



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



INFORME FINAL DEL PROYECTO DE INVESTIGACION PREVIO A LA
OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE: LICENCIADO EN COMUNICACIÓN
SOCIAL

TEMA:

LAS REDES SOCIALES FACEBOOK Y TWITTER Y SUS EFECTOS EN EL
PERIODISMO LOCAL EN LA PARROQUIA SAN CAMILO CANTÓN QUEVEDO
PERIODO 2017.

AUTOR:

CHICAIZA CAJAS KLEBER CAMILO

TUTOR:

LCDA. URQUIZA IVETT MENDOZA LILIANA. MSC

LECTOR:

LIC PATRICIAYAJAIRA JADAN SOLIS MSC

QUEVEDO – LOS RÍOS – ECUADOR

2017

DEDICATORIA

A mis padres que me han dado la vida, a mi querida esposa e hijos por ser el pilar fundamental en los momentos difíciles de la carrera universitaria y mis queridos profesores por el apoyo incondicional en todas las etapas de estudio para la culminación del proyecto de investigación de mis estudios superiores.

KleberCamilo Chicaiza Cajas

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por darme la fuerza necesaria para continuar con vida, y culminar que lo parecía imposible de terminar. A mi esposa Evelin Echeverría, mi hija Keyla, por brindarme su tiempo y paciencia mientras terminaba mis estudios superiores.

A mis queridos profesores Lcda. Liliana Urquiza, Lcdo. Fredy Holguín, Lcda. Mayra Duarte, Abg. Rocío García, Lcdo. Eliseo Toro, Lcda. Verónica García, Lcda. Flor Carriel, Lcdo. Pedro Veliz, Lcda. Johanna Mackencie, Lcdo. Vicente Coello, Lcda. Melba Triana, Ing. Cristhian Kasco, Lcdo. Jaime Navia, Lcda Patricia Jadán y Lcda. Salome Sánchez, por haberme brindado la oportunidad de adquirir conocimientos científicos y teóricos durante mi preparación universitaria.

Finalmente agradezco a mis queridos compañeros por los buenos y malos momentos de nuestra etapa universitaria y por haberme ofrecido su amistad y compañerismo hasta la culminación de mi carrera profesional.

Kleber Camilo Chicaiza Cajas



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO - EXTENSIÓN QUEVEDO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN
LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN SOCIAL

CERTIFICACION DE AUTORÍA

Yo, **KLEBER CAMILO CHICAIZA CAJAS**, portador de la cédula de ciudadanía **180312340-3**, egresado de la Facultad de Ciencias Jurídicas, Sociales y de la Educación, de la carrera de Comunicación Social, declaro que soy autor del presente trabajo de investigación, el mismo que es original, auténtico y personal, con el tema:

LAS REDES SOCIALES FACEBOOK Y TWITTER Y SUS EFECTOS EN EL PERIODISMO LOCAL EN LA PARROQUIA SAN CAMILO CANTÓN QUEVEDO PERIODO 2017.

Por la presente autorizo a la Universidad Técnica de Babahoyo, puede hacer uso de los derechos correspondientes a este trabajo, según lo establecido por la Ley de Propiedad Intelectual por su reglamento y la normativa institucional vigente.

Quevedo, 16 de octubre del 2017

KLEBER CAMILO CHICAIZA CAJAS

N° Cédula 180312340-3



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

CERTIFICADO DE APROBACIÓN DEL TUTOR DEL INFORME FINAL DEL
PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIA A LA SUSTENTACIÓN

Quevedo, 17 de octubre del 2017

En mi calidad de Tutor del Informe Final del Proyecto de Investigación, designado por el Consejo Directivo con oficio N° 069, con fecha 17/07/2017, mediante resolución CD-FAC.C.J.S.E-SO-006-RES-002-2017, certifico que el Sr. **CHICAIZA CAJAS KLEBER CAMILO**, ha desarrollado el Informe Final del Proyecto titulado:

“Las redes sociales Facebook y Twitter y sus efectos en el periodismo local en la parroquia San Camilo cantón Quevedo periodo 2017”

Aplicando las disposiciones institucionales, metodológicas y técnicas, que regulan esta actividad académica, por lo que autorizo al egresado, reproduzca el documento definitivo del Informe Final del Proyecto de Investigación y lo entregue a la coordinación de la carrera de la Facultad de Ciencias Jurídicas, Sociales y de la Educación y se proceda a conformar el Tribunal de sustentación designado para la defensa del mismo.

Lcda. Liliana Ivett Urquiza Mendoza Msc.
DOCENTE DE LA FCJSE.



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

CERTIFICADO DE APROBACIÓN DEL LECTOR DEL INFORME FINAL DEL
PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIA A LA SUSTENTACIÓN

Quevedo, 18 de octubre del 2017

En mi calidad de Lector del Informe Final del Proyecto de Investigación, designado por el Consejo Directivo con oficio [Oficio N° 069], con fecha [17,07,2017], mediante resolución [CD-FAC.C.J.S.E-SO-006-RES-002-2017], certifico que el Sr. **CHICAIZA CAJAS KLEBER CAMILO**, ha desarrollado el Informe Final del Proyecto de Investigación cumpliendo con la redacción gramatical, formatos, Normas APA y demás disposiciones establecidas:

“Las redes sociales Facebook y Twitter y sus efectos en el periodismo local en la parroquia San Camilo cantón Quevedo periodo 2017”

Por lo que autorizo al egresado, reproduzca el documento definitivo del Informe Final del Proyecto de Investigación y lo entregue a la coordinación de la carrera de la Facultad de Ciencias Jurídicas, Sociales y de la Educación y se proceda a conformar el Tribunal de sustentación designado para la defensa del mismo.

Lcda. Patricia Jadán Solís Msc.

DOCENTE DE LA FCJSE



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



RESULTADO DEL INFORME FINAL DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

EL TRIBUNAL EXAMINADOR DEL PRESENTE INFORME FINAL DE INVESTIGACIÓN, TITULADO: **LAS REDES SOCIALES FACEBOOK Y TWITTER Y SUS EFECTOS EN EL PERIODISMO LOCAL EN LA PARROQUIA SAN CAMILO CANTON QUEVEDO.**

PRESENTADO POR EL SEÑOR: KLEBER CAMILO CHICAIZA CAJAS

OTORGA LA CALIFICACIÓN DE:

9.5

EQUIVALENTE A:

TRIBUNAL:

MSC. LILIANA URQUIZA MENDOZA
DELEGADO DEL DECANO

MSC. ELISEO TORO TOLOZA
DELEGADO DEL COORDINADOR DE CARRERA

MSC. MAYRA DUARTE MENDOZA
DELEGADO DEL CIDE

AB. ISELA BERRUZ MOYA
SECRETARIA DE LA FAC.CC.JJ.JJ.SS.EE



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



DEDICATORIA

AGRADECIMIENTO

INFORME FINAL DEL SISTEMA DE ANTIPLAGIO URKUND

CERTIFICADO DE APROBACIÓN DEL TUTOR DEL INFORME FINAL DEL PROYECTO

En mi calidad de Tutor del Informe del Proyecto de Investigación del señor **Kleber Camilo Chicaiza Cajas**, cuyo tema es: **Las redes sociales Facebook y Twitter y sus efectos en el periodismo local en la parroquia San Camilo cantón Quevedo periodo 2017**, certifico que este trabajo investigativo fue analizado por el Sistema Anti plagio Urkund, obteniendo como resultado de similitud de [8 %], resultados que evidenciaron las fuentes principales y secundarias que se deben considerar para ser citadas y referencias de acuerdo a las normas de redacción adoptadas por la institución.

Considerando que, en el Informe Final el porcentaje máximo permitido es el 10% de similitud, queda aprobado para su publicación.

The screenshot shows the URKUND interface. On the left, document details are listed: 'Documento: Informe Final de Proyecto de Investigación de Kleber Camilo Chicaiza Cajas - URKUND.docx (031406930)', 'Presentado: 2017-10-17 10:52 (-05:00)', 'Presentado por: klebercam@gmail.com', 'Recibido: lurchica.uto@analisisurkund.com', and 'Mensaje: Informe final. Mostrar el mensaje completo'. A yellow box indicates '8% de estas 32 páginas, se componen de texto presente en 16 fuentes.' On the right, a table titled 'Lista de fuentes - Bloques' lists six sources with their categories and full URLs.

Categoría	Enlace/nombre de archivo
	http://recursosic.educacion.ec/objetos/varios/web/en/Internet/web-20-1043-redes-sociales/
	http://www.seceerat.cat/bitstream/handle/2072/218896/tesis%20de%20graduaci%20en...
	http://www.eumed.net/libros-gratis/2012/11/00/soceopos_red_social.html
	https://www.studocu.com/es/document/universidad-cadiz/ii-de-madrid/periodismo-de-pr...
	http://www.asamblea nacional.gob.ec/es/system/files/ley_organica_comunicacion.pdf
	https://www.gobnet.com/redes-sociales-y-comunidades-que-nos-hace-facebook-diet-estu...

Por lo que se adjunta una captura de pantalla donde se muestra el resultado del porcentaje indicado.

Lcda. Liliana Ivett Urquiza Mendoza Msc.
TUTORA.

ÍNDICE GENERAL

DEDICATORIA	ii
AGRADECIMIENTO	iii
CERTIFICACION DE AUTORÍA.....	¡Error! Marcador no definido.
CERTIFICADO DE APROBACIÓN DEL TUTOR DEL INFORME FINAL DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIA A LA SUSTENTACIÓN	¡Error! Marcador no definido.
CERTIFICADO DE APROBACIÓN DEL LECTOR DEL INFORME FINAL DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIA A LA SUSTENTACIÓN ..	¡Error! Marcador no definido.
RESULTADO DEL INFORME FINAL DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN.....	¡Error! Marcador no definido.
INFORME FINAL DEL SISTEMA DE ANTIPLAGIO URKUND	¡Error! Marcador no definido.
RESUMEN	xix
CAPÍTULO I.- DEL PROBLEMA.....	3
1.1. TEMA DE INVESTIGACIÓN	3
1.2. MARCO CONTEXTUAL.....	3
1.2.1. Contexto Internacional	3
1.2.2. Contexto Nacional	4
1.2.3. Contexto Local	4
1.2.4. Contexto Institucional	5
1.3. SITUACIÓN PROBLEMÁTICA.....	6

1.4.	PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	7
1.4.1.	Problema general	7
1.4.2.	Subproblemas o derivados.....	7
1.5.	DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN	8
1.5.1.	Área	8
1.5.2.	Campo de acción	8
1.5.3.	Objeto de estudio.....	9
1.5.4.	Lugar de investigación	9
1.6.	JUSTIFICACIÓN	9
1.7.	OBJETIVOS	10
1.7.1.	Objetivo general	10
1.7.2.	Objetivos específicos.....	10
CAPÍTULO II.- MARCO TEÓRICO O REFERENCIAL.....		11
2.1.	MARCO TEÓRICO	11
2.1.1.	Marco conceptual	11
2.1.1.1.	Redes Sociales.- Definición.....	11
2.1.1.2.	Facebook.....	14
2.1.1.3.	<i>Que es la red social Facebook</i>	16
2.1.1.3.1.	Ventajas	17
2.1.1.3.2.	Desventajas.....	18
2.1.1.4.	Twitter	19
2.1.1.4.1.	Ventajas	20
2.1.1.4.2.	Desventajas.....	20

