



# UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

FACULTAD DE LA EDUCACIÓN, EL ARTE Y LA  
COMUNICACIÓN

CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

## TÍTULO

ANÁLISIS DE LA INTERACCIÓN QUE SE GENERA ENTRE LOS  
HABITANTES DE LA CIUDAD DE LOJA Y ECOTEL TELEVISIÓN  
A TRAVÉS DE LA OPCIÓN QUE ESTE MEDIO DE  
COMUNICACIÓN PRESENTA CON EL NOMBRE DE PERIODISMO  
CIUDADANO. PERÍODO MARZO-SEPTIEMBRE DE 2015.  
PROPUESTA ALTERNATIVA.

Tesis previa a la obtención del grado de Licenciada en  
Ciencias de la Comunicación Social

**Autora:** María Alexandra Espinosa Paz

**Director:** Lic. Héver Sánchez Martínez. Mg. Sc.

LOJA-ECUADOR

2017

## CERTIFICACIÓN

Por medio de la presente me permito certificar que el trabajo investigativo previo a la obtención del grado de **LICENCIADA EN COMUNICACIÓN SOCIAL**, con título **ANÁLISIS DE LA INTERACCIÓN QUE SE GENERA ENTRE LOS HABITANTES DE LA CIUDAD DE LOJA Y ECOTEL TELEVISIÓN A TRAVÉS DE LA OPCIÓN QUE ESTE MEDIO DE COMUNICACIÓN PRESENTA CON EL NOMBRE DE PERIODISMO CIUDADANO. PERÍODO MARZO-SEPTIEMBRE DE 2015. PROPUESTA ALTERNATIVA**. De autoría de la aspirante **MARÍA ALEXANDRA ESPINOSA PAZ**, ha sido realizado bajo mi orientación y revisión durante el proceso de elaboración, por lo tanto autorizo su presentación ante el tribunal de grado correspondiente.

Loja, 14 de diciembre de 2016

Atentamente,



Lic. Héver Sánchez Martínez. Mag.Sc

**DIRECTOR DE TESIS**

## AUTORÍA

Yo, María Alexandra Espinosa Paz, declaro ser autora del presente trabajo de tesis y eximo expresamente a la Universidad Nacional de Loja y a sus representantes jurídicos de posibles reclamos o acciones legales, por el contenido de la misma.

Adicionalmente acepto y autorizo a la Universidad Nacional de Loja, la publicación de mi tesis en el Repositorio Institucional-Biblioteca Virtual.

**Autora:** María Alexandra Espinosa Paz

Firma:



Cédula: 1105078750

Fecha: Loja, 29 de junio de 2017

**CARTA DE AUTORIZACIÓN DE TESIS POR PARTE DEL AUTOR, PARA LA CONSULTA, REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL, Y PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DEL TEXTO COMPLETO**

Yo, María Alexandra Espinosa Paz, declaro ser autora de la tesis titulada: ANÁLISIS DE LA INTERACCIÓN QUE SE GENERA ENTRE LOS HABITANTES DE LA CIUDAD DE LOJA Y ECOTEL TELEVISIÓN A TRAVÉS DE LA OPCIÓN QUE ESTE MEDIO DE COMUNICACIÓN PRESENTA CON EL NOMBRE DE PERIODISMO CIUDADANO. PERÍODO MARZO-SEPTIEMBRE DE 2015. PROPUESTA ALTERNATIVA, como requisito para optar al grado de Licenciada en Ciencias de la Comunicación Social, autorizo al Sistema Bibliotecario de la Universidad Nacional de Loja para que con fines académicos, muestre la producción intelectual de la Universidad, a través de la visibilidad de su contenido de la siguiente manera en el Repositorio Digital Institucional:

Los usuarios pueden consultar el contenido de este trabajo en el RDI, en las redes de información del país y del exterior, con las cuales tenga convenio la Universidad.

La Universidad Nacional de Loja, no se responsabiliza por el plagio o copia de la tesis que realice un tercero.

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Loja, a los veintinueve días del mes de junio de dos mil diecisiete.

**Firma:**

**Autora:** María Alexandra Espinosa Paz

**Cédula:** 1105078750

**Dirección:** Loja, barrio San Pedro, calle: Argentina y Brasil

**Correo Electrónico:** alexae407@gmail.com

**Celular:** 0990375878

**DATOS COMPLEMENTARIOS**

**Director de Tesis:** Lic. Héver Sánchez Martínez. Mg. Sc.

**Tribunal de Grado: Presidente:** Lic Pedro Monteros Valdivieso. Mg. Sc.

**Primer Vocal:** Lic. Clara Robayo Valencia. Mg. Sc.

**Segundo Vocal:** Lic. Ketty Calva Cabrera. Mg. Sc.

## **AGRADECIMIENTO**

Con respeto y gratitud, expreso mi reconocimiento a la Universidad Nacional de Loja, al Área de la Educación, el Arte y la Comunicación, a la Carrera en Ciencias de la Comunicación Social, por brindarme la oportunidad de cursar mis estudios superiores y de formarme como profesional.

Al Mg. Sc. Héver Sánchez Martínez docente de la carrera, por su acertada dirección científica y metodológica en el presente trabajo investigativo.

A los directivos de Ecotel Tv de la ciudad de Loja por las facilidades brindadas para el desarrollo de la presente investigación.

A los docentes de la carrera en Ciencias de Comunicación Social de la Universidad Nacional de Loja por los conocimientos impartidos durante mi formación profesional

Agradezco a mi familia quienes fueron mi apoyo incondicional para culminar una meta más en mi vida personal y profesional.

*María Alexandra*

## **DEDICATORIA**

Con sinceridad, amor, respeto y gratitud infinita a mi madre Luz Paz, a mi abuelita Grimaneza Paz y a mis queridos hermanos, Evelyn y Fernando, por su apoyo incondicional en el logro del propósito anhelado.

*María Alexandra*

## MATRÍZ DE ÁMBITO GEOGRÁFICO

ÁMBITO GEOGRÁFICO DE LA INVERSTIGACIÓN											
BIBLIOTECA: FACULTAD DE LA EDUCACIÓN, EL ARTE Y LA COMUNICACIÓN											
TIPO DE DOCUMENTO	AUTOR/NOMBRE DEL DOCUMENTO	FUENTE	FECHA Y AÑO	ÁMBITO GEOGRÁFICO					DETALLE		
				NACIONAL	REGIONAL	PROVINCIA	CANTÓN	PARROQUIAS	Barrio	OTRAS DESAGREGACIONES	OTRAS OBSERVACIONES
<b>TESIS</b>	<p><b>María Alexandra Espinosa Paz</b></p> <p>ANÁLISIS DE LA INTERACCIÓN QUE SE GENERA ENTRE LOS HABITANTES DE LA CIUDAD DE LOJA Y ECOTEL TELEVISIÓN DE LA CIUDAD DE LOJA A TRAVÉS DE LA OPCIÓN QUE ESTE MEDIO DE COMUNICACIÓN PRESENTA COMO PERIODISMO CIUDADANO. PERÍODO MARZO-SEPTIEMBRE DE 2015. PROPUESTA ALTERNATIVA.</p>	<p>UNL</p> <p>ECOTEL</p> <p>TELEVISIÓN</p>	2017	ECUADOR	ZONA 7	LOJA	LOJA	EL SAGRARIO, SUCRE, SAN SEBASTIÁN EL VALLE	SAN PEDRO	CD	<p>LICENCIADA</p> <p>EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL</p>

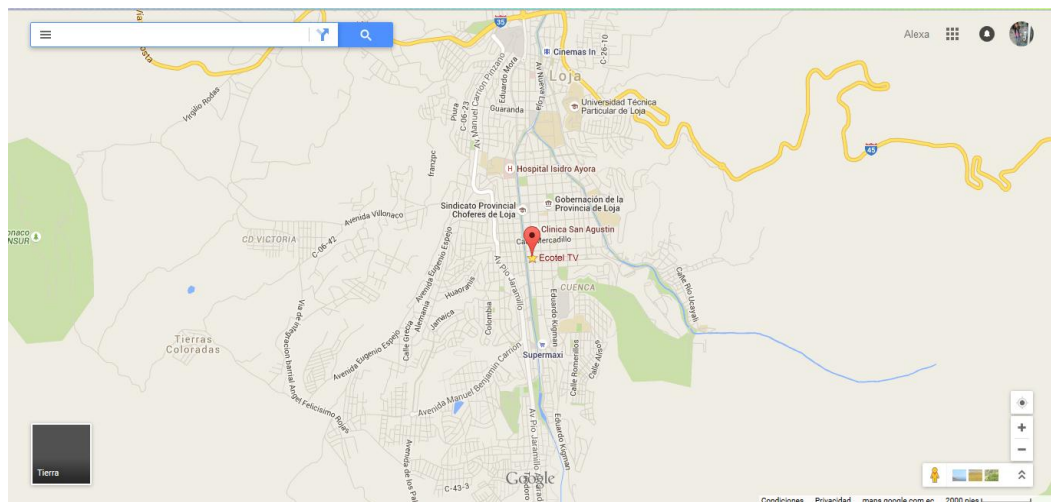
# MAPA GEOGRÁFICO Y CROQUIS

## UBICACIÓN GEOGRÁFICA DEL CANTÓN LOJA



## CROQUIS DE LA INVESTIGACIÓN

### “ECOTEL TELEVISIÓN DE LA CIUDAD DE LOJA”





## ESQUEMA DE TESIS

- i. PORTADA
- ii. CERTIFICACIÓN
- iii. AUTORÍA
- iv. CARTA DE AUTORIZACIÓN
- v. AGRADECIMIENTO
- vi. DEDICATORIA
- vii. MATRIZ DE ÁMBITO GEOGRÁFICO
- viii. MAPA GEOGRÁFICO Y CROQUIS
- ix. ESQUEMA DE TESIS
  - a. TÍTULO
  - b. RESUMEN (CASTELLANO E INGLES) SUMMARY
  - c. INTRODUCCIÓN
  - d. REVISIÓN DE LITERATURA
  - e. MATERIALES Y MÉTODOS
  - f. RESULTADOS
  - g. DISCUSIÓN
  - h. CONCLUSIONES
  - i. RECOMENDACIONES
    - PROPUESTA ALTERNATIVA
  - j. BIBLIOGRAFÍA
  - k. ANEXOS
    - PROYECTO DE TESIS
    - OTROS ANEXOS

**a. TÍTULO**

ANÁLISIS DE LA INTERACCIÓN QUE SE GENERA ENTRE LOS HABITANTES DE LA CIUDAD DE LOJA Y ECOTEL TELEVISIÓN A TRAVÉS DE LA OPCIÓN QUE ESTE MEDIO DE COMUNICACIÓN PRESENTA CON EL NOMBRE DE PERIODISMO CIUDADANO. PERÍODO MARZO-SEPTIEMBRE DE 2015. PROPUESTA ALTERNATIVA.

## **b. RESUMEN**

El desarrollo del presente trabajo investigativo surge de la necesidad de conocer si la interacción que se genera entre los habitantes de la ciudad de Loja y Ecotel televisión a través de la opción que este medio de comunicación presenta con el nombre de periodismo ciudadano podría considerarse como tal. El trabajo cuenta con conceptos básicos sobre las características del periodismo ciudadano, además del análisis del espacio de periodismo ciudadano expuesto en el noticiario Mundovisión de Ecotel Tv, el aporte del especialista en el ciberperiodismo Dr. Dan Gillmor, así como la opinión del Lic. Alejandro Fabara y Mag. María Pastora Sandoval, destacados periodistas, los aportes del Lic. Carlos Chalaco e Ing. Bolívar Loján, y la opinión de la ciudadanía. Para realizar el trabajo investigativo se utilizó el Método Científico, además se procedió a utilizar herramientas como la observación, aplicación de encuestas y entrevistas para la recolección de datos necesarios y así fundamentar la investigación. Por último se elaboraron conclusiones, recomendaciones y la propuesta alternativa.

**Palabras clave:** comunicación, interacción, multimedia, periodismo ciudadano, redes sociales.

## SUMMARY

The development of this research work arises from the need to know If the interaction generated between the inhabitants of the city of Loja and Ecotel television through the option that this media has the name of citizen journalism could be considered such. The work has the characteristics basics of citizen journalism, in addition to the space analysis set out in citizen journalism Mundovisión TV newscast Ecotel, the contribution of specialist Dr. Dan Gillmor cyberjournalism. And the opinion of Lic. Alejandro Fabara and Mag. Maria Pastora Sandoval, prominent journalists. The contributions of Lic. Carlos Chalaco and Ing. Bolívar Lojan, and the opinion of the public. To conduct the research work the scientific method was used also proceeded to use tools such as observation, application of surveys and interviews to collect necessary data and thus support the research. Finally conclusions and recommendations were developed alternative proposal.

Keywords: communication, interaction, media, citizen journalism, social networks.

### **c. INTRODUCCIÓN**

En la actualidad la forma de informar está sufriendo un considerable cambio como respuesta a la masificación del internet y la utilización de las diferentes redes sociales, dando al ciudadano común y corriente una mayor participación para la producción de contenidos informativos.

“La participación activa del ciudadano y la interacción que se manifiesta entre la ciudadanía y los medios de comunicación tradicionales dan origen al “periodismo ciudadano” (Espiritusanto, 2011 , pág. 14). A decir del autor con el avance tecnológico y el libre acceso a plataformas virtuales se facilita la tarea de mostrar hechos noticiosos. Este proceso generacional que se manifiesta no sólo en Loja sino en la mayoría de ciudades del país y del mundo, presagia nuevos retos en todos los campos sociales, desde luego recayendo en el objeto de estudio, la interacción que se genera entre los habitantes de la ciudad de Loja y Ecotel televisión a través de la opción que este medio de comunicación presenta con el nombre de periodismo ciudadano permite definir aspectos exclusivos y bastante precisos de la realidad del periodismo formal y la participación de la ciudadanía.

“La intervención activa de la población en la emisión noticiosa toma fuerza gracias a la inmediatez para acceder a la información dentro del marco de las nuevas tendencias digitales y la vertiginosidad de los sucesos diarios” (Miralles, 2002, p. 54). En este contexto el entorno de trabajo del comunicador se va involucrando y adaptando a las tendencias digitales. “Las redes sociales son las aliadas de los medios, ganando mayor relevancia o uso Twitter, Facebook y WhatsApp respectivamente por su inmediatez” (Espiritusanto, 2011 , pág. 14).

Frente a la temática planteada es indudable encontrar problemas que necesitan ser tratados como si existe o no tal periodismo ciudadano de la mano de una conceptualización

pertinente y la interacción que se genera entre los habitantes de la ciudad de Loja y Ecotel televisión a través de la opción que este medio de comunicación presenta con el nombre de periodismo ciudadano. Con los resultados de la investigación de campo, la incógnita es despejada, los periodistas profesionales como la ciudadanía tienen criterios firmes en torno a este nuevo fenómeno.

La revisión de literatura posee temas claves para abrir debate y genera criterios propositivos a periodistas, directores de medios, universidades y lectores en general, así como para analizar los antecedentes en la búsqueda de una respuesta a la interrogante ¿La interacción ciudadana en medios tradicionales es información o periodismo? sin embargo lo primero que se debe establecer es si existe o no el periodismo ciudadano, sumando el ingrediente que ambos puedan complementarse.

La tesis se fundamenta en un enfoque cuanti-cualitativo que lleva al conocimiento, identificación y establecimiento de la incidencia a todos los agentes que componen el mundo de la información en sus variados formatos y establece una visión dialéctica una red de apartados fundamentales que describen el objeto de estudio.

Los materiales y métodos definidos en la metodología describen el procedimiento lógico que sigue la investigación, tomando como base los objetivos de la tesis, la investigación de campo y la bibliografía-documental; indica el nivel de investigación realizada, la investigación exploratoria-descriptiva es útil para analizar la interacción que se genera entre los habitantes de la ciudad de Loja y Ecotel Tv, a través de la opción que este medio de comunicación presenta con el nombre de periodismo ciudadano y verificar los objetivos propuestos sobre la base de sus fundamentos científicos, explicados en la revisión de literatura; se determina la población a investigar recurriendo al procedimiento estadístico de

muestreo, se expone la operación de variables; e indica el plan de recolección de la información para la aplicación de encuestas e investigación bibliográfica-documental, y se presenta el plan de procesamiento de la información para su tabulación y presentación de resultados, los que se analiza e interpreta utilizando el análisis lógico apoyados por las teorías científicas.

Los resultados de la investigación de campo se presentan en tablas y gráficos estadísticos, que describen y analiza, la información recolectada, en forma ordenada y en función de los objetivos formulados, confrontando con los fundamentos teóricos para plantear alternativas de solución a la problemática planteada.

La discusión se presenta como una reflexión desde un enfoque actual crítico-propositivo, haciendo énfasis en la necesidad de poner en análisis los argumentos de la investigación de campo sobre la colaboración participativa ciudadana y el periodismo profesional.

Se hace un análisis comparativo de los resultados obtenidos de los instrumentos aplicados a espectadores del canal de comunicación, periodistas profesionales, ciudadanos y expertos, tomando como base en enfoque individual de los protagonistas de consumo y generación de información.

Finalmente se presentan las conclusiones y recomendaciones como resultado del trabajo investigativo, los lineamientos alternativos describen los elementos encontrados en el proceso e identifica los argumentos para determinar si la participación interactiva de la ciudadanía es periodismo ciudadano.

## **d. REVISIÓN DE LITERATURA**

### **Periodismo**

“El periodismo se entiende como un método de interpretación de la realidad social” (Gomis, 2008, p. 54). “El periodismo se reinventa y acopla a herramientas digitales, pues su campo de receptores no se restringe únicamente a oyentes de una radiodifusora, a lectores de periódicos o telespectadores de un canal de televisión” (Canga Larequi, 2001). ” Otra parte del público que consume la información de los medios se encuentra en Internet, espacio lleno de redes y portales web cuya función intenta cubrir las necesidades de información” (Canga Larequi, 2001).

Para Dallal (1989):

El periodismo es el acto de socializar rápida y efectivamente, la información. La información que se transmite periodísticamente para ser socializada es aquella que surge de la realidad y que se trasmite a los miembros de una comunidad determinada, en un tiempo y espacio único e irrepetible. (p.56)

Por su parte Leñero (citado por Rendón, 2007)

Define esta profesión como una forma de comunicación social a través de la cual se dan a conocer y se analizan los hechos de interés públicos y añaden que la información periodística responde a las preguntas esenciales qué, quién, cómo, cuándo, dónde y porqué, respecto al acontecer social. (p. 12)

### **Periodismo Digital**

Actualmente los seres humanos vivimos en la era de las comunicaciones y los cambios constantes, tal como lo eran desde la antigüedad, este gran salto de la tecnología permitió al periodismo pasar de estar en la radio, televisión o papel a estar presente en el web.



“El periodismo digital se define como el tratamiento de la información que permite el envío y recepción online de textos, imágenes estáticas (fotografías, gráficos, dibujos, infografías), imágenes dinámicas y sonidos de manera integrada” (García, 2007, p. 260). Por otro lado el periodista español y profesor del curso de postgrado de Periodismo Digital de la Universidad Abierta de Cataluña, Quim Gil, (citado por Falla, 2006) menciona que: “el verdadero periodismo digital sería el periodismo en red, ya que éste rompe con la comunicación lineal y unidireccional e implica una serie de cambios fundamentales respecto a las rutinas del periodismo tradicional” (p.3). Salaverria, (citado por Falla, 2006) afirma: “Internet es un metamedio que aglutina el audio, el texto y las imágenes. Internet tiene la inmediatez de la radio, la profundidad de contenidos del periódico y el impacto de la imagen televisiva” (p.6).

Galdón (citado por López, 2010) comenta:

A mediados del siglo XIX, con el nacimiento del periodismo moderno comenzó una nueva etapa. En ese tiempo el positivismo construía la cultura dominante y era la cosmovisión que imperaba e impregnada el tejido social y a los informadores se les asignó el papel de reflejar objetivamente los hechos, de modo lineal y escueto, sin interpretaciones, adjetivaciones, ni valoraciones; si las hacían ellos quedaban anatematizados. (p. 19-20)

El ciberperiodismo a pesar de su corta vida, es la manifestación periodística que marca el rumbo de los desafíos de las técnicas de comunicación social dirigidas a informar de lo que ocurre en las sociedades actuales.

Salaverria (citado por López, 2010) afirma: “el periodismo en la red se muestra como una nueva modalidad del periodismo en general, modificando así tres procesos básicos en los cuales se basa la profesión: investigación, producción y difusión” (p. 15). Se podría aseverar que el ciberperiodismo posee características un tanto similares al periodismo en medios

tradicionales, lo cierto es que posee manifestaciones distintas. La facilidad de acceso de las persona a la red mantiene activa la tendencia del ciberperiodismo.

Por otro lado Gumersindo (2012) menciona: “La rotativa y las linotipias en el siglo XIX, la radio, la televisión y los ordenadores en el XX, impulsaron cambios revolucionarios pero todos fueron en el mismo sentido: dieron más poder a los medios y a los periodistas” (p. 27). Los cambios revolucionarios llevan consigo una nueva transformación de la mano de la obtención de potestad, a decir de los autores, hoy en día el periodismo vive en una situación cada vez más pronunciada, la información en el mundo entero es cada vez más abundante y cada vez más consumida.

### **Periodismo ciudadano**

El periodismo ciudadano es un fenómeno que surgió hace algunos años, con el nacimiento de la web, la masificación del uso de blogs y la aparición de las redes sociales. El periodismo ciudadano se basa en los ciudadanos comunes *“que juegan un papel activo en el proceso de recolección, presentación de informes, análisis y difusión de noticias e información”*. (Lajas, 2013).

Messo (citado por Bolaños, 2013) explica que: el periodismo ciudadano es “aquel que hace posible la participación activa de los actores sociales que intervienen en todo el procesamiento de la información de interés público”. Frente a la concepción tradicional del periodismo en la que el ciudadano es un receptor pasivo y silencioso, el periodismo ciudadano le convierte en potencial productor de información.

Miralles (2002) menciona:

Una de las primeras preguntas que podrían plantearse a un tema como el del periodismo público es si trata de revivir las funciones originarias de periodismo liberal comprometido sustancialmente con la democracia. O si, por el contrario, estamos frente a un cambio radical de los principios liberales sobre los cuales se han sustentado la teoría de la información y la actividad periodística, la vigencia de los cuales podría estar obstaculizando la existencia de una verdadera esfera pública a partir de modelos informativos que no contribuyen a potenciar la capacidad deliberativa de los ciudadanos. (p. 9)

Sus características esenciales son: formar opinión pública mediante la creación de públicos deliberantes y promover la participación ciudadana. Asimismo destaca su temática local: en donde los contenidos son creados por la propia audiencia muy pegados a la vida e intereses de ésta.

Bowman (citado por Pellegrini, 2010) afirma:

Periodismo ciudadano es un concepto relativamente reciente, se le conoce también como periodismo público, participativo, interactivo, comunitario, alternativo, de fuente abierta, en red, personal, bidireccional o, incluso, nano periodismo, sin que ésta sea siquiera una enumeración exhaustiva. Quizá la más precisa sea la que lo describe como el acto en el que uno o un grupo de ciudadanos tienen un papel activo en el proceso de recolectar, analizar y diseminar noticias e información con el objetivo de entregar, con una mirada independiente, confiable, precisa, amplia e importante, la información que una democracia necesita. (p.272)

Gilmor (citado por Pellegrini, 2010) lo explica como: “el cambio de la condición del público de ser un lector o receptor, a ser un participante de una gran conversación social emergente”. Ante esto Kolbitsch (citado por Pellegrini, 2010) manifiesta que: “el periodismo ciudadano transformará el modo tradicional de crear opinión pública sólo si resuelve sus problemas de filtros para una mayor credibilidad y confianza” (p.273). La confianza y la credibilidad son aspectos fundamentales a la hora de generar contenidos razón por la cual es necesario manejar el tema con gran responsabilidad.

Baricco (citado por Pellegrini, 2010) increpa:

Los dos ejes de valor en torno a los cuales se articularía el proceso de periodismo ciudadano son el de la lógica del espectáculo (en la medida que se expone al ojo público de forma concreta, emocional y dinámica) exigida en la cultura de hoy casi a cualquier acto de comunicación y el de la inmediatez de la recompensa del consumo, incluido el cognoscitivo. (p.274)

Quizá el objetivo principal que persiguen las personas que realizan este tipo de actividad sea netamente promover un modelo de conversaciones democráticas espontáneas, más que a la narración de historias reales representadas por el periodismo profesional. Ante esto es necesario tener en cuenta las normas básicas de periodismo, la confiabilidad, la veracidad de la información para que el medio en donde se difunda este tipo de información a futuro no se tope con problemas legales y de credibilidad.

