales vamos a manejar una relación repito directa como los públicos objetivos con la gente que ven, que los va a escuchar, que es parte de nuestros gremios y que constituyen ese. Sentir de marca sentirme yo soy yo, soy presidente del colegio, pero yo soy miembro del colegio, pero yo soy uno de los de los que quieren ingresar al Colegio Periodistas de Bolívar. Yo quiero ingresar al colegio porque quiero ser parte de esta organización ya que creo que estas estas serían las estrategias más importantes que podríamos anotar estimado Michael.

6. ¿Qué medidas básicas de seguridad considera tener en las redes sociales para el buen uso del ejercicio periodístico para el Colegio de periodista de Bolívar?

bueno, yo creo que entre los consejos para el buen uso de las redes sociales, creo que lo primero que hay que hacer es tener claro los contenidos que yo voy a dar a conocer manejar los contenidos, eso es importante, sí, de acuerdo a que a lo que lo que nuestros colegas necesitan requieren si utilizar los recursos necesarios sí, cómo tienen que ver, por ejemplo, que las fotografías, vídeos, sí y otras y otras y otras herramientas que nos proporcionan las redes sociales, por ejemplo?

Creo que para utilizar de manera correcta debemos también de alguna forma estar al día, estar está entendiendo cuáles son nuestros parámetros, los valores que tienen las redes. Mira, hay que revisar de manera constante los comentarios, los he y otras que se están dando en nuestra página en nuestra página web, pero creo que en realidad para tener un cuidado realmente como medida de seguridad nosotros deberíamos siempre estar pendientes de que en nuestro grupo evitar aceptar a todo el mundo a hacer partícipe de nuestra red, eso nos va a permitir de alguna forma delimita que personas que no son parte de nuestro gremio puedan incluirse ahí y puedan estar generando de pronto información que no sea no sea efectiva no creo que también hay que buscar la forma de poner una llave y nuestras redes y esa llave se pone a través de una contraseña que podía ser cambiada de manera periódica esta esta clave la tendrían que manejar de pronto las personas que son parte de la administración de estas redes sociales. Creo que también no sería como una medida de seguridad no había que dar a conocer los aspectos importantes del gremio del colegio como tal, esos aspectos tienen que estar marcado, sellados, sí, para que no se conozca por menores, pero menores porque pueden utilizar, pueden ser utilizados de manera adversa nuestros intereses particulares, entonces creo que eso otras medidas de seguridad creo que también nosotros como colegas periodistas no podemos estar en nuestras redes sociales, suban cualquier información y esperando que vas a poniéndole el me gusta, carita, feliz, etc. Ciertamente, no podemos trabajar eso, creo que eso también es importante porque debemos dejar que cada persona he actúe de su salud, que se pensó que tengamos la necesidad de aumentar el

número de laicos. Queremos que la información que damos realmente sea conocida podemos trabajar con ello, no es cierto darle la posibilidad de empezar a trabajar con él hizo con caritas, felices o vistos buenos etc.

Creo que otra de la medida de seguridad podrían ser en la parte de desactivar la parte de la ubicación de nuestras redes, no en lo que es el último ósea, podríamos tomar eso y creo que también otra medida de seguridad va a ser la de siempre, estar actualizado con lo que son los antivirus, porque las redes sociales también de alguna forra con la información que proporciona que a veces viene de diferentes sectores, pueden dañar nuestra plataforma, pueden dañar nuestro sistema, entonces creo que esas recomendaciones serían importantes para tomar las medidas de lo que se trabaja con las redes sociales, estimado Michael

7. ¿El obtener un manual de las redes sociales mejoraría el ejercicio periodístico en el Colegio de periodistas de Bolívar?

Creo que el manual definitivamente nos va a permitir mejorar lo que es del trabajo periodístico. ¿Hotmail mira, por qué razón? Porque nosotros cuando trabajamos en un guía primero hay que considerar algo que nosotros los periodistas es que ya no lo conocemos ni lo sabemos todo, analizamos un poco la brecha que existe, lo que analfabetismo digital vamos a ver que los periodistas tenemos un índice, también es analfabetismo, no es que ya sabemos todo si tenemos que seguir aprendiendo y construyendo este uso de las herramientas, porque siempre vamos a yo mantengo este principio que nosotros usamos las herramientas, no es remitirnos a nosotros usamos las herramientas para poder dar a conocer lo que nosotros queremos, pero es necesario si contar con una guía que me vaya a ilustrar la forma como yo voy a utilizar de manera correcto. La red social Facebook, la red social Instagram sí, las redes sociales de WhatsApp, etc. ¿Así como lo voy a utilizar, ¿cómo se utiliza para yo poder y siguiendo los pasos y no cometer errores? ¿Y cómo no cometer errores si la idea es a través de éste de un manual de una guía, yo poder ir visualizando paso a

paso cómo debo trabajar en esta red social? Pues eso es lo que tengo que hacer, pues de esa forma es lo que yo, por mi parte considero que realmente esto me va animar más realmente a todos los colegas periodistas a poder interactuar con las redes sociales para poder tener objetivos. Claro de las redes sociales a poder de alguna forma elegir las redes sociales que más de requiera yo para trabajar en equipo periodístico, creo que este manual lo va a permitir a mí también cuidar mi lenguaje, cuidar la forma de expresión como yo debo general mi trabajo de expresión corporal de la narrativa periodística, creo que igual me va a permitir generar una identidad propia también de parte del control del Colegio de periodista, como si somos parte del colegio, pero por ejemplo que se yo, tenemos que evitar el cien por cien errores de ortografía, por ejemplo, que son cosas que de pronto van a marcar en vez de ayudarnos a progresar, nos van a marcar un problema muy serio, pero creo que generar una identidad, una información que transmita realidades de lo que es nuestro colegio y evitar en todo la parte de fantasear o de pronto peor lo que es pronto. Eh, hablar de errores, que pueden propiciar de pronto un desmedro del trabajo que estamos desarrollando, creo que este manual nos puede ayudar a contestar de manera rápida y satisfactoria los principales problemas que aquejan al periodista de Bolívar y también nos va a permitir interactuar con la marca que nosotros trabajamos sí y trabajar con la marca y creo que eso es importante. ¿También creo que con el manual nos va a permitir buscar una diversificación y los contenidos diversificados, diferenciar los contenidos de acuerdo al interés de los públicos? Sí, porque generalmente estamos pensando que estos contenidos van a ser lo que a mí me interesa lo que yo quiero, pero no es así. Hay que tomar en referencia a la audiencia lo que la audiencia quiere, lo que los receptores necesiten eso, hay que hay trabajar y hay que darles de ser posible todos los días de información de calidad. Si conectarnos con el público, que las redes sociales nos van a permitir. En definitiva, manejarnos con los públicos manejarnos con ellos, trabajar con ellos de manera estática, ágil, veraz eso es uno de los puntos del Colegio de Periodistas de Bolívar que van a permitir de tener la posibilidad

atreves de un manual concentrar su actividad periodística y mejorar el uso de las herramientas y su calidad de presentación.

Análisis cualitativo de la entrevista: A través del uso de las redes sociales es sumamente fundamental en todo el mundo periodístico. El uso de estas herramientas permite orientarnos en enormes desarrollos y autoaprendizajes a los diferentes integrantes del Colegio de Periodistas de Bolívar, el buen aprovechamiento del ejercicio periodístico logra un mayor reconocimiento de autenticidad, claridad y eficacia para atraer más integrantes, que formen parte del COLPB

Entrevista al presidente Federación Nacional de Periodistas del Ecuador

Nombre: Lic. Danilo Villaroel.MSc.

Cargo: presidente de la Federación Nacional de Periodistas del Ecuador

1. ¿Cuál es la función de la FENAPE de aquí en Ecuador?

La Federación Nacional de Periodistas del Ecuador fue creada mediante el decreto ejecutivo en 1975. Su función es la defensa a la organización y capacitación de periodistas ecuatorianos a nivel de todas las provincias del país para dar inicio a los procesos de defensa de la libertad de expresión como principio fundamental de los derechos humanos.

2. ¿Que realiza la FENAPE para fortalecer el ejercicio periodístico en Bolívar?

Como Federación desarrollo tres ejes; primero, la capacitación a través de cursos para contar con espacios académicos para que periodistas puedan asistir y beneficiarse; segundo, la educación continua, es decir, llevar a cabo procesos de maestrías, doctorados mediante convenios con universidades internacionales y tercero, el fortalecimiento interno de cada colegio provincial para brindar la posibilidad de organización con el fin de respaldarse entre ellos al existir alguna situación anómala en contra del periodista y comunicadores .

3. ¿Cuáles son los beneficios de afiliarse a la FENAPE y al colegio de periodistas de Bolívar?

Entre los beneficios se detalla en primer lugar, el acceso a capacitaciones desarrolladas con el colegio provincial y desde la Federación Nacional de Periodistas que cuentan con el aval nacional e internacional de la Federación de Periodistas de Latinoamérica y el Caribe FEPAL como de la FIP Federación Internacional de Periodistas. Como segundo punto el obtener un carnet homologado nacional reconocido por las autoridades nacionales con un solo formato para posterior, acceder al internacional otorgado por la FIP con el fin de formar parte de los 600.000 periodistas (198 sindicatos de 120 países del mundo) que conforman la única y más grande organización con su sede en Bruselas, en la cual, se encuentran periodistas de todo el mundo.

4. ¿Qué relación tiene la FENAPE con los afiliados del Colegio de Periodistas de Bolívar?

A través de la presidencia del directorio provincial se envía información mediante actividades organizativas de fortalecimiento institucional y autonomía. Con esto permite llevar adelante procesos que ayuden al acompañamiento en casos registrados como amenazas y atentatorios a la libertad de expresión.

5. ¿La FENAPE es un ante regulador para difundir información en las diferentes redes sociales que maneja el Colegio de Periodistas de Bolívar?

Se mantiene las puertas abiertas, ya que cada colegio mantiene su autonomía y directiva para realizar actividades regidas al tema del Estatuto Nacional de FENAPE, sin embargo, algunos colegios no regulan las acciones que se tornen en beneficio de la organización de la unidad y de la defensa profesional.

6. ¿Cuál es el rol del periodista en la era digital?

Se debe recordar que todos los medios de comunicación son volcados a miradas hacia lo digital. En la actualidad, la prensa es vista y escuchada por televisión, radio; sin embargo, el rol del periodista es llevar adelante procesos de información mediante la técnica y la investigación a través de recursos aprendidos en la universidad con el propósito de informar continuamente y en menor tiempo a las audiencias. De esta manera, se logra un flujo informativo de un ecosistema digital que ayuda a fortalecer nuevas etapas de la carrera por ejemplo de comunicación para formar periodistas con una orientación más digitalizada.

7. ¿La FENAPE ha tratado con otros países acerca de la temática del uso de las redes sociales y la desinformación?

Sí, es uno de los ejes más importantes que permite el desarrollo de capacitaciones y reuniones internacionales, así como, en la última asamblea mundial de la FIP desarrollada en Omán, este fue un tema para generar un protocolo para trabajar desde la página web de la Federación Internacional, para ser aplicado en cada uno de los países a través de la orientación y adaptación a la realidad.

8. ¿Considera que es adecuado el uso de las redes sociales y el contenido publicado en la fan Page de la FENAPE?

Consideramos que la información que se publica en la fan Page de la FENAPE proviene de una unidad de relaciones públicas encargada de subir y actualizar las noticias desde la fan page para informar y ser compartida a todos los colegios ya sean interinstitucionales, nacionales e internacionales.

9. ¿Qué otras redes sociales utilizan la FENAPE?

Se tiene la red de Instagram y Twitter para subir diversos contenidos con relación a temas políticos y sociales; así como difusión de alertas generadas por

la mesa técnica de defensa y protección para los periodistas a diferencia con los de Facebook, ya que, se basan en cosas internas que realiza la FENAPE en el país para poder desarrollar información más institucional.

10. ¿En la FENAPE al momento de utilizar las redes sociales han tenido problemas en el uso del manejo?