2.1.1.4.3.	Ventajas de los seguidores.....	21
2.1.1.4.4.	Desventajas de seguidores.....	21
2.1.1.4.5.	Ventajas Hasthags	21
2.1.1.4.6.	Desventajas Hasthags	21
2.1.1.4.7.	Ventajas Retweets y favoritos	21
2.1.1.4.8.	Desventajas Retweets y favoritos.....	22
2.1.1.5.	<i>Que es la red social Twitter.....</i>	22
2.1.1.6.	<i>Diferencias entre Facebook y Twitter</i>	23
2.1.1.7.	Clasificación de las redes sociales.....	24
2.1.1.7.1.	<i>Redes sociales horizontales</i>	26
2.1.1.7.2.	<i>Redes sociales verticales</i>	27
2.1.1.7.3.	<i>Redes sociales por temática</i>	28
2.1.1.7.4.	<i>Redes sociales por actividad</i>	29
2.1.1.7.5.	<i>Redes sociales por contenido compartido.....</i>	29
2.1.1.8.	<i>Beneficios de la comunicación en las redes sociales</i>	30
2.1.1.9.	<i>Comportamiento de los usuarios en las redes sociales.....</i>	31
2.1.1.10.	Periodismo.....	32
2.1.1.10.1.	Ventajas	35
2.1.1.10.2.	Desventajas.....	36
2.1.1.11.	<i>Que es periodismo local</i>	36
2.1.1.12.	<i>Géneros periodísticos</i>	43
2.1.1.12.1.	<i>Géneros Informativos</i>	44
2.1.1.12.1.1.	<i>La Noticia: no mucho más que una oración simple</i>	45

2.1.1.12.1.2. <i>La crónica: la ilusión del despliegue del tiempo</i>	45
2.1.1.12.1.3. <i>Nota o trabajo de investigación cerrado: la prensa informativa</i>	46
2.1.1.12.1.4. <i>El reportaje</i>	46
2.1.1.12.2. <i>Los géneros de opinión</i>	47
2.1.1.12.2.1. <i>La concepción tradicional del editorial</i>	48
2.1.1.12.2.2. <i>La concepción tradicional del comentario</i>	48
2.1.1.12.3. <i>Géneros de entretenimiento</i>	49
2.1.2. MARCO REFERENCIAL SOBRE LA PROBLEMÁTICA DE LA INVESTIGACIÓN.....	49
2.1.2.1. Antecedentes Investigativos	49
2.1.2.2. Categoría de análisis	51
2.1.3. POSTURA TEÓRICA.....	52
2.2. HIPÓTESIS	54
2.2.1. Hipótesis general	54
2.2.2. Subhipótesis o derivadas	55
2.2.3. Variables.....	55
CAPÍTULO III.- RESULTADOS DE LA INVESTIGACION.....	56
3.1. RESULTADOS OBTENIDOS DE LA INVESTIGACION.....	56
3.1.1. Pruebas estadísticas aplicadas.....	56
3.1.2. Análisis e interpretación de datos.	58
3.2. CONCLUSIONES ESPECIFICAS Y GENERALES	61
3.2.1. Específicas.....	61
3.2.2. General.	61

3.3. RECOMENDACIONES ESPECÍFICAS Y GENERALES.....	61
3.3.1. Específicas.....	61
3.3.2. General.	62
CAPÍTULO IV.- RESULTADOS DE LA INVESTIGACION	62
4.1. PROPUESTA DE APLICACIÓN DE RESULTADOS	63
4.1.1 Alternativa obtenida.....	63
4.1.2. Alcance de la alternativa.....	63
4.1.3. Aspectos básicos de la alternativa.....	63
4.1.3.1. Antecedentes.	63
4.1.3.2. Justificación.....	64
4.2. OBJETIVOS	65
4.2.1. General	65
4.2.2. Específicos	65
4.3. ESTRUCTURA GENERAL DE LA PROPUESTA.....	65
4.3.1. Título.....	65
4.3.2. Componentes.....	66
4.4. RESULTADOS ESPERADOS DE LA ALTERNATIVA.....	94
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	95

ANEXOS

A: Matriz de consistencia del trabajo de la Investigación

B: Ficha de la encuesta aplicada a los estudiantes

C: Fotografía de la Iglesia central de la parroquia San Camilo

D: Fotografía de la socialización del proyecto de Investigación al señor Presidente de la parroquia San Camilo

E: Fotografías de la encuesta realizada a los ciudadanos de la parroquia San Camilo

F: Pruebas estadísticas aplicadas a los habitantes de la parroquia San Camilo

G: Acta de aprobación del Proyecto de Investigación

H: Anexo de sesiones de trabajo tutorial

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 <i>Cuadro de causas y consecuencias de las redes sociales</i>	7
Tabla 2 Detalle de la muestra que se tomó a los habitantes de la parroquia San Camilo .	57
Tabla 3 Las redes sociales Facebook y Twitter afecta al periodismo local.....	58
Tabla 4 Datos de los usuarios que suben información y perjudica al periodismo local...	59
Tabla 5 Noticias deben ser publicadas por los habitantes de la parroquia San Camilo.	60

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Grafico 1 Las redes sociales Facebook y Twitter afecta al periodismo local.....	58
Grafico 2 Datos de los usuarios que suben información sin poseer título de comunicador perjudica al periodismo local.....	59
Grafico 3 Noticias deben ser publicadas por los habitantes de la parroquia San Camilo.	60

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Redes Sociales	13
Figura 2 Pantalla principal	15
Figura 3 Link de ingreso a Facebook	16
Figura 4 Entorno de la red social.....	17
Figura 5 Pantalla de Twitter	20
Figura 6 Twitter y su entorno	23
Figura 7 Cuadro de redes sociales	25
Figura 8 Redes horizontales	27
Figura 9 Periodismo	35
<i>Figura 10</i> Géneros periodísticos.....	44
Figura 11 Portada de la guía didáctica	67
Figura 12 Pantalla principal de Facebook.....	70
Figura 13 Registro de Facebook.....	71
<i>Figura 14</i> Ingreso del código en Facebook	71
Figura 15 Búsqueda de amigos en Facebook	72
Figura 16 Pantalla autorización	72
Figura 17 Búsqueda de amigos en la mensajería	73
Figura 18 Pantalla cuando terminas el perfil.....	73
Figura 19 Información de tu País	74
Figura 20 Información personal	74

Figura 21 Información de teléfono de contacto.....	75
Figura 22 Foto de perfil.....	75
Figura 23 Pantalla de ingreso a Facebook.....	76
Figura 24 Pantalla para realizar un comentario.....	76
Figura 25 Elección de imagen o video	77
Figura 26 Autorizar o negar video	77
Figura 27 Pantalla personalizada de amigos en Facebook.....	78
Figura 28 Ventana para la selección de imagen	78
Figura 29 Pantalla para agregar comentario.....	79
Figura 30 Pantalla de haber subido una fotografía en Facebook	79
Figura 31 Pantalla principal de Twitter.....	81
Figura 32 Cuenta de Twitter.....	82
Figura 33 Configuración de cuenta Twitter	82
Figura 34 Cambiar contraseña.....	83
Figura 35 Contraseña cambiada de Twitter.....	83
Figura 36 Foto de perfil Twitter	84
Figura 37 Selección de tema Twitter.....	84
Figura 38 Configurar Twitter en teléfono móvil	85
Figura 39 Configurar si se desea seguir un usuario.....	85
Figura 40 Ventana de seguidores	86
Figura 41 Cuadro de retweet	86
Figura 42 Cuadro de mensaje directo.....	87
Figura 43 Pantalla de publicación de videos o imágenes	87

Figura 44 Ventana para seleccionar imagen o video en Twitter.	88
Figura 45 Pantalla donde se carga la imagen en Twitter.....	88
Figura 46 Pantalla para que los seguidores lo visualicen o descarguen imágenes, videos en Twitter	89
Figura 47 Análisis de la Ley Orgánica de Comunicación.....	92
Figura 48 Resumen de la guía didáctica.....	93

RESUMEN

Este trabajo de investigación tiene como propósito mejorar el uso de las redes sociales Facebook y Twitter en la parroquia San Camilo, cantón Quevedo, evitando con esto que ciudadanos sancamileños suban información por medio de las redes sociales afectado al periodismo local, y que puedan informarse de manera segura por los medios de comunicación que existe en la parroquia San Camilo. En el marco teórico se fundamentó en la investigación científica - descriptiva, también conocida como la investigación estadística, describe los datos y debe tener un impacto en las vidas de los ciudadanos. Los tipos de investigación que se usaron son del tipo: descriptiva, explicativa, de campo y de caso; la muestra fue la medición y observación debido a gran cantidad de la población. Las técnicas empleadas en esta investigación fueron entrevista, encuestas y observación, las mismas que ayudaron para el desarrollo investigativo. Las fundamentaciones que se han utilizado han sido sociológicas ya que el tema es social y en especial la fundamentación tecnológica que es con la cual se ha elaborado la propuesta del tema. El realizar un sin número de encuestas ha permitido conocer el grado de influencia que tienen los ciudadanos sancamileños cuando suben información por medio de las redes sociales Facebook y Twitter hacia los medios de comunicación locales y esto ha permitido la justificación de la propuesta: Desarrollar una guía didáctica que fomente el buen uso de las redes sociales en la ciudadanía de la parroquia San Camilo.

INTRODUCCIÓN

La presente investigación se realizara en la parroquia San Camilo cantón Quevedo Provincia de Los Ríos, debido a la gran cantidad de información que ingresan personas que cuentan con redes sociales Facebook y Twitter y afecta al periodismo local de la parroquia San Camilo, generando inquietud en la ciudadanía sancamileña.

El interés del tema surge al uso de las redes sociales Facebook y Twitter han afectado directamente en nuestro entorno social, en especial a los medios de comunicación social de la parroquia San Camilo.

La ciudadanía sancamileña, ha cambiado su manera de informarse debido a los usuarios que ingresan información de manera descontrolada lo que ha afectado la forma de relacionarnos con otras personas.

Hoy en día con el uso de las redes sociales Facebook y Twitter hay varias ventajas como desventajas. Una de las ventajas es informar de manera oportuna las noticias que sucedan en un lugar de los hechos, pero también tenemos la desventaja que la información ingresada a través de estas redes sociales sean un montaje o falsa, lo que causaría inconvenientes en el momento de informarse los ciudadanos de la parroquia San Camilo.

En la actualidad las redes sociales Facebook y Twitter se han convertido en instrumentos información de gran importancia a las personas, sin importar el estatus social que actualmente se encuentra, la influencia que estas redes sociales son a nivel mundial y a través de estos provocan conmoción en la población.

Los medios de comunicación locales de la parroquia San Camilo se ha visto en la necesidad de competir con los usuarios de las redes sociales Facebook y Twitter, debido a que no cuentan con páginas de internet como los medios de comunicación nacionales.

En la actualidad la gran mayoría de ciudadanos sancamileños cuenta con el servicio de internet en sus teléfonos móviles, tienen una red local en sus hogares o acuden hasta cyber para acceder a su red social Facebook o Twitter, para informarse o informar de las noticias que se generan en la parroquia San Camilo, para lo cual los medios de comunicación locales tienen que competir con los ciudadanos que de manera incontrolada ingresan información no verificada o contrastada, lo que afecta directamente a los profesionales de comunicación que trabajan para los medios de comunicación en la parroquia.