Rosen (Citado por Espiritusanto & Gonzalo, 2011) afirma que: “aparece el periodismo ciudadano cuando las personas antiguamente conocidas como la audiencia utilizan las herramientas periodísticas que tienen a su alcance para informarse unos a otros” (p. 120). También es de vital importancia lograr definir si estas publicaciones de la red como periodismo mantienen un debido seguimiento y periodicidad. De igual forma se debe tener en cuenta la calidad periodística y confiabilidad, más aún cuando los informadores de la web suben la nota a la página de forma inmediata sin cuidar la calidad y veracidad, lo que no sucede en las redacciones de los medio de comunicación tradicionales.

Medios referentes de esta actividad son: OhmyNews, Morrocotudo, Wiki o Indymedia, fundados bajo esta nueva forma de participación directa del público en la creación de noticias.

## **Fundamentos del periodismo ciudadano.**

El periodismo ciudadano está caracterizado por una serie de matices, objetivos, receptores y marcos referenciales, razón por la cual es susceptible a cambios en sus premisas, debido al amplio campo que abarca como es la utilización del ciberespacio para su desarrollo (Ramírez, 2014). Para la recolección de información el periodista ciudadano hace uso de las herramientas que le sean útiles y necesarias para lograr su cometido.

Pastor (2010) menciona: “El periodismo no solo requiere ciudadanos, sino editores y periodistas. Son necesarias estas tres patas y, por lo que se ve, hay pocos editores, pocos periodistas y muchas voces de ciudadanos poco editadas y poco generalizadas” (p. 60). Friedland (citado por Pastor, 2010) afirma: los medios de comunicación deben seguir implicando a los ciudadanos, pero que hay que pensar cuando es necesario y a través de qué medios se realiza esa implicación” (p. 45). La participación de la ciudadanía en los medios de comunicación es necesaria e importante para fomentar la interacción y generación de opinión pública y de algún modo incrementar la democratización de la información.

Miralles (2002) menciona:

Los fundamentos conceptuales del periodismo público provienen centralmente de la filosofía política y no de los libros de redacción periodística. La idea de lo público en el periodismo cívico es la del ámbito de la argumentación, de la participación activa de la ciudadanía y la del aporte con contenidos, no solo con la concurrencia de informaciones, a la idea del interés común. (p.35)

Hoy en día con el avance de la tecnología cada individuo utiliza un sin número de instrumentos para recolectar la información observada en su entorno, con la finalidad de informar al mundo lo que está ocurriendo en ese preciso momento.

## **El internet y el periodismo ciudadano**

El proceso de la comunicación empezó con la creación del lenguaje, porque el hombre tenía la necesidad de expresarse libremente, luego sigue la creación de diversos sistemas como son: el de mensajería por carta, el teléfono, entre otros. (Asprilla, 2008). Después con la llegada de la globalización y el avance de las nuevas tecnologías, el hombre vio la necesidad de estar comunicado desde cualquier parte del mundo, permitiendo de esta forma el nacimiento del internet. (Asprilla, 2008). El internet de la mano de sus redes sociales permite estar comunicados entre sí con miles de usuarios de todo el planeta.

Rodríguez (2010) afirma: “Internet no es una simple red de ordenadores, sino una red de redes, es decir, un conjunto de redes interconectadas a escala mundial con la particularidad de que cada una de ellas es independiente y autónoma” (p. 2). El internet es la tecnología más poderosa en todo el mundo ya que tiene una relación de protocolos comunes como una recolección de circuitos y rutinas, que se basa en un conjunto de recursos compartidos o incluso como una disposición a intercomunicarse a través de una red de computadores.

### **La Web 2.0**

Se refiere a una segunda generación en la historia del desarrollo de tecnología Web.

Ribes (citado por Rosanas, 2005) manifiesta:

La Web 2.0 es todas aquellas utilidades y servicios de Internet que se sustentan en una base de datos, la cual puede ser modificada por los usuarios del servicio, ya sea en su contenido (añadiendo, cambiando o borrando), bien en la forma de presentarlos, o en contenido y forma simultánea.(p. 85)

La generalización del acceso a internet y del uso de las tecnologías especialmente del móvil según Yuste (2014), “ha creado las denominadas: multitudes conectadas, capaces de formar activistas que logran movilizar a miles de personas desde cualquier punto a diferentes

rincones del planeta” (p.110). Según los últimos datos ofrecidos por la Unión Internacional de las Telecomunicaciones (UTI), “habrá 3.000 millones de internautas en el mundo, el 40% de la población mundial. Asimismo, los abonados a los móviles se aproximarán a la población total de la Tierra, casi 7.000 millones. (Yuste, 2014, p 110). Estas cifras no vienen más que a confirmar que la población mundial está absolutamente intercomunicada.

Lo explica muy bien Castells (1990) “Hemos pasado de un mundo dominado por la comunicación de masas a un mundo en que ésta coexiste con la auto comunicación de masas”. Y añade: “La comunicación en internet es multimodal, en tiempo escogido y con referencia constante a un repositorio de información digitalizada en donde se almacena el 90 por ciento de la información del planeta” (p.55).

### **Las redes sociales canales de la participación ciudadana**

En la actualidad se considera a las redes como un constituyente de la nueva morfología de las sociedades. “Las redes interactivas crecen actualmente de manera exponencial, creando nuevas formas y canales de comunicación que cambian la rutina de las personas” (Castells, 2005, p.40). Las redes sociales hacen posible ejercer el periodismo ciudadano, sin embargo es de vital importancia referirnos primero al “networking” o trabajar en redes.

Calvo & Rojas (2009) afirman:

El networking es principalmente una actitud ante la vida que refleja la forma en que nos relacionamos con los demás y que, cuando es utilizada de forma inteligente, apropiada y profesional, constituye una poderosa y barata herramienta de marketing, si bien, solo desarrollando una actitud proactiva se puede lograr un impacto a largo plazo. (p.15, 16).

Desde un punto de vista estrictamente social, todos convendremos en que es evidente que las plataformas sociales que han ido apareciendo a lo largo de los últimos años han permitido ampliar las relaciones sociales de los individuos y, a la vez, estrechar los lazos y

conexiones que se pueden generar entre ellos. “Las redes sociales se han convertido en canal para la movilización social y la participación ciudadana” (Yuste, 2014, p 110).

De esta forma “las relaciones sociales contemporáneas de agrupaciones sociales en el ciberespacio, asociados con el uso de Internet como dispositivos de comunicación, avanzan en las reflexiones y perspectivas en el aprendizaje social y la gestión del conocimiento” Ayres (citado por Cerviño, 2013, p. 21).

El papel de actor social del periodista se relaciona principalmente con esta nueva tendencia, debido a que la utilización de las herramientas que proporciona la red cada día muestra un mayor aumento.

Machado (citado por Cerviño 2013) afirma:

La creación de la tecnología digital desencadena un proceso de uso de las redes de ordenadores es doble: a) las redes. Son una especie de herramienta para fomentar las organizaciones de periodistas convencional con contenido complementario a recogió por métodos tradicionales b) las redes son un entorno diferente capacidad de establecer una forma distinta de periodismo, en el que todas las etapas del sistema de producción de contenidos periodísticos queda confinado a los límites del ciberespacio (p.21).

Con la llegada de la web 2.0, “la utilización de las tecnologías digitales cambió la manera de relacionarse en internet, principalmente las redes sociales convirtieron la web en un ambiente más interactivo y participativo” (Bonaño, 2015, p. 20). “Mientras en la web 1.0 los usuarios eran meros receptores de servicios, en la web 2.0 producen contenidos, participan e informan. El proceso de comunicación genera, en definitiva, un flujo activo de participación” (Campos Freire, 2008, p.288).



## **Twitter**

Twitter, fue creado en el año 2006 por Jack Dorsey, Evan Williams y Biz Stone, en la ciudad de San Francisco, California. “Es una plataforma de uso online que sirve comúnmente para establecer diferentes estados, publicar información o para hacer comentarios sobre diferentes eventos de una persona en sólo 140 caracteres”. (Ferrer, 2015). Hoy en día una de las plataformas de comunicación online más populares y utilizadas debido a su facilidad, a su rápido acceso y a la simplicidad de su sistema de registro y utilización. ”. (Ferrer, 2015).

Blanco & Sueiro (2014) afirman:

El Tuit es la unidad básica de información en el universo tuitero. Un mensaje corto que podemos publicar y consultar. La razón de ser de Twitter. En su versión más básica, los tuits son mensajes cortos de 140m caracteres, pueden incluir links a otra páginas, imágenes e incluso video, enriqueciendo su contenido y haciéndolo más interesante para sus destinatarios. (p. 35)

Ayres (2010), Brambilla (2011) y Recuero (2009) están de acuerdo en que Twitter puede ser considerado una red social porque reúne características básicas de este concepto: tiene actores (personas, instituciones o grupos) que desarrollan conexiones asociativas (follow) por medio de la interacción (retweet, direct message, reply) y de la construcción de lazos sociales. (Queiroz, 2013, p.33)

## **Facebook**

Facebook, es un sitio web creado por Mark Zuckerberg y fundado junto a Eduardo Saverin, Chris Huges y Dustin Moskovitz en el año 2004, como un proyecto para los estudiantes de la Universidad de Harvard. “Se ha convertido en la red social más amplia del mundo, por encima de MySpace, su competidora” (McCarthy, 2008).

Una de las características más importantes de Facebook, es su constante actualización y es debido a esto que uno puede, en su perfil, observar instantáneamente las diferentes acciones, decisiones y actividades que realizan los contactos de su lista. (Ferrer, 2015).

## **WhatsApp**

WhatsApp, es una aplicación de mensajería, la cual permite a los usuarios recibir y enviar mensajes, fotos, videos, a otros dispositivos inteligentes. Su funcionamiento es muy parecido al de los programas de mensajería instantánea para ordenadores más comunes o computadoras. (Vedemenia, 2015)

WhatsApp, es un juego de palabras que viene de “What’s Upp”, una frase coloquial inglesa que significa “¿Qué pasa?”, y “App”, la abreviatura también inglesa para “aplicaciones”. Benedetti (citado en la Revista de Tecnología de Información y Comunicación, 2013, p.129). “WhatsApp es una aplicación de mensajería instantánea gratuita y en formato multiplataforma, que ha revolucionado en muy poco tiempo la forma en que nos comunicamos a través del teléfono móvil” Benedetti (citado en la Revista de Tecnología de Información y Comunicación, 2013, p.129).

## **YouTube**

YouTube, es sitio web para compartir videos. Sus usuarios pueden subir, visualizar y compartir videos con todo el mundo. (Quees.la, 2016). Aunque muchos lo consideran como una red social, no es propiamente una de ellas, pero si es un “importante repositorio de contenidos, ofreciendo también algunas herramientas básicas para generar intercambios de opiniones, valoraciones y estructuras sociales muy básicas en torno a un contenido” (Brito, 2012, p.39). Apoyando fundamentalmente las interrelaciones creadas por otras redes a través de la publicación de videos en cualquier sitio web.

## **Interactividad**

La interacción es “aquella acción que se ejerce de manera recíproca entre dos o más sujetos a través de la cual se permite una interacción a modo de diálogo entre ellos”. (Ferrer, 2015). La interactividad desde un enfoque institucional, “se define como como la relación entre comunicadores y mensajes intercambiados, desde un enfoque ambiental se define como la experiencia mediática ofrecida tecnológicamente en la que el usuario puede participar y modificar las formas y los contenidos de los medios de comunicación en tiempo real”. Kim (Citado por Cardoso, 2010, p.201)

## e. MATERIALES Y MÉTODOS

Para realizar la presente investigación se utilizó el método científico y dentro de este el método analítico, quien se constituyó en la base principal de la investigación porque a través de sus elementos lógicos y razonables se pudo resolver el objeto de estudio; el método inductivo, mediante el cual se estudió el problema a investigar desde lo particular hasta lo general; el método estadístico que permitió ordenar, procesar e interpretar la información recopilada de los dos medios de comunicación; este método facilitó la tabulación de resultados obtenidos en las encuestas para su posterior descripción e interpretación.

Por último el método mixto, que permitió estudiar los objetos de investigación con base en la medición numérica y el análisis cualitativo, para establecer patrones de comportamiento y probar teorías.

## INSTRUMENTOS Y TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN

Se utilizó técnicas investigativas como la observación, entrevistas y encuestas, que permitieron recopilar, analizar e interpretar información para dar claridad a la problemática planteada.

**Observación.-** A decir de Zapata (2005): “la observación es el proceso de percibir, captar sistemáticamente y detenidamente el fenómeno que nos interesa estudiar en su proceso natural, tal cual ocurre en la vida cotidiana” (p.145). Con esta herramienta se pudo observar y recopilar información sobre el espacio de periodismo ciudadano, emitido en el noticiario Mundovisión de Ecotel Tv, además se analizaron las opiniones y criterios emitidos por los directivos del medio, ciudadanía, periodistas profesionales y egresados.

**Entrevista.-** según Zapata (2005): “esta es una técnica que permite acceder a cierta información por medio de una conversación profesional con una o varias personas, en donde se formulan preguntas y se reciben respuestas” (p.150). En torno a este precepto se pudo obtener información de expertos como: Dan Gilmore y Oscar Espíritu Santo. De igual forma periodistas profesionales, como Alejandro Fabara y María Pastora Sandoval. Así mismo de personas que se dedican a subir información en las redes como el Lic. Carlos Chalaco y el Ing. Bolívar Loján. Sus criterios ayudaron para tener referentes concretos sobre el tema propuesto.

**Encuesta.-** la técnica de la encuesta según Fernández (2004): “permite obtener información mediante un coloquio directo y personal entre el entrevistador y el entrevistado”. Esta herramienta facilitó la información necesaria para acoger o desechar el ejercicio del periodismo ciudadano en el medio que lo promueve. En este caso el tamaño de la muestra utilizada para la encuesta se calculó sobre la base de la fórmula para universos infinitos, ya que el universo para investigar supera las 100000 personas; el público a investigar es la población de la ciudad Loja mayor de dieciocho años, 119 000, datos del CENSO de 2010 realizado por el INEC, obteniendo una muestra de 383 unidades.

**FÓRMULA:** 
$$n = \frac{(0.5)^2 (1.96)^2 N}{(e)^2 (N) + (1.96)^2 (0.5)^2}$$

$$n = \frac{(0,5)^2(1,96)^2(16.572)}{(0,05)^2(185000)+ (1,96)^2(0,5)^2}$$

$$n = \frac{(0,25)(3.8416)(185000)}{(0.0025)(185000)+3.8416 (0.25)}$$

$$n = \frac{177674}{462.5+0,9604}$$

$$n = \frac{177674}{}$$

463.4604

n= 383,3639

## f. RESULTADOS

### Datos generales

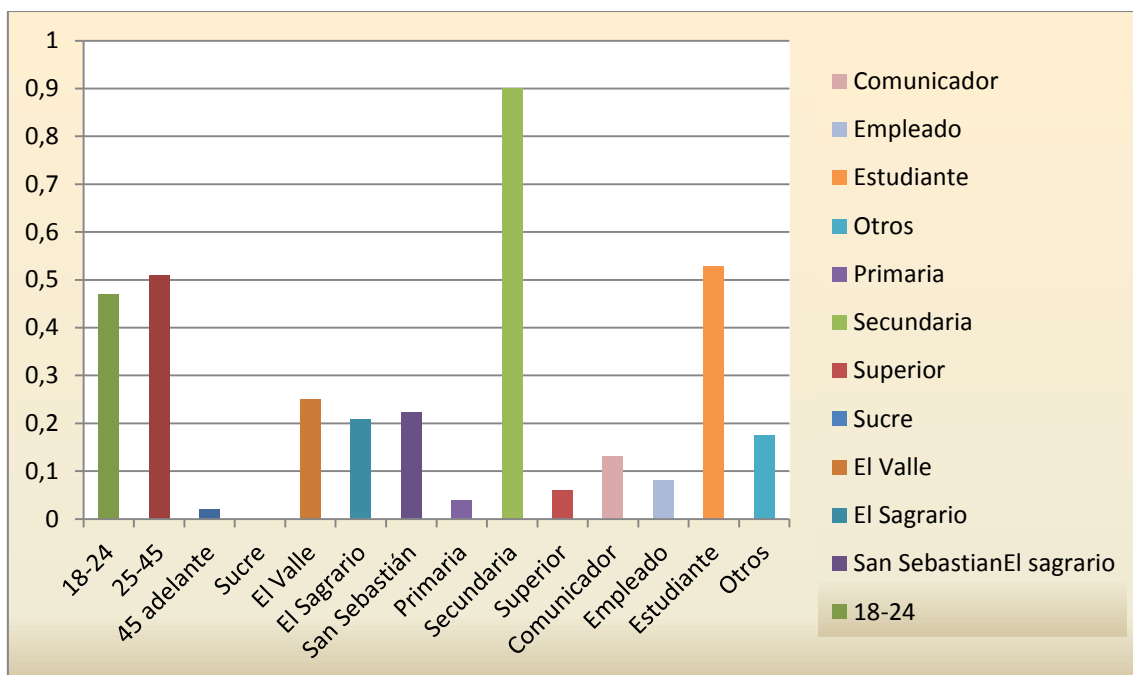
#### Edad, sector, instrucción, profesión u oficio

Cuadro Nro. 1

Variable	Frecuencia	%
<b>EDAD</b>		
18-24	180	46,99
25-45	195	50,91
45 en adelante	8	2,08
<b>SECTOR</b>		
Sucre	122	31,85
El Valle	96	25,06
El Sagrario	80	20,88
San Sebastián	85	22,19
<b>INSTRUCCIÓN</b>		
Primaria	0	4,00
Secundaria	360	90,00
Superior	23	6,00
<b>PROFESIÓN U OFICIO</b>		
Comunicador Social	50	13,05
Empleado público	31	8,09
Estudiante	202	52,74
otros	67	17,49
<b>Total</b>	<b>383</b>	<b>100,00</b>

**Autora:** María Alexandra Espinosa Paz

**Fuente:** Encuesta población de la Ciudad de Loja, a partir de dieciocho años.



**Autora:** María Alexandra Espinosa Paz

**Fuente:** Encuesta población de la Ciudad de Loja, a partir de dieciocho años.

## DATOS ESPECÍFICOS

### 1. Nivel de audiencia del canal de televisión Ecotel Tv de la ciudad de Loja

**Cuadro Nro. 1**

Variables	Frecuencia	%
Si	275	71,80
No	108	28,20
<b>Total</b>	<b>383</b>	<b>100,00</b>

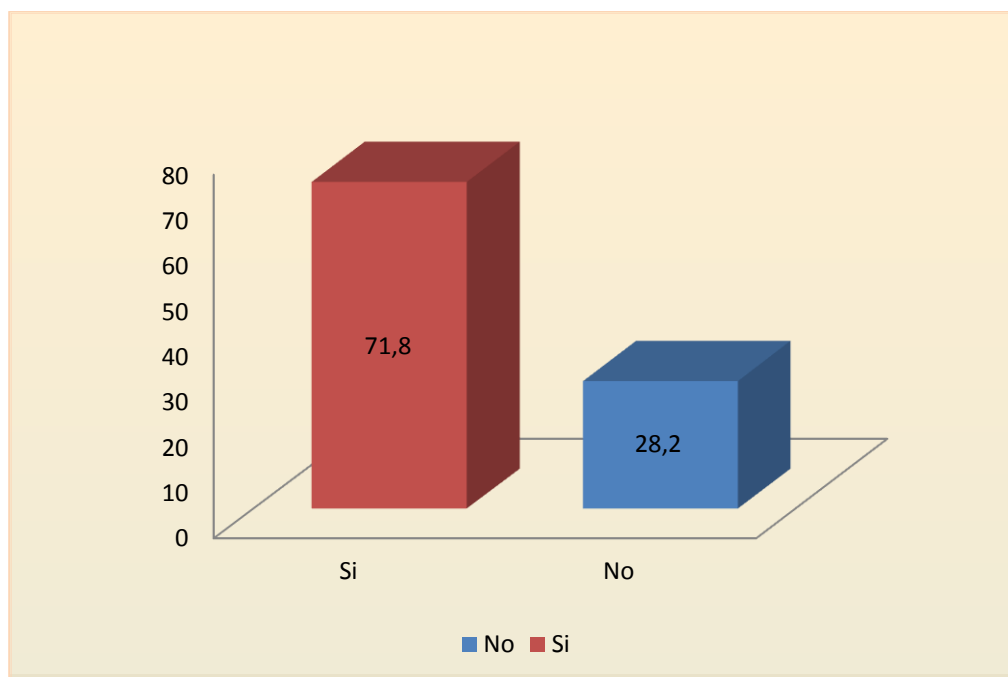
**Autora:** María Alexandra Espinosa Paz

**Fuente:** Encuesta población de la Ciudad de Loja, a partir de dieciocho años



### Gráfico Nro. 1

#### Nivel de audiencia del canal de televisión Ecotel Tv de la ciudad de Loja



**Autora:** María Alexandra Espinosa Paz

**Fuente:** Encuesta población de la Ciudad de Loja, a partir de dieciocho años.

**Análisis cuanti-cualitativo:** En el análisis del cuadro estadístico se puede determinar que 275 encuestados equivalen al 71,80 % de la muestra, este grupo manifiesta que sintonizan el canal de televisión Ecotel de la ciudad de Loja por ser un medio local, imparcial, de calidad, que genera información de interés para la colectividad lojana y sus alrededores. El sector que expresa lo contrario corresponde a 180 personas equivalente al 28,20%, manifiesta que el medio no posee una programación de interés, es poco conocido y difícil de sintonizar en la ciudad.

## 2. Nivel de sintonía del noticiario Mundovisión de Ecotel Tv de la ciudad de Loja

**Cuadro Nro. 2**

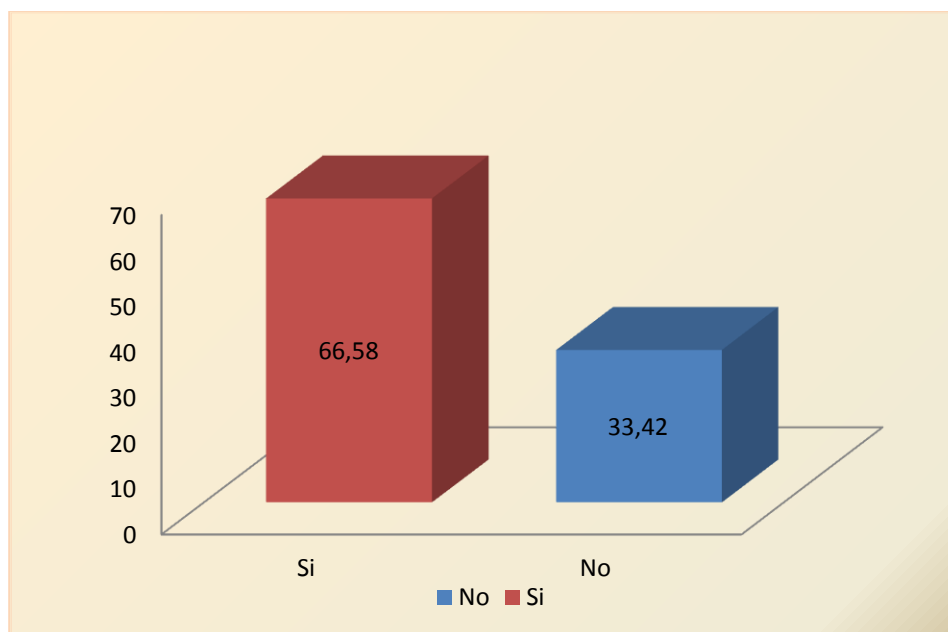
<b>Variable</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>%</b>
Sí	255	66,58
No	128	33,42
<b>Total</b>	<b>383</b>	<b>100,00</b>

**Autora:** María Alexandra Espinosa Paz

**Fuente:** Encuesta población de la Ciudad de Loja, a partir de dieciocho años.

**Gráfico Nro. 2**

### Nivel de sintonía del noticiario Mundovisión de Ecotel Tv de la ciudad de Loja



**Autora:** María Alexandra Espinosa Paz

**Fuente:** Encuesta población de la Ciudad de Loja, a partir de dieciocho años.

**Análisis cuanti-cualitativo:** En base al análisis de los datos presentados en el cuadro estadístico, 255 encuestados equivalente al 66,58% de la muestra y manifiestan que si observan el noticiario Mundovisión del canal de televisión Ecotel de la ciudad de Loja, por ser un informativo que muestra hechos de interés para la ciudadanía, además de mostrar su frontalidad, profesionalismo y su servicio a la comunidad, el 33, 20 % representa 128 personas que optaron por la variable No, este sector expone que el noticiario Mundovisión presenta sus notas informativas de forma poco profunda y exageradas, también se porque muestra sensacionalismo, tornándose aburrido para los espectadores. Sin dejar de lado a quienes simplemente no les interesa informarse sobre lo que acontece en la ciudad y provincia.