La FENAPE través de una comisión de relaciones públicas integrada maneja la información o contenidos difundidos en la página.

11. ¿Realizan capacitaciones sobre del uso de las redes sociales?

Sí por supuesto todo el tiempo reciben capacitaciones por la universidad de Santander de México gracias al convenio, además, brindan lenguajes y técnicas adecuadas para el tema de redes sociales. Desde la federación de periodistas por medio de la comisión académica dictan charlas y conferencias a periodistas pertenecientes a las 23 provincias de la FENAPE, excluida Manabí.

12. ¿Las dificultades que más frecuente tienen en esta parte de sus capacitaciones cuáles son?

Siempre existe dificultades en el tema logístico - económico y la voluntad de los periodistas al asistir en los horarios, sin embargo, las capacitaciones son los viernes por la noche, sábados y domingos en Pastaza; por ejemplo, se terminó un training de medios digitales realizado los sábados y domingos debido a las dificultades presentadas por los colegas periodistas en acordar con un horario específico.

Análisis cualitativa de la entrevista: Su principal misión de la FENAPE, es proteger la organización y formación de los periodistas ecuatorianos de cada una de las provincias, con el objetivo de difundir los derechos que les corresponden como expresión independiente de opinión, debido a que son muchas situaciones en las que los expertos tienen que divulgar información lo

que los vuelve controvertidos y por ende molestan a la audiencia, de ahí que es necesario mantener la argumentación primordial sobre sus derechos y deberes.

Entrevista los miembros afiliados del Colegio de Periodistas de Bolívar

Nombre: Lcda. Sandra Paredes MSc.

1. ¿De qué manera las redes sociales mejoran el trabajo periodístico?

Bueno, las redes sociales son un gran instrumento de trabajo para los periodistas que pueden dar a conocer su gestión. Pueden también dar a conocer sus notas, contrastarlas también para que la ciudadanía o lectores puedan estar bien informados.

2. ¿Qué tipo de redes sociales utiliza con mayor frecuencia para el ejercicio periodístico?

La, red social que se utiliza normalmente como profesional de la comunicación en este caso es Twitter porque se puede conversar y contrastar la información se puede dar a conocer un punto de vista y también otras personas pueden responder a ese punto de vista.

3. ¿Cuál es el tipo de información que usted intercambian las redes sociales para el ejercicio periodístico?

Yo trabajo por lo general con Facebook, pero también en ciertas oportunidades, ya que, depende de la temática también interactué con Twitter y con WhatsApp

4. ¿Qué tipo de contenidos revisado constante a la información en sus redes sociales?

Los contenidos informativos, pero siempre y cuando éstos estén bien contrastados porque un periodista serio tiene que contratar bien las notas informativas, que da a conocer, sino caso contrario ocurre en una falta y también esto podría provocar asuntos legales según lo que dice la ley de comunicación.

5. ¿Cuál es el rol que ejerce en las redes sociales en el periodismo y la sociedad?

El rol es el de comunicar con eficacia, el de ser la voz de aquellas personas que no tienen voz, darles a conocer a otras personas las preocupaciones, las dificultades que tienen las personas nosotros somos los mediadores de aquellos que no tienen voz.

6. ¿Cómo realizar sus contenidos para las redes sociales?

Los contenidos que los realizó a través de notas informativas para llegar a las personas y conocer cómo recibe el mensaje que escribo y que ofrecen las redes sociales para fomentar el periodismo digital, son muchas los beneficios y las oportunidades que nos brindan, las redes sociales para beneficiar a cada una de las personas que no escucha, por ejemplo, tenemos la facilidad de comunicarnos en un tiempo en corto tiempo, en de forma instantánea e inmediata de forma profunda y profesional.

7. ¿Cómo trabajan los medios de comunicación y el periodismo desde el inicio del internet?

Bueno, actualmente ustedes saben que todavía nosotros como ecuatorianos se incursiona en el tema de del periodismo digital y toda esta información, en realidad hay otros países que ya han avanzado de forma más acelerada que nosotros. Nosotros estamos recién involucrándonos en el tema del internet, en el tema de las redes sociales también si nosotros aprovecharemos todos estos recursos, tendríamos un producto final diferente y muchos beneficios para nuestros oyentes.

8. ¿Cuál es la importancia que tienen los medios digitales para gestionar el proceso de comunicación e información?

Los medios digitales son muy importantes porque son una herramienta para, precisamente, informar de forma veraz y oportuna son de mucho, beneficio, de mucho interés para los periodistas, también para la comunidad.

9. ¿Cómo se puede establecer el uso correcto de una red social para difundir más información noticiosa?

Podría aprovechar los beneficios que nos dan las redes sociales. Y, sacándoles todo el provecho que tienen esas redes sociales para que vayan en beneficio de la sociedad.

10. ¿El Colegio de periodistas de Bolívar estaría de acuerdo en aceptar un manual del uso de las redes sociales para el mejoramiento del Colegio de periodistas de Bolívar?

Yo creo que sí, que sí le hace falta una guía, una información que le permita crecer como gremio, donde se den a conocer algunas estrategias comunicacionales, conocer un plan de comunicación para que de esta manera esta organización esta institución se beneficie Y que le dé también un plus para que crezca como periodista y sea de manera positiva

Entrevista los miembros del Colegio de Periodistas de Bolívar

Nombre: Lcda. Laura Anchundia MSc.

1. ¿De qué manera las redes sociales mejoran el trabajo periodístico?

Pues efectivamente las redes sociales constituyen un canal más que permiten a los medios de comunicación difundir la información, nos permiten también conectar con nuevos públicos nuevas audiencias a las cuales nosotros tenemos ese trabajo de informarnos de actualizarnos para poder llegar a estas nuevas audiencias que cada día crezca.

2. ¿Qué tipo de redes sociales utiliza con mayor frecuencia para el ejercicio periodístico?

Bueno podríamos hablar de redes sociales ya las más tradicionales, en mi caso utilizo lo que es Facebook, Instagram, Twitter, y también estoy en tiktok, que me parece una nueva tendencia en cuanto a redes sociales crezca en el país y creo que a nivel del mundo un poco más interactiva en donde también es un espacio para que los medios de comunicación y los periodistas creamos contenido y los podamos publicar, mediante este medio mediante esta red como es tiktok.

3. ¿Cuál es el tipo de información que usted intercambia en las redes sociales para el ejercicio periodístico?

Bueno por lo general lo que uno se hace por ejemplo en Twitter, cuando veo noticias de carácter bastante importante uno retuitea de fuentes oficiales, también se construye su propia noticia pero obviamente con la búsqueda en las fuentes, en el caso de tiktok ,por ejemplo hace dos días nomás ya se emitió la nueva disposición del COE Nacional, de poder devolver a utilizar la mascarilla en lugares cerrados de manera obligatoria , yo tengo un medio de comunicación digital en tiktok, hicimos fue un pequeño resumen del tema y publicamos este contenido que respecto a las disposiciones del COE Nacional, y nos viralizamos entonces me parece que las redes sociales también depende el contenido que uno se publique tiene esa posibilidad de viralizarse y llegar a mucha gente y buscar no que la gente nos siga en ese día he llegado por lo menos solo con esa publicación entre más de 300 seguidores un montón en las estadísticas que tenemos ahí los compartidos guardados añadidos a favoritos y las y los comentarios entonces me parece que hay que saber elegir también los temas que se publica con el fin de dar a conocer a la gente.

4. ¿Cuál es el rol que ejercen las redes sociales en el periodismo y la sociedad?

Bueno yo le pondría las redes sociales entre las sociedades y periodismo como un puente no un canal que nos van a permitir no es más que comunicarnos comunicamos, y luego que buscamos esa interacción entre quien recepta lo que yo envío como información y así mismo también expresa su retroalimentación entonces aquí hay una interactividad me permite más conocer a las personas que están detrás de lo que me leen no en nuestros públicos Ahora son los pro consumidores, le decimos ya no solamente yo consumo información o contenido sino que también lo produzco entonces hay esa interacción esa interactividad ahí que nos permiten las redes sociales son muy importantes ya que a día de hoy es un medio bastante amplio que nos permite estar en distintas latitudes del mundo como medios de comunicación y para los periodistas

5. ¿Cómo realiza los contenidos para las redes sociales los contenidos?

Hay que ser un poco más objetivos y precisos con la información ,El lector la persona cada vez lee menos y como comunicadores debemos de adaptar readaptar las nuevas narrativas, para las redes sociales en este sentido creo que hay que ser más visuales, para ello existe también medios tradicionales si bien es cierto , pero no es lo mismo que yo informe mediante plataformas digitales como redes sociales cómo hacerlo mediante un medio tradicional que también claro a migrado al ámbito digital y se puede contrastar esos cambios que habido, ser un poco más dinámicos más abiertos en redes sociales y ser más objetivos en la información.

6. ¿Que ofrece las redes sociales para fomentar el periodismo digital?

Las redes permitir primero, como marca como persona como periodista darnos a conocer, segundo pienso que también nos facilitan esa oportunidad de interactividad, como lo dije inmediatez también para poder publicar contenido a una velocidad muy cada día, cambia y exige mayores contenidos en las redes

sociales, han venido a ser parte del ejercicio periodístico como un aliado que nos va a permitir conectar no solamente con nuevos usuarios a nivel local sino también a nivel mundial y aprender de ellos también de nosotros. Por eso existen las llamadas métricas que tienen las distintas redes sociales que nos permiten estadísticamente valorar y recibir a nuestra información entonces somos medios de interacción importante para el periodismo digital.

7. ¿Cómo trabajan los medios de comunicación y el periodismo desde el inicio del internet?

Bueno estamos justamente ahora preparándonos en algo de periodismo digital y si ha habido un cambio enorme no en nuestro país un poco lento todavía no y aún existe todavía esa digamos esa especie de brecha digital en cuanto a medios de comunicación, pero de a poco, ya que migra al ámbito digital el proceso ha sido un poco lento, pero yo creo que nada es imposible y que todos ven la necesidad de estar en internet ya el que no está simplemente deja, como que de existir. Entonces ese es el reto que adaptemos todos los contenidos hacia estos nuevos formatos que son las redes sociales que ya no solamente escribimos sino también visuales y ahora con tantos avances de la que nos permiten quizás vivir una realidad paralela a nosotros no es un entorno virtual.

8. ¿Cuál es la importancia que tienen los medios digitales para gestionar el proceso de comunicación e información?

Yo creo que es la inmediatez no es cuanto la información que se transmite, ósea sí es importante que conozcamos gracias a los medios digitales, lo que quizás se demora un equipo editorial realizar en un medio tradicional, entonces inmediatez para mí como que la palabra que contribuye a esto de los medios digitales si bien es cierto hay que saber identificar qué los medios han sido nativos digitales y como escuchamos a una expositor hace pocos días sobre los medios matriciales que son aquellos que prácticamente fueron análogos tradicionales y migraron y los nativos digitales pues son aquellos que nacieron

prácticamente para internet, desde internet a informar por internet podemos ver que en estos medios digitales nosotros podemos ver ahora por ejemplo transmisiones en vivo de eventos que ocurren lejos de nuestra localidad por ejemplo, constituyen ese medio de información que está ahí ,también y así mismo facilita.

9. ¿Cómo se puede establecer el uso correcto de una red social para difundir una información noticiosa?