Las redes sociales Facebook y Twitter logran que los problemas locales en la parroquia San Camilo sean temas sobre los que se hable y debata a nivel global nacional y local, transmitiéndose de forma viral entre la población de todo el mundo; especialmente entre los más jóvenes que siempre están conectados y son muy activos al momento de hacer conocer una noticia a los usuarios de estas redes sociales.

Las redes sociales Facebook y Twitter en la parroquia San Camilo cantón Quevedo se ha convertido en una herramienta potente donde cada usuario manifiesta lo que opina libremente, ya sea con un texto, imagen o vídeo propio, pudiendo ser cada uno los ciudadanos un líder de opinión que comparte contenidos de interés y genera una inteligencia colectiva que deriva en una sociedad más activa y preocupada por sus derechos y por los derechos de quienes les rodean en la población de la parroquia San Camilo cantón Quevedo.

CAPÍTULO I.- DEL PROBLEMA

1.1. TEMA DE INVESTIGACIÓN

Las redes sociales Facebook y Twitter y sus efectos en el periodismo local en la parroquia San Camilo, cantón Quevedo, periodo 2017.

1.2. MARCO CONTEXTUAL

1.2.1. Contexto Internacional

Las redes sociales a nivel internacional han jugado un papel importante dentro de la sociedad es decir que por medios de estas redes se han hecho conocer al mundo acontecimientos suscitados en donde ha sido difícil el acceso a la prensa.

Los usuarios en el campo internacional han influido por medio de las redes sociales, los políticos han utilizado este medio de comunicación para hacer saber sus planes y propuestas de gobernabilidad lo que ha permitido a los usuarios a nivel internacional conocer de los problemas de otras ciudades.

Un claro ejemplo han sido las guerras que han tenido Egipto, por el año 2011, donde las redes sociales jugaron un papel importantísimo en la comunicación y tuvieron cierta influencia con los hechos y acontecimientos que estaba suscitando.

La guerra civil en Siria a partir del 2011, sigue jugando un papel importante de las redes sociales ya que a través de estas se hace conocer de los ataques que sufren la población civil, es así que debido a la gran peligrosidad de esta guerra es muy escasa la información por parte de los medios de comunicación y con la prohibición de imágenes y videos por parte del gobierno Sirio la comunidad internacional se informa por medio las redes sociales.

1.2.2. Contexto Nacional

Según información consultada en internet 3 de cada 10 ecuatorianos acceden a las redes sociales en forma diaria, para revisar sus cuentas utilizando los diferentes navegadores como Facebook, Twitter, WhatsApp, eInstagram desde la llegada de la tecnología al Ecuador.

Los ecuatorianos utilizan sus redes sociales para realizar investigaciones de hechos o acontecimientos que se suscitan en el país. Pero también la utilizan para el estudio, trabajo y conocer nuevos amigos

En la actualidad sea posible observar que gran parte de la población ecuatoriana posee una cuenta en Facebook, Twitter o en alguna otra red social. Y acceden a estas redes por medio de internet en su domicilio, trabajo y cyber, con la única finalidad conocer más personas alrededor del planeta.

La población ecuatoriana ha incrementado el uso de las redes sociales Facebook y Twitter para conocer un sinnúmero de información que se ingresa a cada cuenta personal, pues a través de estas redes sociales se informa la ciudadanía que muchas veces es veraz y otras es falsa.

1.2.3. Contexto Local

Las redes sociales Facebook y Twitter se han convertido en una forma de comunicarse para los ciudadanos de la parroquia San Camilo, la gran parte de estos cuenta con internet para realizar sus publicaciones de acontecimientos que suceden en las calles de la parroquia.

Los medios de comunicación locales en la parroquia San Camilo, cuentan con redes sociales Facebook y Twitter, para medir el grado de sintonía que tiene a nivel local, por no contar con una página de internet debido a los altos costos que esta página representa para los medios de comunicación.

En la actualidad la juventud utiliza estas redes sociales para informarse lo que suceden con otros usuarios o realizar tareas de la escuela, colegio y la universidad, pero en su gran mayoría la utiliza para realizar críticas a usuarios que no son de su agrado y realizar convocatorias en lugares clandestinos para fiestas y actos en contra de la sociedad.

1.2.4. Contexto Institucional

La parroquia San Camilo, perteneciente al cantón Quevedo, provincia de Los Ríos se encuentra ubicado a un costado del río Quevedo y sus primeros habitantes fueron primitivos que utilizan el río como medio de comunicación fluvial entre la costa y la sierra.

Una de las primeras propietarias de las montañosas tierras de la parroquia San Camilo, fue la señora Catalina Estupiñan, quien heredaría de su hijo que había muerto sin tener hijos, por lo que ella heredo dichas propiedades y posterior las vendería a don Camilo Arévalo Rivadeneira.

Es así como nace la parroquia San Camilo, quien en honor a (+) don Camilo Arévalo Rivadeneira, y que gracias a sus arrieros que viajaban con mercadería desde la sierra, para vender o intercambiar con productos producidos en el trópico.

La necesidad de tener un puente de acceso entre el cantón Quevedo y la parroquia San Camilo, impuso a don Camilo Arévalo, a optar por utilizar botes o tarabitas al servicio de la ciudadanía para mejorar el tiempo de traslado entre los dos sectores. Y que posteriormente sería reemplazado los botes y tarabitas por un puente de balsa.

En los años 1940, la parroquia San Camilo, era solo un punto de tránsito para varios comerciantes, hasta que se inició la construcción de la carretera Macuchi, vía que conectaría con la provincia de Cotopaxi, cantón Pujilí. Haciendo realidad la unión de las provincias de Cotopaxi, Los Ríos y Manabí.

En noviembre de 1955, en la presidencia del Dr. José María Velasco Ibarra, se construyó el puente que unió el cantón Quevedo con la parroquia San Camilo, puente que en la actualidad lleva su mismo nombre en honor al ex presidente de la República.

En la actualidad San Camilo se ha convertido en una parroquia con una actividad economía y comercial lo que ha ocasionado que gran parte de su población cuente con internet en el móvil (teléfono) o local en sus hogares y posean cuentas de redes sociales en Facebook y Twitter, y se ha convertido en periodistas ciudadanos y suben todo tipo de información sin contar con conocimientos sobre periodismo.

1.3. SITUACIÓN PROBLEMÁTICA.

Las redes sociales Facebook y Twitter, desde su aparición han llegado a ser de mucha influencia en las personas, porque a través de estos medios las personas se comunican y suben noticias que se generan a diario en la parroquia San Camilo.

La ciudadanía de la Parroquia San Camilo se informa por estas redes sociales sin saber la desinformación que pueden existir al utilizar estos medios de comunicación porque las personas que publican no tienen un título profesional para saber que la información no influirá en el comportamiento de las personas en la parroquia.

Los medios de comunicación local se han visto en la necesidad de implementar plataformas virtuales para hacer conocer las noticias que suceden en la parroquia San Camilo, a fin de estar al día en la información y ganar seguidores en sus estaciones de radio y televisión o prensa escrita.

Actualmente en la parroquia San Camilo, no existe canales de televisión lo que sí existe son: tres canales de televisión “Ondas Quevedeñas”, “Rey Televisión”, “Queteve” en el cantón Quevedo, que no cuentan con una página en internet lo cual dificulta que la ciudadanía de la parroquia se informe de fuentes confiables y solo cuenta con Facebook, Twitter y otras redes sociales.

Tabla 1 Cuadro de causas y consecuencias de las redes sociales

Causas	Consecuencias
Falta de control en las redes sociales	Desinformación de los usuarios de las redes sociales
Falta de comunicación de los medios locales de información	Incremento de personas que ingresan información sin tener conocimientos de periodismo.
Usuarios que no tiene control en sus cuentas de las redes sociales y suben información	Alteraciones en la información que exista en las redes sociales.
Facilidad en el acceso a la redes sociales	Usuarios inescrupulosos hagan mal uso de la información

Datos obtenidos en el campo (elaboración propia)

1.4. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.4.1. Problema general

¿De qué manera influye las redes sociales Facebook y Twitter en el periodismo local en la parroquia San Camilo, cantón Quevedo?

1.4.2. Subproblemas o derivados

- ¿Cómo afecta al periodismo local la información ingresada a través de las redes sociales Facebook y Twitter a la ciudadanía de la parroquia San Camilo?

- ¿Cómo índice la información a través de las redes sociales Facebook y Twitter, en la parroquia San Camilo, cantón Quevedo?
- ¿Cómo influye el comportamiento de los ciudadanos en la parroquia San Camilo, por la información que se genera a través de las redes sociales Facebook y Twitter?

1.5. DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

El presente proyecto investigativo se encuentra delimitado de la siguiente manera:

Delimitador espacial: El presente proyecto de investigación se efectuó en la parroquia San Camilo, cantón Quevedo, Provincia de Los Ríos.

1.5.1. Área

País: Ecuador

Región: Costa

Provincia: Los Ríos

Cantón: Quevedo

Parroquia: San Camilo

1.5.2. Campo de acción

- Comunicación Digital.

1.5.3. Objeto de estudio

- Comportamiento cultural ciudadanía de la parroquia San Camilo.

1.5.4. Lugar de investigación

- Parroquia San Camilo, cantón Quevedo

1.5.5 Sub-línea de investigación

- Comunicación Digital.

1.6. JUSTIFICACIÓN

Con el presente estudio se pretende demostrar cómo influye las redes sociales Facebook y Twitter y la situación actual que atraviesa el periodismo local en la parroquia San Camilo, cantón Quevedo, porque gran parte de su población tiene una cuenta con una red social y suben todo tipo de información desconociendo las consecuencias que podría causar este tipo de información.

Por esto el periodismo local se ha visto en la necesidad de competir con los ciudadanos de la parroquia San Camilo, con la única diferencia es que las noticias generadas por estos medios son verificados y contrastados por profesionales y actualmente todo medio de comunicación cuenta con las redes sociales Facebook y Twitter para conocer más a fondo los problemas que existen en los diferentes sectores de la parroquia San Camilo.

Para incentivar a la ciudadanía de la parroquia San Camilo, cantón Quevedo, el uso adecuado de las redes sociales Facebook y Twitter, sea en forma adecuada al momento de subir una información se hará conocer la actual Ley Orgánica de Comunicación, para que los ciudadanos no tengan inconvenientes con terceras personas porque se sientan heridas en su susceptibilidad.

La presente investigación tiene como objetivo beneficiar a los medios de comunicación local en la parroquia San Camilo y la ciudadanía sancamileña, debido a que la información ingresada por los usuarios de las redes sociales Facebook y Twitter sea verídica y contrastada por profesionales en la comunicación y no genere conmoción a los ciudadanos sancamileños.

Después de este estudio se pretende disminuir el ingreso de información por parte de los usuarios a las redes sociales Facebook y Twitter, con la finalidad que los medios de comunicación locales en la parroquia San Camilo del cantón Quevedo, sean los indicados en hacer conocer la información a los ciudadanos sancamileños.