**3. Espacios de preferencia de los televidentes del noticiario Mundovisión de Ecotel  
Tv de la ciudad de Loja**

**Cuadro Nro. 3**

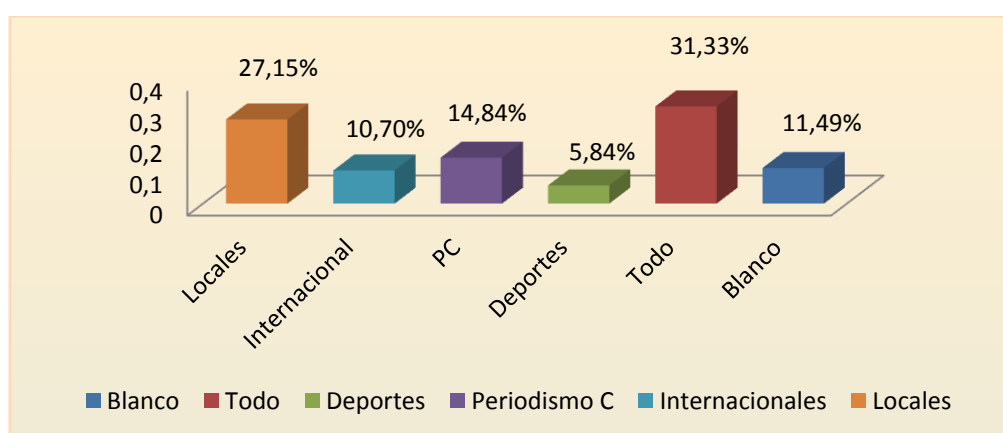
<b>Variable</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>%</b>
Noticias locales	104	27,15
Noticias internacionales	41	10,70
Periodismo ciudadano	53	14,84
Deportes	21	5,48
Todo el noticiero	120	31,33
Blanco	44	11,49
<b>Total</b>	<b>383</b>	<b>100,00</b>

**Autora:** María Alexandra Espinosa Paz

**Fuente:** Encuesta población de la Ciudad de Loja, a partir de dieciocho años.

**Grafico Nro. 3**

**Espacios de preferencia de los televidentes del noticiario**



**Autora:** María Alexandra Espinosa Paz

**Fuente:** Encuesta población de la Ciudad de Loja, a partir de dieciocho años.

**Análisis cuantitativo:** Los datos del cuadro estadístico demuestran que 120 personas correspondiente al 31,33% optan por ver todo el Noticiero situación que resulta importante en vista que mucha gente de la provincia está radicada en la Castellana del Ecuador y quiere estar informada de su ciudad de origen; el espacio de Noticias Locales de Ecotel Tv es la más vista con 104 personas equivalente al 27,15% por ser un espacio donde informa los sucesos de la urbe; el 10,70 % reflejado en las respuestas de 41 personas optó por la sección Noticias Internacionales, Periodismo Ciudadano lo señalaron 53 individuos equivalente al 14,84 % espacio que permite al ciudadano común enviar cualquier tipo de información que se estén suscitando en la localidad, el 5,48% correspondiente a 21 encuestados pertenece al espacio de Deportes con la intención de estar al tanto de Liga de Loja, equipo que participa en la serie A del fútbol ecuatoriano, demás disciplinas y campeonatos de la ciudad. El porcentaje restante corresponde a las 44 personas con el 11,49 % que dejaron en blanco la pregunta.

**4. Acciones realizadas por los espectadores del noticiario Mundovisión de Ecotel Tv de la ciudad de Loja**

**Cuadro Nro. 4**

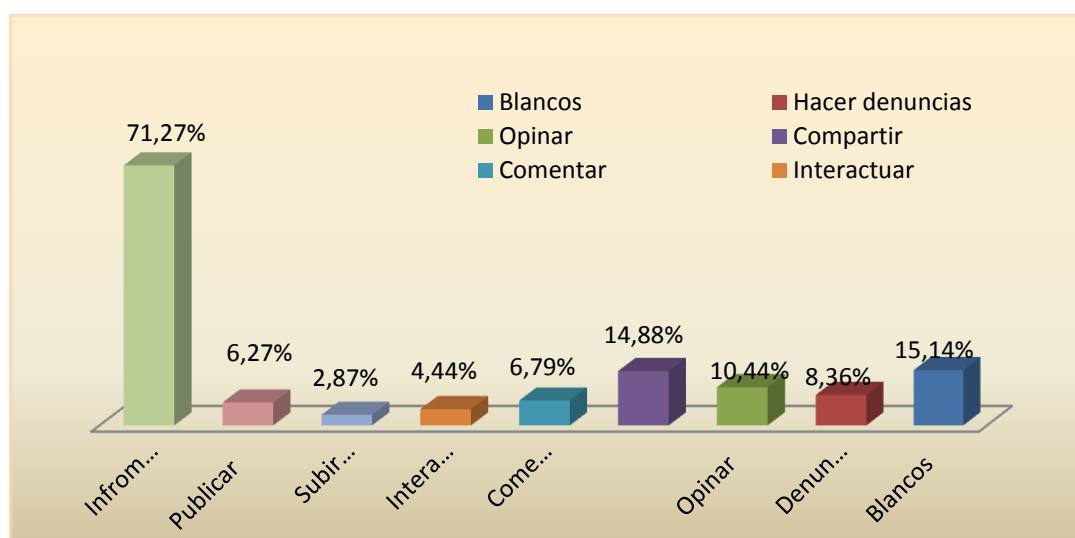
Variable	Frecuencia	%
Informarse	273	71,27
Publicar imágenes o videos	24	6,27
Subir información	11	2,87
Interactuar	17	4,44
comentar	26	6,79
compartir información	57	14,88
opinar	40	10,44
hacer denuncias	32	8,36
Blanco	58	15,14

**Autora:** María Alexandra Espinosa Paz

**Fuente:** Encuesta población de la Ciudad de Loja, a partir de dieciocho años.

**Grafico Nro. 4**

**Acciones realizadas por los espectadores**



**Autora:** María Alexandra Espinosa Paz

**Fuente:** Encuesta población de la Ciudad de Loja, a partir de dieciocho años.

**Análisis cuanti-cualitativo:** Los datos del cuadro estadístico indican que 273 personas encuestadas equivalente al 71,27% ven el informativo Mundovisión únicamente para informarse. El 6,27 % reflejado en las respuestas de 24 personas optó por enviar imágenes o videos. 11 individuos equivalente al 2,87% enviar información; El 4,44% representado por 17 individuos para interactuar, el 6,79% correspondiente a 26 personas optaron por comentar. El 14,88 % respaldado por 57 encuestados manifiestan que comparten información. 40 ciudadanos con el 10,44% expusieron observar el medio con la finalidad de verter algún tipo de opinión en torno a la información emitida. El 8,36% equivalente a 32 encuestados manifestaron que utilizan este medio para realizar denuncias, 58 ciudadanos representan el 15,14% quienes no contestaron la interrogante.

## 5. Cumplimiento del precepto periodismo ciudadano según Bowman y Willis

Cuadro Nro. 5

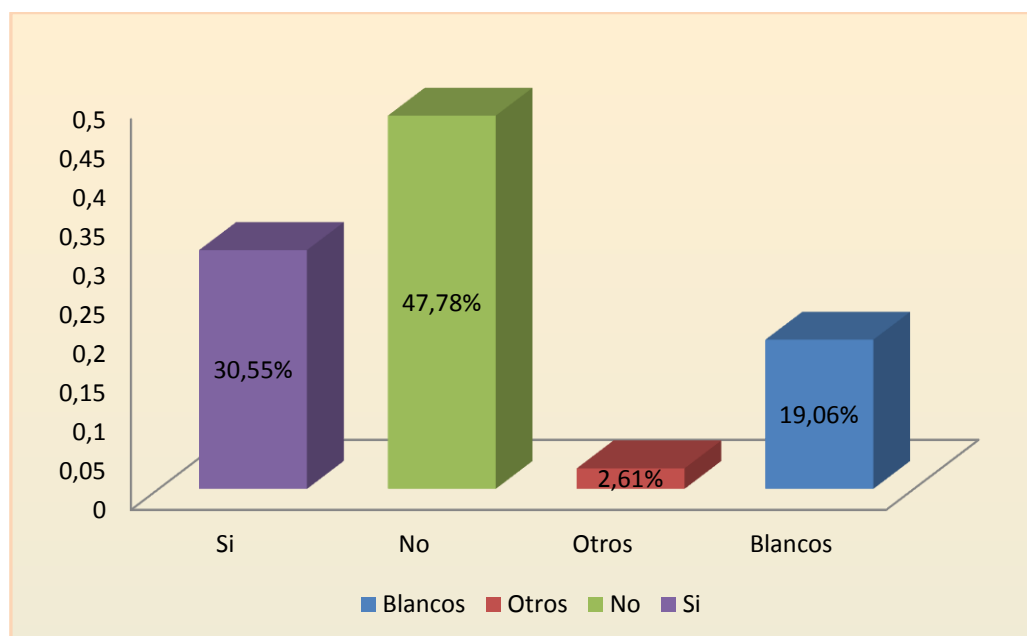
Variables	Frecuencia	%
Si	117	30,55
No	183	47,78
Otro	10	2,61
En blanco	73	19,06
<b>Total</b>	<b>383</b>	<b>100,00</b>

**Autora:** María Alexandra Espinosa Paz

**Fuente:** Encuesta población de la Ciudad de Loja, a partir de dieciocho años.

Gráfico Nro. 5

### Cumplimiento del precepto Periodismo Ciudadano según Bowman y Willis



**Autora:** María Alexandra Espinosa Paz

**Fuente:** Encuesta población de la Ciudad de Loja, a partir de dieciocho años.



**Revisar Análisis cuanti-cualitativo:** Analizando los datos del cuadro estadístico se observa que 117 encuestados equivale al 30,55% de la muestra, este conjunto cree que la interacción generada por los habitantes de la ciudad de Loja en el espacio denominado Periodismo Ciudadano de Ecotel Televisión puede considerarse así debido a que se brinda a la oportunidad al público generar su propia información, recolectar datos que son importantes y que la colectividad necesita saber, además de la facilidad y rapidez de difusión. El 47,78 % correspondiente a 183 encuestados manifiestan que no podría considerarse Periodismo Ciudadano debido a la falta de profesionalismo, la escasa verificación y contrastación de fuentes, el inadecuado tratamiento en cuanto a las normas básicas para publicar información. 10 ciudadanos correspondientes al 2,61 % expresan que no tienen el conocimiento suficiente para determinar si podría o no considerarse como tal. Mientras que el 19,06 % representado por 73 encuestados se abstuvo de comentar la interrogante.

## 6. Conocimiento que tiene la ciudadanía sobre los espacios de interacción de Ecotel

Tv

**Cuadro Nro. 6**

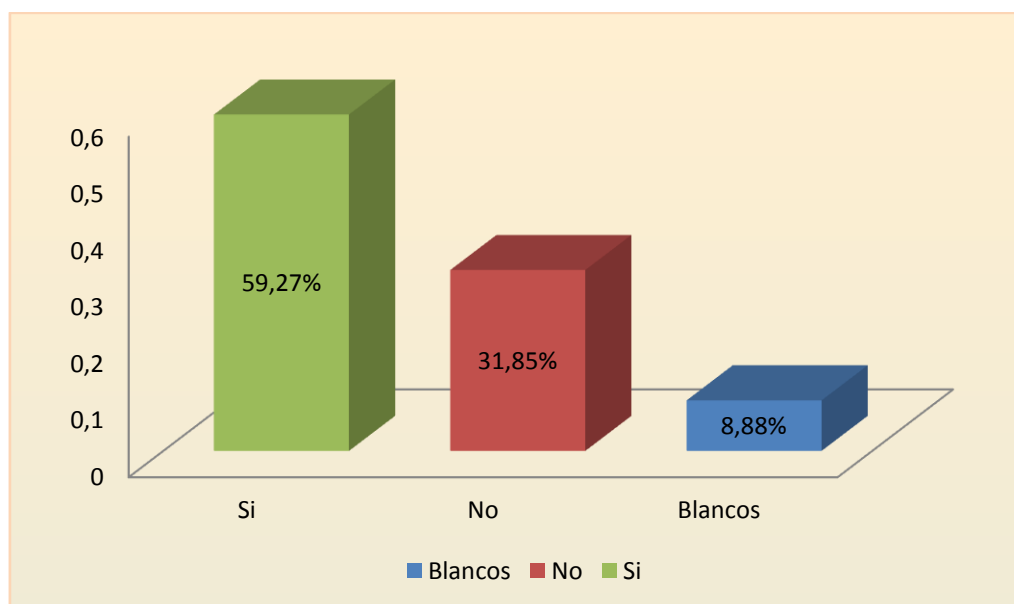
<b>Variables</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>%</b>
Si	227	59,27
No	122	31,85
Blancos	34	8,88
<b>Total</b>	<b>383</b>	<b>100,00</b>

**Autora:** María Alexandra Espinosa Paz

**Fuente:** Encuesta población de la Ciudad de Loja, a partir de dieciocho años.

**Gráfico Nro.6**

**Conocimiento de los espacios de interacción a través del segmento periodismo ciudadano.**



**Autora:** María Alexandra Espinosa Paz

**Fuente:** Encuesta población de la Ciudad de Loja, a partir de dieciocho años.

**Análisis cuanti-cualitativo:** Los datos del cuadro estadístico manifiestan que 227 personas corresponden al 59,27%, exponen conocer estos espacios de interacción, ya que a diario se transmite la información enviada por los usuarios a través de la redes sociales en especial la red social WhatsApp que es la más utilizada por el medio y la ciudadanía dentro de dicho espacio. El 31,85% correspondiente a la respuesta de 122 encuestados indica desconocer dichos espacios, porque el espacio que se brinda es muy corto y no existe una debida promoción de los mismos. Un número de 34 encuestados que equivale al 8,88%, optaron por dejar en blanco la interrogante.

## 6.1 Valoración a espacios de interacción

Gráfico Nro. 6.1

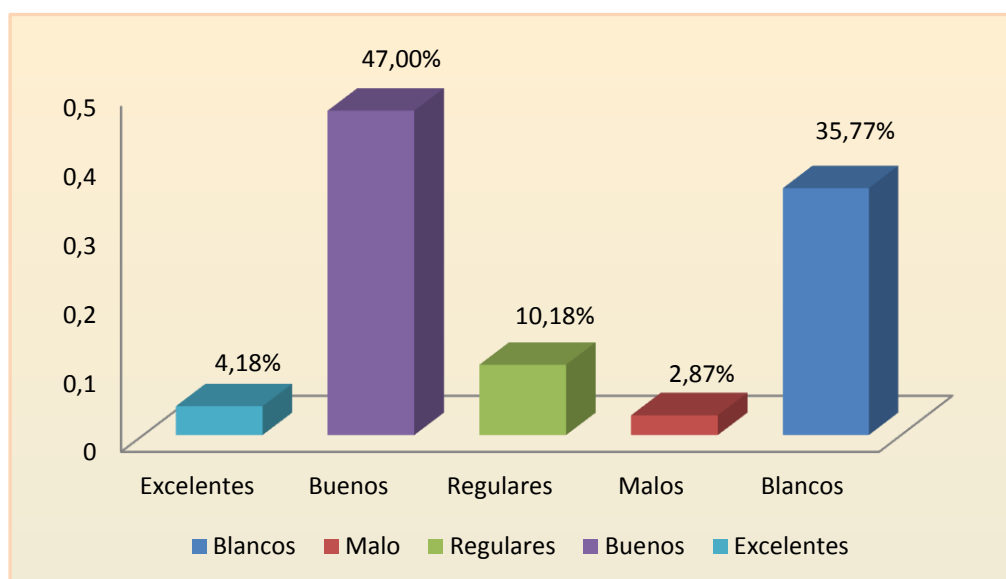
Variable	Frecuencia	%
Excelentes	16	4,18
Buenos	180	47,00
Regulares	39	10,18
Malo	11	2,87
Blancos	137	35,77
<b>Total</b>	<b>383</b>	<b>100,00</b>

**Autora:** María Alexandra Espinosa Paz

**Fuente:** Encuesta población de la Ciudad de Loja, a partir de dieciocho años.

Gráfico Nro. 6.1

### Valoración a espacios de interacción



**Autora:** María Alexandra Espinosa Paz

**Fuente:** Encuesta población de la Ciudad de Loja, a partir de dieciocho años.

**Análisis cuanti-cualitativo:** El Noticiero Mundo Visión de Ecotel Tv, posee mayor audiencia en cuanto a sus informativos. Los resultados expuestos del cuadro estadístico indican, que 16 personas corresponden al 4,18 %, ellos califican como Excelentes los espacios de interacción que Ecotel Tv brinda a la ciudadanía a través del segmento Periodismo Ciudadano en su noticiero Mundovisión, calificada así por la accesibilidad que tiene el público para enviar información, el 47,00 % correspondiente a la respuesta de 180 televidentes indica Bueno, está por la misma tendencia que la anterior, pero con la observación que el televidente busca nuevas alternativas para informarse, la variable Regular fue citada por 39 individuos que equivale al 10,18 % permite entender que hay ciudadanos insatisfechos por el manejo de la información, la opción la consignaron 11 usuarios correspondiente al 2,87% porque creen que falta contextualizar las noticias. El 35,77 %, es decir 137 ciudadanos no contestaron la pregunta.

## 7. Formas de participación de la ciudadanía

Cuadro Nro. 7

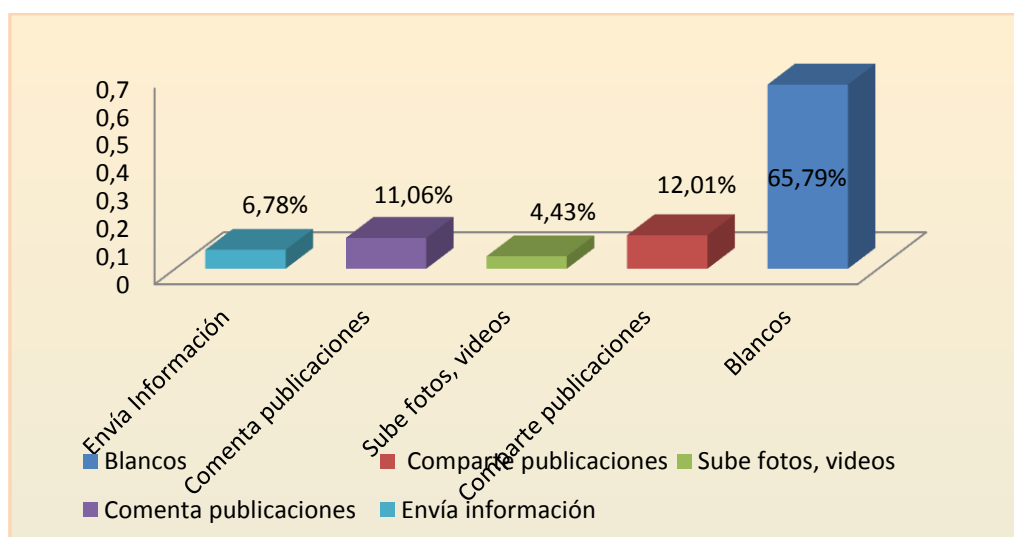
Variables	Frecuencia	%
Envía información	26	6,78
Comenta las publicaciones	42	11,06
Sube fotos, videos	17	4,43
Comparte las publicaciones	46	12,01
Blanco	252	65,79
<b>Total</b>	<b>383</b>	<b>100,00</b>

**Autora:** María Alexandra Espinosa Paz

**Fuente:** Encuesta población de la Ciudad de Loja, a partir de dieciocho años.

Gráfico Nro. 7

### Formas de participación de la ciudadanía



**Autora:** María Alexandra Espinosa Paz

**Fuente:** Encuesta población de la Ciudad de Loja, a partir de dieciocho años.

**Análisis cuanti-cualitativo:** En el análisis del cuadro estadístico se puede determinar que 26 encuestados equivalente al 6,78% de la muestra envían información al medio de comunicación ya que el medio en su noticiario Mundovisión a través de las redes sociales permite al ciudadano poder ser participe y generador de información que este acontecimiento en cualquier parte de la ciudad y de manera inmediata, el 11,06 % representa 42 personas que optan por comentar las publicaciones realizadas ya que cada individuo considera que la información recibida es interesante y vale la pena opinar y emitir su punto de vista sobre la misma; 17 personas correspondientes al 4,43% indican que envían fotografías el medio permite que los ciudadanos puedan captar imágenes que demuestren un hecho importante y de interés para sociedad y a su vez permitir su difusión. El 12,01% equivalente a 46 personas comparten estas publicaciones este grupo de encuestados identifican la información que les parezca de mayor relevancia para compartirla al público permitiendo que la ciudadanía lojana permanezca informada; Finalmente 252 individuos dejaron en blanco esta pregunta.

## 8. Porcentaje de tiempo dedicado por la audiencia

Gráfico Nro. 8

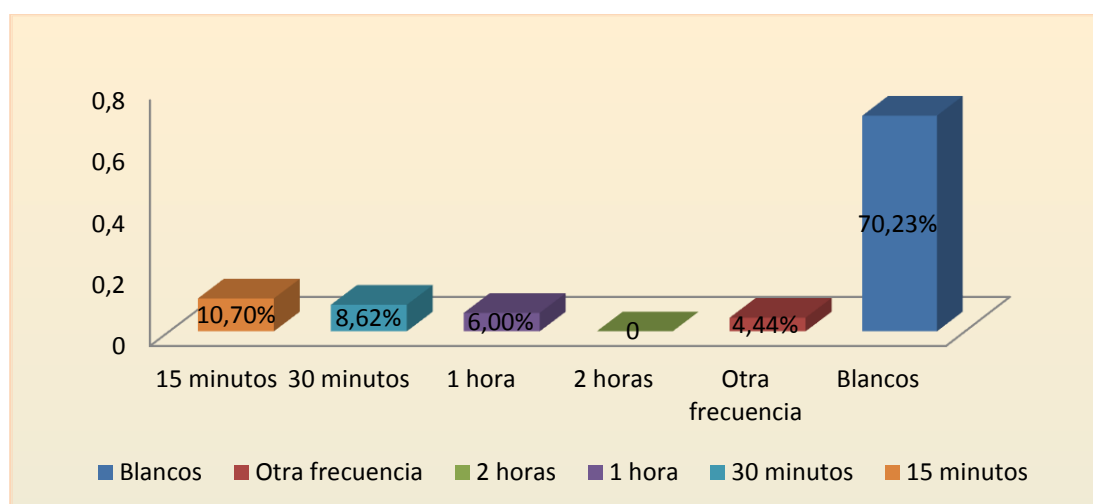
Variables	Frecuencia	%
15 minutos	41	10,70
30 minutos	33	8,62
1 hora	23	6,00
2 horas	0	0,00
Otra frecuencia	17	4,44
Blancos	269	70,23
<b>Total</b>	<b>383</b>	<b>100,00</b>

**Autora:** María Alexandra Espinosa Paz

**Fuente:** Encuesta población de la Ciudad de Loja, a partir de dieciocho años.

Gráfico Nro. 8

### Porcentaje de tiempo dedicado por la audiencia



**Autora:** María Alexandra Espinosa Paz

**Fuente:** Encuesta población de la Ciudad de Loja, a partir de dieciocho años.



**Análisis cuanti-cualitativo:** Los datos detallados en el cuadro estadístico indican que 41 encuestados equivale al 10,70% de la muestra, este grupo dedica quince minutos para interactuar con el medio denotando que buscan información seleccionada y de texto breve, el 8,62 % representado por 33 personas opta por Treinta minutos tiempo bastante amplio para conocer múltiples acontecimientos, la variable Una hora alcanza 6,00 representados por 23 usuarios es sumamente bajo, la opción Dos horas no fue señalada por ninguna persona, la elección otra frecuencia alcanza el 4,44%, correspondiente 17 también denota números bajos, pero con el detalle que utilizan diez minutos para informarse. Finalmente el 70,23%, es decir 269 ciudadanos corresponde a las personas que no contestaron la pregunta.