Como todo en la vida pienso yo, en este caso la evolución del ser humano y de la tecnología pues si bien es cierto tienen enormes ventajas, pero también hay bastante desventaja en el caso del ejercicio periodístico de la información nos enfrentamos a un montón de dilemas, uno de ellos por ejemplo las noticias falsas o Fans págs. Como conocemos ahora en donde a veces por la inmediatez se publican noticias y ahora todo el mundo lo puede hacer no precisamente una persona que ha estudiado nueve o diez años de periodismo y se gradúe como periodista entonces de ahí surge esto del término que se le dice periodismo ciudadano, en donde como concepción claro se dice que es el ciudadano al que toma el rol de informador, no de pronto veíamos aquí algunos episodios en Ecuador por ejemplo el paro nacional que hubo muchos ciudadanos grababan transmitían y ellos eran parte como una especie de fuente de información no y claro había muchos medios que utilizaban esa información el aquí de nosotros como periodista como equipo de editorial de algún medio es siempre saber contrastar esta información estás se podía verificar y filtrar la información, porque no podemos caer en función de la Primicia inmediatez claro, son las redes sociales que publican lo primero que aparezca no es importante siempre demorarnos un poquito, no porque eso nos va a permitir indagar bien esa información de dónde viene geolocalización términos bastantes importantes que nos permiten identificar detectar desde qué parte se transmite esa información, si quien la transmite tiene una vida activa que se yo en redes sociales trabaja. Quién es la persona que entonces uno como periodista tiene

esa responsabilidad si es que voy a utilizar una fuente si será esta fidedigna o no porque es peor enfrentarnos luego a problemas legales uno y otra perder la credibilidad como medio de compilación, entonces lo importante nos enfrentamos a una bomba de información constantemente, pero hay que saber discernir las fuentes siempre.

10. ¿El colegio de periodistas usa las redes sociales de manera adecuada?

Si bien es cierto un pequeño evaluación análisis que he podido observar tiene presencia en Facebook, lastimosamente sí es importante decir que no actualiza el contenido constantemente o sea sí falta como gremio un poco explotar estos medios de comunicación digitales como son las redes sociales

11. ¿Considera necesario que el Colegio de Periodistas de Bolívar cuente con un manual para el correcto uso de las redes sociales en el ejercicio periodístico?

Sumamente importante no solamente con un manual diría yo sino también con el aporte valioso de personas, que también les trabajen en este tema que les apasiona el tema yo creo que siempre se necesita el aporte el talento de estas personas no y claro un producto, un trabajo una investigación, acerca de esto también nos va a permitir a nosotros fortalecer aquellas debilidades que tengamos y claro ponerlo en práctica porque esa es la idea no de que esto no sea una especie de guía para poder ejecutar la información en las redes sociales.

Análisis cualitativo de la entrevista: Las redes sociales se han convertido en una tremenda herramienta de trabajo los periodistas pueden difundir su gestión con mayor agilidad y precisión, su rol es comunicar de manera efectiva, ser la voz de los que no tienen voz, de igual forma conocer varios temas de interés público. Sin embargo, la desventaja en el caso del ejercicio periodístico de la información enfrenta varios dilemas, uno de ellos las noticias falsas o Fans Pages,

CAPÍTULO V

Manual de Uso de las Redes Sociales

COLEGIO DE PERIODISTAS DE BOLÍVAR



CARRERA DE COMUNICACIÓN

**MANUAL DEL USO DE LAS REDES SOCIALES PARA EL
COLEGIO DE PERIODISTAS DE BOLIVAR**

Autor:

MICHAEL EDUARDO VERGARA ORTIZ

DIRECTOR:

Lic. José Bladimir Guarnizo Delgado. MSc.

GUARANDA - ECUADOR

2023

Introducción

La presencia de las redes sociales ha generado varios cambios en la condición de comunicarse y relacionarse con las personas. El acceso a las diversas redes sociales a través de dispositivos móviles y fijos, permite a los afiliados del Colegio de Periodistas de Bolívar, ah participar en asuntos públicos y estar informados acerca de noticias actuales.

En la actualidad, todas las empresas han implementado las redes sociales como estrategia para marketing social o mejora de la comunicación, complementándolo con los medios comunes o tradicionales. Por esto, es necesario replantear la manera como se ha venido usando las herramientas a través del planteamiento de pautas comunes, que permitan la guía y uso adecuado de las redes sociales dentro del Colegio de Periodistas de Bolívar.

El presente manual permite explicar los beneficios y riesgos que pueden provocar el uso de las redes sociales, así como los lineamientos para la creación de nuevas cuentas y procesos para plantear estrategias, tipo de lenguaje verbal y gráfico, análisis y medición de desempeño en relación a la comunicación y la gestión de estos medios digitales, cabe recalcar la necesidad orientar el uso correcto las redes sociales en cada empresa con el fin de mejorar la relación entre los periodistas profesionales y la sociedad a la que representa.

Los temas de presente guía, se desarrollan en función de los pilares que fundamentan el uso de herramientas informáticas, se describen los beneficios y riesgos, criterios, el lenguaje visual y verbal, la narrativa de los discursos, la relación con los públicos, los tipos de contenidos de divulgación para el uso correcto de las redes sociales.

En los siguientes apartados, se detallan los aspectos inherentes a la redacción en las redes sociales, profundizando en los principios básicos para publicar contenidos y la forma correcta para planificar e incorporar mensajes, escritos,

visuales y de audio, que permiten generar perfiles para la gestión en las redes sociales.

Pilares de las redes sociales

El diálogo que se determina en las redes sociales ayuda a una comunicación efectiva con las personas, la misma que se sustenta en 4 pilares fundamentales como:

1. **La transparencia y participación:** Se relaciona a la respuesta de las expectativas que las personas tienen acerca de las redes sociales.
2. **Comunicación efectiva:** Todas las redes sociales están destinadas al apoyo de las habilidades para optimar la calidad de la comunicación dentro de las empresas.
3. **Colaboración interna:** Parte de la empresa, ya que debe apoyar y fomentar las iniciativas que ayuden a mejorar la disciplina con el propósito de llevar un control de los procesos administrativos, así como la atención a las personas.
4. **Mejora continua:** Es importante aplicar indicadores y procesos de monitoreo que ayuden a la ejecución de las acciones de mejora.

Beneficios al usar las redes sociales

Entre los beneficios de las redes sociales se puede mencionar:

- Aumento del público objetivo como resultado de la adaptabilidad a los nuevos canales de comunicación a gusto de los usuarios por la interfaz que permite su facilidad de uso.
- Mejora la rentabilidad con relación a la comunicación, sin configurar y crear nuevas herramientas.
- Disminuye depender de los medios comunes de comunicación.
- Incrementa la participación ciudadana por ejemplo en la cantidad de comentarios y propagación de información todo con transparencia.

- Mejora el servicio a los ciudadanos mediante contenido actual para mantenerse informado de las noticias.
- Brindan modernización al servicio y mejoran la calidad de imagen de las organizaciones.



Fuente: (Vivanco, 2017)

Riesgos al usar las redes sociales

El uso inadecuado de las redes sociales puede formar riesgos en las empresas, entre los cuales se menciona:

- Al generar contenido poco atractivo disminuye la participación e interés público.
- Uso descomunal de las redes sociales, en momentos genera aumento de recursos económicos.
- Contenido difícil de contrastar e inexactos.
- Noticias ofensivas que atenten contra la intimidad, discriminación, honor del ser humano, apología, insultos o discriminación.

Por esto, una cuenta que es manejada de forma incorrecta puede generar pérdida de confianza en su audiencia y a un futuro su credibilidad.



Fuente: (Equipo editorial, 2021)

Criterios para la creación de cuentas en redes sociales

Es necesario considerar algunos criterios importantes antes de la creación de cuentas en las redes sociales, como los objetivos, contenidos, recursos y público:

Objetivos

Es importante tener claro los objetivos que ayuden a establecer las estrategias para monitorización, proceso de información y medición de resultados, estas deben estar alineadas con las acciones de la empresa que se realicen dentro y fuera de esta. A continuación, se menciona los siguientes objetivos:

- Cambiar los medios tradicionales de comunicación que se usa en la institución.
- Conseguir cierta cantidad de seguidores.
- Poseer un medio propio para difundir la política.

Público

Identificar a la audiencia que va dirigida la aviso por medio de las redes sociales con el fin de definir quienes son y la manera como se promociona la institución. Además, es necesario determinar las necesidades con relación a las actividades y servicios propios de la organización y si estas se alinean a lo que se desea ofrecer.

El gremio deberá usar las redes sociales de manera adecuada con la creación de contenido atractivo que cause interés a la audiencia. Además, tomará en cuenta la gramática y semántica al detallar un contenido que será publicado.

Una vez publicado el contenido será responsable de interactuar con la audiencia en base a las noticias transmitidas. Por otro lado, será quien busque noticias, hechos o acontecimientos actuales para redactarlos y propagar por las redes sociales.

Entre la función periodística se menciona: Mantener informado al público objetivo con relación a lo investigado, además, se encargarán de editar, redactar y presentar los reportajes mediante las redes sociales. Algunos, se especializan en un área determinada como política, deporte, entretenimiento, entre otros.

Recursos

Al tener una cuenta de red social no debe existir límites al mensajear de manera periódica. Esto requiere tiempo para escuchar y gestionar la interacción con las personas mediante comentarios, preguntas, opiniones o críticas.

Es importante asignar a la persona correcta para el proceso de gestión de las redes sociales de la institución, quienes cuenten con perfiles profesionales con relación a marketing, sistemas, software o procesos de la información y comunicación.

Contenido

El contenido debe ser relacionado a las necesidades de la audiencia por lo que, se debe considerar:

- Contenido formativo, informativo, divulgativo, entre otros.
- Tipo de formato como imagen, texto, video o combinados.
- Cantidad de contenido que será difundido.
- Mantener un ritmo para la creación de contenido con el fin de mantener a la audiencia informada de forma periódica.

Lenguaje visual y verbal para redes sociales

Es importante al momento de publicar contenido en las redes sociales que estos serán predestinados a un público heterogéneo con poco tiempo para analizar a profundidad el mensaje, por lo que, es necesario crear publicaciones con textos cortos, fáciles, directos y simples. Es decir, mantener simplicidad y evitar la complejidad.

Discursos en redes sociales

Mediante las redes sociales se crea una forma nueva de discurso o comunicación para el beneficiario con el propósito de incrementar la participación en el intercambio de información, por lo que, se usan diversos recursos como:

Tono oficial: Referente a los mensajes publicados en las redes sociales, que mantengan coherencia al difundir a su audiencia.

Proximidad: Se refiere al vocabulario usado en las redes sociales, de manera que se eviten términos burocráticos y formales; por esto, es importante que sean redactados por el usuario final o común que excluya el lenguaje técnico y jurídico; con esto genera confianza en el público e incrementa su participación.

Relación con el público en las redes sociales

Debe mantener una relación permanente a través de respuestas, moderación en los comentarios, seguimiento a la cantidad de solicitudes en todo momento. Por esto, es importante mencionar algunas recomendaciones para llevar una relación adecuada con el usuario:

- Moderar los comentarios cuando exista críticas e insultos a diferentes autoridades y ciudadanos. Caso contrario, cuando estos generen positivismo serán respondidos a la brevedad posible manteniendo su visibilidad.
- Invitar a los usuarios que tengan algún problema a una conversación privada para resolver todas sus inquietudes y mejorar la relación.
- Agradecer la participación con educación y sin el uso de un tono técnico o jurídico.
- Es importante pedir disculpas cuando se está equivocado.
- Tomar de la manera más educada las sugerencias, críticas y comentarios de diferentes personas.

Tipos de contenido

Al ser un contenido simple y relativo es conveniente reducir recursos de multimedia y, al contrario, cuando sea complejo e importante aumentar estos recursos. Todo contenido publicado en las redes sociales sigue un patrón que permite evaluar la complejidad y relevancia de la información, mismos que se basan en dos vectores:

- **Vector de complejidad:** Es importante mencionar que un contenido cuanto más es complejo se torna difícil para llegar a una interpretación por el público.
- **Vector de característica:** Sirve para guiar al usuario al momento de navegar por la red de internet.

Entre los tipos de contenido para las redes sociales están:

Videos

Se consideran como contenidos de apoyo y complejos para una determinada acción. Permiten transmitir información relevante e intensa para la audiencia.

Meta sitios

Representa una estructura para navegar de forma independiente con páginas jerarquizadas a través de un menú propio, de tal forma que, cuando el contenido tenga mayor complejidad será agregado al meta sitio propio que ayuda a profundizar en diversos temas.

Texto puro

Solo es usado para contenido lineal y simple funcionen como un sustento para navegar de forma general.