1.7. OBJETIVOS

1.7.1. Objetivo general

Conocer la influencia de las redes sociales Facebook y Twitter en el periodismo local en la parroquia San Camilo, cantón Quevedo.

1.7.2. Objetivos específicos

- Detectar las causas porque las redes sociales Facebook y Twitter, afecta al periodismo local.
- Demostrar el tipo de información que se difunde a través de las redes sociales Facebook y Twitter afecta en el comportamiento de la ciudadanía en la parroquia San Camilo.
- Desarrollar una guía didáctica que fomente el buen uso de las redes sociales a los ciudadanos de la parroquia San Camilo.

CAPÍTULO II.- MARCO TEÓRICO O REFERENCIAL

2.1.MARCO TEÓRICO

2.1.1. Marco conceptual

En ésta parte de la investigación se define el marco conceptual de los diferentes términos utilizados:

2.1.1.1.Redes Sociales.- Definición

Citando el material del curso de AOL Formación, Comunicación las redes sociales, entenderíamos éstas como “aquellos medios sociales que constan de correo electrónico y protocolos similares para poder enviar mensajes a otros amigos o contactos de la red social; mensajería instantánea para poder comunicarse con los demás usuarios en tiempo real, de forma similar a los chats; herramientas para poder compartir, bajar o visualizar información, ya sea enlaces, fotos, vídeos, música o información sobre algún perfil; agregación de comentarios personales que permiten a los usuarios expresarse sobre algún tema, indicar el estado de ánimo, contestar a comentarios de otros usuarios, etc. son herramientas similares a los blogs; agregación de contactos e invitaciones a la red; Gestión de perfil con la posibilidad de personalizar nuestra información personal y profesional incluyendo también la gestión de la visibilidad y privacidad de la información tanto del perfil como aportada por el usuario; aplicaciones proporcionadas tanto por la propia red, como por terceros: juegos, utilidades, educación, humor(Rufí, 2012, pág. 65).

Se puede concluir que según Rufi, las redes sociales tienen un correo electrónico y se utiliza para enviar mensajes a amigos, sirve como enlace para comunicarse con otros usuarios, mediante una herramienta del chat, se puede compartir mensajes, videos en tiempo real, en el cual a través de su perfil los usuarios pueden expresar su estado de ánimo.

Las redes sociales se las pueden acceder a través de un computador, teléfono móvil o cualquier dispositivo electrónico inteligente que permita el uso navegación en internet siempre cuando el usuario realizan la creación de una cuenta, en una de las diferentes redes sociales disponibles en la web.

En la presente investigación hablaremos de las dos redes sociales más populares como es **Facebook y Twitter**, que en la actualidad se han convertido en el pilar fundamental de la comunicación para los usuarios de todo el mundo, porque a través de estas se publica todo tipo de información que se genera a diario.

Las redes sociales son para comunicarse entre personas de varios lugares, para enviar, mensajes, videos, información, fotos y música. Permite realizar comentarios personales y comentar de otras cuentas, se puede buscar contactos de otros usuarios, sirve como medio de enlace para conocer información o noticias que sucedan en otras partes.

Las redes sociales entre actores y grupos de interés están recibiendo cada vez más atención en los estudios sobre la gestión de los recursos naturales, especialmente en los que se refieren a la gestión adaptativa basada en diferentes formas de participación y cogestión. Las redes sociales se han concebido principalmente como recursos que habilitan la colaboración y la coordinación entre diferentes actores(Bodin, 2017).

Las redes sociales para la sociedad se ha convertido en indispensable, para la convivencia ciudadana es así que son parte adaptativa de la personalidad de cada uno de los seres humanos lo que ha llevado que estén comunicándose en forma permanente.

Las redes sociales tienen un enorme atractivo en el aspecto personal y de relación por parte del que la usa. Por este motivo, cuanto mayor sea el número de participantes más atracción genera en los alumnos al poder estar en contacto directo con sus profesores, sus amigos y compañeros de otros cursos a los que quizás conozcan de vista pero con los que no ha hablado nunca. Esto permite crear un ambiente de trabajo favorable que es uno de los motivos directos del éxito de la redes sociales(TRAVERSO, 2010).

Visto esto las redes sociales se han convertido en parte esencial para la comunicación entre personas por la necesidad de conocer a otras personas sin la necesidad de estar frente a frente y solo con el uso de los medios tecnológicos que nos permite estar conectados a las redes sociales más populares.

Las redes sociales desde el punto de vista laboral han tenido gran realce porque a través de ellas se puede publicar ofertas de trabajo así como avisos de personas que solicitan trabajar y no cuentan con un trabajo estable o a su vez ofertan servicios que puede ser de gran necesidad para otros usuarios.

Figura 1 Redes Sociales



Fuente: Google imágenes

¿Quién creó las redes sociales?

La empresa Macroview, es la pionera de las redes sociales y surgió por el año de 1997, con el nombre de Six Degrees.com y se podía realizar perfiles de usuarios y listas de amigos.

De a poco han ido apareciendo varias redes sociales como Hi5, Friendster, Tribe o Myspace, mejorando sus aplicaciones en la comunicación entre personas que estén registradas en estas redes sociales.

El navegador Google en el 2004, lanzo su propia red social Orkut, apoyando a uno de sus empleados que realizaba experimentos. En el mismo año nace Facebook, red social que convirtió en éxito en Internet.

En 2006, se crea Twitter, red social que permite en muy pocas palabras expresar ideas o experiencias transmitiendo en tiempo real y que en la actualidad en la segunda red social más utilizada en el mundo.

2.1.1.2.Facebook

Facebook es un servicio gratuito que permite conectar a las personas en internet. Si somos usuarios registrados en su página web, podremos gestionar nuestro propio espacio personal: crear álbumes de fotos, compartir vídeos, escribir notas, crear eventos o compartir nuestro estado de ánimo con otros usuarios de la red (Aula Clic, 2010, pág. 1).

Facebook un servicio gratuito para la población mundial la cual permite hacer amigos, compartir imágenes, música, información desde los teléfonos móviles o CPU, siendo esta red social una de más utilizada a nivel mundial.

Es una aplicación que tiene varias aplicaciones lo que permite la interactividad de los usuarios desde sus teléfonos móviles por lo que Facebook ha crecido de manera inesperada el uso de esta red social.

Figura 2 Pantalla principal



Fuente: Red social de Facebook
Elaborado por: KleberChicaiza Cajas.

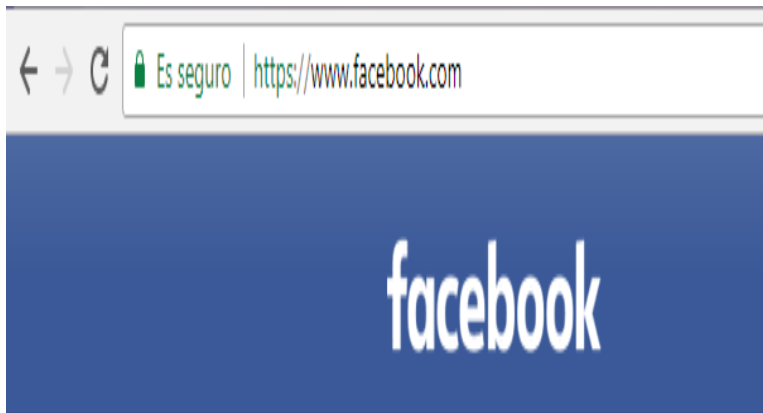
Desde la aparición de la red social Facebook, la comunicación de las personas ha mejorado porque a través de esta se ha podido conocer a otras personas de diferentes nacionalidades, culturas y tradiciones lo que ha mejorado la comunicación.

Facebook nos incentiva para que nos hagamos amigos de todo el mundo que nos encontremos (con un límite, claro: 5.000 amigos), pero según un informe de la University of Edinburgh Business School, cuantos más amigos tengamos, más estresados nos sentiremos. La razón es simple: sentimos que tenemos más posibilidades de meter la pata y ofender a alguien con nuestros mensajes o con la exhibición de nuestro comportamiento(Lasso, 2013).

Facebook ha facilitado la comunicación entre las personas y la forma de hacernos amigos pero estudios realizados en la “University of Edinburgh Business School”, demuestra que puede llegar a causar enfermedades por la necesidad de tener amigos y el estrés que esto causa porque puedes dañar la susceptibilidad a un amigo por un comentario.

Para el acceso a la página de Facebook se realiza a través de: www.facebook.com en unos de los navegadores como: Google. Internet Explorer, Mozilla Firefox etc.

Figura 3 Link de ingreso a Facebook



Fuente: Red social de Facebook

2.1.1.3. Que es la red social Facebook

Según Wikipedia (compañero de clase de Facebook en la web 2.0), el sitio toma su nombre de la lista con nombre y fotografía de los alumnos que muchas universidades entregan estudiantes de primer curso, con la intención de ayudarlos a que conozcan más entre sí, pero no se queda ahí la tan cuestionada enciclopedia virtual y agrega que: “Facebook es un sitio web de redes sociales creado por Mark Zuckerberg. Originalmente era un sitio para estudiantes de la Universidad de Harvard, pero en la actualidad está abierto a cualquier persona que tenga una cuenta de correo electrónico. Los usuarios pueden participar en una o más redes sociales, en relación con su situación académica, su lugar de trabajo o región geográfica (Faerman, 2009).

La red social Facebook fue creada con la finalidad de comunicarse con amigos pero se ha ido convirtiendo en una fuente de información en educación, trabajo y sociales, para todas las generaciones en el mundo con la única finalidad de mantenernos informados de los acontecimientos que sucedan en el planeta tierra.

Facebook en la actualidad se ha convertido en una herramienta de comunicación importante para la humanidad porque no solo se puede hacer amigos también se puede conocer información de acontecimientos que suceden en diferentes partes del mundo basta con compartir la información. Pero a su vez peligrosa porque no se conoce a los usuarios que están en sus cuentas y pueden incentivar a causar cosas que afectaría a la población cibernautita.

Figura 4Entorno de la red social



Fuente: Red social de Facebook

Facebook en la actualidad cuenta con 70 millones de usuarios activos y su presidente MarckZuckerberg, obtuvo un ingreso de 8.800 millones durante un semestre del año 2016, además Facebook se ha convertido en una de las redes sociales más utilizada en los teléfonos móviles ya que posee 1230 millones de usuarios diarios.

2.1.1.3.1. Ventajas

- Facebook nació con la idea de intercambiar información entre uno y varios usuarios.
- Que sirve como un álbum para cada usuario y se lo puede guardar para siempre.

- Tiene gran probabilidad de encontrar a un amigo o compañero de clase.
- Los negocios puede promocionarse.
- Podemos realizar chat con cualquier usuario que esté conectado.
- Nos permite entretenernos con las diferentes opciones que tiene Facebook.
- Facebook es la red más popular de las redes sociales.

2.1.1.3.2. Desventajas

- Facebook te limita el número de seguidores.
- El momento de solicitar un trabajo puede perjudicar tu vida laboral por las investigaciones que realizan el jefe de talento humano.
- Pueden tener acceso a tu información porque el momento que aceptas los términos y condiciones que Facebook te solicitan.
- Se ha vuelto adictiva por la utilización de los teléfonos móviles.
- Fácil para realizar estafas.
- Se puede realizar suplantaciones de identidad de los usuarios.
- Facebook no controla los comentarios de otros usuarios.