### 8.1 Promedio de tiempo dedicado por la audiencia

**Cuadro Nro. 8.1**

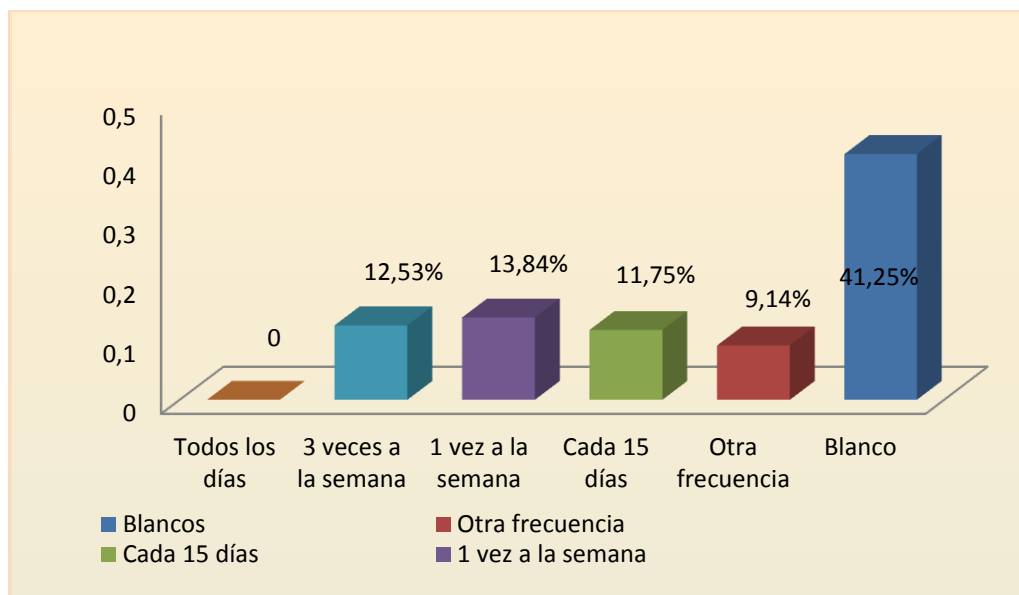
<b>Variables</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>%</b>
Todos los días	44	11,49
3 veces a la semana	48	12,53
1 vez a la semana	53	13,84
Cada 15 días	45	11,75
Otra frecuencia	35	9,14
Blanco	158	41,25
<b>Total</b>	<b>383</b>	<b>100,00</b>

**Autora:** María Alexandra Espinosa Paz

**Fuente:** Encuesta población de la Ciudad de Loja, a partir de dieciocho años.

**Gráfico Nro. 8.1**

**Promedio de tiempo dedicado por la audiencia**



**Autora:** María Alexandra Espinosa Paz

**Fuente:** Encuesta población de la Ciudad de Loja, a partir de dieciocho años.

**Análisis cuanti-cualitativo:** Los resultados expuestos en el cuadro estadístico indican que 44 encuestados equivale al 11,49 % de la muestra interactúa a diario conformando una cifra baja pero si nos percatamos las demás variables van en orden ascendente, el 12,53 % correspondiente a 48 personas participan Tres veces a la semana, en la variable Una vez por semana optaron 53 usuarios que representa el 13,84%, 45 individuos que equivale al el 11,75 % lo efectúa cada quince días, mientras que la opción otra frecuencia alcanza el 9,14%, respaldado por 35 personas, y el 41,25%, es decir 158 dejaron en blanco la opción, hecho que refleja el espacio logra captar el interés y la participación por parte de la ciudadanía.

## 9. Importancia de los espacios de interacción para la ciudadanía

Cuadro Nro. 9

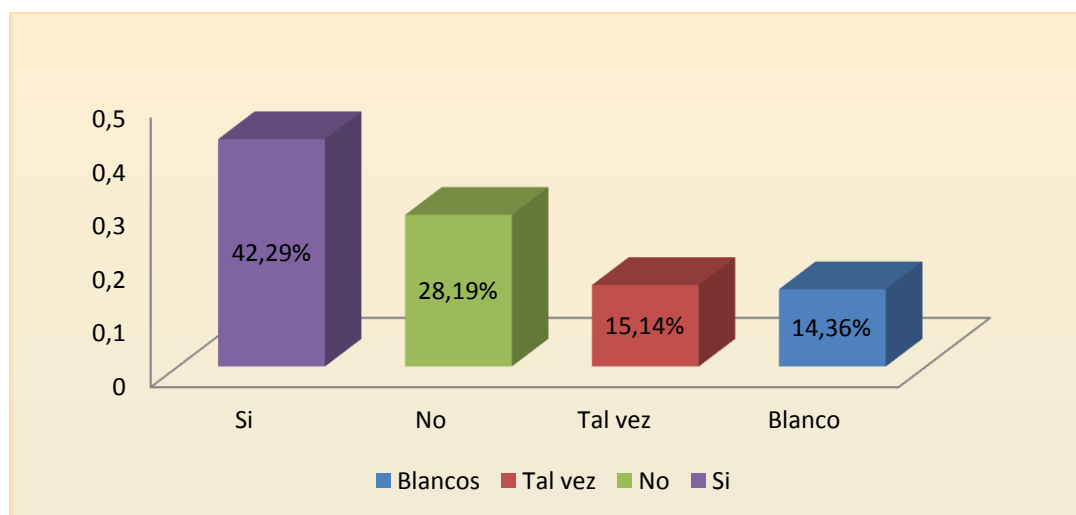
Variables	Frecuencia	%
Si	162	42,29
No	108	28,19
Tal vez	58	15,14
Blanco	55	14,36
<b>Total</b>	<b>383</b>	<b>100,00</b>

**Autora:** María Alexandra Espinosa Paz

**Fuente:** Encuesta población de la Ciudad de Loja, a partir de dieciocho años.

Gráfico Nro. 9

### Importancia de los espacios de interacción para la ciudadanía



**Autora:** María Alexandra Espinosa Paz

**Fuente:** Encuesta población de la Ciudad de Loja, a partir de dieciocho años.

**Análisis cuanti-cualitativo:** Los datos detallados en el cuadro estadístico indican que 162 personas equivalente 42,29% de la muestra consideran que los espacios de interacción que brinda Ecotel Tv son necesarios para que la ciudadanía comparta información porque por medio de estos la ciudadanía tiene puede dar a conocer hechos latente que ocurren a su alrededor, también posee la opción a expresarse siempre y cuando lo haga con responsabilidad, calidad y respeto hacia el público, la variable No obtiene una cifra de 28,19% que representa a 162 individuos, este sector expone que no porque no existe confiabilidad y profesionalismo en los hechos que se receptan en el medio, la opción Talvez representada por 58 ciudadanos correspondiente al 15,14% quienes manifiestan que esto dependería del tipo de información que se emita por parte del ciudadano, finalmente 55 personas que representa el 14,36 % dejaron en blanco la elección.

**10. Concepción de la interacción generada entre la ciudadanía lojana y Ecotel Tv en su noticiario Mundovisión a través del espacio periodismo ciudadano.**

**Cuadro Nro. 10**

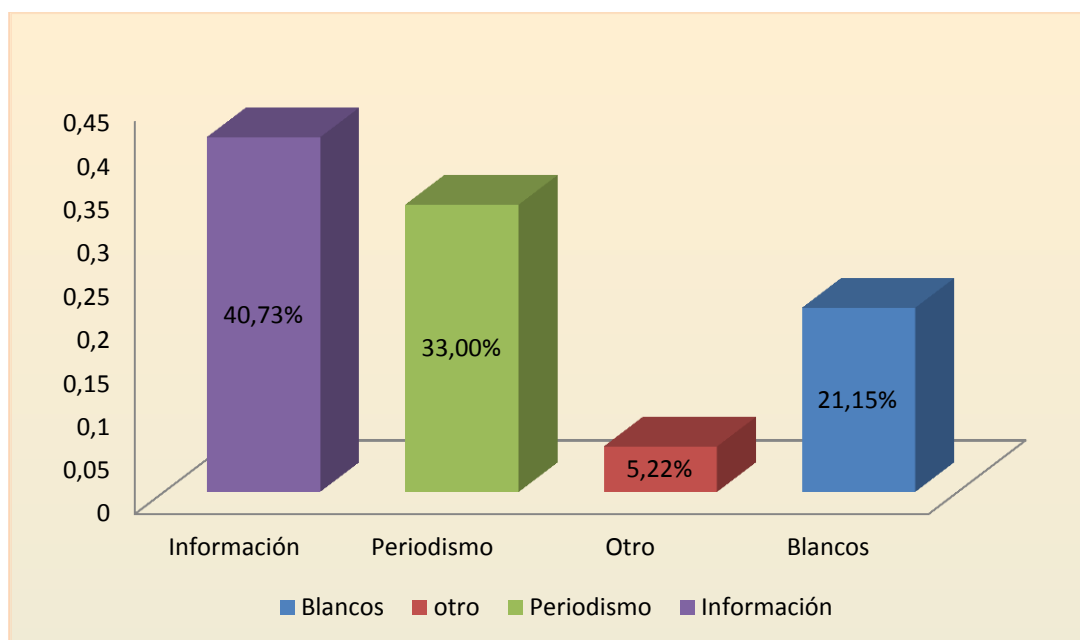
<b>Variables</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>%</b>
Información	156	40,73
Periodismo	126	33,00
Otro	20	5,22
En blanco	81	21,15
<b>Total</b>	<b>383</b>	<b>100,00</b>

**Autora:** María Alexandra Espinosa Paz

**Fuente:** Encuesta población de la Ciudad de Loja, a partir de dieciocho años.

**Gráfico Nro. 10**

**Información Vs. Periodismo ciudadano**



**Autora:** María Alexandra Espinosa Paz

**Fuente:** Encuesta población de la Ciudad de Loja, a partir de dieciocho años.

**Análisis cuanti-cualitativo:** Las tendencias actuales y el desarrollo de las nuevas tecnologías ocurridas desde finales del siglo XX abren paso a una nueva modalidad, insertando en las manos del ciudadano común la posibilidad de ser parte del mundo de la información, dándole la oportunidad de ofrecer sus contenidos a un público universal sin tener que pasar ningún filtro o verificación. Loja con la premisa de ser una ciudad que en los últimos cinco años ha multiplicado el consumo de información online podría tener el mismo fin ratificando lo citado en una interpretación anterior. En base a lo mencionado los datos definidos en el cuadro estadístico indican que 156 encuestados equivalente al 40,73% de la muestra creen que la interacción que se produce entre la ciudadanía lojana y Ecotel Tv en su noticiario Mundovisión en su espacio periodismo ciudadano es únicamente información, concebida como un aporte que el ciudadano brinda al medio de comunicación, otra variable a su favor se enmarca en la inmediatez generando puentes de información hacia una corroboración de la información, esto podría concebirse como un apoyo para los profesionales de la comunicación social quienes son los encargados de ejercer la actividad periodística. Adicional a esto está el derecho a la libertad de expresión de ciudadanía, siempre y cuando no se violenten los códigos deontológicos enmarcados en la ley de comunicación. El 33,00% representado por 126 ciudadanos consideran que si se trata de periodismo ciudadano porque se está recolectando y generando contenidos de interés común que la ciudadanía necesita conocer, mientras que el 5,35% representado por 20 manifiestan no saber sobre si existe o no existe tal periodismo, y cual sería sus principales diferencias para poder emitir una respuesta considerable, finalmente 20 encuestados equivalente a 22,15 se abstuvo de comentar la interrogante.

## 11. Requerimiento de la ciudadanía para el implemento de espacios de interacción

Cuadro Nro. 11

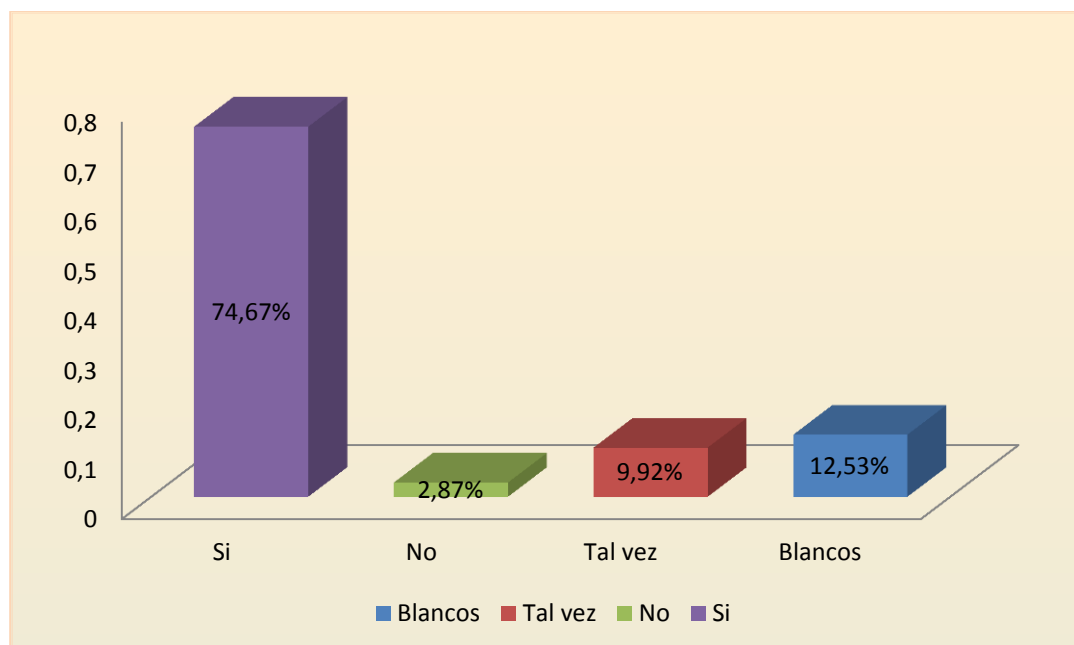
Variables	Frecuencia	%
Si	286	74,67
No	11	2,87
Tal vez	38	9,92
Blanco	48	12,53
<b>Total</b>	<b>383</b>	<b>100,00</b>

**Autora:** María Alexandra Espinosa Paz

**Fuente:** Encuesta población de la Ciudad de Loja, a partir de dieciocho años.

Gráfico Nro. 11

### Requerimiento de la ciudadanía para el implemento de espacios de interacción



**Autora:** María Alexandra Espinosa Paz

**Fuente:** Encuesta población de la Ciudad de Loja, a partir de dieciocho años.

**Análisis cuanti-cualitativo:** Los resultados expuestos del cuadro estadístico indican que 286 encuestados equivale al 74,64% de la muestra, este grupo manifiesta que si le gustaría que Ecotel Tv implemente más espacios para que la ciudadanía participe debido a que es fundamental la interacción entre el ciudadano y el medio comunicativo, en la medida en que estos se democratizen y cumplan con su papel social de informar con veracidad a la ciudadanía de todo lo que acontece en los diversos ámbitos de la sociedad, de manera que todos sin excepción estemos bien informados y contemos con los elementos necesarios que nos permitan tomar decisiones, sin ser más víctimas de los manipuladores de opinión pública que sirven a los distintos grupos de poder. El 2,87% de 11 ciudadanos optaron por el desacuerdo, expresando un poco interés hacia una cultura de información. La opción de Talvez está representada por 38 encuetados lo que representa un 9,92%. Mientras que 48 ciudadanos de la muestras equivalente al el 12,53 se abstuvo de comentar la interrogante.



## **Espacio de periodismo ciudadano presentado en el informativo Mundovisión de Ecotel**

### **Tv de la ciudad de Loja**

#### **Análisis:**

Teniendo en cuenta lo observado durante la investigación y al seguimiento de cada informativo con el respectivo espacio de periodismo ciudadano transmitido en el noticiario Mundovisión de Ecotel TV, en los horarios de 07h00- 19h00 se manifiesta lo siguiente:

Es la ciudadanía lojana quien participa activamente de este espacio enviando sus denuncias comentarios, reclamos, fotografías, videos, invitaciones, entre otros a través de la red social WhatsApp que el medio anuncia diariamente en repetidas ocasiones durante la transición del noticiario. Al momento de la lectura de los mensajes emitidos por la ciudadanía se puede observar la participación de la ciudadanía a través del envío de mensajes a la red WhatsApp, mismos que son leídos en vivo por el presentador. De igual forma la actualización de aportes se realiza con rapidez, la mayoría de mensajes enviados al medio mantiene un formato de denuncia, también se reciben imágenes de accidentes, infracciones, entre otros.

El lenguaje utilizado en el texto es corto y directo, sin respetar las normas ortográficas establecidas, en cuanto al presentador, este utiliza un lenguaje claro, su expresión expresa seguridad e importancia con respecto a lo que está leyendo e informando. La calidad de información que se presenta no es la adecuada para compararla a una nota informativa, en donde se debe respetar la estética, ortografía, narrativa, redacción, estilo. De igual forma no se visibiliza un adecuado tratamiento de la información, verificación y contrastación de fuentes y un seguimiento a las mismas.

## **Análisis de entrevistas**

### **Pregunta Uno: ¿Considera que realmente existe el periodismo ciudadano o simplemente es información generada por la ciudadanía?**

Rosen (Citado por Espiritusanto & Gonzalo, 2011) explica que: “cuando las personas, antiguamente conocidas como la audiencia, utilizan las herramientas periodísticas que tienen a su alcance para informarse unos a otros, eso es periodismo ciudadano” (p.120).

El periodista, escritor y profesor universitario, Dan Gillmor, afirma: “El periodismo ciudadano existe y es una prueba de la democratización de los medios de comunicación, no una causa de la misma. “Es el momento de que los medios tradicionales escuchen más a sus audiencias y tengan diariamente una conversación con ellos, no sólo invitarlos a que lean si no también invitarlos a que participen del proceso informativo”. Esta es una actividad competitiva y complementaria que se fusiona gracias al avance de la tecnología manteniendo como objetivo principal la participación de la comunidad, la curiosidad, el deseo de informar a los demás, la capacidad de comunicarse de manera efectiva, entre otras cosas”. Ante esto, la periodista Chilena María Pastora Sandoval, manifiesta que “el periodismo una profesión y el periodismo ciudadano no existe, porque no es una actividad realizada por periodistas profesionales. Al contrario estos contenidos los generan personas comunes, mismas que la mayoría de las veces son testigos de un hecho al que un periodista no tuvo acceso. Por su parte Alejandro Fabara: Editoralista de Diario la Hora, menciona que el periodismo profesional es necesario, por su rigurosidad y contraste de informaciones. Pero que la dinámica del periodismo está cambiando, debido a que los ciudadanos son los que informan y los periodistas son los que investigan, amplían y verifican la información.

### **Pregunta dos:**

**¿En caso de que considere que si existe el periodismo ciudadano, desde su punto de vista cuál sería su definición?**

Dan Gillmor, expone que: "la gente antes conocida como la audiencia emplean las herramientas de prensa que tienen en su poder para informarse mutuamente". Las pretensiones de esta actividad es hacer que la gente sea creadora y no solo consumidora de información. A decir de Sandoval "no existe el periodismo ciudadano, le podemos llamar "aporte ciudadano", que es la producción ocasional de contenido informativo por parte de personas que han sido testigos de un hecho, el que distribuyen por distintas vías, en este caso las redes sociales". A su vez Fabara, expresa que "el acceso a la información es un derecho que toda sociedad democrática tiene. Un pueblo informado es un pueblo libre de pensamiento, el aporte de la democratización de la información obliga a las sociedades a ser críticas y sobre todo, a saber discernir la información que reciben".

### **Pregunta Tres**

**¿Qué papel juegan las redes sociales en torno al periodismo ciudadano?**

A decir de los entrevistados: María Sandoval, expone que: "La redes sociales juegan un papel muy importante, puesto que son un medio para difundir lo que se produce, sin no hay difusión, no hay aporte ciudadano". Ante esto Dan Gillmor, menciona que "la participación de los ciudadanos se nutre esencialmente de las redes sociales, de lo que se habla y se escribe en Internet". Para Fabara, "es una fuente más para construir el relato contrastado de los hechos. Las redes sociales son herramientas y una fuente para los periodistas". Es importante y a veces nos da pistas relevantes, sin embargo hay que añadir otras herramientas como entrevistas personales, fuentes institucionales, expertos, entre otras.

#### **Pregunta cuatro**

**¿La interacción que se produce entre el ciudadano común y los medios tradicionales a través de redes sociales puede considerarse como periodismo ciudadano?**

Para Alejandro Fabara, “tal información echa por los ciudadanos es un gran aporte, es una parte muy importante del proceso de difusión de un contenido, pero no es el total de él”. Ante esto Carlos Chalaco, menciona que si se considera como tal debido a que gracias al avance de la tecnología toda estamos en capacidad de generar contenidos e informar, sin la necesidad de pertenecer a una empresa mediática o tener un título de periodismo. Por su parte Sandoval, afirma que: un ciudadano con un teléfono inteligente en su mano, una cámara, grabadora de voz y procesador de textos, además del acceso a las redes sociales, que en este caso, serían las vitrinas de la información inmediata, “no puede jerarquizarse a tal punto de considerarlo Periodista ya que esta es una profesión ejercida únicamente por profesionales formados académicamente, en este caso se hablaría de un aporte de la ciudadanía sobre un hecho del cual fue testigo.

#### **Pregunta cinco**

**¿Es necesario incrementar más espacios de interacción entre la ciudadanía y los medios comunicativos?**

La red tiene muy pocos límites pero el buen periodismo tiene una serie de principios que incluyen la honestidad, la corrección, justicia, independencia de pensamiento, transparencia. Sandoval, afirma que: “ese es el futuro” a lo que Fabara, expresa que: “la interacción es fundamental, pues la ciudadanía es la razón de los medios de comunicación”. El trabajo de estos tiene como fin último mantener informada a la ciudadanía de los acontecimientos que le causan interés. Por lo tanto, “esta retroalimentación que deben hacer los medios de comunicación es importante para el desarrollo y crecimiento de los medios de comunicación

tradicionales e incentivar el debate público”. Carlos Chalaco, menciona que “existen muchos contenidos noticiosos de gran interés social, sin embargo los medios de comunicación no los ponen a consideración en su agenda mediática”, razón por la cual la ciudadanía no se informa sobre los temas públicos que están ocurriendo. Por otra parte, los medios tradicionales no toman problemáticas de todos los sectores a pesar de que estos también pueden generar noticias de interés colectivo.

## **g. DISCUSIÓN**

Después de haber recopilado y explicado las herramientas, técnicas y resultados de investigación, que nos llevaron a definir los problemas y sus causas pasamos a la verificación de los objetivos y discusión.

### **VERIFICACIÓN DE OBJETIVOS**

#### **Objetivo General**

- **Determinar si la interacción generada por los habitantes de la ciudad de Loja en el espacio denominado periodismo ciudadano de Ecotel Televisión es posible considerarlo como tal. Período marzo-septiembre de 2015. Propuesta alternativa.**

Lo expuesto en la variable 2 de la pregunta cinco (Cumplimiento del precepto periodismo ciudadano según Bowman y Willis) el 47,78 % de la muestra manifiesta que no podría considerarse periodismo ciudadano, debido a que el espacio que se genera en el medio no cumple con el precepto mencionado por (Bowman y Willis, 2003), a esto se le atribuye la falta de profesionalismo, la escasa verificación, contrastación de fuentes, el reducido espacio y el inadecuado tratamiento en cuanto a las normas básicas para publicar una noticia. De igual forma los datos definidos en la variable uno de la pregunta diez (Concepción de la interacción generada entre la ciudadanía lojana y Ecotel Tv en su noticiario Mundovisión a través del espacio periodismo ciudadano.) el 40,73% de la muestra expresan que la interacción que se produce entre la ciudadanía lojana y Ecotel Tv en su noticiario Mundovisión en su espacio periodismo ciudadano es únicamente información, concebida

como un aporte que el ciudadano brinda al medio de comunicación, otra variable a su favor se enmarca en la inmediatez generando puentes de información hacia una corroboración de la información, esto podría concebirse como un apoyo para los profesionales de la comunicación social quienes son los encargados de ejercer la actividad periodística. Adicional a esto está el derecho a la libertad de expresión de ciudadanía, siempre y cuando no se violenten los códigos deontológicos enmarcados en la ley de comunicación, promoviendo su participación, mostrando realidades y necesidades que no se tomen en cuenta y que resulta necesario realizar estableciendo grandes vínculos entre los profesionales de comunicación social y la colectividad. La participación de la ciudadanía a través de las redes sociales, forman parte importante del proceso de difusión de un contenido, pero es simplemente esa información generada por el ciudadano común. Debido a todos estos argumentos queda aprobado este objetivo no como periodismo ciudadano, sino como Información por parte de la ciudadanía gracias al avance de la tecnología el ciudadano tiene parte activa con el medio, pero todo concluye ahí ya que el periodismo es una profesión ejercida únicamente por profesionales formados académicamente.