Imágenes o infografías

La mayor parte de la información subida a las redes sociales se prospecta en imágenes fáciles de entender para la audiencia.

Redacción en las redes sociales

Para crear un contenido adecuado en las redes sociales es importante seguir varias reglas como:

- Una extensión máxima de 110 caracteres con el fin de lograr un intercambio eficaz de información.
- Debe añadir enlaces para visualizar información más detallada en base al contenido publicado.
- Las publicaciones deben contener un complemento como imágenes para llamar la atención del público.
- Evitar la frecuencia elevada de contenido con el fin de cansar a los fans.

- Evitar la suspensión de emitir mensajes que provoque el abandono de la cuenta en la red social.
- Es importante que no sea la misma persona que maneje dos redes sociales, ya que se verá similitud en el contenido.

Principios básicos para publicar contenido

Los profesionales del periodismo antes de publicar algún contenido deben identificar una historia, investigarla, publicarla, optimizarla y, por último, el performance para medir el rendimiento de las publicaciones con el fin de realizar ajustes y obtener aprendizajes sobre enfoques que a un futura ayuda a mejorar el impacto. Además, es importante que las redacciones sean planificadas para distribuir el contenido ya que, permite identificar a la audiencia o público objetivo que los consume. Por esto, es necesario conocer los principios básicos antes de publicar contenido en la red social.

- **Creíble:** El contenido debe ser transparente, preciso, exhaustivo e imparcial.
- **Responsable:** Contener veracidad, contraste y a la par de la posición de la institución.
- **Consistente:** Que permita fomentar la colaboración y participación del público.
- **Constante:** Crear contenido con información actualizada.
- **Coherente:** Alineado con la manera de comunicarse con diferentes canales que prevalecen en el internet.

Uso de cada red social

Facebook

Para usar esta red social es recomendable usar un tono emocional y cercano que permita al público objetivo realizar acciones específicas como:

- **Optimización de enlaces:** Se basa en optimizar los enlaces con el fin de animar a las personas a presionar el link, para lo cual es recomendarle que el contenido a ser publicado contenga imágenes atractivas, título y descripción.
- **Actualización de la cuenta:** Es importante mantener actualizado el contenido para beneficiar a la audiencia ya que, muestra el profesionalismo de la marca empresarial.
- **Evitar promociones y ser conversacional:** Es recomendable reducir publicaciones con abundantes promociones ya sea de servicios o productos ya que, lo importante es crear interacción y conversación con las personas, así puede evitar el abandono de los usuarios de la página de Facebook.
- **Publicar textos pequeños:** Es recomendable publicar textos concisos y de rápida lectura. El texto debe ser legible y clara con el fin de mejorar la visualización de las publicaciones.
- **Publicar en horarios convenientes:** La mejor publicación es aquella que crea más interacción con su audiencia por lo cual, es importante descubrir las horas oportunas para interactuar con la audiencia.

- **Usa imágenes adecuadas:** Esta red social recomienda usar fotos de 1200 x 600 píxeles para evitar mala calidad, sin embargo, puede utilizar con el tamaño mínimo de 600 x 315.



Fuente: (GigaTecno, 2020)

De la misma manera se detallan algunas recomendaciones al usar Facebook como página empresarial:

- Crear una página de fans para uso de la institución.
- Propagar nuevos servicios propios de la empresa.
- Crear comunidades en Facebook para publicar campañas.
- Crear eventos para inauguraciones, conferencias, capacitaciones, etc.
- Responder a la brevedad posible comentarios, preguntas en cada publicación.
- Realizar un seguimiento a los fans de la página social.
- Publicar contenido atractivo y propio de la institución.

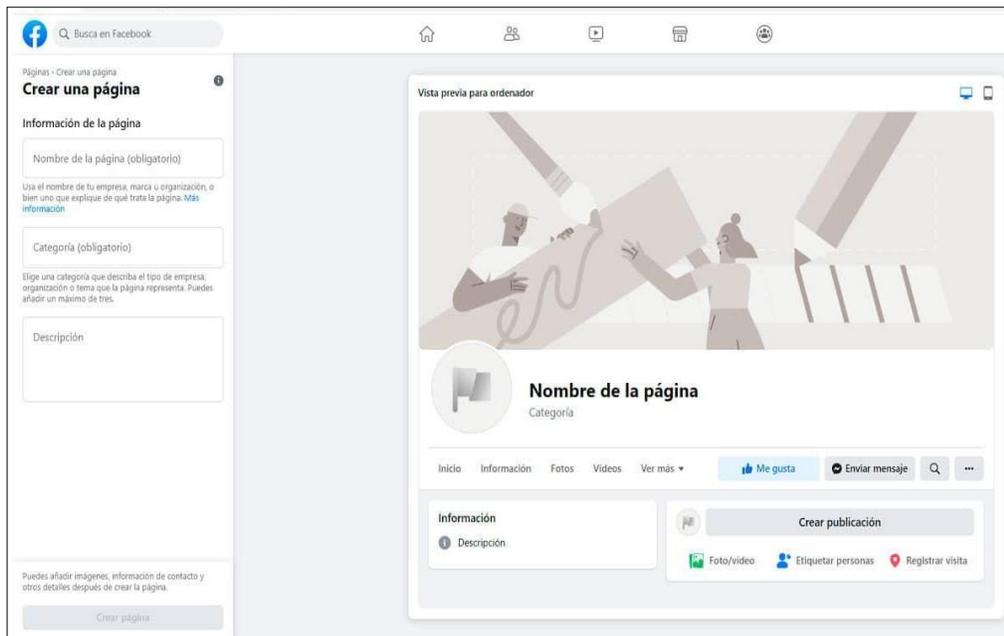
Creación y uso de Facebook

La función de las páginas de Facebook es brindar ayuda a las empresas para compartir sus servicios, eventos y demás. Para su creación se realiza mediante el siguiente enlace: www.facebook.com/pages/create

Posterior se procede a introducir el nombre de la fan page y selección de la categoría, además, se puede añadir una biografía de la página social, así como una foto de portada para personalizar de acorde a los gustos.

Una vez diseñada la página ya puede hacer uso de la misma realizando actividades: publicaciones de contenido, historias, foros entre otras. Además, de promocionar sus productos y servicios vinculados a su WhatsApp empresarial.

Se considera que las páginas no tienen un número límite de seguidores sin la necesidad de solicitar su amistad.



Fuente: (Newberry, 2021)

La red social Facebook es cada vez más usada por los periodistas, ya que, es considerada como una herramienta que permite interactuar con su audiencia.

Por esto, es importante tener en cuenta varios puntos para llevar a cabo sus actividades como adaptabilidad a varios algoritmos de las redes, narrar historias, tráfico de la web.

Sin embargo, el periodismo necesita su tiempo para transmitir resultados buenos, por esto, es significativa la cooperación de la sociedad para que, el periodismo digital se mantenga y genere confianza en su público.

Cabe recalcar que Facebook se basa en la cantidad de interacciones, ya que, el usuario visualizará el contenido de las personas con quienes se relacionan con el fin de fomentar amistades para iniciar con las conversaciones.

Twitter

La dinámica de esta red social es rápida por lo que, las publicaciones duran poco tiempo. Es importante considerar lo siguiente al publicar contenido:

- **Estructuras simples:** Para generar mayor atracción de la audiencia es con el uso de verbos en tercera persona, nombres propios y sustantivos en plural ya que, los seguidores pueden retuitear más cantidad de veces.
- **Uso de signos de puntuación:** Es importante saber que el uso de los dos puntos, signo de cierre y el punto aumenta popularidad en las publicaciones.
- **Incluir enlaces:** Con la creación de links el tuiteo aumenta ya que permite conocer el contenido que proviene de fuentes externas.
- **Tiempos de publicación:** La hora más conveniente para publicar es la última hora del día o al finalizar la semana.
- **Añadir temas de conversación:** Es recomendable incluir hashtag para incrementar la difusión ya que, ayuda a la audiencia continuar la conversación acerca del tema publicado en la red social.
- **Añadir imágenes:** Al publicar fotografías aumenta la conexión con la audiencia.

Recomendaciones

Para el uso de Twitter es importante seguir con las siguientes recomendaciones:

- Completar la información de la empresa dentro de su perfil.
- Usar el buscador de la red social para encontrar a personas de la ciudad que se pueda seguir.
- Uso de hashtags que permite expandir los canales de comunicación.
- Tuitear de manera continua.
- Responder con brevedad los comentarios en las publicaciones.
- Describir el instante que suceda el congreso, reunión, conferencia, taller de la institución.

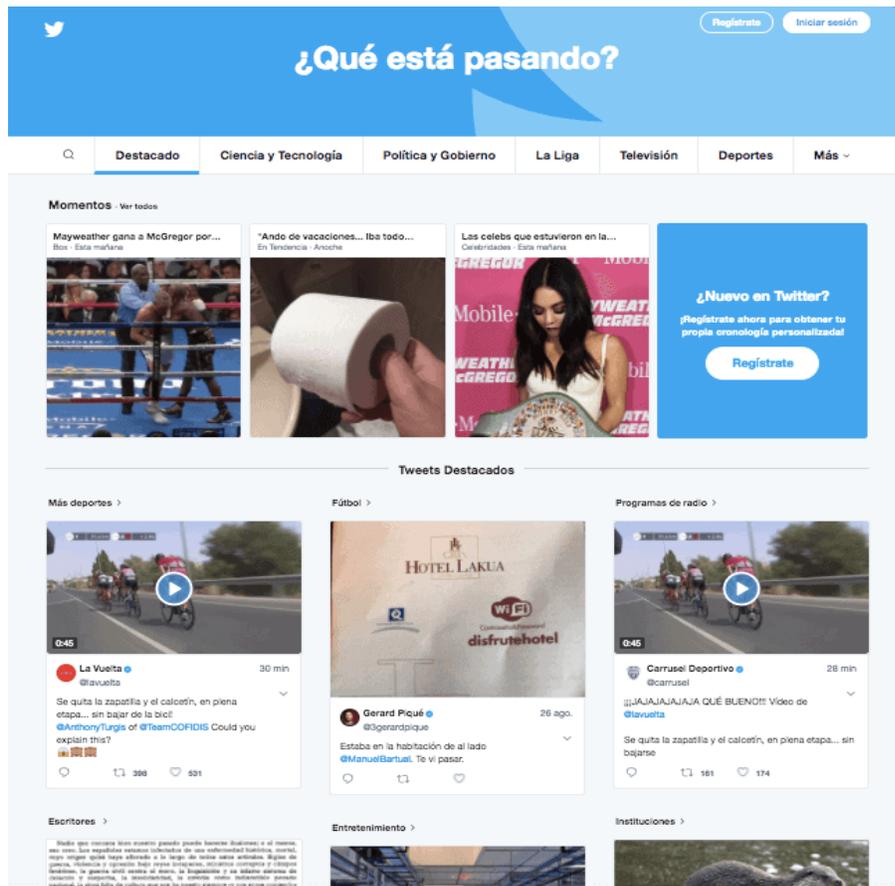
Ventajas y desventajas de las noticias en Twitter	
Ventajas	Desventajas
Información inmediata 	Con 140 caracteres, la información es muy resumida 
Cualquiera puede reportar una noticia 	Cualquiera puede inventar una noticia 
La información se propaga más rápido 	Se puede crear un "teléfono descompuesto" 
Los dispositivos móviles llegan a lugares restringidos 	La gente podría ponerse en peligro al cubrir la noticia 

Fuente: (Oviedo, 2018)

Creación y uso de Twitter

Para obtener una cuenta en Twitter es necesario crear su correo, o puede conectarse mediante Facebook para mantener vinculadas las cuentas.

Una vez registrado puede comenzar a twittear todo lo que desee. Para buscar a usuarios es necesario usar @nombre_usuario y obtendremos los resultados de búsqueda para mirar todos los tweets del usuario.