2.1.1.4. Twitter

Twitter es una red social cuya principal característica es que solo permite publicar mensajes cortos (140 caracteres). De ahí que también se le denomine nanoblogging o microblogging ya que, a diferencia de los blogs, permite ir más “al grano” a la hora de publicar contenidos (Soto, 2013).

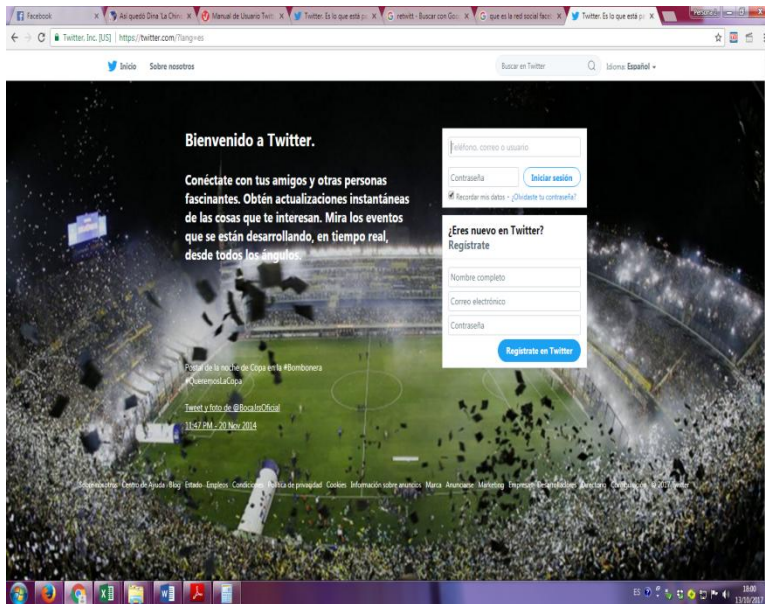
Twitter una herramienta que permite comunicarse de forma rápida y oportuna a la hora de publicar contenidos y permite realizar abreviaturas al momento de realizar comentarios o publicaciones para la vista de otros usuarios.

La primera es que la opinión pública reflejada en la red social Twitter ha demostrado componer su agenda temática en torno a dos líneas distintas. Ha quedado probado que los usuarios están interesados tanto en la realidad más actual, aquella que suelen recoger los medios de comunicación, como en otro tipo de cuestiones más ligadas a la propia naturaleza de Twitter y al entretenimiento. En este último sentido se ha advertido una predisposición especial de los internautas a participar en temas colectivos con el objetivo de otorgarse visibilidad a sí mismos y de interactuar con usuarios de intereses y opiniones similares, sobre todo en lo que a música se refiere (García, 2014).

Twitter en la actualidad permite interactuar con varios usuarios y en especial a los periodistas por la forma rápida para dar a conocer un acontecimiento o un suceso que está pasando en un sitio, además permite el intercambio de videos, imágenes y música.

Para el ingreso de Twitter se lo realiza a través de: www.twitter.com, por medio de navegadores Google, Internet Explorer, Mozilla Firefox etc.

Figura 5 Pantalla de Twitter



Fuente: Red social Twitter

2.1.1.4.1. Ventajas

- No se puede utilizar muchos caracteres.
- Es un ahorro de tiempo por los cortos mensajes.
- Por los pocos caracteres te permite tener creatividad en sus mensajes

2.1.1.4.2. Desventajas

- Falta de información.
- Por la falta de caracteres tienes que realizar varios Twists.
- Hay muchos que piensa que los 140 caracteres es suficiente por la falta de información.

2.1.1.4.3. Ventajas de los seguidores

- Te permite decidir quien ve tus publicaciones y si deseas ver publicaciones.
- Puedes organizar tu información.

2.1.1.4.4. Desventajas de seguidores

- Se considera perdida de familiaridad

2.1.1.4.5. Ventajas Hasthags

- Búsqueda de información rápida.
- Los Hasthags pueden ser leído por más personas.

2.1.1.4.6. Desventajas Hasthags

- Hacen mal uso del Twitter.

2.1.1.4.7. Ventajas Retweets y favoritos

- Puede llegar a muchos seguidores
- Se puede almacenar y obtener la información cuando lo necesites.

2.1.1.4.8. Desventajas Retweets y favoritos

- Puede generar efectos contrarios por los retweets y favoritos

2.1.1.5. *Que es la red social Twitter*

Twitter fue originalmente diseñado como una plataforma Web para facilitar la circulación de mensajería entre grupos. Se trataba de que el usuario pudiera enviar un SMS a una cuenta para que fuera publicado en la Web y además fuera distribuido a otros usuarios que quisieran recibir las actualizaciones mediante SMS(Orihuela, 2011).

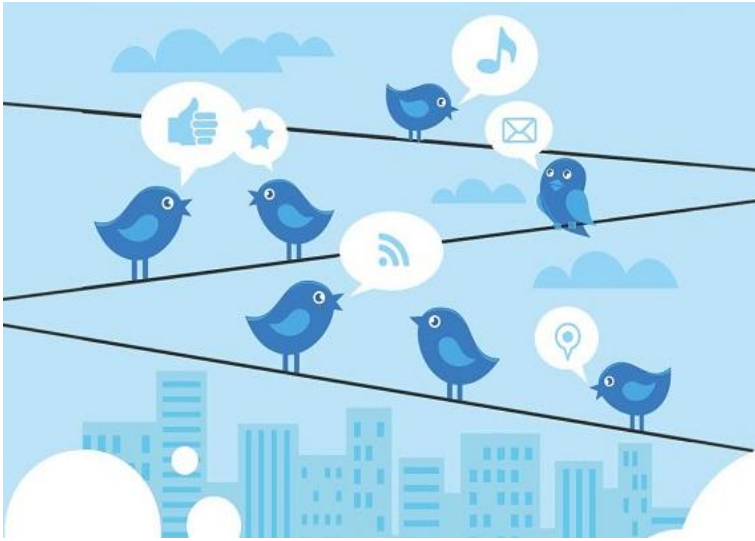
Twitter red social diseñada para comunicarse entre amigos con la finalidad de conocer lo que la otra persona está haciendo y pueda compartir información con usuarios y a vez restringir la información que no se desee publicar.

Twitter te permite chatear en tiempo real con tus amigos o seguidores con breves mensajes desde tu usuario con una simple preguntas ¿hola? Para que el otro usuario te responda, debido a la gran facilidad de enviar y retwittear mensajes.

Twitter es un servicio que permite compartir pensamientos información, enlaces, etc., con cualquier usuario web, así como comunicarse directamente, de forma privada o pública, con otros usuarios Twitter. Esto quiere decir que Twitter es una red social y un blog a la vez. Por un lado, permite crear comunidades de usuarios interconectados, permite que un grupo de personas compartan unos intereses comuniones; esto es, una red social. Pero por otro lado, permite que el contenido creado por los usuarios de Twitter pueda ser visto, de una forma abierta, por cualquier usuario web; lo que significa que se parece mucho a un blog(Carballar Facón , 2011).

Red social Twitter que nos permite comunicar con muy pocos caracteres siendo que es utilizado principalmente por los periodistas y personas que desean hacer conocer una noticia, por la rapidez que llega la información a los usuarios.

Figura 6 *Twittery su entorno*



Fuente: Red social Twitter

2.1.1.6. Diferencias entre Facebook y Twitter

Twitter se ha convertido en la red favorita de los periodistas para usos profesionales. Así lo afirma un estudio de la “Universidad Carlos III de Madrid”. El principal uso de la red es la distribución de contenidos, seguida de la investigación de tendencias, <viralizar> las informaciones del medio en el que trabajan. Por el contrario, un porcentaje muy pequeño de ellos la utilizan para investigar (Silva , 2012).

Desde la aparición de las redes sociales Facebook y Twitter, han sido generadores de influencias lo que llevado a una competencia entre las dos empresas a fin de conseguir seguidores, mejorando el servicio para sus usuarios.

Facebook es considerada una red social por la promoción de publicidad que ofrece en página mientras que Twitter es una red social basada en la promoción de contenidos y que puede ser viralizada muy fácilmente por los tuits de los seguidores.

Twitter cuenta con un grupo de seguidos específicos por su facilidad en comunicación y sus seguidores oscilan entre las edades de 20 a 45 años, mientras que Facebook cuenta con todo tipo de usuarios sin distinción de edad por tratarse de una red que permite realizar comentarios y limitar el número de amigos y usuarios.

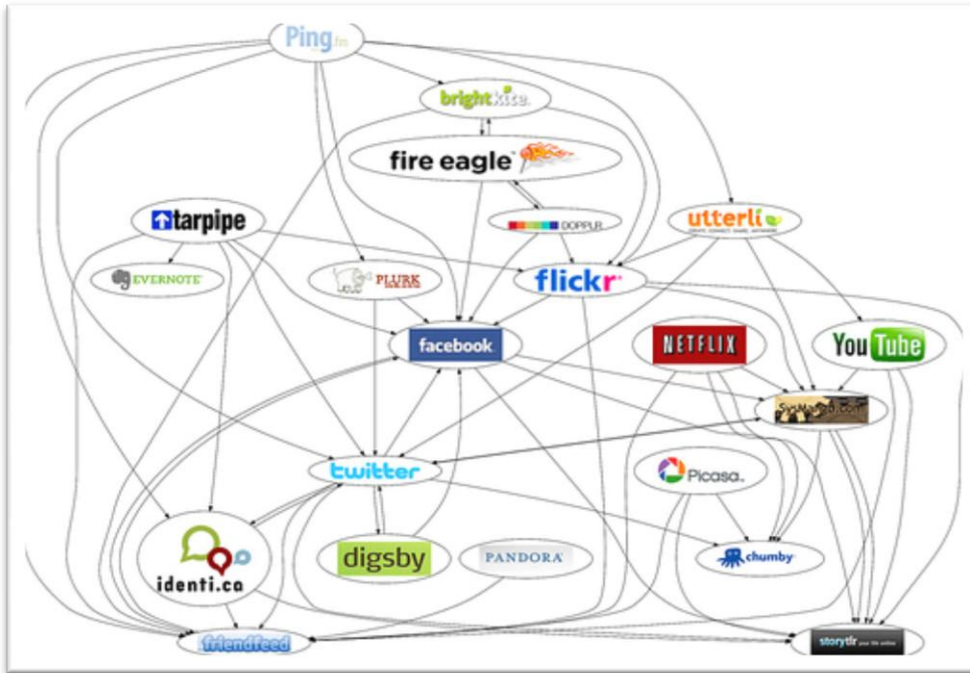
En la actualidad no existe muchas diferencias entre Facebook y Twitter pero a continuación las detallamos:

- Facebook es más popular que Twitter.
- Facebook le dan el título de red social y a los usuarios les denominan amigos o fans
- Twitter permite realizar chat de manera privada.
- Twitter la denominan red de contenido y los usuarios la denominan seguidores.
- Facebook es muy fácil su manejo del aplicativo.
- Twitter puede convertirse en un problema en el momento de enviar mensajes sino se conoce su manejo.

2.1.1.7. Clasificación de las redes sociales.

Teniendo en cuenta la dimensión social de las redes, la primera clasificación que podríamos hacer sería distinguir entre: redes sociales off-line o analógicas, sin la intermediación de un aparato o sistema electrónico; redes sociales on-line o digitales, a través de medios electrónicos; y redes sociales mixtas, mezcla de los dos tipos anteriores (Ponce, 2012).