### **Objetivo Específico**

- **Establecer que es el periodismo ciudadano**

Según lo concordaron los entrevistados, su auto denominación dentro de la confusión que se está generando con los términos también existe la que presencia de blogs o perfiles en una red social con un medio de comunicación. Gillmor expone que " la gente antes conocida como la audiencia emplean las herramientas de prensa que tienen en su poder a informarse mutuamente". Sandoval manifiesta que "como no existe el periodismo ciudadano, le podemos llamar "reporterismo ciudadano", que es la producción ocasional de contenido

informativo por parte de personas que han sido testigos de un hecho, el que distribuyen por distintas vías, en este caso las redes sociales”. Fabara expresa que “el acceso a la información es un derecho que toda sociedad democrática tiene. Lo manifestado por Carlos Chalaco es “que el soporte utilizado no define al periodismo, sino la forma de trabajar profesionalmente los contenidos”. “Es importante la forma de actuar e interactuar de los ciudadanos con los medios de comunicación, esto con la democratización de las herramientas digitales en donde se puede generar contenidos informativos” (Espiritusanto, 2012). Actualmente no solo los medios presentan la información desde su óptica o línea editorial, ahora son los mismos ciudadanos los protagonistas de las noticias los que informa.

La aparición del Internet junto con el avance de la tecnología ha generado una gran reinención en los medios, las tendencias actuales abren paso a una nueva modalidad, lo que le permite al ciudadano común ser parte activa de los procesos comunicativos por medio de la interactividad entre el medio y el público. Gillmor menciona que “esta actividad no pretende generar conflictos con los periodistas profesionales, pero si más a menudo realizar tareas complementarias” a favor del bien común. Lo expuesto en la variable 2 de la pregunta cinco (Cumplimiento del precepto periodismo ciudadano según Bowman y Willis) el 47,78 % de la muestra manifiesta que no podría considerarse Periodismo Ciudadano, debido a que el espacio que se genera en el medio no cumple con el precepto mencionado por (Bowman y Willis, 2003), a esto se le atribuye la falta de profesionalismo, la escasa verificación, contrastación de fuentes, el reducido espacio y el inadecuado tratamiento en cuanto a las normas básicas para publicar una noticia.



## **Objetivo Específico**

- **Observar el grado de participación e interacción de la ciudadanía en el espacio denominado periodismo ciudadano y de Ecotel Televisión.**

Para determinar el grado de interacción existente entre la ciudadanía y el espacio de periodismo ciudadano del Noticiero Mundovisión de Ecotel Tv de la ciudad de Loja se toma en cuenta la variable 1 de la cuarta pregunta, (Acciones realizadas por los espectadores del noticiero Mundovisión de Ecotel Tv de la ciudad de Loja) en donde el 71,27% de la muestra manifestó que únicamente ven el noticiero para informarse, frente a un 4,44% para interactuar. En cuanto a tiempo y frecuencia dedicado por la audiencia se observa que el 10,70% de la muestra dedica quince minutos con una frecuencia diaria reflejada por un 11,49% para interactuar según los datos de las variables 1 de la interrogante ocho, valorando estos espacios como buenos por el 47,00% de la muestra a decir de las respuestas de la variable uno de la sexta interrogante. Como podemos admirar el 59,27%, de la muestra de la variable uno de la pregunta seis manifiesta conocer estos espacios, sin embargo el espacio que se brinda es muy corto y se toma como referencia únicamente a la red social WhatsApp para que el ciudadano envíe información a dicho espacio.

Lo visualizado en la técnica de observación permite diferenciar el número de aportes transmitidos por el medio, como resultado una media de cuatro aportes diarios entre fotografías, comentarios o denuncias para ser presentadas en el noticiero los cuales no cumplen ninguna norma básica en cuanto a redacción, lenguaje, calidad, imagen, entre otras, a diferencia de las notas informativas realizadas por periodistas profesionales.

Esto manifiesta un bajo grado de interacción entre la ciudadanía y el espacio de periodismo ciudadano, tal interacción no toma mayor fuerza ni tampoco trasciende hacia la

horizontalidad de la información, sin mencionar el reducido espacio que se le atribuye dentro del informativo.

### **Objetivo Específico**

- **Proponer lineamientos alternativos que contribuyan a fortalecer la participación ciudadana y a democratizar la información en la televisión lojana.**

La necesidad de existencia de medios de interacción entre la comunidad y el medio de comunicación, comprende el 42,29% de la muestra evidenciado en la respuesta de la variable 1 de pregunta nueve (Importancia de los espacios de interacción para la ciudadanía), de la mano de la respuestas de la opción 1 de la undécima interrogante (Requerimiento de la ciudadanía para el implemento de espacios de interacción) en cuanto al requerimiento de la ciudadanía para el implemento de más espacios de interacción.

En base a lo expuesto, luego de analizar las opiniones vertidas del especialista en el ciberperiodismo Dr. Dan Gillmor. Así como la opinión del Lic. Alejandro Fabara y Mag. María Pastora Sandoval, destacados periodistas. Los aportes del Lic. Carlos Chalaco e Ing. Bolívar Loján. Así como la opinión de la ciudadanía, recolectada a través de encuestas. Se puede determinar que la interacción generada por los habitantes de la ciudad de Loja en el espacio denominado periodismo ciudadano difundido por Ecotel Televisión, en su informativo Mundovisión, no puede considerarse como periodismo ciudadano.

Si bien es cierto varios medios de comunicación incorporado algunas alternativas para que la ciudadanía participe de forma activa a través de diferente plataforma virtuales, a decir

de los especialistas no deja de ser un aporte que la ciudadanía brinda al medio de comunicación, no es posible señalar a una persona que envió a un medio comunicativo imágenes, audios, videos entre otros, como un periodista, o que realizo el ejercicio del periodismo, esta es competencia especifica de los periodistas profesionales formados en las aulas universitarias, mismos que se encargan de realizar un tratamiento y proceso adecuado para investigar, recoger, elaborar y difundir la información.

Cabe destacar que el trabajo conjunto entre el periodismo profesional y la ciudadanía es importante, en tal razón se deben incrementar los espacios de participación ciudadana a fin de democratizar la información y fomentar la participación de la ciudadanía. La interacción es fundamental pues le permite al ciudadano participar, interactuar y brindar su aporte dando a conocer hechos latentes que se originen a su alrededor siempre y cuando lo haga con responsabilidad, calidad y respeto hacia el público.

## **h. CONCLUSIONES**

- La interacción generada por algunos habitantes de la ciudad no es periodismo ciudadano, únicamente es información generada por la ciudadanía y enviada al medio de comunicación.
- El periodismo ciudadano permite al profesional de la comunicación social trabajar desde las comunidades en temas que son tratados por los medios comunicativos y que es de gran importancia que la colectividad los conozcan.
- No es posible señalar a toda persona que comparte información como periodistas, esto es específicamente de aquellos profesionales formados académicamente con un amplio conocimiento y experiencia en cuanto a la profesión periodística.
- El espacio que brinda Ecotel Tv en su informativo Mundovisión, es muy corto y se utiliza una sola red social para que el ciudadano envíe la información.
- Es necesaria la implementación de espacios de interacción entre la comunidad y el medio de comunicación.

## **i. RECOMENDACIONES**

- ✓ Se sugiere a los medios comunicativos de la ciudad incrementar los espacios de participación ciudadana a fin de potenciar la interacción constantemente con los usuarios.
- ✓ Se sugiere al espectador tener en cuenta la calidad de los contenidos al momento de enviarlos al medio televisivo.
- ✓ Se sugiere a los periodistas profesionales realizar un seguimiento constante del espacio y la información que se expone a la ciudadanía.
- ✓ Se recomienda a los directivos de Ecotel Tv, cambiar la denominación del espacio de periodismo ciudadano por un nombre que se adecue más a la realidad que se evidencia.
- ✓ Se recomienda a los directivos de Ecotel Tv, incrementar espacios informativos que contribuyan a fortalecer la participación ciudadana y a democratizar la información en la televisión lojana.



# **UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA**

**FACULTAD DE LA EDUCACIÓN, EL ARTE Y LA COMUNICACIÓN**

## **CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL**

### **PROPUESTA ALTERNATIVA**

PRODUCCIÓN DE UN PROGRAMA TELEVISIVO DENOMINADO “RUTA COMUNITARIA” QUE GENERE CONTENIDOS SOBRE LAS COMUNIDADES DE LA PROVINCIA DE LOJA COMO APORTE AL FORTALECIMIENTO DE LA PARTICIPACIÓN CIUDADANA Y DEMOCRATIZACIÓN DE LA INFORMACIÓN EN LA TELEVISIÓN LOJANA.

**LUGAR: Espacio Informativo Mundo Visión**

**DIRIGIDO A: Ecotel Televisión de la ciudad de Loja**

**ESTUDIANTE PROPONENTE:**

**María Alexandra Espinosa Paz**

**LOJA- ECUADOR**

**2017**

## **Título**

Producción de un programa televisivo denominado “**Ruta Comunitaria**” que genere contenidos sobre las comunidades de la provincia de Loja como aporte al fortalecimiento de la participación ciudadana y democratización de la información en la televisión lojana.

## **Antecedentes**

En esta época se puede evidenciar que los medios de comunicación especialmente privados intentan persuadir al mayor número de individuos, lo que significa obtener grandes réditos económicos, dejando desapercibido en gran parte el apoyo social y el rol de servicio comunitario de los sectores menos atendidos. La humanidad está sometida al poder de la prensa televisiva que de una u otra manera busca acaparar con contenidos sensacionalistas, racistas, sexistas, frenando el avance comunicativo de la sociedad.

Loja provincia fronteriza, alejada de las grandes ciudades del país sufrió en múltiples ocasiones el olvido e incompreensión de las autoridades centrales del pasado, por lo cual son muchos los colectivos sociales marginados. El medio de Comunicación Ecotel tv de la ciudad de Loja, entidad de carácter privado a través de sus informativos presenta al público información de carácter internacional, nacional y local, en esta última se muestra información que ocurre dentro de la ciudad y provincia.

Mediante el estudio realizado se analizó la existencia del periodismo ciudadano y si realmente la interacción en redes sociales puede considerarse con tal. Se evidenció que el espacio de Periodismo ciudadano no cumple con tal denominación y profesionalismo que el periodismo formal requiere, así como no se realiza noticias o reportajes de acontecimientos que suceden en la comunidad, temas que requieren un mayor grado de investigación, análisis

crítico, seguimientos, que merecen la pena ser analizados y presentados a la colectividad. Ante esta problemática es necesario desarrollar un espacio en donde se expongan realidades, acciones comunicacionales que contribuyan a fortalecer la participación ciudadana y democratización de la información en la televisión lojana.

## **Justificación**

El periodismo hecho para la ciudadanía permite contrarrestar el uso indebido que se le ha dado al periodismo y a los medios de comunicación masivos. Es omnipresente que las comunidades de la provincia de Loja intervengan activamente en procesos de comunicación para conocer de cerca sus propuestas y alternativas de solucionar muchos problemas, educativos, productivos, culturales, económicos y políticos enraizados por el alejamiento entre los grupos sociales y la sociedad civil en general.

Desde esa óptica es conveniente aplicar esta propuesta, con el fin de aportar con la ciudadanía a fortalecer su participación y mostrar la realidad social con temas importantes e interés por lo público que aporten a su formación educativa con mensajes y contenidos de calidad que les brinde argumentos que les sirvan como referencia para un análisis, conclusión posterior y opinión.

Con esta propuesta se espera contribuir a la sociedad en general para lo cual se ha planteado el tema: “Creación de un espacio televisivo que genere contenidos sobre las comunidades de la provincia de Loja que aporte al fortalecimiento de la participación ciudadana y democratización de la información en la televisión lojana”.



## **Objetivos**

### **Objetivo general**

Producir un espacio televisivo denominado “**Ruta Comunitaria**” que incluya contenidos informativos, novedosos e interactivos para la ciudadanía de la provincia de Loja.

### **Objetivos específicos**

- Mostrar a la ciudadanía lojana temas de importancia e interés común.
- Entregar al televidente un espacio informativo que motive la participación y opinión pública.
- Fortalecer el vínculo entre el profesional en Comunicación Social y la comunidad.

## **Factibilidad**

La presente propuesta es viable en su ejecución, puesto que es viable y se la puede llevar a cabo luego del análisis obtenido en la investigación, teniendo en cuenta que la Universidad Nacional de Loja y su Carrera en Ciencias de la Comunicación social promueve la vinculación con la colectividad, esto con el fin de brindar un aporte sustancial para la ciudadanía como una fuente de información a la colectividad lojana, seguramente fortalecer la participación e interacción ciudadanía y la democratización dela información fomentando la opinión pública.

La información se constituye en un derecho de todos los ciudadanos, que están garantizados en tratados internacionales, constitución del Ecuador y leyes orgánicas de este país. La finalidad es efectuar el trabajo con pleno apego a la ley encaminada al beneficio de los espectadores de televisión.

La creación de un espacio que contenga información de la realidad social de la ciudad y provincia, significaría una alternativa innovadora para que se pueda opinar en función a información oportuna y verídica, y también interactuar con centenares de personas que planteen sus criterios, ya sean a favor o en contra del acontecimiento noticioso. El presente espacio, tiene el fin de constituirse como un referente de difusión noticiosa, sumando participación y protagonismo de los usuarios.

Es importante destacar los aspectos de mayor trascendencia:

- Difundir entre la sociedad civil la existencia del espacio en Facebook, Twitter, YouTube y WhatsApp.
- Por medios de productos comunicacionales difundidos en tiempo real fomentar el ejercicio de la opinión pública.
- El espacio televisivo al constituirse como un medio de comunicación tiene la potestad de fiscalizar los actos de las autoridades, denunciar actos de corrupción, indagar la verdad, y difundirla oportunamente a la ciudadanía.

## **Foda**

### **Fortalezas**

- Universidad Nacional de Loja acreditada y referente Institución Superior de la Región Sur del País.
- Permanente formación de profesionales en vinculación con la colectividad
- Muchos usuarios de televisión local pertenecen a la Universidad Nacional de Loja.

### **Oportunidades**

- Tener un espacio para generar información de las comunidades de la provincia de Loja.
- Usuarios de medios de comunicación buscan información actualizada de la ciudad de Loja.
- Aprovechar las bondades que ofrece la web para generar y difundir información.
- La nueva Ley de Comunicación favorece la participación ciudadana en el espectro comunicativo en los artículos 12, 13 y 14.

### **Debilidades**

- Falta de oportunidad en los medios comunicativos.
- Ser un espacio de reciente creación.
- No contar con el presupuesto, financiamiento y equipo necesarios para su producción.
- Poco interés por parte de la ciudadanía.

### **Amenazas**

- Falta de recursos hasta asentar la telerevista.
- Creación de nuevos espacios.

## **Ejecución**

### **Producto Comunicacional**

#### **Estructura del Programa**

El programa intentará consolidarse como público, en la cual se trataran temas determinados de actualidad, comunitarios, educativos, cultura, historia, denuncia. Adherido a esto se tendrá en cuenta según se presente la oportunidad comentarios, ejemplos, testimonios, documentales, entrevistas, reportajes, espacios de interacción: llamadas, contactos directos, seguimiento, invitados, líderes, especialistas, que hagan de este un espacio diferente, que se incline por lo comunitario dando a conocer problemas latentes y que generalmente no son tomados en cuenta por los medios.

Su transmisión será semanal, los días miércoles a las 14h00, se implementa en este horario ya que es el adecuado para que la audiencia lojana pueda observarla. Constará de un presentador y dos reporteros.

En la temática general del programa constará de un reportaje que será la parte fundamental, se lo presentará al final del programa mostrando avances durante la transición del mismo, adicional para hacerlo más interactivo se contarán con espacios de Cultura, Turismo, Información comunitaria e información variada, destinados a la difusión de lo que está aconteciendo dentro de la ciudad, cantón y provincia, también se invitarán a personalidades que tengan conocimiento sobre el valor que cada día se tratará si la oportunidad así lo requiera, mostrando de forma alternada notas periodísticas, pequeños reportajes, entrevistas, sobre temas de interés para la ciudadanía, de igual forma se usará las redes sociales y contactos directos, para que la ciudadanía pueda interactuar con el medio.

El manejo de la información se realizará teniendo en cuenta las normas deontológicas establecidas en la Ley de Comunicación, se utilizará investigación y documentación para respaldar la información obtenida que luego de su debido tratamiento será difundida. Para poner en marcha la ejecución y grabación de cada programa se tendrá en cuenta los pasos necesarios para su creación, es decir se realizará Pre-producción, Producción y Post-producción con la elaboración de guiones y libretos, planes de rodaje, para la elaboración del material audiovisual. El programa tiene como finalidad informar a la ciudadanía sobre temas de interés público que generalmente no son tomados en cuenta por los medios de comunicación local, así como brindar a la ciudadanía un espacio que fomente la educación cultural, turística, política, y social.

## Presentación del guión del programa

### GUIÓN DE EL PROGRAMA TELEVISIVO “Ruta Comunitaria”

<b>Tipo de Programa</b>	: Comunitario
<b>Medio de Comunicación</b>	: Ecotel Tv
<b>Duración</b>	: 45 minutos
<b>Frecuencia de emisión</b>	: miércoles
<b>Hora de emisión</b>	: 14H00 a 14:30
<b>Dirección</b>	: Alexandra Espinosa
<b>Conducción</b>	: Alexandra Espinosa

<b>Contenido</b>	<b>Tiempo Parcial</b>	<b>Tiempo Total</b>
1.- Presentación Grabada	00:20	00:20
2.- Saludo y titulares	01:00	01:20
3.- Cortina programa	00:10	01:30
5.- Cortina Inicio de espacio publicitario	00:05	01:35
6.- Bloque de publicidad	02:00	03:35
7.- Cortina fin de espacio publicitario	00:05	03:40
8.- Cortina programa	00:10	03:45
9.- Espacio 1 Comunidad incluida presentación	01:55	05:10
11.- Comentarios	01:00	06:10
12.- Espacio 1 cultura incluida presentación	01:55	08:05
13.- Comentarios	01:10	09:15
14.- Cortina programa	00:10	09:25
15.- Cortina Inicio de espacio publicitario	00:05	09:30
16.- Bloque de publicidad	02:00	11:30
17.- Cortina fin de espacio publicitario	00:05	11:35

18.- Cortina programa	00:10	11:45
19.- Bloque educación	01:50	13:45
20.- Variedades	01:30	15:15
23.-Cortina programa	00:10	15:25
25.- Cortina Inicio de espacio publicitario	00:05	15:30
26.- Bloque de publicidad	02:00	17:30
27.- Cortina fin de espacio publicitario	00:05	17:35
28.- Cortina programa	00:10	17:45
29.- Bloque Reportaje incluida la presentación	20:00	37:45
35.- Cortina programa	00:10	37:55
36.- Cortina Inicio de espacio publicitario	00:05	38:00
37.- Bloque de publicidad	02:00	40:00
38.- Cortina fin de espacio publicitario	00:05	40:05
39.- Cortina programa	00:10	40:15
41.-Despedida en vivo	01:35	41:50
42.- Cortina programa	00:10	42:00
43.- Cortina Inicio de espacio publicitario	00:05	42:05
44.- Bloque de publicidad	02:45	45:00

## **Presupuesto y financiamiento**

La propuesta elaborada será entregada al gerente del medio de comunicación quien pondrá a consideración si puede invertir en esta propuesta alternativa, de igual forma será quien se encargará de financiar el programa presentado a través de auspicios de las instituciones públicas y/o privadas.

### **PRESUPUESTO MENSUAL:**

Presupuesto para elaborar el programa televisivo ruta comunitaria.

<b>3 Periodistas Profesionales</b>	<b>2400 \$</b>
<b>Movilización mensual</b>	<b>100 \$</b>
<b>2 Computadores portátiles</b>	<b>1600 \$</b>
<b>2 Cámaras Fotográficas</b>	<b>1200 \$</b>
<b>2 Grabadoras de periodista</b>	<b>140 \$</b>
<b>Servicio de internet móvil</b>	<b>60 \$</b>
<b>Imprevistos</b>	<b>500 \$</b>
<b>TOTAL</b>	<b>6000 \$</b>



## j. BIBLIOGRAFÍA

Alberto, D. (1989). *Lenguajes Periodísticos*,. México: Universidad Nacional Autónoma de México.

Aposta. Revista de Ciencias Sociales. (2014). Recuperado de: •  
<http://www.apostadigital.com/revistav3/hemeroteca/coliva2.pdf>.

Astudillo, F. y Buitrón, R. (2005). *Periodismo por dentro*. Quito: Ediciones CIESPAL.

Asprilla, Y. (02 de abril de 2008). *Blogspot.com*. Obtenido de FACEBOOK COMO MEDIO DE COMUNICACIÓN EN EL MUNDO: <http://facebook20081.blogspot.com/>

Ayres, M. (2010). *Mídias Sociais: Perspectivas, Tendências e Reflexões*. Disponible en:  
<http://issuu.com/papercliq>.

Blanco, M., & Sueiro, B. R. (2014). *Cómo conseguir 10.000 seguidores en Twitter*. Madrid: ESIC.

Brambilla, A. (2011).” *Jornalismo*”. *Para entender as mídias sociais*, 1, p. 97 – 100. Disponible en: <http://issuu.com/anabrambilla/docs/paraentenderasmidiassociais>

Brito, J., Wolfram & Laaser. (2012). *El uso de redes sociales por parte de las universidades a nivel. Revista de Educación a Distancia*.

Bonaño, J. L. (mayo de 2015). *LAS REDES SOCIALES*. Sevilla.

Calvo, M.& Rojas, C. (2009). *Networking: Uso práctico de las redes sociales*. Madrid: ESIC.

CAMPOS FREIRE, F. (2008). “Las redes sociales trastocan los modelos de los medios de Comunicación Tradicional”. *Revista Latina de Comunicación Social*. La Laguna (Tenerife): Universidad de la Laguna.

Cantos, P., Martínez, F. J., & Moya, G. (1994). *Hipertexto y documentación*. Murcia: Universidad de Murcia.

Cardoso, G. (2010). *Los medios de comunicación en la sociedad en red: Filtros, escaparates y noticias*. Barcelona: UOC.

Cerviño, B. (2013). “Marco Teórico- Trabajo final de Máster dirigido por Lorenzo Vilches

Crucianelli S. (2010) *Herramientas digitales para periodistas*. Iniciativa del Centro Knight para el Periodismo en las Américas de la Universidad de Texas. Texas México.

Canga Larequi, J. (2001). Periodismo e Internet, Nuevo medio, Vieja profesion. *Fundación Airtel* , 15.

citado por Bolaños, S. (07 de mayo de 2013). *Blogger*. Obtenido de

<http://silviabolanos.blogspot.com/2013/05/periodismo-ciudadano-definicion-y.html>

Citado por Espiritusanto, O., & Gonzalo, P. (2011). *Periodismo Ciudadano, Evolución Positiva de la Comunicación*. Madrid: Ariel.

citado por Falla, S. (03 de marzo de 2006). *Maestros del Web*. Obtenido de

<http://www.maestrosdelweb.com/periodigital/>

citado por Rendón, H. R. (2007). *Google Libros*. Obtenido de

[https://books.google.com.ec/books?id=Ze6Ua6CRoLIC&pg=PA10&dq=definicion+d+e+periodismo&hl=es&sa=X&redir\\_esc=y#v=onepage&q=definicion%20de%20periodismo&f=false](https://books.google.com.ec/books?id=Ze6Ua6CRoLIC&pg=PA10&dq=definicion+d+e+periodismo&hl=es&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q=definicion%20de%20periodismo&f=false)

*Dallal Alberto*. (1989). México: Universidad Autónoma de México.

Espiritusanto, G. F. (2011 ). *Evolucion positiva de la comunicacion*. Madrid: Fundacion telefonica.

Ferrer, J. (05 de Abril de 2015). *Definición ABC*. Obtenido de <http://www.definicionabc.com/>

Fernández, N. A. (2004). *Investigación y técnicas de mercados*. Pozuelo de Alarcón, Madrid: ESIC Editorial.

Gall, E & Fontdevila, E, 2008. *Abrojos Manual de Periodismo y Comunicación para el trabajo Comunitario*. Tucumán. 1ra. Edición

García, D. M. A., Parra, V. D., & Rojo, V. P. A. (2007). *Nuevas Tecnologías para la Producción Periodística*. Madrid: Siranda.

Gomis, L., & Giner, S. (2008). *Teoría de los Géneros Periodísticos*. Barcelona: UOCpress.

Izunza, E., & Olvera, A.,(2006). *Democratización, Rendición de cuentas y Sociedad civil*. Centro de Investigaciones y Estudios Superiores. España: Monterey.

López X. (2010) *La metamorfosis del Periodismo*. Historia de lo que permanece y lo que cambia en el ciberperiodismo del tercer milenio. Zamora (España). Printed in Spain.

Lajas, J. (05 de enero de 2013). *Periodismo Ciudadano.com*. Obtenido de <http://www.periodismociudadano.com/2013/01/05/sobre-el-periodismo-ciudadano/>

Miralles, A. M. (2002). *Periodismo, Opinión Pública y agenda ciudadana*. Bogotá: Grupo Editorial Norma.