Fuente: (Webempresa, 2018)

Los usuarios de Twitter pueden ser personas físicas, entidades, corporaciones o empresas:

Uso para personas naturales o físicas

- Comentarios a sus equipos favoritos mientras se transmite un partido.
- Mirar un evento en tiempo real.
- Mantener informado de las noticias actuales.
- Debates en relación a un tema que genere controversia entre los usuarios.
- Información acerca del cantante.
- Mirar fotos de lugares que se haya visitado.
- Redactar un pensamiento de momento.

Uso para entidades

- Generar interacciones entre los clientes y seguidores.
- Conocer un servicio o producto.
- Comunicar una oferta.
- Anunciar un acontecimiento.
- Incrementar las ventas mediante la publicidad.
- Comunicación con otras empresas.
- Crear contactos para colaboraciones.
- Aumentar clientes.

La red social Twitter permite a los periodistas interactuar más con su audiencia. El uso correcto de las herramientas digitales del periodismo ayuda a potenciar y hacer viral una noticia, nota o reportaje. Por esto, es importante que los profesionales generen formas nuevas y novedosas para redactar una historia en la red social.

Los periodistas encuentran utilidad en la red social, algunos debido a ser un lugar para intercambiar banalidades de carácter personal. Es importante que Twitter sea visto como una herramienta para mejorar la manera de informar y publicar noticias ya que, cuando se visualiza más los beneficios resulta fácil usarla a las actividades diarias.

WhatsApp

Es considerada como una red social para la necesidad de las personas ya que, no sólo es una aplicación de mensajería instantánea si no que, puede llegar a ser multiplataforma para conocer de manera inmediata los servicios de una empresa o promocionar sus productos. Es importante considerar lo siguiente:

- El contenido publicado debe ser atractivo para la audiencia.
- Es importante publicar contenido a diario para la audiencia con el fin de no perder el interés de la misma.
- Crear catálogos sobre los productos o servicios que puedan visualizar el público en general.
- Enlazar el WhatsApp empresarial dentro de las publicaciones creadas en las diferentes redes sociales.



¿WHATSAPP EN LA WEB... ¿SI O NO?

PROS	CONTRAS
<p>1- Comunicación rápida y dinámica: ¿qué mejor para el cliente que resolver una duda con solo apretar un botón que siempre lo acompaña?</p> <p>2- Facilidad de uso: un sistema muy fácil, ya que todos lo utilizan en sus comunicaciones diarias.</p> <p>3- Oportunidad de venta: si el cliente nos contacta por WA, podemos establecer rápidamente un contacto directo que quizás por correo no podríamos, logrando una oportunidad única.</p>	<p>1- Invasivo: más allá que pongamos un horario de contacto de referencia, muchas personas van a escribir... ¡incluso de madrugada!</p> <p>2. Requiere dinamismo: si no contestamos de inmediato, puede provocar el efecto contrario al que queremos lograr. Por eso es ideal solo si sabemos que podremos responder rápidamente.</p>

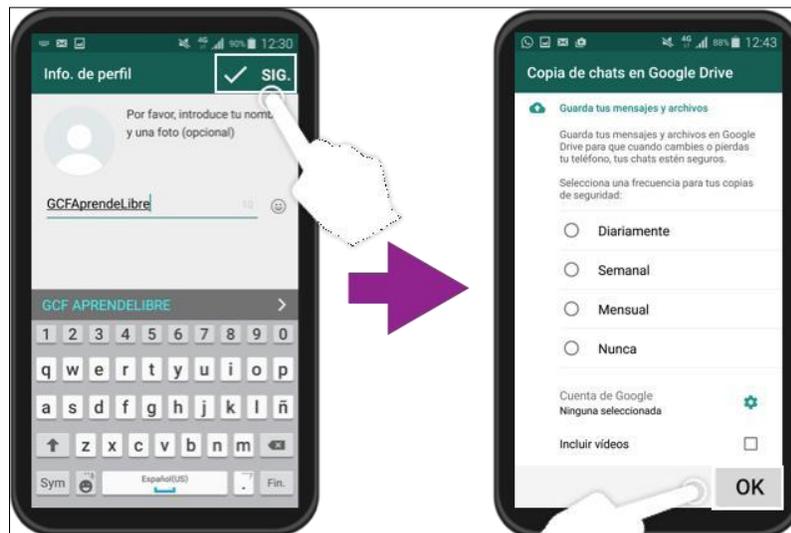
Fuente: (Cugliati, 2020)

Creación y uso de WhatsApp

Para crear una cuenta en la red social WhatsApp es necesario bajar la aplicación desde la tienda de aplicaciones. Una vez descargada se procede a la instalación, lo primero es aceptar los términos de servicios que brinda y continuar.

Posterior, se ingresa el número de celular para finalizar con la instalación. Cabe mencionar que, la aplicación envía un mensaje de confirmación el cual es detectado automáticamente.

Además, permite configurar la información del perfil como la imagen, texto y algunas opciones de privacidad.



Fuente: (GCFGlobal, 2018)

Una vez seguido los pasos anteriores la cuenta en la red social WhatsApp está creada y lista para usarla.

Respecto al uso, puede chatear con todos los contactos y personas quienes tengan su número de celular. WhatsApp permite crear grupos, subir historias de hasta 30 segundos. Además, permite realizar llamadas de voz y videollamadas tanto a una persona como a un grupo.

Esta red social permite a los periodistas informar noticias que tengan un tiempo ajustado, ya que, debido a su manera segura y rápida de presentar los detalles de un hecho ayudan a su distribución al instante entre su comunidad.

Por esto, los periodistas deben considerar los niveles de seguridad en sus aparatos móviles para activar la confidencialidad y privacidad de los mensajes entre los cuales la fuente de la que proviene la información.

TikTok

Permite grabaciones, edición de fotos y videos, así como compartir videos cortos, es decir, desde un segundo hasta diez minutos. Además, permite añadir efectos de sonido, fondos musicales y diversos efectos visuales.

Es importante considerar lo siguiente:

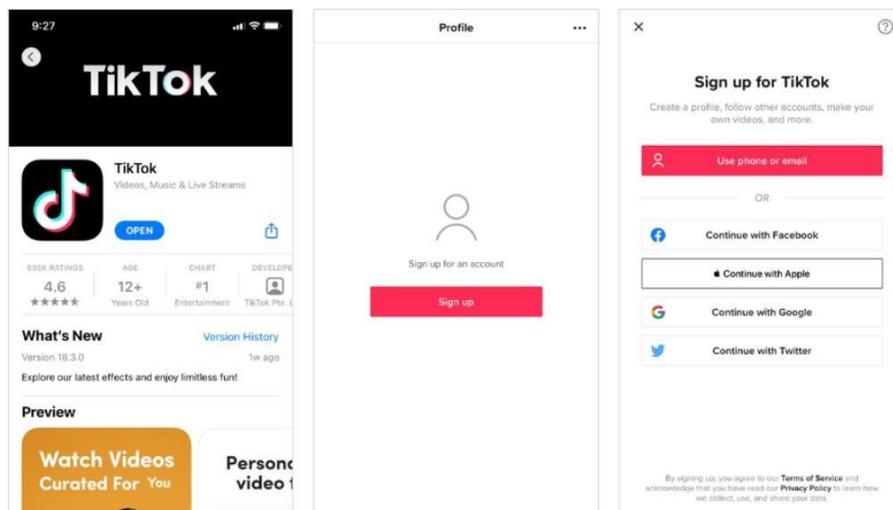
- Se puede crear videos con montajes musicales, divertidos con efectos de realidad aumentada.
- Permite a los jóvenes aumentar su creatividad al crear contenido que puede ser viral.
- Permite visualizar de manera regular retos publicados con hashtags que ayudan a unirse a los diversos retos.



Fuente: (Collado, 2020)

Creación y uso de Tik Tok

Para crear una cuenta en la red social es necesario contar con un correo electrónico o asociarlo con Facebook, posterior a eso aceptamos las condiciones de Tik-Tok y seleccionara las categorías preferidas para mostrar el contenido. Además, puede vincular a los contactos de su dispositivo móvil.

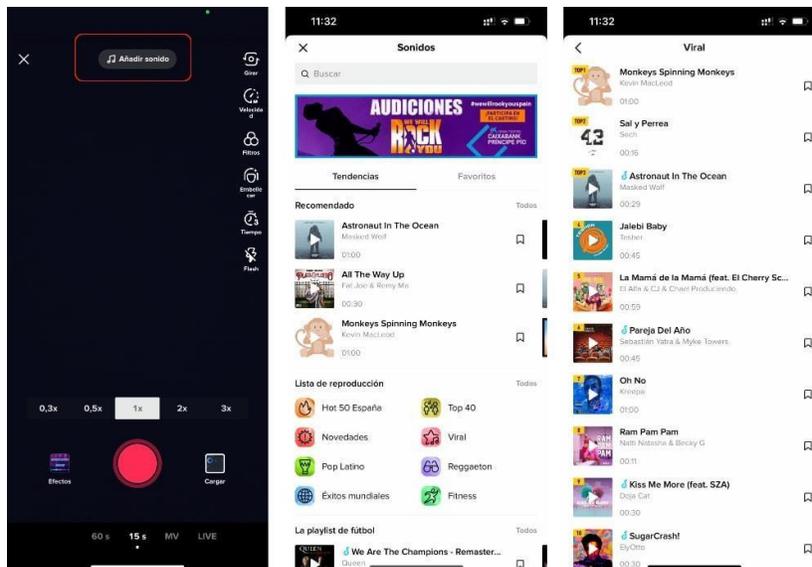


Fuente: (Galiana, 2021)

Una vez registrado ya podrá navegar y con esto, visualizar el contenido de empresas, personas naturales referente a las categorías seleccionadas.

Cabe recalcar que Tik-Tok es una red social relacionada más al entretenimiento por lo que, el contenido varias veces no tendrá buena calidad o un contenido informativo.

Para iniciar a publicar contenido debe considerar que los videos serán entre 5 a 3 minutos de duración, en los cuales puede usar varios filtros, añadir sonido, efectos, cortar, aumentar videos, etc.



Fuente: (Chicharro, 2021)

El periodista podrá informar en esta red social cuando la información sea documentada en base a un reportaje y proveniente de fuentes personal. Debido a esto, el buen periodismo se basa en entregar la información real con evidencia para que ayude a vivir de manera adecuada en la sociedad que permita la correcta de toma de decisiones.

Mediante el TikTok puede llevar a cabo un buen periodismo basado en un lenguaje adecuado ya que, esta red social no solo es conocida por los viales sino

por las herramientas que ofrece para difundir información atractiva para el objetivo.

YouTube

Esta red social es considerada como una plataforma para compartir información en formato audiovisual, ha superado a Instagram y TikTok. Además, es una herramienta digital para aprender diferentes cosas publicadas por varios autores.

Entre las ventajas que aporta la red social se menciona:

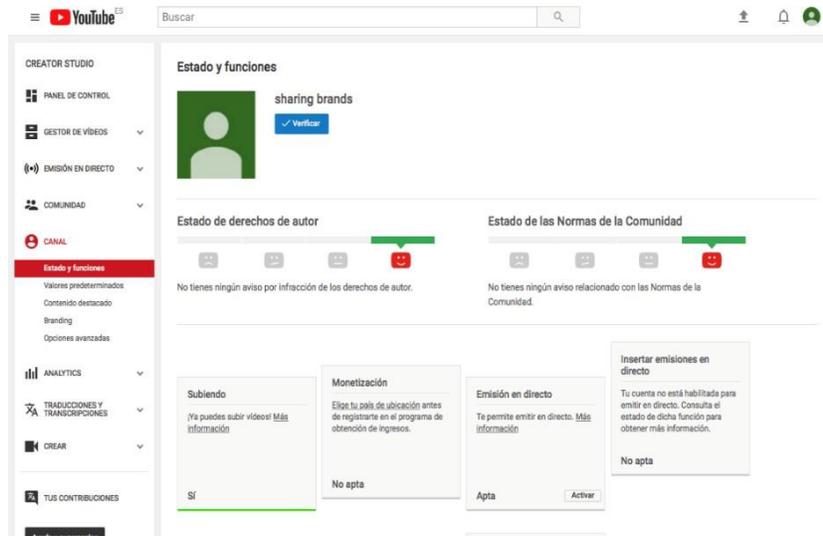
- Permite la creación de comunidades mediante suscriptores.
- Publicar videos de forma directa desde YouTube a diferentes redes sociales.
- Es usado por varios medios de comunicación.
- Es considerado como el segundo canal más importante en el mundo para búsquedas.
- Capacidad de almacenamiento y acepta distintos formatos de video.
- Incrementa el porcentaje de visitas entre el 20% y 30%.