Figura 7 Cuadro de redes sociales



Datos obtenidos en el campo (Imagen de ButchLebo ;@flickr)

En resumen existen varios tipos de redes sociales que nos comunican todos los días y a continuación detallo:

- **Redes sociales horizontales.**
- **Redes sociales verticales.**
- **Redes sociales por temática.**
- **Redes sociales por actividad.**
- **Redes sociales con contenido compartido.**

En consecuencia cada uno de estos tipos de redes sociales brindan un servicio a la sociedad, el de comunicarse mutuamente para conocer algún hecho o suceso en cualquier parte del mundo.

2.1.1.7.1. Redes sociales horizontales

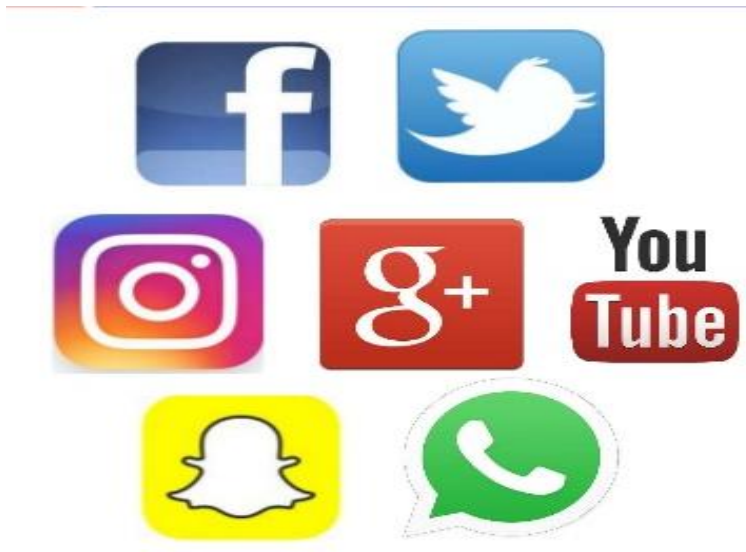
“Las redes sociales horizontales no tienen una temática definida, están dirigidas a un público genérico, y se centran en los contactos anteriores”(Ponce, 2012). Estas redes tiene como finalidad relacionar a la personas con las características de crear un perfil, generar listas de contactos y compartir información.

Dentro de las redes sociales horizontales se encuentra:

- **Facebook.** Red social gratuita creada por Mark Zuckerberg, en 24 de febrero del 2004, en Estado Unidos.
- **Hi5.** Lanzada en 2003 y fundada por RamuYalamanchi.
- **MySpace.** Lanzada en el agosto del 2003.
- **Orkut.** Lanzada en enero del 2004, y el promovida por “Google”.
- **Sónico.** Lanzada el 28 de Julio del 2007, línea totalmente gratis para todos los usuarios.
- **Tuenti.** Inaugurada en enero de 2006, y es una de la paginas más utilizadas en España.
- **Bebo.** Esta red social, fundada en 2004, tiene por nombre el acrónimo de "Blog Early, Blog Often".
- **Netlog.** Fundada en julio del 2003 por Lorenz Bogaert y ToonCoppens.

- **Google+.** Lanzada el 28 de julio del 2011, siendo esta una de las redes sociales más importantes de España.
- **Badoo.** Fundada el 14 de noviembre en 2006, por AndreyAndreev.

Figura 8 Redes horizontales



Fuente: Google imágenes

2.1.1.7.2. Redes sociales verticales

Dentro de las redes sociales hay una tendencia hacia la especialización. Aunque las redes sociales verticales ganan diariamente miles de usuarios, otras tantas especializadas se crean para dar cabida a los gustos e intereses de las personas que buscan un espacio de intercambio común(Ponce, 2012).

Las redes sociales verticales tienen como objetivo ganar usuarios a través de publicaciones de moda o viajes lo que conlleva a tener un gran número de seguidores y se clasifican en temáticas y por actividad.

Las redes sociales verticales conocidas también como redes de nicho por su gran aceptación en la comunidad cibernautita por eso que ha crecido de forma importante. Para lo cual describiremos cada una de esta redes verticales:

- **Las redes sociales verticales profesionales:**Estas sirven para las comunicaciones de profesionales es muy recomendable para las empresas que requieran buscar personal.
- **Redes sociales verticales de Ocio:** Estas redes se utilizan para la recepción de los hoteles para las personas cuando se hospedan en los hoteles y en las salas de los aeropuertos.
- **Redes sociales verticales mixtas:**Este tipo de redes ofrece servicio a personas y empresas siempre y cuando están las requieran.

2.1.1.7.3. Redes sociales por temática

Las redes temáticas está experimentado ahora su auge en la Red, pero surgieron hace bastantes años, de hecho antes que las redes tengan el éxito como MySpace o Facebook. Simplemente su especialización ha hecho que su repercusión mediática haya sido menor. Ning (ning.com) fue pionera en facilitar la tecnología para que usuarios de cualquier nivel pudiesen crear cuentas sus propias redes sociales de forma gratuita(Menor & Somkabcharti, 2009).

Al paso de los años las redes temáticas han ido mejorando por el avance tecnológico, pero esto no quiere decir que no haya existido este tipo de comunicación, lo que ha hecho es facilitar el éxito de Facebook y Twitter.

A continuación de detalla los campos en los cuales han mejorado la comunicación por temática:

- **Profesionales.** (negocios y actividades comerciales).

- **Identidad cultural.** (mantener su identidad cultural).
- **Aficiones.** (actividad de ocio o tiempo libre).
- **Movimientos sociales.** (la justicia social y la sostenibilidad).
- **Viajes.** (facilidad para viajar o viajes y el desarrollo de los viajes).
- **Otras temáticas.** (aprendizaje de idiomas y talentos artísticos).

2.1.1.7.4. Redes sociales por actividad

- **Microblogging.** (envío y publicación de mensajes breves de texto).
- **Juegos.** (jugar y relacionarse con otras personas).
- **Geolocalización.** (posicionamiento con el que se define la localización de un objeto).
- **Marcadores sociales.** (almacenar y clasificar enlaces para ser compartidos con otros y, así mismo).
- **Compartir objetos.** (comparten contenidos diversos como vídeos, fotografías o noticias).

2.1.1.7.5. Redes sociales por contenido compartido

- **Fotos.** (almacenar, ordenar, buscar y compartir fotografías).
- **Música.** (escuchar, clasificar y compartir música).
- **Vídeos.** (almacenamiento de vídeos).

- **Documentos.** (documentos de todo tipo en formatos diversos).
- **Presentaciones.** (documentos, el trabajo colaborativo y la participación).
- **Noticias.** (compartir noticias y actualizaciones).
- **Lectura.** (opiniones sobre libros o lecturas).

2.1.1.8. Beneficios de la comunicación en las redes sociales

Para poder responder a esta pregunta veamos los beneficios que podemos tener como consecuencias de ser miembros activos en una o varias redes sociales. Si alguno de ellos nos conviene lo mejor será no dudar para usarlas. En cambio, si no nos interesan lo mejor es no complicarse la vida. En este sentido, hay que pensar que las redes sociales tiene un problema importante: están pensadas para que sus propietarios sean los beneficiados de nuestra actividad. Es por este motivo, que es importante que tengamos muy claro nuestro beneficios (Pavón Besalú, 2012, pág. 41).

Los beneficios de las redes sociales en la comunicación son muchas ya que gracias a estas las personas se comunican y comparten información de casos importantes acontecidos en lugares de difícil acceso para las personas. A continuación se detalla sus beneficios.

- **Aumenta nuestra visibilidad.** (implica ser más visto algo de nosotros o lo que queramos).
- **Facilita en newtworking.** (reúne a miles o millones de personas hace que sea más fácil ponerse en contacto con otras personas).

- **Es un buen apoyo para encontrar trabajo.-** (proporcionan trabajos pero nos pueden facilitar la búsqueda).
- **Facilita la comunicación y la interacción.-** (nuevos canales de comunicación que nos permiten estar en contacto con amigos y conocidos).
- **Pasar a formar parte de una comunidad o grupo de presión.-** (ideal para compartir conocimientos con personas que tienen nuestras mismas aficiones o intereses).
- **Una buena forma para estar al día.-** (Las noticias de cualquier cosa que nos interese puede estar a nuestro enlace en tiempo real).
- **Es una forma de entretenimiento.-** (amplía considerablemente su oferta tradicional).
- **Nos permite actualizar conocimientos.-** (buena forma de aprender y ponerse al día en bastantes temas).
- **Es una oportunidad para las empresas.-** (contacto directo con los clientes, conocer sus gustos y sus opiniones sobre productos y servicios).

Los beneficios de la comunicación en las redes sociales Facebook y Twitter, son que los usuarios pueden mejorar las ventas, permite que se conozcan con miles o millones de personas por internet vía telefónica con la finalidad de estar al día en la información, entretenimiento y actualizar conocimientos en forma personal a nivel empresarial.

2.1.1.9. Comportamiento de los usuarios en las redes sociales

A la hora de establecer estos parámetros debes valorar también que los usuarios de Internet no leemos, sino que escaneamos la información. Piensa cuántas veces has leído sobre la pantalla de tu computador un artículo o un documento de varias páginas. Lo normal es que no lo leamos

completo o tengamos que imprimirlo, por lo tanto, habrá que realizar el diseño de la web pensando en hacerlo lo más visual posible utilizando los textos necesarios y justos, como titular y una breve descripción, de tal manera que invitemos al visitante a leer ese texto y no lo expulsaremos a la hora de entrar en tu página(Merodio, 2016).

Como podemos investigar los usuarios en las redes sociales no leen lo que se publica más bien se dedican a observar y realizar comentarios discriminatorios de las informaciones encontradas en estas redes sociales afectando la susceptibilidad de los usuarios que generan la información porque no existe una manera de controlar los comentarios que se realizan otros usuarios.

Forrester clasifica a los usuarios de la Web social en varias categorías en función de su actitud y comportamiento interaccionando con las aplicaciones de la Web 2.0, así hay usuarios que son creadores de contenidos, esto es, que contribuyen activamente en aquellas comunidades en las que participan ya sea creando artículos o sencillamente comentando en los artículos de otros, votando o clasificando los contenidos. Desde la categoría más activa hasta el usuario pasivo, tenemos toda una serie variada de comportamientos que sirven para valorar la evolución de la web social(Marín de la Iglesia, 2010).

Como podemos describir en la actualidad existe varios tipos de navegadores, hay usuarios que contribuyen con contenidos como por ejemplo haciendo una investigación y luego la suben para beneficio de los cibernautas. Pero también existen usuarios que solo se dedican a subir información falsa causando malestar a otros usuarios de la Web.

2.1.1.10. Periodismo

El concepto del periodismo es el mismo en cualquier época y se define por valores universales como verdad, independencia, equilibrio, responsabilidad, pero adquiere diferentes lenguajes y formas de expresión a la hora de presentar las noticias en Internet, como su formato digital, el uso del hipertexto, la actualización permanente, la integración de elementos multimedia, la interactividad y la posibilidad de personalizar los contenidos(Cabrero Rubio, 2005, pág. 21).