Miralles, A. (2002). *Periodismo, opinion publica y agenda ciudadana* . Bogota: Editorial Norma.

Nogera, J. (2010). “Redes sociales como paradigma periodístico. Medios españoles en Facebook”. *Revista Latina de Comunicación Social*. La Laguna: (Tenerife): Universidad de la Laguna.

Padrón C, (2013). Estrategias Didácticas basadas en Aplicaciones de Mensajería exclusivamente para Móviles (Mobile Learning) y el uso de la Herramienta para promover el Aprendizaje Colaborativo Instantánea WHATSAPP. *Revista de Tecnología de Información y Comunicación en Educación*.

Pellegrini, S. (2010). *Análisis conceptual del Periodismo Ciudadano y propuesta metodológica para analizar su contribución informativa*. Palabra Clave.

*Quees.la*. (2016). Obtenido de <http://quees.la/youtube/>

Ramírez, F & Hernández, J (2014), *Nuevos Retos del Periodismo Especializado*. Madrid.

Recuero, R. (2009). *Redes sociales na Internet*. Porto Alegre: Sulina.

Rodríguez, A.A (2010). *Iniciación a la Red Internet*. Ideas Propias

Rosanas, M. J. M. (2005). *Control de Gestión*. Barcelona: UOC.

Zapata, O. A. (2005). *La aventura del pensamiento crítico: Herramientas para elaborar tesis e investigaciones socioeducativas*. México: Pax.

Vedemenia. (05 de junio de 2015). *Concepto definicion.de*. Obtenido de <http://concepto definicion.de/whatsapp/>

Yuste, B. (2014). Iniciativas ciudadanas como alternativa a los medios tradicionales. *Revista de estudios de juventud*, 110.

## k. ANEXOS



# UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

## ÁREA DE LA EDUCACIÓN, EL ARTE Y LA COMUNICACIÓN

### TEMA

ANÁLISIS DE LA INTERACCIÓN QUE SE GENERA ENTRE LOS HABITANTES DE LA CIUDAD DE LOJA Y ECOTEL TELEVISIÓN A TRAVÉS DE LA OPCIÓN QUE ESTE MEDIO DE COMUNICACIÓN PRESENTA CON EL NOMBRE DE PERIODISMO CIUDADANO. PERÍODO MARZO-SEPTIEMBRE DE 2015. PROPUESTA ALTERNATIVA.

Proyecto de Tesis previo a la obtención del grado de Licenciada en Ciencias de la Comunicación Social.

**Autora:** María Alexandra Espinosa Paz

**Director:** Lic. Héver Sánchez Martínez. Mag. Sc.

LOJA-ECUADOR

2015

**a. TEMA**

ANÁLISIS DE LA INTERACCIÓN QUE SE GENERA ENTRE LOS HABITANTES DE LA CIUDAD DE LOJA Y ECOTEL TELEVISIÓN A TRAVÉS DE LA OPCIÓN QUE ESTE MEDIO DE COMUNICACIÓN PRESENTA CON EL NOMBRE DE PERIODISMO CIUDADANO. PERÍODO MARZO-SEPTIEMBRE DE 2015. PROPUESTA ALTERNATIVA.

## **b. PROBLEMÁTICA**

El uso de la internet y las redes sociales en la actualidad se ha magnificado y con ello una gran influencia en los usuarios creando interactividad entre el medio y el usuario. Los medios electrónicos han tomado mayor protagonismo en la sociedad debido a la inmediatez y accesibilidad, lo que ha beneficiado la reciprocidad entre el medio y el lector.

La masificación de nuevas plataformas virtuales ya sean foros, blogs, portales web, entre otros permiten que los ciudadanos se manifiesten o muestren sus puntos de vista sobre algún tema al enviar información, videos, fotografías, noticias, entre otros. A los medios de comunicación social, entre ellos la televisión que en los últimos tiempos viene estrenando una serie de formatos informativos como es el “Periodismo Ciudadano.”

El estudio y análisis de este fenómeno ofrecerá una teoría entre sí se puede o no considerar como periodismo ciudadano a las actividades informativas que realizan todas las personas que participan en el proceso comunicativo que difunden ese tipo de información.

### **Situación Actual del Problema**

La interacción del ciudadano en las redes sociales de los medios de comunicación cada vez se va posicionando, el ciudadano deja su postura pasiva y se convierte en informante, valiéndose de la tecnología multimedia. Los medios que brindan estos espacios recolectan noticias frescas de forma gratuita, enviadas por los ciudadanos.

Actualmente Ecotel televisión a través de sus redes sociales (Facebook, Twitter, YouTube, WhatsApp) genera la interacción informativa con los habitantes de la ciudad de Loja a través de las necesidades que tienen los ciudadanos. La actividad del periodismo ciudadano, será sometida al análisis para determinar si la actividad que realizan los ciudadanos puede considerarse Periodismo Ciudadano, teniendo en cuenta que el periodismo

debe ser ejercido bajo ciertas premisas técnicas, principalmente por profesionales formados con una carrera universitaria, lo que pone en tela de juicio si la tarea que ejerce el ciudadano como informador se compara con las actividades propias del periodista que ha sido preparado académicamente.

### **Delimitación del problema**

Tras haber analizado el objeto de estudio y con la finalidad de conocer a profundidad el tema planteado se procederá a analizar la interacción generada por el canal de Televisión Ecotel en los habitantes de la ciudad de Loja a través del ejercicio del periodismo ciudadano, investigación que se realizará durante el mes de marzo- septiembre de 2015.



### **c. JUSTIFICACIÓN**

El periodismo es una profesión respaldada académicamente, que recolecta, sintetiza y jerarquiza la información, y que además se rige por códigos éticos, teniendo en cuenta lo antes mencionado es necesario aclarar el fenómeno del periodismo ciudadano, debido a la importancia que está adquiriendo últimamente en los medios de comunicación.

#### **Justificación Académica**

Como estudiante de la Carrera en Ciencias de la Comunicación Social, es conveniente realizar un trabajo investigativo de acuerdo a la Ley de Educación Superior, Reglamento de Régimen académico y Estatutos de la Universidad Nacional de Loja, además como requisito indispensable para obtener el título de licenciado en Ciencias de la comunicación Social que otorga esta unidad académica, el mismo que permitirá ahondar conocimientos sobre el término “Periodismo Ciudadano” frente al “Periodismo Profesional” y el suceso ocurrente del mismo. Por tal razón es conveniente centrarse en el tema: Análisis del Periodismo Ciudadano en el portal web y red social twitter de radio Centinela del Sur y Ecotel Televisión de la ciudad de Loja y su incidencia en la Actividad Periodística. Periodo marzo-junio 2015. Propuesta informativa.

#### **Justificación Social**

La sociedad en que vivimos solicita que se realicen proyectos para gozar de los beneficios tecnológicos, con la finalidad de que el manejo coherente de una comunicación escrita en sus distintas versiones dé argumentos válidos para crear una conciencia crítica en los perceptores acerca de los diversos temas de interés colectivo y poder afrontar las problemáticas con alternativas de solución creativas, concretas e inmediatas.

## **Justificación Institucional**

En calidad de estudiante de la Universidad Nacional de Loja, Área de la Educación, el Arte y la Comunicación y de la carrera Ciencias de la Comunicación Social, tenemos el compromiso de participar activamente de los procesos de cambio social, para así lograr establecer un verdadero vínculo entre los estudiantes, medios de comunicación, instituciones y comunidad, con el fin de aplicar los conocimientos logrados durante los cuatro años de actividad académica ligados a la técnica, ética y moral.

## **d. OBJETIVOS**

### **Objetivo General**

Determinar si la interacción generada por los habitantes de la ciudad de Loja en el espacio denominado Periodismo Ciudadano de Ecotel Televisión es posible considerarlo como tal. Período marzo-septiembre de 2015. Propuesta alternativa.

### **Objetivos Específicos**

- Establecer que es el periodismo ciudadano.
- Observar el grado de participación e interacción de la ciudadanía en las redes sociales de Ecotel Televisión.
- Identificar si la interacción generada por la ciudadanía en Ecotel Televisión es información o periodismo ciudadano.
- Proponer lineamientos. Alternativos que contribuyan a fortalecer la participación ciudadana y a democratizar la información en la televisión lojana.

## **e. MARCO TEÓRICO**

El marco teórico tendrá como finalidad dirigir la investigación, evitando la confusión en cuanto a la utilización de términos que podrían provocar un mal entendido. Asimismo, permitirá respaldar la concepción de algunos términos utilizados constantemente en toda la investigación.

### **La comunicación**

Todo lo que se conoce ha cambiado es decir: la humanidad ha sufrido gran evolución a través del tiempo, las sociedades han logrado alcanzar un gran avance tecnológico, con ello la comunicación y sus trascendencias se van expandiendo sin importar fronteras, ahora es posible comunicarnos alrededor del mundo con mucha facilidad.

Por una parte Abrojos (2008) explica: "comunicar es poner en contacto o vincular lugares, polos, individuos no conectados; este significado supone una relación intencional, recíproca, de ida y vuelta entre dispositivos o personas que cumplirían indistintamente las funciones de emisor y receptor" (p.34). Por años la comunicación ha sido la forma más específica de unir a la sociedad, ya que gracias a ésta podemos dialogar e intercambiar información, objetivo que logra fortalecerse con la aparición de la tecnología permitiendo enviar y recibir información con diferentes personas alrededor del mundo.

En esta época de mucho flujo de información, ya no tan solo los individuos se conectan sólo en su entorno físico sino más bien estamos en una era globalizada. El mundo entero se conecta entre sí y hay un mayor flujo de información corriendo a través de diferentes medios. La sociedad está conectada una con otra, sin importar la cultura, país, idioma, hora y demás. Esto es una gran ventaja, ya que la información llega a muchos lugares y personas mucho más rápido que en épocas anteriores.

Esta ventaja nos demanda ser mejores comunicadores, el estudiar “comunicación” esta nos enseña y amplía nuestro conocimiento para un mejor dominio del tema y nos enseña a transmitir mejor la información que poseemos. Este conocimiento produce en la persona que recibe la información una influencia mayor de quien transmite el mensaje.

### **Proceso comunicacional**

La clave del proceso comunicacional no se encuentra en la retroalimentación, ya que ésta sólo significa la confirmación del mensaje emitido, sino en la esencia de la respuesta del receptor sobre un determinado aspecto o tema, generando de esta manera un diálogo, un intercambio de conocimientos o ideas. El proceso comunicacional se concretiza en la creación e implementación de circuitos de comunicación entre receptores y emisores, siempre y cuando se dé un diálogo intercultural recíproco entre actores sociales externos y locales.

ABUT (2000) menciona que:

El proceso promueve la autogestión. Desde el enfoque comunicacional esto significa que además de la participación de los interlocutores en la producción de su propia cultura a través de la comunicación, los significados, los símbolos y los valores propios, hay la necesidad de la participación de tales interlocutores en la vida social que supone un proceso de comunicación participativa para suscitar significados en común y que los códigos empleados en el proceso de comunicación sean un producto endógeno de la propia cultura y fruto de la propia comunicación intercultural. (p.22, 23)

El periodismo es una actividad compleja y de gran importancia social. Uno de los principales objetivos de todos los medios de comunicación es tratar de estar a la vanguardia en servicios y formatos técnicos, tecnológicos y estéticos para la difusión de los contenidos. La proyección de las empresas proveedoras de información está encaminada a la permanencia en el mercado.

El ciberperiodismo seguramente es frontera para el crecimiento social y cultural de la ciudad de Loja, partiendo de las raíces globalizadoras, que sin ser la mejor solución, dentro

del campo comunicacional hay que entender cómo aprovecharlas adecuadamente y según las matrices y costumbres de la población de este territorio.

## **Las nuevas tecnologías de la información y comunicación (NTIC) en América Latina y Ecuador**

El desarrollo de las políticas públicas comenzó aproximadamente en 1995 en Sudamérica, en cuanto al uso de las Nuevas Tecnologías de la Información y Comunicación (NTIC), en medio del auge tecnológico, los regímenes de los gobiernos comenzaron a interesarse en las transformaciones tecnológicas globales, financieras, mediáticas y migratorias de las sociedades actuales (Punín & Martínez, 2013).

Hasta el 2005, Ecuador había aprobado la Ley Orgánica de Transparencia y Acceso a la Información Pública (Lotaip) y su reglamento. Los decretos Ejecutivos 1781 y 3392, conformaron la Comisión Nacional de Conectividad (CNC) y se estableció la Agenda Nacional de Conectividad como política prioritaria del Estado.

CIESPAL (2011) informa que:

La coordinación del desarrollo de portales informativos o páginas web en los cuales se difundía ese tipo de información de las entidades públicas, y la elaboración de un instrumento para articular políticas, estrategias, programas y proyectos tendientes al desarrollo y difusión de las TIC en los ejes de gobierno en línea, infraestructura, telemedicina, teleducación, y comercio electrónico. (p. 24)

Con esta decisión se abre el camino para el uso de la Web 2.0, con la finalidad de mejorar el servicio a los usuarios manteniendo la interactividad propia de la era digital. Las cifras en cuanto a nuestro país son importantes, aun así no logran compararse a las cifras de países con mayor desarrollo.

El más reciente censo ecuatoriano de población y vivienda, realizado en noviembre del 2010, por primera vez incorporó el tema de acceso y uso de las TIC en los hogares del país. Los datos publicados en agosto del 2011, entregaron los siguientes resultados: “sobre un total de 14 483 499 habitantes: el 26,7% usa Internet; el 13% de los hogares tiene acceso a internet; y el analfabetismo digital alcanza al 29,39% de la población” (INEC, 2010)

El alto índice de analfabetismo digital es resultado de las desigualdades sociales y económicas. Otro factor altamente preocupante es el bajo nivel de enseñanza de los sistemas informáticos en los estudiantes de primaria y secundaria, en especial en los sectores rurales, los más perjudicados en cuanto al acceso de las TIC.

### **La formación del comunicador social en Ecuador**

El proceso de formación universitaria de comunicadores sociales en nuestro país nace en la década del 40, con la creación de la primera Facultad de Comunicación Social, por parte de la Universidad Central del Ecuador (1943), en la ciudad de Quito, y luego con la formación de la Escuela de Información de la Universidad Estatal de Guayaquil (1945), en la ciudad de Guayaquil.

Existe un dato muy importante, como lo recuerda el académico José Villamarín Carrascal. Es el hecho de que en 1975, el General Rodríguez Lara emitió la Ley del Ejercicio Profesional del Periodista, documento que cita: cualquier ciudadano que avale 5 años de experiencia podía acceder a un título profesional, pese a la existencia de centro de formación universitaria, antes señalados (Punín & Martínez, 2013).

## **El rol del comunicador social**

El profesional de la comunicación social como objetivo principal deberá ejercer las actividades propias de su profesión, cuya principal finalidad será mantener informado a su público de una forma clara, precisa, veraz y oportuna.

Según el diccionario de la Real Academia de la lengua (2007) establece:

El periodista no es un mero intermediario o mediador entre el hecho y el público. Es un intérprete, el artífice que ayuda a entender la realidad que nos rodea, los sucesos que acontecen y afectan a nuestra existencia en el mundo. El profesional de la información periodística no debe caracterizarse por captar sin más los hechos, sino buscar con rigor y minuciosidad el significado que esos acontecimientos poseen, pues bien sabemos que ver no es comprender. La objetividad y la veracidad del periodista en esta ocupación son elementos esenciales e imprescindibles. (p. 194)

A decir de Hernández (2012): “Las características del internet, como medio alternativo, proponen y requieren que el periodista realice funciones, que tradicionalmente, eran ejercidas por otros profesionales o simplemente no eran necesarias” (p.236). Así el periodista no es solo periodista sino gestor y comunicador.

Carlos Oliva Marañón en la revista de Ciencias Sociales Aposta (2014) manifiesta:

El profesional de la información debe servirse de herramientas tecnológicas para poder desarrollar su trabajo con mayor comodidad y utilizar estos canales de difusión como medios de transmisión de la información con las características de instantaneidad, simultaneidad e información en tiempo real, pero sin descuidar la ética profesional y un lenguaje adecuado en la transmisión de la información. Todo ello compone un conjunto de retos para el periodismo digital, en su adaptación a la Sociedad de la Información y del Conocimiento.

En definitiva el periodista digital es la persona versátil e intelectual encargada de investigar, analizar y seleccionar determinados sitios web que, posteriormente, presentará a los usuarios como fiables y con información de calidad. En el desempeño de las nuevas funciones, el periodista debe tener conocimientos propios acerca del periodismo.



## **Sociedad**

“Reusser (citado por Bustamante, 2010, p.12) señala que las Tecnologías de la Información irrumpieron con fuerza en la década de los ochenta donde actuaron sobre los procesos técnicos-económicos.

Es importante recalcar que las Tecnologías de la Información y Comunicación han irrumpido en todos los ámbitos de la vida del hombre, por ello han sido ineludiblemente necesarias en las transformaciones que han experimentado los quehaceres de todos los habitantes de la Sociedad de la Información.

Rheingold (2010) menciona: “Podríamos imaginar a cada usuario como una emisora, un nodo de una red más amplia de comunicación, que el Estado no puede supervisar, y mucho menos controlar” (p.183). Hoy en día el libre acceso a las redes sociales permite a cada usuario disponer de información y a su vez generar una nueva, en temas que sean de su interés. La plataforma cibernética es inmensa de igual forma la información circundante en ella está presente en un sin número de lugares permitiendo al usuario interactuar a libre albedrío y en defensa de sus ideales.

### **El periodismo en la era digital**

La información en la nueva era digital mantiene la labor del periodista sumergida en una realidad diferente expuesta a grandes modificaciones como consecuencia de las nuevas tecnologías que aparecen en el mundo informativo, haciendo que se cambien las estructuras y formas de trabajar, lo que genera que el periodista y el medio se vean en la necesidad de adaptarse a las exigencias de la sociedad actual.

López & García (citado por Carlos Oliva Marañón, 2014) Señalan:

“En el escenario mediático actual coexisten las iniciativas que prestan atención a lo que acontece en la proximidad y en el ámbito mundial. Mientras los medios remodelan las líneas de sus estrategias informativas, los ciudadanos siguen demandando información creíble. Ahora ya nadie duda de la necesidad de disponer de información para adoptar decisiones adecuadas en los distintos ámbitos de la vida. Cada vez el conocimiento está más mediatizado por los medios de comunicación y existe una mayor dependencia de ellos.”

En la actualidad el uso de las tecnologías se encuentran favoreciendo el flujo de la información entre el medio y el público a través de la generación de nuevas ventanas que logren revolucionar el mundo de la comunicación social. En ese contexto “La influencia de Google en el periodismo es tal, que ya habla de una nueva generación de profesionales, la de los ‘periodistas Google’ (Jaramillo, 2009, p. 26). Evidentemente no todos los periodistas de ediciones impresas o digitales hacen uso del copia y pega, pero esta reflexión pone de manifiesto la accesibilidad con la que disponemos de todo tipo de información y elaborada en cualquier parte del mundo.

### **Uso de herramientas Web**

Otro inconveniente es que muchos comunicadores sociales desconocen el uso de herramientas Web necesarias para aplicar la información en la red.

López (2010) manifiesta:

La posibilidad que muchos ciudadanos dejen el tradicional papel de simples consumidores de información y asuman un papel más activo, que en algunos casos incluye el papel de productor de información, nos coloca ante una nueva forma de hacer periodismo y, por lo tanto, ante la conformación de un nuevo paradigma comunicativo y periodístico. (p. 71)

El cambio de roles permite que los usuarios de la información apuesten por la producción de información, algo que por su novedad obtiene una gran acogida y con ello un nuevo panorama de la actividad periodística.

López (2010) argumenta:

La evolución de las prácticas periodísticas en el marco de este nuevo paradigma comunicativo desembocó el nacimiento de una nueva corriente periodística, el periodismo ciudadano, a la que se sumaron muchos integrantes del periodismo cívico, que ya había conseguido un papel preponderante a la participación de los ciudadanos y el compromiso con el problema de las comunidades y la búsqueda de soluciones. (p. 71)

Este nuevo paradigma que se presenta en escena con nuevas formas de comunicar e informar, involucra directamente o indirectamente la participación del ciudadano. En la actualidad la mayoría de personas tienen acceso a internet, convirtiéndose en el primer paso y el más importante, para que la mayoría de los ciudadanos se conviertan en productores y consumidores de manera simultánea de información.

Crucianelli (2010) menciona:

La mayoría de los reporteros latinoamericanos tiene páginas personales, blogs temáticos, medios digitales propios o trabajan en salas de redacción donde los recursos no abundan. Es por eso que necesitan recursos gratuitos, que sean simples de operar y, en lo posible, se presenten en español. Lo primero es más fácil; lo segundo, bastante más difícil: la mayoría de las herramientas digitales específicas no tiene correlato al español, aunque sí es cierto que día a día el español se está incorporando como una opción, ya que los desarrolladores entienden que, si se mantienen en inglés, están perdiendo la posibilidad de atraer a un enorme mercado, como el hispanoparlante. (p. 118)

El libre acceso a las herramientas digitales permite desarrollar y ampliar los contenidos informativos para una mejor interacción con el usuario permitiendo saber a qué corriente de pensamiento se está llegando. En mucho de los casos el periodismo profesional toma los recursos ciudadanos como fuente de información aun así se toma el riesgo de caer en el juego de la información no verificada, lo que provocaría la falta de credibilidad y ética del periodista.

## MARCO REFERENCIAL CONCEPTUAL

### **Periodismo**

“El periodismo se puede entender como un método de interpretación de la realidad social” (Gomis, & Giner, 2008, P.56). Es una actividad que consiste en recolectar, sintetizar, jerarquizar y publicar información relativa a la actualidad. Para obtener dicha información, el periodista debe recurrir obligatoriamente a fuentes verificables o a su propio testimonio. La base del periodismo es la noticia, pero comprende otros géneros, muchos de los cuales se interrelacionan, como la entrevista, el reportaje, la crónica, el documental y la opinión.

### **Periodismo digital**

“El periodismo digital se define como el tratamiento de la información que permite el envío y recepción online de textos, imágenes estáticas (fotografías, gráficos, dibujos, infografías), imágenes dinámicas y sonidos de manera integrada” (García, Parra, & Rojo, 2007, p. 260). Es el periodismo digital rompe con la linealidad y unidireccionalidad e implica una serie de cambios fundamentales respecto a las rutinas del periodismo tradicional.

Debido a las condiciones y las facilidades de publicación de contenidos en la red, cualquier usuario es un informador potencial, debido a que todos tienen un espacio en la red y pueden utilizarlo para presentar en él lo que quieran. De este modo se genera una sobreproducción de información y una explosión de informantes.

A decir del profesor Manuel Castells (citado por Marañón, 2014) “La sociedad de la información es un estado de desarrollo social caracterizado por la capacidad de sus miembros (ciudadanos, empresas y administración pública) para obtener y compartir cualquier información, instantáneamente, desde cualquier lugar y en la forma que se prefiera”. Una

nueva particularidad del periodismo convencional se forma con la concepción del periodismo en la red modificando los procesos básicos de investigación, la producción y difusión.

Presenta una identidad diferente que el periodismo en prensa, radio o televisión, puesto que aunque comparten elementos comunes, presenta manifestaciones distintas. Por ejemplo la difusión es llevada a cabo en tiempo real, por diversas plataformas como redes sociales, y desde las que múltiples usuarios son partícipes del proceso de difusión aumentando significativamente su alcance.

Gumersindo (2012) menciona: “La rotativa y las linotipias en el siglo XIX o la radio, la televisión y los ordenadores en el XX. Impulsaron cambios revolucionarios, pero todos fueron en el mismo sentido: dieron más poder a los medios y a los periodistas” (p. 27).

Los cambios revolucionarios llevan consigo una nueva transformación de la mano de la obtención de potestad, hoy en día el periodismo vive en una situación cada vez más pronunciada, la información en el mundo entero es cada vez más abundante y cada vez más consumida. Periódico online, periodismo multimedia, periodismo digital, periodismo en internet y ciberperiodismo, todas esas palabras conforma la nueva modalidad periodística las cuales son empleadas como sinónimos por parte de investigadores y profesionales.