Fuente: (Collado, 2020)

Creación y uso de YouTube

Para crear una cuenta en la red social es necesario contar con un correo electrónico en Gmail, aceptaremos todas las condiciones y completaremos la información personal; se crea un canal y por último se revisa los detalles para su confirmación.



Fuente: (Coobis, 2018)

La red social YouTube ha sido una oportunidad para los periodistas en el ámbito deportivo par que se ha expandido y llegado a más público. Cabe mencionar que, los temas de entretenimiento han alcanzado a más vistas e interacción con la audiencia. Por esto, ayuda a los profesionales mejorar sus actividades de reportaje ya que, serán vistos a nivel mundial.

Sin embargo, los periodistas han tenido que cambiar su mentalidad debido a la era digital debido, a la necesidad de generar más conocimiento audiovisual para subir contenido a YouTube.

Plan para publicar contenido

Con el fin de conseguir resultados óptimos y mejorar el tiempo de respuesta se crea un plan para publicar contenido en la red social, para esto se considera (Gallego, 2016):

- 1. Planteamiento de objetivos:** Es importante dar a conocer hechos relevantes que permitan la interacción de la audiencia con el fin de propagar y extender la campaña publicitaria.
- 2. Considerar la red de destino:** Establecer la red en la cual se publicará contenidos de acuerdo a las necesidades de la audiencia. Puede ser: YouTube, Facebook, Twitter, Instagram, etc.
- 3. Establecer cronograma de publicaciones:** Crear un cronograma para optimizar el tiempo en las publicaciones, mismo que debe contener diversa información que será compartida por fechas y en horas que la audiencia permanezca en la red social.
- 4. Repetir publicaciones:** Al existir contenido que causó interés en la audiencia es importante volver a publicarlos por diferentes días y horas con el fin de ganar repercusión.
- 5. Contenido comodín:** Es importante tener una base de contenidos dependiendo el tipo de cuenta, esto sirve de complemento para el cronograma de publicaciones. Así mismo, se añadirá recomendaciones, enlaces, direcciones, teléfonos, entre otros.
- 6. Seguimiento y análisis:** El contenido publicado debe ser medido en eficacia, difusión e interés ya que, permiten determinar el éxito o fracaso y así analizar las estrategias aplicadas para continuar usándolas o cambiarlas.

Guía para publicar imágenes y videos

Estas deben permanecer disponibles para el uso y acceso de los usuarios con el fin de facilitar la información y llegar hacer viral. Entre los lineamientos para publicar imágenes y videos se menciona (Karolys, 2019):

- Deben ser publicadas en una biblioteca categorizada y clasificados por temas con uso de copyright.
- Para las imágenes los diseños deben ser en alta resolución para su descarga.
- Para los videos deben tener la opción para ser incluidos para aquellos usuarios que deseen.
- Ambos deben tener un título y descripción; así como lugar y fecha considerados como datos importantes.

Perfiles para la gestión en las redes sociales

Al incluir profesionales para la gestión de las redes sociales ayuda a las organizaciones aprovechar todos los beneficios para mejorar la comunicación con el público objetivo. Estos perfiles serán encargados de la planificación estratégica para la participación e interacción entre la institución y su audiencia mediante las redes sociales.

Entre los perfiles se menciona (Martín et al., 2021):

- **Estratega digital:** Encargada de proyectar a mediano y largo plazo las estrategias para el crecimiento organizacional. Mantiene una visión de la actualidad digital, así como la tendencia de las herramientas con el fin de implementarlas dentro de la institución.

Perfil: Licenciado en marketing, publicista, periodista, u otros relacionados al área digital.

- **Coordinador de contenido:** Encargado de la gestión y creación de contenidos que sean publicados en las redes sociales. Además, será quien apruebe y supervise el contenido para subirlo.

Perfil: Comunicador, especialista en medios digitales o periodista.

- **Gestor de redes sociales:** Encargado de la gestión de todas las redes sociales que tenga la institución. Entre sus actividades incluye el desarrollo del cronograma semanal para la publicación de contenidos, gestionar y brindar respuesta a los usuarios y generar reportes semanales de cada actividad realizada.

Lineamientos y recomendaciones para el uso de redes sociales	
Lineamientos	Recomendaciones
De estrategia	
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Plantear una política para usar las redes sociales de la institución. ➤ Establecer términos y condiciones para uso de la Web 2.0. ➤ Difundir dentro de la institución las recomendaciones a seguir para usar adecuadamente las redes sociales 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Incluir a los medios sociales para mejorar la comunicación. ➤ Tener los recursos necesarios para la gestión de las redes sociales. ➤ Mejorar la apariencia de las redes sociales.
De procesos	
<ul style="list-style-type: none"> • Responder en el menor tiempo los comentarios. • Vincular las cuentas sociales a la página oficial de la institución. 	<ul style="list-style-type: none"> • Fomentar la conversación con los usuarios • Publicar contenido con mayor frecuencia. • Crear contenido atractivo. • Facilidad para la búsqueda de contenido. • Crear enlaces para llegar a otras fuentes de información.
De comportamiento	

<ul style="list-style-type: none"> • Evitar intervenciones personales en las redes sociales de la institución. • Conceder la información a los creadores. • Usar correos no asociados para la creación de cuentas en las páginas sociales. • Evitar el proselitismo y comentarios ofensivos, de calumnia o injuria. • Brindar garantía a la protección de la información, misma que será reservada. 	<ul style="list-style-type: none"> • Fomentar la cortesía en la comunicación. • Mantener la ortografía, redacción y gramática de forma correcta. • Evitar censurar la intervención de los fans. • Comprobar el contenido publicado de terceros. • Usar claves de acceso seguras para las cuentas oficiales. • Evitar la publicación de información confidencial.
--	--

Perfil: Especialista en medios digitales o relacionados a esta rama.

➤ **Responsable de contenido:** Encargado de actualizar el contenido a las redes sociales. Incluye la publicación de noticias al sitio, actualización de la página oficial, subida de videos, fotos, audios a la galería institucional.

Perfil: Comunicados o periodista.

➤ **Editor digital:** Encargado de la producción de contenido para las redes sociales; entre sus actividades está la edición de videos, fotos, diseño de piezas visuales como complemento para el contenido.

Perfil: Diseñador gráfico o con conocimientos en el área.

Lineamientos y sugerencias para el uso de las redes sociales

Entre los lineamientos y recomendaciones para beneficio de la entidad en el uso de las redes sociales se presenta a continuación.

El manual del uso de las redes sociales fue desarrollado para mejorar el rol de periodistas debido a sus cambios continuos por las innovaciones tecnológicas y nuevos métodos de difundir la información de forma rápida y dinámica. Las redes sociales dentro del área periodística se consideran como una herramienta necesaria para los comunicadores, sin embargo, se identifica el desafío por la redacción hacia la comunidad digital.

Por esto, se ha visto la necesidad de mencionar las ventajas y desventajas de cada red social, creación y uso de la cuenta y como aporta para ejercer el rol de periodista, sin embargo, es importante antes de publicar contenidos informativos mantener un flujo de contenidos e ideas expandidas por todo aquel que tiene su cuenta en las diferentes redes sociales.

Cabe recalcar que, el periodismo usa las redes sociales en todos sus ámbitos con el fin de conocer y difundir la información, misma que sea de calidad, real y actual para mejorar la interacción con la audiencia; entre el contenido publicado debe ser redactado con gramática y semántica de manera adecuada ya que, en la actualidad existen periodistas con problemas de redacción en las plataformas digitales con etiquetas y códigos.

También es responsabilidad del periodista verificar y clasificar la información de fuentes falsas y aquellas con veracidad de los hechos para ser difundida a su comunidad.

Bibliografía

Anexada a bibliografía de tesis

6 CONCLUSIONES

Con el desarrollo de la investigación se diagnosticó acerca del uso de las redes sociales en el Colegio de Periodistas de Bolívar, debido a ser un recurso utilizado con mayor frecuencia para difusión de contenido basado en la realidad.

Además, se identificó la relación de la actividad del ejercicio periodístico con el uso de las redes sociales, en la actualidad estas herramientas son necesarias para ejercer su labor de periodista debido a la acogida del público y todas las opciones que brindan para mejorar cada vez el contenido publicado.

Sin embargo, los periodistas mencionaron los cambios del periodismo tradicional a digital como el uso de las diferentes redes sociales, mismas que tienen varias opciones que permitan mejorar su rol periodístico con el fin de ganar interés y atracción al público objetivo, además, profundizaron el tema de crear contenidos actuales mediante fuentes verídicas ya que, es importante para generar confianza.

Por lo mencionado, fue importante realizar un manual para el uso de las redes sociales para el ejercicio del profesional del Colegio de Periodistas de Bolívar, varios profesionales aún no conocen la manera adecuada de utilizarlas.

7 RECOMENDACIONES

Es importante que cada cierto tiempo se realice un diagnóstico del uso de las redes sociales dentro del Colegio de Periodistas de Bolívar, con el fin de identificar falencias y así, plantear soluciones que ayuden a mejorar y prevenir más errores.

Es fundamental continuar con más investigaciones referente al periodismo tradicional y digital, los dos importantes, sin embargo, por la innovación tecnológica queda atrás y da paso a la prevalencia de las redes sociales para las labores periodísticas.

Es fundamental que el contenido publicado en las redes sociales por los periodistas sea actual, de interés y provenga de fuentes reales para interactuar con el público objetivo, ya que, podrá generar confianza en las noticias o hechos publicados a futuro.

Por esto, es recomendable, realizar o aumentar información en el manual realizado ya que, los avances tecnológicos no paran y con esto, la necesidad de adquirir más conocimiento aún más cuando se trata del periodismo con la única función de informar a su público.

- Avogadro, M. (Diciembre de 2017). *Periodismo científico digital. La ciencia en un click*. Razón y Palabra: <http://www.razonypalabra.org.mx/comunicarte/2005/abril.html>
- Baena, G. (2017). *Metodología de la investigación*. México DF: Seneca Editores. http://www.biblioteca.cij.gob.mx/Archivos/Materiales_de_consulta/Drogas_de_Abuso/Articulos/metodologia%20de%20la%20investigacion.pdf
- Botto, M. (2018). Edgar Morin. La cultura de masas como objeto de análisis. *Dialnet*, 1(60). <https://doi.org/https://doi.org/10.24215/16696581e094>
- Campo, A. (2018). Metodología de la investigación. *Revista Científic Scielo*, 43.
- Cardozo, C., Martín, A., & Saldaño, V. (2017). Los adultos mayores y las redes sociales: Analizando experiencia para mejorar la interacción. *Grupo de investigación y formación en Ingeniería de Software*, 1-29. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/6089345.pdf>
- Carrión, D., & Carrascal, H. (2021). La comunicación digital durante la crisis social en Ecuador. *ACHANA Revista Científica*, 0(2), 131-148. <http://repositorio.ulvr.edu.ec/bitstream/44000/4604/1/La%20comunicaci%c3%b3n%20digital%20durante%20la%20crisis%20social%20en%20Ecuador.pdf>
- Casamayou, A., & Morales, M. (2018). Personas mayores y tecnologías digitales: desafíos de un binomio. *Psicología, conocimiento y sociedad*, 7(2), 199-226. <http://www.scielo.edu.uy/pdf/pcs/v7n2/1688-7026-pcs-7-02-00152.pdf>
- Cassnello, C. (2018). *Análisis del uso de las redes sociales como fuente de información para los comunicadores del área de noticias del medio Gamavisión*. Tesis de

pregrado, Universidad de Guayaquil, Facultad de Comunicación Social.
<http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/32518>