Según Cabrero Rubio, el periodismo como en todas las épocas debe tener valores de responsabilidad, independencia, libertad de expresión, veracidad en los diferentes artículos que se emitan en los medios de comunicación para tener credibilidad ante los usuarios.

El periodismo es una ciencia de comunicación, sistemática para recabar información pública o social a fin de difundir en los medios de comunicación masivos, aunque el solo hecho que una persona realice difusiones por cualquier medio por el lapso de tres es considerado un periodista.

El periodismo se clasifica en:

1. Según el medio de comunicación que utilice: Es decir lo puede hacer a través de cualquier medio tecnológico que existe en la actualidad.

- **Periodismo gráfico:** Donde se utiliza la fotografía como medio de comunicación para captar el momento que sucede la noticia. Los periodistas que utilizan este medio son más conocidos como los paparazzi.
- **Periodismo audiovisual:** Es lo que conocemos como la televisión y es dirigida por un profesional periodista que habitualmente los difunde en noticieros en forma periódica durante el día donde hace conocer temas como económicos, políticos, deportes y otros.
- **Periodismo radiofónico:** Este periodismo se lo realiza a través de la radio y es el medio que mayor incidencia tiene por lo barato que es llegando a una gran cantidad de personas que escuchan sin dejar de realizar sus labores diarias.
- **Periodismo escrito:** Este se lo realiza por medio de periódicos y revistas, la tipografía del texto es de acuerdo a lo que se quiere comunicar, la única desventaja de este tipo de periodismo es que no llega en forma inmediata.

- **Periodismo cibernético:** Este se lo realiza con la utilización de todos los medios disponibles en la web, blogs, y puede ser visualizada en forma inmediata para el público sin la necesidad de imprimir y tiene la ventaja de poder corregir en caso de fallas en la redacción.

2. Según el tipo de información.

- **Periodismo deportivo:** Se lo realiza en el campo deportivo, puede ser local, nacional, e internacional de todo lo acontecido en el mundo del deporte.
- **Periodismo de espectáculos:** Este se refiere a las notas periodísticas a famosos y en su gran mayoría lo realizan sobre la vida privada de actores, también se hace conocer sobre actos culturales que se realizan en determinados sectores.
- **Periodismo de investigación:** Es aquel hecho que se requiere se profundice y se lo debe hacer recabando información de varias fuentes para corroborar la información estas investigaciones se las realiza en temas políticos, económicos, ambientales y sociales.
- **Periodismo informativo:** Este tipo de periodismo se refiere a temas de interés general para una población y necesariamente el periodista debe responder a las preguntas: ¿Qué, dónde, cuándo, quién, y cómo se ha dado los hechos noticiosos?
- **Periodismo alternativo:** Este se refiere a las noticias que no se genera en los medios de comunicación y por lo general existe denuncias por la ciudadanía, comunidad, o sector que desea se haga público para llegar a la atención de las autoridades.

Figura 9 Periodismo



Fuente: Google imágenes

2.1.1.10.1. Ventajas

- Formar opiniones sociales, políticas y culturales.
- Serás un paso de información veraz.
- Ayudarás en problemas o conflictos que se generen en tu sector o lugar de trabajo.
- Tienes la libertad de expresión amparado en la Constitución de la República del Ecuador.
- Trabajarás en lo que más te gusta radio, prensa o televisión.
- Responsable en la información que estas transmitiendo.
- Hacer amistad con la sociedad y lugar de trabajo.
- Viajar a lugares con la finalidad de tener la primicia en una noticia.

- Mediar entre las autoridades de turno y el pueblo en caso de controversia.
- Poder decir opiniones sabiendo que los usuarios esperan tu opinión.

2.1.1.10.2. Desventajas

- No es una profesión bien remunerada.
- Constantes amenazas a los periodistas investigadores que buscan la verdad.
- Varias personas desconfían de los periodistas porque piensan que son deshonestos.
- La responsabilidad de transmitir información falsa o verdadera a la sociedad.
- Estar al frente de la sociedad y puedes ser juzgado por las personas.
- Perder tu credibilidad por haber comunicado información falsa.
- Trabajar en prensa escrita te obligan los dueños de los medios a escribir de acuerdo a la postura del medio.
- Ser sensacionalista con el público.

2.1.1.11. *Que es periodismo local*

El periodismo local es ahora digital. Es internet quien le da una nueva dimensión a lo local. No es que hubiéramos perdido el interés, pero ahora valoramos más la proximidad frente a la despersonalización que impone lo global. El territorio se queda corto para acotar el concepto de lo local. En la definición de lo local también entra en juego el ámbito de los contenidos y los problemas que afectan a las personas que viven de ese ámbito (Cebrián 2001). Internet trae consigo la globalización de la comunicación y a su vez el renacimiento del interés por lo

próximo, por lo que la información local ha de situarse en un escenario más abierto y menos dependiente del territorio (Casero, Fernández Beltrán, & González , 2012, pág. 317).

En la actualidad el periodismo local ha incrementado su credibilidad por el uso del internet y las redes sociales haciendo conocer las problemáticas que tienen cada uno de los sectores más vulnerables convirtiéndose en una fuente de información para que las autoridades de turno a nivel nacional conozcan las necesidades del cantón Quevedo.

El periodismo local se ha visto en la necesidad de estar a la par de la tecnología y la globalización de una sociedad que cada día va ganando popularidad por el uso del internet y las redes sociales como fuente de conocimiento de información para lo cual deberá crearse una página para que los usuarios del cantón Quevedo cuenten con una fuente de información confiable y con credibilidad.

Podemos mencionar según(Casero, Fernández Beltrán, & González , 2012), que el periodismo local es:

“Aquella fuente esencial a través de la cual los ciudadanos adquieren los datos que necesitan para realizar elecciones personales y colectivas” (pág. 372).

Se puede concluir según el comentario de Casero, Fernández Beltrán, & González, que el periodismo local se requiere en los lugares donde los ciudadanos no tienen mayor contacto con la prensa nacional.

El periodismo local es complicado, porque es difícil desentrañar del día a día qué aspectos son noticiosos. El informador local elabora un trabajo periodístico partiendo de hechos aparentemente nimios pero que pueden adquirir dimensiones universales. De hecho toda noticia de carácter internacional empieza siendo una noticia local. Como ejemplo, los sucesos, que siempre son locales en su origen. El más conocido: El Watergate que en origen era un robo en unas oficinas(Studoc, s.f.).

Según Studoc, se puede concluir que el periodismo local parte de hechos realmente mínimos o sin importancia que en su trayectoria se convierten en universales. Contado de otra forma todo hecho internacional surgió de una nota periodística local. Ejemplo: La caída del puente peatonal a la Isla Santay, que en un principio fue un accidente con una embarcación que se encontraba en río Guayas.

Características del periodismo local:

- **Rasgos:** Debe tener identidad y cercanía con los usuarios para conseguir la información local.
- **Funciones:** Debe tener compromiso con los ciudadanos, para la publicación de la información.
- **Proximidad:** Tener buenas relaciones sociales, acercamiento con la fuente de información o los autores de un acontecimiento.
- **Periodismo de servicio:** El periodista local debe tener la vocación de servicio a la comunidad para que tenga suficiente información y no se conviertan en noticias inútiles por la falta de información.

Para que un medio local tenga éxito tiene que definirse en los siguientes aspectos:

1. Tener sede territorial.
2. Ámbito de difusión y cobertura.
3. Vocación e intencionalidad.
4. Tratamiento de los contenidos.

5. Percepción del usuario de la información y;
6. Relación con las fuentes institucionales.

Entre las funciones del periodismo local esta:

1. Informar lo que suceden en la cercanía del lugar.
2. Tener especialización local y credibilidad con las fuentes de información.
3. Tener capacidad para obtener información de las fuentes y realizar un filtro para informar de manera responsable.
4. Realizar debates al público en temas democráticos y referentes a las condiciones de los ciudadanos de manera local.
5. Estimular a los usuarios el interés por la información por la cercanía de los acontecimientos.

Los medios se clasifican en:

- Nacionales
- Regionales
- Interprovinciales.
- Provinciales.
- Comarcales y;

- Locales.

Su clasificación de:

- Pago

- Nacional

- Regional

- Provincial- local

- Hiperlocal

- * Municipal

- * De Barrio

- * Otras formas

- Prensa gratuita

- * Información general

- * Información comercial

- * Sectorial

- Internet

- Radio
- Televisión

Prensa nacional: Se desarrolla a partir de la prensa local. En Ecuador no existe datos reales sobre el porcentaje de medios de comunicación locales que existe en la actualidad ni tampoco existe estudios de nivel de aceptación por parte de los usuarios.

Por contar con mayores avances tecnológicos los medios de comunicación nacionales tratan de absorber a los medios locales como por ejemplo contratando al personal de periodistas locales que van sobresaliendo por sus habilidades periodísticas.

Prensa regional: No existe información sobre la prensa regional en Ecuador, pero varias provincias están optando por este tipo de prensa para expresar las necesidades ya que muchas veces son regiones olvidadas.

Prensa provincial y local: Se refiere a la información zonificada que se realiza en una o varias provincias de acuerdo a la capacidad logística de los medios provinciales o locales.

Prensa hiperlocal: Su nacimiento se radica por la proximidad que debe tener con los ciudadanos y su servicio requiere de fortaleza – rebeldía, frente a los poderes institucionales que tratan de aplacar los acontecimientos suscitados en lugares de difícil acceso para la prensa nacional.

Prensa de barrio: Este tipo de prensa en Ecuador se está realizando en lugares apartados como medios de comunicación comunitarios que en muchas ocasiones tiene sus propias costumbres, tradiciones para su pueblo.

Prensa gratuita: Es la que se realiza sin percibir recursos económicos por parte de los ciudadanos que muchas ocasiones requieren este servicio.

Criterios que se debe tener en cuenta para la realización de una noticia.

- **Actualidad:**Noticia reciente.
- **Cercanía:**Hecho suscitado cerca de medio de comunicación.
- **Utilidad:**Que sea útil para el medio y el público.
- **Conflicto:** Acontecimientos polémicos.
- **Autoridad y jerarquía:** Se requiere del funcionario a representante que mayor representación tenga.
- **Progreso:** Informar sobre el avances que se realiza un proyecto científico o tecnológicos etc.
- **Emoción:**Contar una historia para que el público se emocione o se identifique.
- **Suspense:** Que tenga misterio
- **Newsmaker:** Persona que puede ser autoridad o no y tiene conocimiento del tema para que el público tenga interés.
- **Rareza: Hechos** que no conocen los usuarios y que provocan interés.
- **Sexo y morbo:** Noticias que tiene que ver con relaciones sexuales son las más solicitadas por el público.
- **Consecuencias:** Hechos que pueden llegar a ser noticiosos.

- **Ideología:** Los medios de comunicación publican noticias de acuerdo a ideología del medio.
- **Interés económico:** El medio de comunicación informa o publica de acuerdo a sus intereses económicos.
- **Intereses personales:** En este punto se pone a prueba los valores del periodista el cual puede negar o publicar de acuerdo a su gusto.
- **Rutinas:** Por el hecho de realizar continuamente notas periodísticas se olvida de cuestionar cada noticia lo que se convierte en periodista de rutina.
- **Recursos disponibles:** Algunos medio de comunicación no tienen suficiente capacidad económica motivo por el cual rechazan cuberturas periodísticas que requieran de dinero.
- **Credibilidad:** Cuanto una noticia no es creíble el medio de comunicación no puede publicarla.
- **Inteligibilidad:** Si una noticia no se entiende, el medio no la pública o la retrasa su publicación.
- **Exclusividad:** Cuando un medio de comunicación una primicia puede destacar al momento de publicarla.