### **Características del periodista digital**

Un estudio realizado por Elías Said (2010) añade nuevos rasgos para el ciberperiodista como: mantener capacidad de adaptar su locución a cada circunstancia informativa, capacidad documentalista, poseer conocimientos informáticos, tener capacidad de empleo de soportes digitales heterogéneos, capacidad de construir relaciones comunicativas horizontales con los usuarios, disponer de conocimiento y capacidad de uso de recursos multimedia, capacidad de investigación a través de soportes tradicionales y digitales, capacidad de

desarrollo de reportaría multi fuentes, capacidad de desarrollo de canales más dinámicos de feedback con usuarios (lectores), capacidad de actualización de contenidos en tiempo real, capacidad de redacción de contenidos, atendiendo a la heterogeneidad de los lectores, conocimiento y capacidad de uso de recursos multimedia. (p. 27-44)

Con el avance de la tecnología los medios tradicionales han tenido que reinventarse para estar dentro de la tendencia y las nuevas modalidades de generar información a los usuarios, esta misma realidad la viven los profesionales al sentir la necesidad de sumergirse dentro del mundo digital para brindar información de calidad teniendo en cuenta las características descritas obteniendo como resultado una mayor aceptación del público.

### **El escenario periodístico digital en Ecuador**

A pesar de la diminuta presencia de internet en los años 1990 no fue limitante para que los medio tradicionales empiezan a usar nuevas formas de periodismo en la red. “Primero lo hizo el diario Hoy, en 1994, fue uno de los primeros de Latinoamérica. En la actualidad, la mayoría de los diarios de Ecuador -por no decir todos- tienen su página web” (Punín, Rivera & Marín, 2014, p. 6-7-8).

Christian Espinosa, del Blog Cobertura Digital, manifiesta que otro de los pioneros es el diario El Comercio; en el año 1996, su página principal era una “nota escaneada de la edición impresa con un enlace a la nota desplegada de la misma edición, además de un índice de links adicionales hacia las otras secciones” (Punín, Rivera & Marín, 2014, p. 6-7-8).

En este contexto, los periodistas ecuatorianos Astudillo y Buitrón<sup>12</sup> afirman que: “[...] Un problema actual para la mayoría de los periódicos digitales en Ecuador es que sus editores no logran despojarse de la influencia y el lenguaje de los diarios impresos que los

alimentan de noticias, en especial [...], cuando ambos pertenecen a la misma empresa periodística” (Punín, Rivera & Marín, 2014, p. 6-7-8).

En Ecuador, Internet se ha convertido en un soporte informativo para los medios de comunicación. Entre los años 1997 y 2000, el número de ciberdiarios ecuatorianos pasó de siete a trece. En el 2008, de acuerdo a información de la WAN (World Association of Newspapers, World Press Trends 2009), 22 diarios de 35 estaban en la Web, es decir el 62,9% (Punín, Rivera & Marín, 2014, p. 6-7-8).

En este proceso de convertirse en verdaderos ciberdiarios, están los medios nacionales –El Comercio, El Universo, Hoy y Expreso- los que mejor han adaptado las características propias que la Web ofrece; los cuales muestran un crecimiento progresivo. Los ciberdiarios locales tienen una tendencia más sencilla, estática, poco desarrollada, y no explotan las herramientas digitales.

Los diarios digitales en Ecuador, en el 2011, existían 14. Geográficamente ubicados de la siguiente manera: Quito (10); Guayaquil (2) y Cuenca (2). Para el 2014, este número aumentó a 25 diarios nativo digitales, principalmente en Quito (13); Guayaquil (3) y Cuenca (2). (Punín, Rivera & Marín, 2014, p. 6-7-8).

### **Periodismo ciudadano**

En la actualidad, el periodismo ciudadano es parte de la cotidianidad, que mediante servidores informáticos ofrecen, en la mayoría de los casos, acceso gratuito a sus contenidos.

Tan solo basta con que el usuario disponga de conocimientos básicos en navegación web, para sentir la oleada incontenible de información y que de manera directa, es proporcionada, cada vez en más medida, de acuerdo a las preferencias de la audiencia. Promueve la participación activa de los actores sociales que intervienen en todo el procesamiento de la información de interés público.

Para algunos autores este movimiento conocido como periodismo ciudadano o participativo, es solo una bocanada de aire fresco en el mundo periodístico que fomenta y promueve el intercambio, que permite retomar contacto con la comunidad, descubriendo lo que los lectores quieren y abre espacios para charlas de temas de interés público. (Versión Beta, 2008, p.208)

Sus características esenciales son formar opinión pública mediante la creación de públicos deliberantes y promover la participación ciudadana. Asimismo destaca su temática local: Los contenidos son creados por la propia audiencia y, por lo tanto, muy pegados a la vida y a los intereses de ésta.

Miralles (2002) menciona:

Una de las primeras preguntas que podrían plantearse a un tema como el del periodismo público es si trata de revivir las funciones originarias de periodismo liberal comprometido sustancialmente con la democracia. O si, por el contrario, estamos frente a un cambio radical de los principios liberales sobre los cuales se han sustentado la teoría de la información y la actividad periodística, la vigencia de los cuales podría estar obstaculizando la existencia de una verdadera esfera pública a partir de modelos informativos que no contribuyen a potenciar la capacidad deliberativa de los ciudadanos. (p. 9)

Quizá el objetivo principal que persiguen las personas que realizan este tipo de actividad sea netamente para promover un modelo democrático, en donde sus voces sean escuchadas, denunciando todo acto que para ellos este mal, aun así se deben tener en cuenta las normas básicas de periodismo, la confiabilidad, la veracidad de la información para que el medio en donde se difunda este tipo de información a futuro no se tope con problemas legales y de credibilidad. Claro estas personas están en su derecho, así la categorización que se presta



debería tornarse diferente, para no confundir con la actividad periodística que realizan los profesionales de la información.

### **Periodismo digital como base del periodismo ciudadano.**

El periodismo ciudadano y su base fuerte en el periodismo digital, esta nueva tendencia presenta su novedad al crear espacios de interacción entre el medio y el usuario.

Briggs (citado por Ramírez & Hernández, 2014) piensa que:

Internet ha estremecido los cimientos económicos de los medios tradicionales, pero además- en esencia- ha abierto a la sociedad, en general, y a los periodistas, en particular, nuevas posibilidades y formas de contar historias. De paso, ha roto el paradigma de la comunicación unidireccionalmente de 'nosotros hablamos, ustedes escuchan'. Pero esas nuevas formas de contenido requieren el desarrollo de nuevas habilidades [...]. (p. 3)

El periodismo ciudadano nace en una época donde cualquiera puede tener acceso a una computadora y por lo tanto a un medio de producción, una era donde la memoria digital es prácticamente gratis, por lo que los espacios de difusión de información se democratizan.

### **Fundamentos del periodismo ciudadano**

El periodismo ciudadano está caracterizado por una serie de matices, objetivos, receptores y marcos referenciales, por lo que es susceptible a cambios en sus premisas, a raíz del amplio campo que abarca, como son la utilización del ciberespacio para su desarrollo (Ramírez & Hernández, 2014). El periodista ciudadano no ha de dominar un tema determinado, cualquier información que el recolecte es recibida en las salas de redacción para cuestiones de jerarquizarla. Para la recolección de información el periodista ciudadano hace uso de las herramientas que le sean útiles y necesarias para lograr su cometido.

## **Periodismo cívico o participativo**

El Periodismo Cívico, entendido como una alternativa en desarrollo para un Periodismo Participativo, antecedente del periodismo participativo en red. Como señala Howard Tumber, éste es el contexto en el que surge desde finales de los ochenta en Estados Unidos el llamado “periodismo cívico como respuesta al creciente vacío entre los ciudadanos y los gobiernos, y al fracaso de los medios de comunicación como promotores del debate y la participación públicas” Tumber (citado por García & Rupérez, 2007, p.265).

Sin embargo, esta nueva actividad no resulta novedosa, más bien puede concebirse como un retorno al periodismo pre masivo. A lo largo del siglo XX, el papel del periodista como representante social se empezó a ver reforzado conforme fueron ampliándose las posibilidades informativas de los medios audiovisuales. El cine, la radio y, por supuesto, la televisión se presentaron como escenarios cada vez más propicios para que el periodista se convirtiera en un actor cuyo protagonismo se alimentaba de un reconocimiento social creciente.

Ana María Miralles Castellanos Comunicadora Social-Periodista, Coordinadora de la Especialización en Periodismo Urbano de la Universidad Pontificia Bolivariana expresa: que una de las primeras preguntas que podría plantearse es si el periodismo cívico trata de revivir las funciones originarias del periodismo, aquellas que el propio.

Habermas, señala como uno de los momentos de coincidencia en el espacio público burgués entre los intereses públicos de una naciente prensa privada en una sociedad toda emancipada del poder absolutista, o si estamos frente a un cambio radical de los principios liberales sobre los cuales se ha sustentado la teoría de la información y la actividad periodística, la vigencia de los cuales podría estar obstaculizando la existencia de una verdadera esfera pública a partir

de unos modelos informativos que no contribuyen a potenciar la capacidad deliberativa de los ciudadanos.

La tentación de inclinarse a creer que el periodismo cívico constituye una especie de revitalización de esas funciones asignadas al periodismo desde la filosofía liberal, promoviendo la clase de diálogo social y de ciudadano propios de este modelo, pretendidamente participativo.

Zanoni (2008) expresa:

El Periodismo participativo actual surge como una consecuencia inevitable del avance tecnológico de las últimas décadas, que le proporciona al usuario nuevas posibilidades y plataformas de fácil uso para producir y publicar sus propios contenidos. Tal como hoy funciona Internet, resulta inseparable su existencia sin la participación activa de millones de personas de todo el mundo. (p.69)

Favorecer otro tipo de relaciones con las audiencias, fomentadas por un periodismo cuya agenda sea participativa, que promueva la deliberación y la acción pública, que admita que el periodismo es un actor y no solamente un relator de la vida social, nos llevaría a caminos aún poco explorados, que quizás tendrían más que ver con la sociedad de la comunicación que con la de la información.

## **Internet y las redes sociales como fuente de información**

### **Internet**

El hombre como persona racional y perteneciente a una sociedad, siempre ha sentido la necesidad de estar en contacto con los demás, todo el proceso de la comunicación empezó con la creación del lenguaje, porque el hombre tenía la necesidad de expresarse libremente, luego sigue creación de diversos sistemas como son: el de mensajería por carta, el teléfono, entre otros.

Rodríguez (2010) afirma: “Internet no es una simple red de ordenadores, sino una red de redes, es decir, un conjunto de redes interconectadas a escala mundial con la particularidad de que cada una de ellas es independiente y autónoma” (p.02). Con la llegada de la globalización y el avance de las nuevas tecnologías el hombre vio la necesidad de estar comunicado desde cualquier parte del mundo así nace internet este medio de comunicación masivo es el más utilizado a nivel mundial con usuarios de todas las edades, para estar en contacto con otras personas a través de internet se puede entrar en diversos chat, clanes o grupos; para pertenecer a cualquier grupo solo debes crear una cuenta.

El internet es la tecnología más poderosa en todo el mundo ya que tiene una relación de protocolos comunes, como una recolección de circuitos y rutinas, que se basa en un conjunto de recursos compartidos o incluso como una disposición a intercomunicarse a través de una red de computadores.

## **La Web 2.0**

Se refiere a una segunda generación en la historia del desarrollo de tecnología Web.

Ribes (citado por Rosanas, 2005) manifiesta:

La Web 2.0 es todas aquellas utilidades y servicios de Internet que se sustentan en una base de datos, la cual puede ser modificada por los usuarios del servicio, ya sea en su contenido (añadiendo, cambiando o borrando), bien en la forma de presentarlos, o en contenido y forma simultánea.(p. 85)

Está basada en comunidades de usuarios y una gama especial de servicios, como las redes sociales, los blogs, los wikis o las folcsonomías, que fomentan la colaboración y el intercambio ágil de información entre los usuarios de una comunidad o red social.

## **Página Web**

Una página web, página electrónica, es un documento o información electrónica capaz de contener texto, sonido, vídeo, programas, enlaces, imágenes, y muchas otras cosas, adaptada para la llamada World Wide Web, y que puede ser accedida mediante un navegador. Esta información se encuentra generalmente en formato HTML o XHTML, y puede proporcionar navegación (acceso) a otras páginas web mediante enlaces de hipertexto.

Álvarez & Castilla (2006) mencionan:

Una Pagina Web es un documento de la Word Wide Web o WWW. Se trata de un sistema de hipertexto que funciona en Internet de manera habitual en formato HTML. Una página web suele incluir texto, imágenes y enlaces hacia otros documentos de la red, pudiendo además contener animaciones, sonidos, programas ejecutables, etc. (p.233)

Una página web se puede concebir como una tarjeta de presentación digital, ya sea para empresas, organizaciones, o personas. Así mismo, la nueva tendencia orienta a que las páginas web no sean sólo atractivas para los internautas, sino también optimizadas (preparadas), para los buscadores a través del código fuente.

## **Hipertexto**

Conklin (citado por Cantos, Martínez, & Moya, 1994) manifiestan: “las ventanas en la pantalla están asociadas con objetos (nodos) en la base de datos y, por otra parte, las ligaduras o relaciones entre aquellos objetos, se representan tanto gráficamente( marcas rotuladas), como base de datos (en forma de ficheros)”(p.20).

El concepto de hipertexto responde, fundamentalmente, a una forma de concebir el acceso a la información. El texto impreso podría considerarse un modelo de presentación de

la información de manera lineal, Sin embargo existen, incluso en soporte impreso, materiales en los que el lector es quien establece la secuencia de acceso a la información.

## **Hipervínculo**

“El hipervínculo es un enlace que nos lleva a otra parte del documento, a una página web o a otro archivo” (López, 2014, p. 111). Es un elemento (vínculo) de un documento electrónico que hace referencia a otro recurso, por ejemplo otro documento o un punto específico del mismo o de otro documento.

## **Interactividad**

La interactividad es la capacidad gradual y variable que tiene un medio de comunicación para darles a los usuarios un mayor poder tanto en la selección de contenidos como en las posibilidades de expresión y comunicación.

Kim & Sawney (Citado por Cardoso, 2010) expresan:

La interactividad desde un enfoque institucional, se define como como la relación entre comunicadores y mensajes intercambiados. La interactividad desde un enfoque ambiental se define como la experiencia mediática ofrecida tecnológicamente en la que el usuario puede participar y modificar las formas y los contenidos de los medios de comunicación en tiempo real. (p. 201)

Interactividad es la capacidad del receptor para controlar un mensaje no-lineal hasta el grado establecido por el emisor, dentro de los límites del medio de comunicación asincrónico. Hasta hace poco la comunicación era unidireccional, ya que los medios convencionales sólo permiten una dirección: del medio al consumidor, siendo éste un mero espectador -receptor del mensaje.

Con la aparición de Internet y de las tecnologías interactivas, la comunicación tiene dos direcciones: emisor - receptor, receptor - emisor, emisor - emisor. Actualmente en los

medios electrónicos podemos acceder fácilmente a espacios donde se prioriza la participación ciudadana a través de noticias, fotografías y opiniones sobre diferentes temas de actualidad.

Antiguamente existieron otras formas de organización social a través de la redes sociales comunicarse, en la actualidad se considera a las redes como un constituyente de la nueva morfología de las sociedades. “Las redes interactivas crecen actualmente de manera exponencial, creando nuevas formas y canales de comunicación que cambian la rutina de las personas” (Castells, 2005:40).

A decir de Ayres (citado por Cerviño 2013) ostenta:

Las relaciones sociales contemporáneas de agrupaciones sociales en el ciberespacio, asociados con el uso de Internet como dispositivos de comunicación, avanzan en las reflexiones y perspectivas en el aprendizaje social y la gestión del conocimiento. En este sentido, como parte de la morfología social de las sociedades actuales, la lógica de "estar conectado en red", defendida por Castells, en gran medida determina procesos que involucra la sociabilidad, proporcionando a través de tecnología de la información de la base de su extensión a la empresa (p. 21)

El papel de actor social del periodista se relaciona principalmente con esta nueva tendencia, la utilización de las herramientas que proporciona la red cada día muestra un mayor aumento.

Machado (citado por Cerviño 2013) afirma:

La creación de la tecnología digital desencadena un proceso de uso de las redes de ordenadores es doble: a) las redes. Son una especie de herramienta para fomentar las organizaciones de periodistas convencional con contenido complementario a recogió por métodos tradicionales b) las redes son un entorno diferente capacidad de establecer una forma distinta de periodismo, en el que todas las etapas del sistema de producción de contenidos periodísticos queda confinado a los límites del ciberespacio (p. 21).

Con la llegada de la web 2.0, la utilización de las tecnologías digitales cambió la manera de relacionarse en Internet. Blogs, comunidades colaborativas, contenidos creados colectivamente, servicios de alojamiento de vídeos y, principalmente, las redes sociales

convirtieron la web en un ambiente más interactivo y participativo. “Mientras en la web 1.0 los usuarios eran meros receptores de servicios, en la web 2.0 producen contenidos, participan y colaboran en el desarrollo de la tecnología. El proceso de comunicación genera, en definitiva, un flujo activo de participación” (Campos Freire, 2008:288).

La aparición del Internet, las redes sociales, los teléfonos móviles y las nuevas tecnologías de comunicación generan un gran avance y revolución en cuanto a la forma de relación, organización, movilización, gobernación, información y manipulación de los seres humanos en la sociedad tecnológica actual.

## **Twitter**

El twitter es una herramienta que permite escribir y leer mensajes en Internet, En cualquier caso Twitter ofrece mucho más que la posibilidad de envío de mensajes y es la red con mayor número de aplicaciones.

Blanco & Sueiro (2014) afirman:

El Tuit es la unidad básica de información en el universo tuitero. Un mensaje corto que podemos publicar y consultar. La razón de ser de Twitter. En su versión más básica, los tuits son mensajes cortos de 140m caracteres, pueden incluir links a otra páginas, imágenes e incluso video, enriqueciendo su contenido y haciéndolo más interesante para sus destinatarios. (p. 35)

Twitter brinda información de calidad en poco tiempo hace además un papel muy bueno de guía que con la ayuda de las opiniones y recomendaciones de los usuarios, te lleva rápidamente **a las mejores fuentes de información** sobre prácticamente cualquier tema.

Ayres (2010), Brambilla (2011) y Recuero (2009) están de acuerdo en que Twitter puede ser considerado una red social porque reúne características básicas de este concepto: tiene actores (personas, instituciones o grupos) que desarrollan conexiones asociativas



(follow) por medio de la interacción (retweet, direct message, reply) y de la construcción de lazos sociales. (Queiroz, 2013, p.33)

## **Facebook**

Facebook surge en el año 2004 como un proyecto para los estudiantes de la Universidad de Harvard, convirtiéndose en la red social más amplia del mundo y una de las más visitadas del mundo conectando a la gente con amigos, conocidos y otros. Facilitando a sus usuarios el mantenerse en contacto con sus conocidos, para así poder comunicarse con ellos cada vez que quieran hacerlo.

Facebook es un sitio web creado por Mark Zuckerberg y fundado junto a Eduardo Saverin, Chris Huges y Dustin Moskovitz en el año 2004 como un proyecto para los estudiantes de la Universidad de Harvard. “Se ha convertido en la red social más amplia del mundo, por encima de MySpace, su competidora (McCarthy, 2008).

La red social, con sede en Palo Alto (California), cuenta hoy en día con centenares de empleados y tiene por lema “hacemos cosas revolucionarias”. Uno de los creadores de Facebook ya vaticinó que la red social llegaría a tener 1.000 millones de usuarios” (Varios, 2010, p.2). Facebook es una página web de muchos grupos sociales, si creamos una cuenta en Facebook se puede subir cualquier tipo de información (fotografías), además toda la información que sea publicada es de acceso público.

El impacto social que ha tenido el Facebook ha sido inmenso, porque ha podido reunir comunidades de todo mundo para compartir sobre temas que le interesen a dicha colectividad, enriqueciendo de esta manera los objetivos que se hayan fijado.

## **WhatsApp**

WhatsApp es una aplicación de mensajería que permite enviar y recibir mensajes de forma gratuita, los usuarios de WhatsApp pueden crear grupos, y enviar entre ellos un número ilimitado de imágenes, vídeos y mensajes de audio.

“WhatsApp” es un juego de palabras que viene de “What’s up”, una frase coloquial inglesa que significa “¿Qué pasa?”, y “App”, la abreviatura también inglesa para “aplicaciones”. Benedetti (citado en la Revista de Tecnología de Información y Comunicación, 2013, p.129). “WhatsApp es una aplicación de mensajería (XMPP) instantánea gratuita y en formato multiplataforma, que ha revolucionado en muy poco tiempo la forma en que nos comunicamos a través del teléfono móvil” Benedetti (citado en la Revista de Tecnología de Información y Comunicación, 2013, p.129). El sistema WhatsApp fue creado por Jan Koronado y Brian Acton, recopila y difunde la información recogida a toda la lista de contactos.

## **YouTube**

YouTube como medio de difusión masivo, que ofrece la oportunidad de transmitir el mensaje de los videos de forma innovadora, y simultánea a distintos usuarios de la red y además ofrece la interactividad entre todos ellos; estos caracteres encajan perfectamente con la idea de “mentalidad 2.0”.

YouTube es un popular sitio web para compartir videos. Sus usuarios pueden subir, visualizar y compartir videos con todo el mundo. El dominio YouTube.com fue creado a mediados de febrero de 2005 por Chad Hurley, Steve Chen y Jawed Karim, antiguos empleados de PayPal. En junio de 2007, YouTube se lanzó en español, junto con versiones para Gran Bretaña, Irlanda, Brasil, Francia, Italia, Japón, Holanda y Polonia.

Contiene una gran variedad de videos que incluyen videoclips, series, películas y shows, muchos de ellos amateurs, pero muchos otros son contenidos con derechos de autor. Esto obliga a YouTube a acordar con los grandes productores de música y videos del mundo; de todas maneras recibe múltiples demandas por violaciones a los derechos de autor.

Aunque muchos lo consideran como una red social, no es propiamente una de ellas, pero si es un “importante repositorio de contenidos, es un sitio web que permite a los usuarios publicar y compartir videos, ofreciendo también algunas herramientas básicas para generar intercambios de opiniones, valoraciones, y estructuras sociales muy básicas en torno a un contenido” (Brito, Lasser& Toloza, 2012, p.39). Pero fundamentalmente, apoyando las interrelaciones creadas por otras redes a través de la publicación de videos en cualquier sitio web.

La utilización de esta herramienta en cuanto a la difusión de información es de gran importancia ya que brinda la posibilidad de subir vídeos a la web para compartir con los usuarios, de manera que puedan ser vistos por cualquier persona. En cuanto al lenguaje audiovisual genera gran imprecación en nuestros sentidos ya que la mayor parte de información llega por este medio.

## MARCO REFERENCIAL LEGAL

La Constitución de la República del Ecuador (2008), Art. 384, El sistema de comunicación social asegurará el ejercicio de los derechos de la comunicación, la información y la libertad de expresión, y fortalecerá la participación ciudadana. Ley Orgánica de Transparencia y Acceso a La Información Pública, publicado en el Registro Oficial Suplemento 337 del 18 de Mayo del 2004.

**Art. 16.-** Todas las personas, en forma individual o colectiva, tienen derecho a una comunicación libre, intercultural, incluyente, diversa y participativa, en todos los ámbitos de la interacción social, por cualquier medio y forma, en su propia lengua y con sus propios símbolos. El acceso universal a las tecnologías de información y comunicación. Integrar los espacios de participación previstos en la Constitución en el campo de la comunicación.

La constitución del Ecuador reconoce el derecho de los individuos de generar y difundir información a través de cualquier medio electrónico de comunicación, de igual forma la interacción entre usuarios.

**Art. 18.-** Todas las personas, en forma individual o colectiva, tienen derecho a: Buscar, recibir, intercambiar, producir y difundir información veraz, verificada, oportuna, contextualizada, plural, sin censura previa acerca de los hechos, acontecimientos y procesos de interés general, y responsabilidad ulterior.

A pesar de ser un derecho la producción y difusión de información, esta debe ser específicamente tratada, con la responsabilidad del caso y la mayor seriedad posible a fin de evitar contratiempos y problemas de diversa índole.

## **f. METODOLOGÍA**

Para realizar la presente investigación se utilizará el Método Científico, y dentro de este el Método Analítico quien se constituyó en la base principal de la investigación porque a través de sus elementos lógicos y razonables se podrá resolver el objeto de estudio; el Método Inductivo mediante el cual se estudia el problema a investigar desde lo particular hasta lo general.

La base de la inducción es la suposición de si algo es cierto o no; la calidad depende del número de fenómenos observados; el Método estadístico permitirá ordenar, procesar e interpretar la información recopilada de los dos medios de comunicación; este método facilitará tabular los resultados obtenidos en las encuestas para su posterior descripción e interpretación. Por último el Método Mixto que permitirá estudiar los objetos de investigación con base en la medición numérica y el análisis cualitativo, para establecer patrones de comportamiento y probar teorías.

Adicional a estos se utilizaron técnicas investigativas como observación, entrevistas y encuestas, que admitirán recopilar, analizar e interpretar información para dar claridad a la problemática planteada. La idea central de este tipo de investigación es obtener un conocimiento amplio respecto al objeto de estudio.