Cohen, N., & Gómez, G. (2019). *Metodología de la investigación, ¿para qué? la producción de los datos y los diseños*. Buenos Aires: Teseo. Retrieved 9 de Septiembre de 2021, from http://biblioteca.clacso.edu.ar/clacso/se/20190823024606/Methodologia_para_que.pdf

Costa, J. (2017). *Sociedad de la Información en el siglo XXI: un requisito para el desarrollo*. Ministerio de Ciencia y Tecnología de España, Sociedad de la Información. Enred. <https://www.itu.int/net/wsis/stocktaking/docs/activities/1103547250/sociedad-informacion-sigloxxi-es.pdf>

Cruz, M., Pozo, M., Andino, A., & Arias, A. (2018). Las tecnologías de la información y la comunicación TIC como forma investigativa interdisciplinaria con un enfoque intercultural para el proceso de formación de los estudiantes. *Revista científica electrónica de educación y comunicación en la sociedad del conocimiento*, 2(18), 196-215. <https://doi.org/10.15517/ECL.V11I1.33052>

Díaz, R. (2018). *Impacto de las redes sociales en la vida de los habitantes de la comunidad El Jícaro, del Municipio de Estelí de agosto a diciembre de 2017*. Tesis de pregrado, Universidad Nacional de Nicaragua, Managua, Facultad Regional Multidisciplinaria FAREM-Estelí, Nicaragua. <https://repositorio.unan.edu.ni/8709/7/18668.pdf>

Espinoza, B., & Chávez, M. (2021). El uso de las redes sociales: Una perspectiva de género. *Markana*, 12(2). <https://publicaciones.ucuenca.edu.ec/ojs/index.php/maskana/article/view/3880>

Espinoza, E., Cruz, L., & Espinoza, E. (2018). Las redes sociales y rendimiento académico. *Revista Metropolitana de Ciencias Aplicadas*, 1(3), 38-44. <https://remca.umet.edu.ec/index.php/REMCA/article/download/50/156>

- Federación Nacional de Periodistas del Ecuador. (2018). *Constitución y finalidades*. Apuntes, Apuntes Universitarios, Periodismo,. https://nanopdf.com/download/estatutos-de-la-federacion-nacional-de-periodistas_pdf#
- Gallego, S. (2016). *Redes sociales digitales*. Tesis de pregrado, Universidad Complutense de Madrid, Facultad de Ciencias de la Documentación, Madrid. <https://eprints.ucm.es/id/eprint/44233/1/T39077.pdf>
- Giles, M. (2021). *Evaluación del uso de redes sociales y su influencia en el bienestar psicológico en población universitaria*. Tesis doctoral, Universidad de Extremadura, Innovación en formación del profesorado. https://dehesa.unex.es/bitstream/10662/12436/1/TDUEX_2021_Giles_P%C3%A9rez.pdf
- Google Maps. (2022). *Ubicación geográfica Colegio de Periodistas de Bolívar*. <https://www.google.com.ec/maps/place/E491+%26+Av.+Guayaquil,+Guaranda/@-1.5888507,-78.993832,3a,75y,117.22h,99.76t/data=!3m7!1e1!3m5!1s9JerjQjTpMxCAudQrEZWow!2e0!6shttps:%2F%2Fstreetviewpixels-pa.googleapis.com%2Fv1%2Fthumbnail%3Fpanoid%3D9JerjQjTpMxCAudQ>
- Guzmán, M., Guillermo, M., & Pérez, Y. (2019). Espacio de conyuntura: La ética periodística aplicada a la comunicación y a la gestión cultural. *Revista Boletín Redipe*, 198-209. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/7528318.pdf>
- Hadid, G. (2019). *Posibilidades y límites en el uso de las tecnologías: Las personas mayores de la ciudad de Buenos Aires frente a la inclusión digital (2016-2017)*. Buenos Aires. https://repository.library.georgetown.edu/bitstream/handle/10822/1050781/Hadid_georgetown_0076M_13870.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Hernández Sampieri, R. (2017). *Metodología de la Investigación*.

- Hurel, T. (2017). *El valor de la ética en el ejercicio periodístico*. Tesis de pregrado, Universidad Politécnica Salesiana, Comunicación Social. <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/11953/1/UPS-CT005684.pdf>
- Jaramillo, E. (2018). *Periodismo Digital*. Quito, Ecuador: Editorial uQuipus'; CIESPAL. <https://biblio.flacsoandes.edu.ec/libros/digital/50004.pdf>
- Karolys, M. (2019). *Redes sociales y abuso sexual: Manual de prevención para estudiantes. Trabajo realizado con estudiantes de 11 a 14 años de la Unidad Educativa Carlos Ponce Martínez, en Quito en el año 2018*. Tesis de pregrado, Pontificia Universidad Católica del Ecuador, Facultad de Psicología. <http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/16364/Disertaci%3%b3n%2c%20Mar%c3%ada%20Bel%c3%a9n%20Karolys%20Paredes%20final%20GR.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Lazo, J., Pérez, A., & Bacallao, R. (2017). Impacto de las tecnologías de la información y las comunicaciones TIC para disminuir la brecha digital en la sociedad actual. *Scielo, 1*(1), 81-90. <http://scielo.sld.cu/pdf/ctr/v32n1/ctr09111.pdf>
- Loaiza, E., & Velásquez, A. (2020). Tercera edad y nuevas tecnologías -Caso de estudio: Loja, Ecuador. *Memorias de la Décima Novena Conferencia Iberoamericana en Sistemas, Cibernética e Informática*, 118-123. https://www.researchgate.net/publication/351246021_Tercera_edad_y_nuevas_tecnologias_-Caso_de_estudio_Loja_Ecuador
- Loja, R., & Salazar, A. (2019). *Análisis del uso de las TIC y su influencia en el periodismo investigativo de un medio local, en la ciudad de Guayaquil 2019*. Tesis de pregrado, Universidad de Guayaquil, Facultad de comunicación social, Guayaquil. <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/45087/1/An%c3%a1lisis%20del%20uso%20de%20las%20TIC%20y%20su%20influencia%20en%20el%20periodismo%20investigativo%20de%20un%20medio%20local%2c%20en%20la%20ciudad%20de%20Guayaquil%202019..pdf>

- López, C. (2017). *El derecho digital y la regulación de contenidos en internet*. Tesis de pregrado, Universidad Técnica de Ambato, Facultad de Jurisprudencia y Ciencias Sociales, Ambato. <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/25665/1/FJCS-DE-1026.pdf>
- Luque, A. (2019). Impacto de la tecnología en la sociedad: el caso Ecuador. *Revista Sociedad, Economía y Medio Ambiente*, 11(5), 176-182. <https://doi.org/https://orcid.org/0000-0002-7447-7560>
- Martín, M., Muñoz, I., & Bueno, J. (2021). Uso de las redes sociales en estudiantes de secundaria: análisis de perfiles para la intervención educativa. *Revista Complutense de Educación*, 32(3), 303-314. <https://revistas.ucm.es/index.php/RCED/article/download/57189/4564456558063/4564456618893>
- Masaquiza, F. (2017). *El uso de celulares y su influencia en la adicción al WhatsApp en estudiantes de bachillerato en los colegios fiscales del cantón Santa Cruz en el período lectivo 2017*. Tesis de pregrado, Universidad Central del Ecuador, Informática, Galápagos. http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/15081/1/T-UCE_0019-IN005-2018.pdf
- Mauri, M., López, A., & Perales, C. (2020). La ética profesional de los periodistas frente a los gobiernos y políticos: Percepciones de los profesionales y ciudadanos en España. *Revista Latina de Comunicación Social*, 77, 295-308. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2020-1459>
- Molina, R. (2018). *Las redes sociales en la actualidad*. Tesis de pregrado, Universidad de Jaén, Facultad de Humanidad y Ciencias de la Educación. https://tauja.ujaen.es/bitstream/10953.1/8247/1/Molina_Pardo_Raquel_TFG_Filologa_Hispnica.pdf

- Montalvo, L. (2018). *Ética en el ejercicio profesional del periodismo*. Tesis de pregrado, Universidad Mayor de San Andrés, Facultad de Ciencias Sociales. <https://repositorio.umsa.bo/bitstream/handle/123456789/18686/%C3%89tica%20en%20el%20ejercicio%20profesional%20del%20periodismo.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Navarrete, A. (2021). *El uso de la plataforma zoom en el aprendizaje de ciencias naturales en los estudiantes del octavo grado de educación general básica, paralelo A de la Unidad Educativa La Inmaculada de la ciudad de Ambato en el primer quimestre del año lectivo 2020-2021*. Tesis de pregrado, Universidad Técnica de Ambato, Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación. <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/32274/1/Proyecto%20final%20Navarrete%20Alex%2029%20enero%202021-signed.pdf>
- Pérez, A. (2018). *El estructuralismo en comunicación*. Material didáctico, Universidad Autónoma del Estado de México, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, Mexico. http://ri.uaemex.mx/bitstream/handle/20.500.11799/103617/secme-32666_2.pdf?sequence=2&isAllowed=y
- Sánchez, J. (2018). *Análisis del uso de las tecnologías de información y comunicación TIC en centros educativos distritales de Bogotá, propuesta para la localidad de Fontibón*. Tesis de pregrado, Universidad Pontificia Bolivariana, Facultad de Ingeniería en Tecnologías de Información y Comunicación, Bogotá. <https://repository.upb.edu.co/bitstream/handle/20.500.11912/3922/ANALISIS%20DEL%20USO%20DE%20LAS%20TECNOLOGIAS%20DE%20INFORMACI%C3%93N%20Y%20COMUNICACI%C3%93N.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Sunkel, G., & Ullmann, H. (2019). Las personas mayores de América Latina en la era digital: Superación de la brecha digital. *Revista de la CEPAL*, 244-268. https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/44580/1/RVE127_Sunkel.pdf

Valdés, F. (2019). *Metodología de la investigación*. PROGRAMA EDUCATIVO, UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MÉXICO, FACULTAD DE CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN, México. Retrieved 17 de Agosto de 2021, from <http://ri.uaemex.mx/bitstream/handle/20.500.11799/105291/Metodolog%C3%ADa+de+la+Investigaci%C3%B3n+Unidad+II.pdf?sequence=1>

ANEXOS

8.1 ANEXO 1

CERTIFICADO DE URKUND

Original
by Turnitin

Document Information

Analyzed document	USO DE LAS REDES SOCIALES EN EL EJERCICIO PERIODISTICO.d (D153566627)
Submitted	12/15/2022 10:36:00 PM
Submitted by	
Submitter email	mivergara@mail.es.ueb.edu.ec
Similarity	0%
Analysis address	jguarnizo.ueb@analysis.orkund.com

Sources included in the report

Entire Document

Hit and source - focused comparison, Side by Side

Submitted text	As student entered the text in the submitted document.
Matching text	As the text appears in the source.



ANEXO 2

Presupuesto Ejecutado

Tabla N° 17

EQUIPOS TECNOLÓGICOS	UNIDAD	VALOR
Computadora	1	\$800
Celular	1	\$300
Libreta	1	\$3.00
TOTAL		\$1.103

Tabla N° 18

SERVICIOS BÁSICOS	VALOR	MES	TOTAL
Luz	\$20.00	7	\$140.00
Internet	\$30.00	7	\$210.00
Agua	\$6.00	7	\$42.00
Telefonía	\$5.00	7	\$35.00
TOTAL			\$427.00

Tabla N° 19

MATERIALES DE OFICINA	VALOR	UNIDAD	TOTAL
Resma de hojas de papel bond	\$5.00	2	\$10.00
Útiles de oficina	\$5.00	4	\$20.00
TOTAL			\$30.00

ANEXO 3

Instrumentos de recopilación de datos

Encuesta

Objetivo: Recopilar la información en base al uso de las redes sociales en el ejercicio periodístico de los afiliados al Colegio de Periodistas De Bolívar

Instrucciones:

Lea detenidamente cada pregunta.

Marque con una X la respuesta que considere correcta.

1. ¿Utiliza redes sociales para el ejercicio periodístico?

SI NO

2. ¿Cuál de las redes social utiliza principalmente para informarse y difundir de los acontecimientos y hechos periodísticos?

WhatsApp	<input type="checkbox"/>
Telegram	<input type="checkbox"/>
Instagram	<input type="checkbox"/>
Facebook	<input type="checkbox"/>
Youtube	<input type="checkbox"/>
Tik Tok	<input type="checkbox"/>
Twitter	<input type="checkbox"/>

3. ¿En cuántas redes sociales tiene una cuenta?

1	<input type="checkbox"/>
2	<input type="checkbox"/>
3	<input type="checkbox"/>
Más de 3	<input type="checkbox"/>

4. ¿Cuánto tiempo usa las redes sociales para el ejercicio periodístico?

Menos de 1 mes	<input type="checkbox"/>
1 - 6 meses	<input type="checkbox"/>
7 - 12 meses	<input type="checkbox"/>
Más de 1 año	<input type="checkbox"/>

5. ¿Cuál es el uso que le da a las redes sociales en su ejercicio periodístico?

Entretenimiento	<input type="checkbox"/>
Informativo	<input type="checkbox"/>
Educativo	<input type="checkbox"/>
Ejercicio periodístico	<input type="checkbox"/>

6. ¿Con qué frecuencia utiliza las redes sociales para el ejercicio periodístico?

Nunca	<input type="checkbox"/>
Casi nunca	<input type="checkbox"/>

Ocasionalmente	<input type="checkbox"/>
Casi todos los días	<input type="checkbox"/>
Todos los días	<input type="checkbox"/>

7. ¿Por qué medio accede a las redes sociales para el ejercicio periodístico?

Celular	<input type="checkbox"/>
Computadora de escritorio	<input type="checkbox"/>
Laptop	<input type="checkbox"/>
Tablet	<input type="checkbox"/>

8. Que tan difícil es para usted usar las redes sociales en el ejercicio periodístico

Muy difícil	<input type="checkbox"/>
Difícil	<input type="checkbox"/>
Neutral	<input type="checkbox"/>
Fácil	<input type="checkbox"/>
Muy fácil	<input type="checkbox"/>

9 ¿Con frecuencia utiliza las redes sociales para el ejercicio periodístico?

SI NO

10 ¿Comparte información personal en las redes sociales en el ejercicio periodístico?

SI NO

11. ¿Cuál de las siguientes actividades periodísticas utiliza usted con mayor frecuencia en las redes sociales?

Informativa	<input type="checkbox"/>
Entretenimiento	<input type="checkbox"/>
Educación	<input type="checkbox"/>
Otros	<input type="checkbox"/>

12. ¿Considera que las redes sociales fomentan el trabajo en equipo?

SI NO

13. ¿Considera usted que las redes sociales mejoran el ejercicio periodístico de los afiliados del Colegio de Periodistas de Bolívar?

SI NO

15. ¿Considera necesario que el Colegio de Periodistas de Bolívar cuente con un manual para el correcto uso de las redes sociales en el ejercicio periodístico?

SI NO

ANEXO 4

Guía de entrevista

Entrevista N°1

LIC. DANILO VILLAROEL / presidente de la FENAPE

Objetivo: Recopilar la información en base al uso de las redes sociales en el ejercicio periodístico de los afiliados al Colegio de Periodistas De Bolívar

Cuestionario

1. ¿Cuál es la función de la Federación Nacional de Periodistas del Ecuador?
2. ¿Qué realiza la FENAPE para fortalecer el ejercicio periodístico en Bolívar?
3. ¿La FENAPE brinda capacitaciones constantes o seminarios para mejorar el trabajo periodístico?
4. ¿Cuál es el rol del periodista en la era digital?
5. ¿La FENAPE ha tratado con otros países acerca de la temática del uso de las redes sociales y la desinformación?, ¿Cuáles han sido sus conclusiones?
6. ¿La FENAPE realiza actividades destinadas a los estudiantes de la Carrera de Comunicación de la Universidad Estatal de Bolívar para crear oportunidades de crecimiento al iniciar en su campo laboral?
7. Es adecuado el uso de las redes sociales y el contenido publicado en la Fan Page de la FENAPE.

Entrevista N°2

LIC. BLADIMIR GUARNIZO / presidente del Colegio de Periodistas de Bolívar

Objetivo: Recopilar la información en base al uso de las redes sociales en el ejercicio periodístico de los afiliados al Colegio de Periodistas De Bolívar

Cuestionario

1. ¿Cuál de las redes sociales cree que han ganado mayor campo en el ejercicio periodístico en el Colegio Periodístico de Bolívar?
2. ¿Cuáles son los desafíos que ha presentado el Colegio Periodístico de Bolívar, al usar las redes sociales para sus actividades periodísticas?
3. ¿Cuáles son los cambios que ha presentado las redes sociales al pasar de los tiempos en el ejercicio profesional dentro del Colegio Periodístico de Bolívar?
4. ¿Existe más interacción entre el público objetivo y el periodista al usar la red social como canal de comunicación?
5. ¿Cuál sería la estrategia del Colegio Periodístico de Bolívar, para mantener informados a la audiencia con un contenido real y actual, que genere su interés?

Entrevista N°3

Los miembros del Colegio de Periodistas de Bolívar

Objetivo: Recopilar la información en base al uso de las redes sociales en el ejercicio periodístico de los afiliados al Colegio de Periodistas De Bolívar

Cuestionario

1. ¿De qué manera las redes sociales mejoran el trabajo periodístico?

2. ¿Qué tipos de redes sociales utiliza con mayor frecuencia para el ejercicio periodístico? ¿Cuál es el tipo de información que usted intercambia en las redes sociales para el ejercicio periodístico?
3. ¿Qué tipo de contenido revisa o contrasta la información en sus redes sociales?
4. ¿Cuál es el rol que ejercen las redes sociales en el periodismo y la sociedad?
5. ¿Como realiza contenidos para las redes sociales?
6. ¿Que ofrece las redes sociales para fomentar el periodismo digital?
7. ¿Como trabajan los medios de comunicación y el periodismo desde el inicio del internet?
8. ¿Cuál es la importancia que tiene los medios digitales, para gestionar el proceso de comunicación e información? ¿Como se puede establecer, el uso correcto de una red social para difundir una información noticiosa?
9. ¿El Colegio de Periodistas de Bolívar, usa las redes sociales de manera adecuada?

Otros

Reunion en Zoom recomendaciones por parte de la Lic. Rocio Nuñez



Capacitación por la Lic. Margot Chávez, sobre la Guía de trabajo de titulación



Revisión del Manual del uso de las redes sociales para el Colegio de Periodistas de Bolívar con el director Lic. José Bladimir Guarnizo Delgado. MSc.

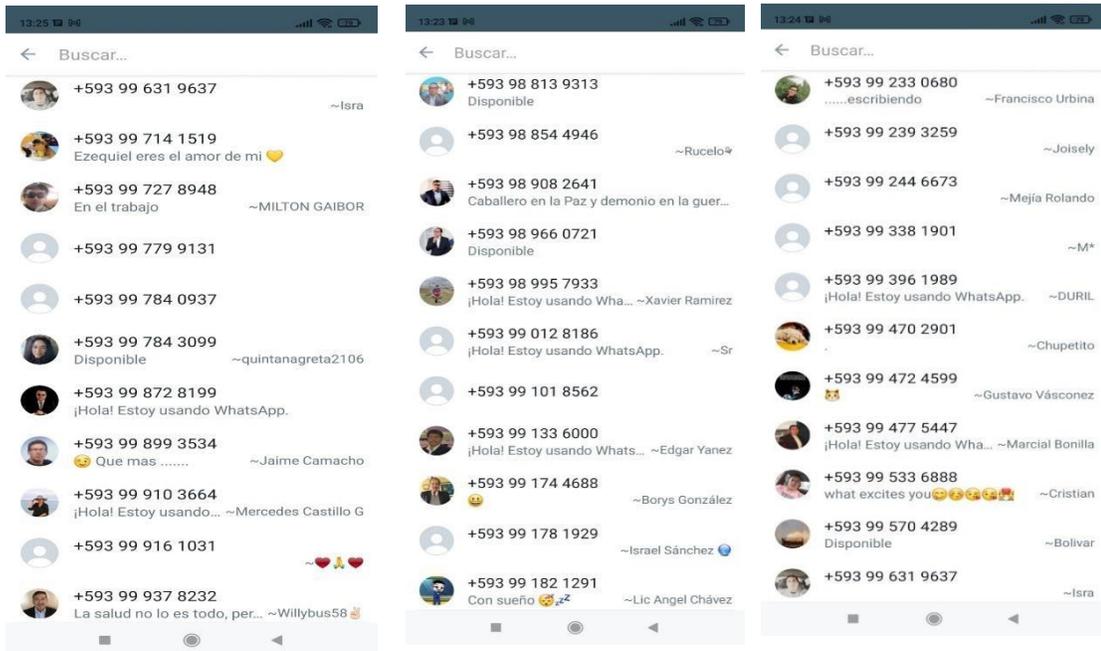


Entrevista al presidente nacional de Periodistas del Ecuador

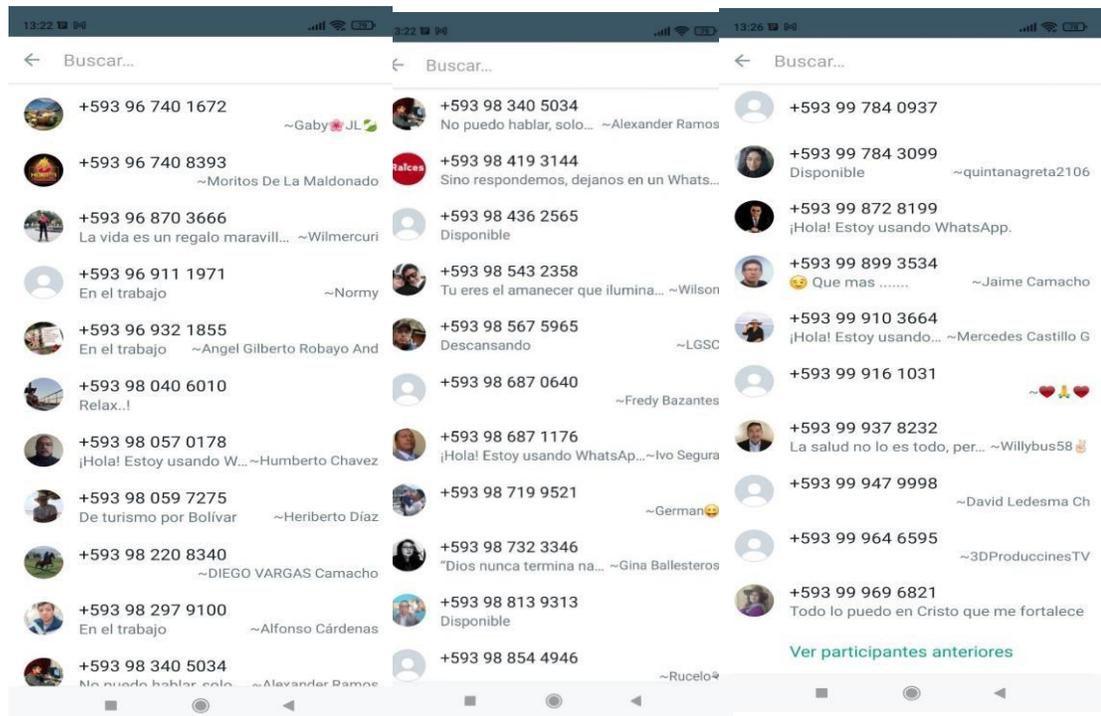
Lic. Danilo Villaroel.MSc



Revisión y sugerencias de parte de la Lic. Pilar Chávez MSc.



Grupo de WhatsApp conformados por el Colegio de Periodistas de Bolívar



Grupo de WhatsApp conformados por el Colegio de Periodistas de Bolívar.