El escenario de la presente investigación es la ciudad de Loja, explícitamente en el espacio de periodismo ciudadano que se presenta en el Noticiero Mundovisión de Ecotel Televisión a la ciudadanía lojana.

Se aplicará una metodología que asentirá llegar a conclusiones y recomendaciones sustentables, y de esta manera aportar a la solución del problema planteado.

## INSTRUMENTOS Y TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN

**Observación.-** A decir de Zapata (2005): “la observación es el proceso de percibir, captar sistemáticamente y detenidamente el fenómeno que nos interesa estudiar en su proceso natural, tal cual ocurre en la vida cotidiana” (p.145). Esta herramienta permitirá al investigador poder observar y recoger datos mediante su propia observación, en el cual se analizará el fenómeno ocurrido, también se sondeará las opiniones y criterios emitidos por las personas responsables del medio de comunicación, ciudadanía y expertos en el tema a discutir.

**Entrevista.-** la técnica de la entrevista según Zapata (2005): “esta es una técnica con la que se cuenta en la investigación cualitativa que permite acceder a cierta información por medio de una conversación profesional con una o varias personas, en donde se formulan preguntas y se reciben respuestas” (p.150). En torno a este precepto el investigador podrá obtener información de primera mano de personas que tienen conocimiento respecto al tema o problema.

**Encuesta.-** la técnica de la encuesta según Fernández (2004): “permite obtener información mediante un coloquio directo y personal entre el entrevistador y el entrevistado”. En este caso el tamaño de la muestra utilizada para la encuesta se calculó sobre la base de la fórmula para universos infinitos, ya que el universo para investigar supera las 100000 personas; el público a investigar es la población de la ciudad Loja mayor de dieciocho años, datos del CENSO de 2010 realizado por el INEC, obteniendo una muestra de 383 unidades.

$$\text{FÓRMULA: } n = \frac{(0.5)^2 (1.96)^2 N}{(e)^2 (N) + (1.96)^2 (0.5)^2}$$

$$n = (0,5)^2(1,96)^2(16.572)$$

$$(0,05)^2(185000) + (1,96)^2(0.5)^2$$

$$n = (0,25)(3.8416)(185000)$$

$$(0.0025)(185000) + 3.8416 (0.25)$$

$$n = 177674$$

$$462.5 + 0,9604$$

$$n = 177674$$

$$463.4604$$

$$n = 383,3639$$

**g. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES**

MESES	SEPTIEM				OCTUBR				NOV				DICIEM				ENERO				FEBRER				MARZO				ABRIL				MAYO				JUNIO				JULIO				NOV				DICIEM							
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4								
<b>ACTIVIDADES</b>																																																								
Encuadre del módulo			x																																																					
Lluvia de ideas					x	x																																																		
Aprobación de tema									x																																															
Problematización									x	x																																														
Elaboración de Objetivos											x	x																																												
Justificación											x	x																																												
Construcción del Marco Teórico													x	x																																										
Revisión del Marco Teórico															x																																									
Metodología																	x	x																																						
Revisión de la Metodología																							x																																	
Aprobación del proyecto de tesis																																																								







## **h. PRESUPUESTO Y FINANCIAMIENTO**

### **Talento humano**

- Responsable: María Alexandra Espinosa Paz

### **Recursos materiales**

**Materiales de oficina:** Resma de papel bond A4, impresiones, copias y anillados.

**Materiales de escritorio:** Libros, vistas, publicaciones, folletos, documentos digitales, y CD.

**Materiales tecnológicos:** Computadora, cámara, grabadora de periodista, internet, USB, impresora y cartuchos.

### **PRESUPUESTO FINANCIERO**

#### **Materiales de oficina**

<b>Rubros</b>	<b>Cantidad</b>	<b>V. Unitario \$</b>	<b>V. Total \$</b>
<b>Resma de papel bond A4</b>	<b>2</b>	3.80	7.60
<b>Impresiones</b>	<b>300</b>	0.10	30
<b>Copias</b>	<b>500</b>	0.0.2	10
<b>Anillados</b>	<b>2</b>	1	2

### **Materiales de escritorio**

<b>Rubros</b>	<b>Cantidad</b>	<b>V. Unitario \$</b>	<b>V. Total \$</b>
<b>Libros</b>	<b>8</b>	20	160
<b>Revistas</b>	<b>10</b>	3	30
<b>Publicaciones</b>	<b>10</b>	1	10
<b>Folletos</b>	<b>5</b>	1	5
<b>Documentos Digitales</b>	<b>5</b>	3	15
<b>CDS</b>	<b>5</b>	0.50	2.50

### **Materiales tecnológicos**

<b>Rubros</b>	<b>Cantidad</b>	<b>V. Unitario \$</b>	<b>V. Total \$</b>
<b>Computadora</b>	<b>1</b>	1.000	1.000
<b>Cámara</b>	<b>1</b>	500	500
<b>Grabadora de periodista</b>	<b>1</b>	100	100
<b>Internet</b>	<b>30 (Horas)</b>	0.50 (Hora)	15
<b>USB</b>	<b>1</b>	10	10

<b>Impresora</b>	<b>1</b>	70	70
<b>Cartuchos</b>	<b>2 Pares</b>	50	100

## **FINACIAMIENTO**

Los recursos económicos que demanda elaborar la presente investigación serán cubiertos por el investigador, sin descartar la posibilidad de conseguir recursos externos para financiar.

## **i. BIBLIOGRAFÍA**

1. Álvarez, G. M. & Castilla, E. C. (2006). *La acción tutorial: Su concepción y su práctica*. Madrid: Ministerio de Educación y Ciencia, Instituto Superior de Formación del Profesorado.
2. Aponte, L & Cardona, C. (2009). *Educación ambiental y evaluación de la densidad poblacional para la conservación de los cóndores reintroducidos en el Parque Nacional Natural Los Nevados y su zona amortiguadora*. Universidad de Caldas, Manizales, Colombia.
3. Aposta. Revista de Ciencias Sociales · ISSN 1696-7348  
Nº 61, Abril, Mayo y Junio 2014. Recuperado de:  
<http://www.apostadigital.com/revistav3/hemeroteca/coliva2.pdf>
4. Astudillo, F. y Buitrón, R. (2005). *Periodismo por dentro*. Quito: Ediciones CIESPAL.
5. AYRES, M. (2010). *Mídias Sociais: Perspectivas, Tendências e Reflexões*. Recuperado de: <http://issuu.com/papercliq>
6. Blanco, M & Sueiro, B. R. (2014). *Como conseguir 10.000 seguidores en Twitter*. Madrid: ESIC.
7. BRAMBILLA, A. (2011).” Jornalismo”. *Para entender as mídias sociais*,  
Recuperado de: <http://issuu.com/anabrambilla/docs/paraentenderasmidiassociais>
8. Brito, J., Wolfram & Laaser. (2012). *El uso de redes sociales por parte de las universidades a nivel*. Revista de Educación a Distancia.

9. FREIRE, F. (2008). “*Las redes sociales trastocan los modelos de los medios de Comunicación Tradicional*”. Revista Latina de Comunicación Social. La Laguna (Tenerife): Universidad de la Laguna.
10. Cantos, P. Martínez, F. J., & Moya, G. (1994). *Hipertexto y documentación*. Murcia: Universidad de Murcia.
11. Cardoso, G. (2010). *Los medios de comunicación en la sociedad en red: Filtros, escaparates y noticias*. Barcelona: UOC.
12. Crucianelli S. (2010) *Herramientas digitales para periodistas*. Iniciativa del Centro Knight para el Periodismo en las Américas de la Universidad de Texas. Texas México.
13. Gall, E & Fontdevila, E, 2008. *Abrojos Manual de Periodismo y Comunicación para el trabajo Comunitario*. Tucumán. 1ra. Edición
14. García, D. Parra, V. & Rojo, V. (2007). *Nuevas tecnologías para la producción periodística*. Madrid: Siranda.
15. García, J. & Rupérez, R. (2007). *Aproximaciones al periodismo digital*. Madrid España: Universidad Rey Juan Carlos Dykinson.
16. Gomis, L., & Giner, S. (2008). *Teoría de los géneros periodísticos*. Barcelona: UOCpress.
17. Hernández, T. (2012) *Cibermedios Latinoamericanos*. España. Copyright.
18. Irigaray F, Ceballos D, Manna, M. (2013) *Web periodismo en un ecosistema líquido*. (Artículo de Gumersindo Lafuente). 5 ° Foro Internacional de Periodismo Digital. Rosario-Argentina 2013.
19. Jaramillo M. (2009), *Manual de herramientas Google para periodistas*, Parte I Búsqueda e Investigación. Buenos Aires-Argentina.

20. López, V. J. (2014). *Recopilación y tratamiento de la información con procesadores de textos*. Madrid: Paraninfo.
21. López, X. (2010) *La metamorfosis del Periodismo*. Historia de lo que permanece y lo que cambia en el ciberperiodismo del tercer milenio. Zamora (España). Printed in Spain.
22. Miralles, A. M. (2002). *Periodismo, opinión pública y agenda ciudadana*. Bogotá: Grupo Editorial Norma.
23. Padrón, C. (2013) *Estrategias Didácticas basadas en Aplicaciones de Mensajería exclusivamente para Móviles (Mobile Learning) y el uso de la Herramienta para promover el Aprendizaje Colaborativo Instantánea WHATSAPP*. *Revista de Tecnología de Información y Comunicación en Educación*..
24. Ramírez, F. & Hernández, J. (2014), *Nuevos Retos del Periodismo Especializado*. Madrid.
25. RECUERO, R. (2009). *Redes sociais na Internet*. Porto Alegre: Sulina.
26. Rheingold, H, (2010) *Multitudes inteligentes. Las redes sociales y las posibilidades de las tecnologías de la cooperación* (Cita de Vicente Rafael). Editorial Gedisa, S.A., Barcelona-España.
27. Rodríguez, A.A (2010). *Iniciación a la Red Internet*. Ideas Propias.
28. Rosanas, M. J. M. (2005). *Control de gestión*. Barcelona: UOC.
29. Said, E. (2010). *El docente ante el avance del ciberperiodismo en Colombia*. *Revista Venezolana de Información, tecnología y conocimiento*, Vol. 7.
30. Versión beta: *tendencias de la prensa y el periodismo del siglo XXI*. Venezuela (2008).
31. Varios (2010). Facebook y otras redes sociales. Recuperado de <https://books.google.com.ec/books?id=OTItBgAAQBAJ&pg=PA11&dq=facebook&hl=es>



<https://www.facebook.com/...&sa=X&ei=tdpMVajlCa7IsQSZ34DgCQ&ved=0CD8Q6AEwBQ#v=onepage&q=facebook&f=false>.

32. Zanoni, L. (2008). *El imperio digital*. - 1a ed. - Buenos Aires : Ediciones B.
33. <http://www.coberturadigital.com/2005/09/12/3er-rediseño-de-el-comercio.com/>
34. Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina, CIESPAL, (2011) *Políticas de uso de herramientas web 2.0 en la administración pública de América Latina*, Quito-Ecuador.
35. Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos INEC. (2010).
36. Punín Larrea, María Isabel y Martínez Haro, Alison C. (2013): “*La profesionalización periodística en Ecuador: ¿la experiencia en las calles o el conocimiento de las aulas?*”. *Estudios sobre el mensaje periodístico*. Vol. 19. 505517. Madrid, Servicio de Publicaciones de la Universidad Complutense.
37. Bustamante G. (2010), “Competencias en tecnologías digitales: una obligación para el periodista actual”. Tesis para la licenciatura en Comunicación Social. Universidad Católica de la Santísima Concepción. Concepción-Chile.
38. Abut, Roxana 2000 Texto resumen: “Marco Teórico – Conceptual de la Comunicación Popular, Alternativa y Participativa” de Luis Ramiro Beltrán. Cochabamba.
39. Cerviño, B. (2013). “Marco Teórico- Trabajo final de Máster dirigido por Lorenzo Vilches. p. 21
- 40.



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

ÁREA DE LA EDUCACIÓN, EL ARTE Y LA COMUNICACIÓN

CARRERA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL

Con el objetivo de determinar si la interacción que se genera entre los habitantes de la ciudad de Loja y Ecotel Televisión en su espacio noticioso denominado Periodismo Ciudadano podría considerarse como tal, solicitamos comedidamente nos colabore contestando la siguiente encuesta, la cual tiene exclusivos fines académicos.

DATOS INFORMATIVOS:

Edad \_\_\_\_\_

Profesión u Oficio \_\_\_\_\_

Instrucción \_\_\_\_\_

Parroquia donde vive \_\_\_\_\_

CONTENIDOS:

1. ¿Sintoniza usted el canal de televisión Ecotel Tv de la ciudad de Loja?

Si ( ) No ( )

Porqué:.....

2. ¿Observa el noticiario Mundovisión de Ecotel Tv de la ciudad de Loja?

Si ( ) No ( )

Porqué:.....

3. En lo concerniente al programa de noticias Mundovisión de Ecotel Tv de la ciudad de Loja. ¿Cuáles de las siguientes secciones son de su preferencia?

Noticias locales ( ) Noticias internacionales ( )

Periodismo ciudadano ( ) Todo el noticiero ( )

Deportes ( )

Otras indique:.....

4. ¿De las siguientes opciones, indique con cual se identifica al momento de observar el noticiario Mundovisión de Ecotel Tv de la ciudad de Loja?

a) Informarse ( ) e) comentar ( )

b) Publicar imágenes o videos ( ) f) compartir información ( )

c) Subir información ( ) g) opinar ( )

d) Interactuar ( ) h) hacer denuncias ( )

5. Según el concepto Periodismo Ciudadano:(Es el acto en el que uno o un grupo de ciudadanos tienen un papel activo en el proceso de recolectar, analizar y diseminar noticias e información con el objetivo de entregar, con una mirada independiente, confiable, precisa, amplia e importante, la información que una democracia necesita (Bowman y Willis, 2003) ¿Creó usted que el segmento de noticias de Ecotel Televisión cumple con este precepto?

Si ( ) No ( )  
Porqué:.....

6. **¿Tiene conocimiento de los espacios de interacción que Ecotel Tv brinda a la ciudadanía en su noticiario Mundovisión a través del segmento Periodismo Ciudadano, cómo los califica?**

Si ( ) No ( )  
Excelentes ( ) Buenos ( ) Regulares ( ) Malos ( )

7. **¿Participa usted de estos espacios de interacción, como lo hace?**

a) Envía información ( ) b) Comenta las publicaciones ( )  
c) Sube fotos, videos ( ) c) Comparte las publicaciones ( )

8. **¿Con qué frecuencia lo hace y que tiempo le dedica?**

15 minutos ( ) Todos los días ( )  
30 minutos ( ) Tres veces a la semana ( )  
1 hora ( ) Una vez por semana ( )  
2 horas ( ) Cada 15 días ( )

Otra frecuencia indique \_\_\_\_\_ Otra frecuencia: Indique \_\_\_\_\_

9. **¿Desde su punto de vista considera que los espacios de interacción que brinda Ecotel Tv son necesarios para que la ciudadanía pueda compartir información?**

Si ( ) No ( ) Tal vez ( )

Porqué:.....

10. **¿Creé que la interacción que se produce entre la ciudadanía lojana y Ecotel Tv en su noticiario Mundovisión en su espacio Periodismo Ciudadano, podría considerarse como Información o Periodismo Ciudadano? SFN**

**Información:** Si ( ) No ( )

**Periodismo Ciudadano:** Si ( ) No ( )

Porqué:.....

11. **¿Le gustaría que este medio de comunicación implementara más espacios para que la ciudadanía participe?**

Si ( ) No ( ) Tal vez ( )

Porqué:.....

**GRACIAS POR SU COLABORACIÓN**



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA**  
**ÁREA DE LA EDUCACIÓN, ARTE Y COMUNICACIÓN**  
**CARRERA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL**

- 1. ¿Qué es el Periodismo Ciudadano?**
- 2. ¿Cuáles son las características del Periodismo Ciudadano y del periodista ciudadano?**
- 3. ¿Cuál sería el rol del periodista ciudadano frente al comunicador profesional que igualmente es productor de información en la red?**
- 4. ¿Podría considerarse como un bien común para nuestra sociedad y cual sería ese aporte?**
- 5. ¿Existe ética en el ejercicio de esta actividad?**
- 6. ¿Desde su experiencia, actualmente como se desarrolla el ejercicio del periodismo ciudadano en los medios de comunicación tradicionales?**
- 7. ¿Se están generando inclusión de espacios ciudadanos en los medios tradicionales de América Latina?**
- 8. ¿Qué futuro le concede al periodismo ciudadano?**
- 9. ¿El periodismo ciudadano puede instituirse como una oportunidad o una amenaza o genera incidencia en la profesión periodística?**
- 10. ¿La interacción en redes sociales podría considerarse como información o como periodismo ciudadano?**
- 11. ¿A su juicio podría esta actividad considerarse como tal, sabiendo que el periodismo es una actividad realizada por profesionales?**

**GRACIAS POR SU COLABORACIÓN**



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA**  
**ÁREA DE LA EDUCACIÓN, ARTE Y COMUNICACIÓN**  
**CARRERA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL**

1. **¿Qué es el periodismo?**
2. **Actualmente se está generando una nueva forma de producir información por parte del ciudadano a través de redes sociales sobre hechos de interés común denominado periodismo ciudadano. ¿A su juicio podría esta actividad considerarse como tal, sabiendo que el periodismo es una actividad realizada por profesionales?**
3. **¿Considera que realmente existe el periodismo ciudadano o simplemente es información generada por la ciudadanía?**
4. **¿En caso de que considere que si existe el Periodismo ciudadano, desde su punto de vista cuál sería su definición?**
5. **¿Qué papel juegan las redes sociales en torno al Periodismo Ciudadano?**
6. **¿La interacción que se produce entre el ciudadano común y los medios tradicionales a través de redes sociales puede considerarse como Periodismo Ciudadano?**
7. **¿Genera incidencia en la profesión periodística?**
8. **¿Cuál sería el rol del comunicador social profesional frente a un ciudadano o usuario que igualmente es productor de información en la red?**
9. **¿Cuál es su opinión ante la inclusión de espacios ciudadanos en los medios tradicionales?**
10. **¿Es necesario incrementar más espacios de interacción entre la ciudadanía y los medios comunicativos?**

**GRACIAS POR SU COLABORACIÓN**

**UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA**  
**CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL**  
**FICHA DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN**

**DIARIO DE CAMPO PARA LA OBSERVACIÓN**

**1. DATOS DE LOCALIZACIÓN**

**Lugar: Ecotel Tv de la ciudad de Loja**

**2. ACTIVIDAD OBSERVADA**

**Espacio de periodismo ciudadano en el Noticiero Mundovisión - interacción de la ciudadanía**

**3. DATOS DE IDENTIFICACIÓN**

<b>Medio</b> Canal local de televisión	<b>Ámbito:</b> Noticiero	<b>Espacio:</b> Periodismo ciudadano	<b>Detalle:</b> Acción comunicativa	<b>Ritmo</b> Locución Normal	<b>Público</b> Todo público
--	-----------------------------	--	--	------------------------------------	--------------------------------

**4. Seguimiento diario al Noticiero Mundovisión para la recolección de imágenes de la información enviada por la ciudadanía**

**Horario de emisión:**  
**07h20 mañana- 12h30 tarde/ 19h00 noche/ 22h30 noche**

The screenshots show the following content:

- Top Row (Left):** News report about a traffic accident on the main road of Loja. Chat messages discuss the accident and the value of the car. News items include 'Fidel Martínez: "Soñaba con estar en un equipo grande"', 'Se puede cancelar valor de tasa del SPDET si no lo hicieron con la matrícula vehicular', and 'El principal sospechoso de agresiones a policías trabajará en el Municipio de Quito'.
- Top Row (Right):** News report about a school safety issue. Chat messages ask about private schools and pension payments. News items include 'Policías detienen a los actores violentos en la protesta', 'Presidente guatemalteco descarta renuncia aunque pierda la reelección', and 'Luchan contra desastre y contaminación, pide Papa Francisco en Bolivia'.
- Middle Row (Left):** News report about a power outage. Chat messages ask for help with a lamp. News items include 'Francisco trajo alegría y gozo durante su visita al Ecuador', 'Inteligencia de Ecuador niega relación con firma de servicios de espionaje', and 'El papa Francisco llega a Paraguay'.
- Middle Row (Right):** News report about a truck accident. Chat messages discuss the accident. News items include 'Ecuadoraní anuncia caminata desde Zamora a Quito', 'Papa Francisco cuestiona en Bolivia el sistema penitenciario', and 'Uno de los siete dirigentes de FFR detenido en Suiza acepta extradición a EE.UU.'.
- Bottom Row (Left):** News report about a political case. Chat messages discuss the case. News items include 'La mayoría de pedidos para renovar el mandato a autoridades fue archivado', and 'Vuelve tensión política a Quito'.
- Bottom Row (Right):** News report about a political case. Chat messages discuss the case. News items include 'La mayoría de pedidos para renovar el mandato a autoridades fue archivado', and 'Vuelve tensión política a Quito'.



## DESCRIPCIÓN:

En el recuadro se muestran las capturas del espacio denominado Periodismo ciudadano transmitido en el noticiario Mundovisión de Ecotel TV. En las imágenes podemos visualizar la forma de participación de la ciudadanía con el medio comunicativo.

## ANÁLISIS:

Teniendo en cuenta lo que se muestra en el cuadro y al seguimiento de cada noticiario con el respectivo espacio de periodismo ciudadano se manifiesta lo siguiente:

Es la ciudadanía lojana quien participa activamente de este espacio enviando sus denuncias comentarios, reclamos, fotografías, videos, invitaciones, entre otros a través de la red social WhatsApp que el medio anuncia diariamente en repetidas ocasiones durante la transición del noticiario.

Al momento de lectura de los mensajes emitidos por la ciudadanía se puede observar una considerable participación con una gran afluencia de envíos, mismos que son leídos en vivo por el presentador.

De igual forma la actualización de aportes se realiza con rapidez, la mayoría de aportes enviados al medio mantiene un formato de denuncia, también se reciben imágenes de accidentes, infracciones, entre otros.

El lenguaje utilizado en el texto es corto y directo, sin respetar las normas ortográficas establecidas, en cuanto al presentador utiliza un lenguaje claro, en cuanto a su expresión expresa seguridad e importancia con respecto a lo que está leyendo e informando.

La calidad de información que se presenta no es la adecuada en cuanto a una nota informativa respetando reglas tanto estéticas, ortográficas, narrativas, de redacción, estilo, reflejado esto en la cantidad de texto que no sobre pasan los 35 caracteres.

De igual forma no se visibiliza un adecuado tratamiento de la información, verificación y contrastación de fuentes como un seguimiento a las mismas.

El intervalo de mensajes emitidos corresponde a una media de cinco mensajes de cuatro mensajes diariamente.

## ÍNDICE DE CONTENIDOS

PORTADA.....	i
CERTIFICACIÓN.....	ii
AUTORÍA.....	iii
CARTA DE AUTORIZACIÓN.....	iv
AGRADECIMIENTO.....	v
DEDICATORIA.....	vi
MATRÍZ DE ÁMBITO GEOGRÁFICO.....	vii
MAPA GEOGRÁFICO Y CROQUIS.....	viii
ESQUEMA DE TESIS.....	ix
a. TÍTULO.....	1
b. RESUMEN (CASTELLANO E INGLÉS) SUMMARY.....	2
c. INTRODUCCIÓN.....	4
d. REVISIÓN DE LITERATURA.....	7
PERIODISMO.....	7
Periodismo Digital.....	7
Periodismo ciudadano.....	9
Fundamentos del periodismo ciudadano.....	12
El Internet y el periodismo ciudadano.....	13
La web 2.0.....	13
Las redes sociales canales de la participación ciudadana.....	14
Twitter.....	16



Facebook.....	16
Whatsapp.....	17
YouTube.....	17
Interactividad.....	18
e. MATERIALES Y MÉTODOS.....	19
f. RESULTADOS.....	22
g. DISCUSIÓN.....	53
h. CONCLUSIONES.....	59
i. RECOMENDACIONES.....	60
PROPUESTA ALTERNATIVA.....	62
j. BIBLIOGRAFÍA.....	72
k. ANEXOS.....	76
a. TEMA.....	77
b. PROBLEMÁTICA.....	78
c. JUSTIFICACIÓN.....	80
d. OBJETIVOS.....	82
e. MARCO TEÓRICO.....	83
f. METODOLOGÍA.....	108
g. CRONOGRAMA.....	111
h. PRESUPUESTO Y FINANCIAMIENTO.....	114
i. BIBLIOGRAFÍA.....	115
ÍNDICE.....	127