2.1.1.12. Géneros periodísticos

Los géneros periodísticos se clasifican en **informativos** (noticias, crónicas, notas, trabajos de investigación, reportajes, portadas y fotografías), de **opinión** (editoriales y colas de editoriales, comentarios, fotografías (foto editorial) y cartas de lectores), de **entretenimiento** (dibujos cómicos e historietas, juegos y entretenimientos varios y literatura(Atorresi, 1995).

Figura10 Géneros periodísticos



Datos obtenidos en el campo (Libro de Ana Atorresi).

Como podemos observar los géneros periodísticos se clasifican en: informativa, de opinión y de entreteniendo y su objetivo en informar, como interpretar o simplemente entretener a los comunicadores.

2.1.1.12.1. Géneros Informativos

“Salvo en el caso particular del reportaje, podemos marcar como característica general del género informativo el hecho de constituirse como transmisor (“presentador”) de otros enunciados, de manera directa o indirecta y siempre sobre la base de la función referencial del lenguaje(Atorresi, 1995).

El periodismo informativo es dar a conocer un hecho o suceso ocurrido ajustándose a la veracidad con la finalidad de ajustarse a la verdad con un lenguaje claro y sencillo de manera que puedan interpretar los usuarios.

2.1.1.12.1.1. La Noticia: no mucho más que una oración simple

La noticia propiamente dicha (la denominaremos así para no confundirla con la idea general de que el término “noticia” abarca todo lo que se informa) es la forma más simple de redacción periodística: se ciñe a la escueta enumeración de los datos esenciales de un hecho: “¿Quién?, ¿Qué?, ¿Cuándo?, ¿Dónde?, ¿Por qué?” y, a lo sumo “¿Para qué?”. Como se observa fácilmente, una noticia puede reducirse a la estructura de una oración simple: sujeto – núcleo verbal-circunstancias. Lógicamente, la necesidad de hacer más ágil y diversificado el estilo, hace que estos datos sean volcados, a veces, en varias oraciones simples o en proporciones coordinadas; pero siempre tratan de evitarse las subordinadas para no complicar la expresión(Atorresi, 1995).

La noticia debe ser clara y sencilla de manera que el receptor capte la noticia emitida por el comunicador y esta debe contener las siguientes preguntas: (¿Qué?, ¿Cómo?, ¿Cuándo?, ¿Dónde?, ¿Por qué? y ¿Para qué?). Para realizar una buena redacción periodística.

2.1.1.12.1.2. La crónica: la ilusión del despliegue del tiempo

Considerando el discurso narrativo propio de la crónica periodística, la categoría de “tiempo” remite a la relación de dos líneas temporales bien diferenciadas: el tiempo de la historia efectivamente ocurrida y el tiempo de relato que se hace de ella. Si tenemos en cuenta el orden en que la crónica relaciona estas dos líneas cronológicas, es posible establecer dos modos básicos

de organización temporal; la correspondencia o paralelismo entre el orden de la historia y el orden del relato y las anacronías entre ambos órdenes (Atorresi, 1995).

La crónica es todo lo contrario a la noticia aquí se relata en forma cronológica los acontecimientos dando lugar a la imaginación del relator de los hechos que han sucedido para poderlos publicarlos con todos los detalles posibles de las crónicas.

2.1.1.12.1.3. Nota o trabajo de investigación cerrado: la prensa informativa

El trabajo de investigación cerrado o nota es la especie periodística de formar además de informar, ya que tiende a mostrar determinados aspectos de un acontecer que no siempre son accesibles a los lectores. El periodista notero recopila datos históricos, culturales, científicos, sociales, etc., y es frecuente que incluya en la nota la opinión de especialista en el tema. Un aspecto fundamental que diferencia a la nota de la crónica es su relación temporal con los hechos tratados: la nota no tiene que abordar necesariamente temas de “actualidad”; por el contrario, puede aparecer en cualquier circunstancia, sin urgencias. Estas características hablan en cualquier expansión de los medios de prensa diaria por sobre áreas antes cubiertas por la revistas (Atorresi, 1995).

Para realizar una nota el periodista debe ser un especialista en recolección de datos históricos, culturales, sociales, deportivos y científicos, actualizados para poder publicarlo en el periódico o medio de comunicación.

2.1.1.12.1.4. El reportaje

La entrevista o reportaje constituye hoy un género informativo de interés para los lectores de diarios. Como por su estructura se asemeja al género de la conversación cotidiana, el código de un reportaje nos parece inmediatamente accesible: como todo intercambio conversacional, se organiza a partir de pares de preguntas y respuestas. El reportaje, al hacer hablar a un individuo, nos acerca a un estilo de comunicación personalizada que nos informa sobre el pensamiento de ese individuo. Pero debemos tener en cuenta que ese hacer hablar, esa pregunta, desde el punto

de vista de su intencionalidad y de los efectos que produce, aunque se presente sólo como un pedido de información, es también una “toma” del otro sujeto hablante al que constituye, haga lo que haga, en respondedor virtual (aunque sea para establecer que se niega a responder); es una “captura”, también porque la pregunta orienta e intenta controlar la respuesta. La respuesta, desde este ángulo, no es sólo una información que sigue el pedido formulado por la pregunta: es también una reacción del interrogado frente al “abuso de autoridad” del interrogador: esta reacción puede ir desde la cooperación a la resistencia pasiva o inclusive explícita: el interrogado puede prestarse con mayor o menor complacencia a la “captura” o intentar separarse de ella según sus recursos(Atorresi, 1995).

El reportaje es hacer hablar a otra persona muchas veces sin el consentimiento de la misma persona, porque se aborda con preguntas que generalmente el entrevistado conoce u observo y puede brindar información a otras personas sobre hechos o acontecimientos.

2.1.1.12.2. Los géneros de opinión

La caracterización básica que engloba a los géneros de opinión es aquella que los define como variedades dentro de la forma retórica típico de la crónica: los juicios y razonamientos son enlazados mediante conectores lógicos que permiten la demostración. A los tiempos verbales propios del relato se oponen ahora otras formas verbales, las regidas por el discurso, cuyo tiempo base es el presente de enunciación que remite al “ahora” del periodista. A la ilusión de que lo “vivido” y “percibido” es relatado “objetivamente” se contrapone a partir de la reflexión del periodista. Dentro de los géneros de opinión, teniendo en cuenta la perspectiva o punto de vista desde el cual se asume la intencionalidad de opinión, podemos diferenciar los conceptos de opinión propiamente dicha, interpretación y crítica especializada (Atorresi, 1995).

Los géneros de opinión son redactados por personas que tienen idea de un tema particular utilizando conectores para hacer conocer a los lectores sobre el tema a opinar y conocen mucha información acerca del tema a opinar.

2.1.1.12.2.1. La concepción tradicional del editorial

Tradicionalmente el editorial es definido como la forma de periodismo de opinión e interpretación a través de la cual se expresa el punto de vista personal de quien dirige un diario o de la empresa todo a través de un equipo de editorialistas especializados en los distintos campos de la realidad. La cola de editorial es un material similar, pero que generalmente aborda temas de menor trascendencia que el editorial principal y por ello es compuesto con menor espacio y, a veces con cuerpo de letra menos destacada, siempre ubicado debajo del editorial (Atorresi, 1995).

El editorial en todos los casos suelen ser redactados por personas afines al medio de comunicación con la finalidad de expresar su opinión y suele ser firmado con el nombre y apellido de la persona que realizado el editorial y es la postura del medio de comunicación que quiere editar.

2.1.1.12.2.2. La concepción tradicional del comentario

Para la concepción tradicional de los géneros periodísticos, si en el editorial un diario o periódico presenta su opinión o interpretación de los hechos más trascendentales del día, el comentario un periodista – no ya el medio, sino un redactor – analiza algún acontecimiento o problemática de actualidad tratando, supuestamente. De recoger y expresar, sobre todo, la opinión pública; es decir, que el periodista intentaría dar una imagen del suceso que traduzca su repercusión en la sociedad(Atorresi, 1995).

En el comentario es realizado por un periodista o persona particular que tiene amplios conocimientos del tema de algún problema que exista en un determinado sector con la aprobación del señor director del medio de comunicación.

2.1.1.12.3. Géneros de entretenimiento

En este tipo de programas es muy importante que la locución sea lo más natural posible, con el fin de generar la ilusión de que entre el conductor y los oyentes existe una relación de amistad, de cercanía, de proximidad. Si esto no se consigue, difícilmente lograremos entretener a la audiencia (Ministerio de Educación, 2008).

Los géneros de entretenimiento son aquellos realizados en todos los medios de comunicación con la finalidad de entretener a la audiencia y pueden ser programas de humor, dependiendo para qué tipo de público quiere que sea escuchado. Sin duda los programas infantiles son los más vistos por el gran impacto que causa a la población infantil.

2.1.2. MARCO REFERENCIAL SOBRE LA PROBLEMÁTICA DE LA INVESTIGACIÓN

2.1.2.1. Antecedentes Investigativos

Se ha realizado una búsqueda sobre históricos de investigaciones realizadas sobre las redes sociales Facebook y Twitter influyan en el periodismo local las cuales no existen para lo cual tomaremos en cuenta las investigaciones que posiblemente se asemejan al tema que se está investigando.

Según estudio realizado por Queiroz, (2013). *El uso de las redes sociales como fuentes de información para periodistas* (pág. 1).

De los dos lados fue posible notar que los temas y contenidos tratados en las redes sociales influyen en la construcción de la noticia, de manera que las redes ejercen una innegable influencia en el establecimiento del agenda-setting de los medios. Este intercambio entre la agenda de los medios y la agenda pública confirma la hipótesis inicial de que los temas discutidos por el público en las redes sociales aportan contenido a los medios de comunicación,

cambiando la relación de los periodistas con las fuentes de información(Cerviño Queiroz, 2013, pág. 79).

De la investigación realizada por “Beatriz Cerviño Queiroz” determina que influyen las redes sociales a la hora de elaborar noticias por el intercambio de información que existe entre los usuarios de las redes sociales.

Existe otro estudio de Pacheco (2014) sobre. *Las redes sociales como herramientas del periodismo digital*(pág. 1).

Resaltamos que toda persona y, en especial, el ciberperiodista, debe tener el debido criterio al momento de emplear las nuevas tecnologías de la información y comunicación. Es decir, hacer uso de internet y, por ende, de las redes sociales, como herramienta de las mismas para un fin determinado y preciso: la lectura de una información importante, una capacitación sobre alguna materia, etc.(Quiroz Pacheco, 2014, pág. 302).

Hoy en día el periodista moderno debe estar preparado para competir con los medios de comunicación han creado paginas digitales con la finalidad de llegar más rápido con la información a los usuarios.

Por medio de la redes sociales Facebook y Twitter se puede realizar grandes comerciales sin costo alguno para los propietario de locales, así como informar a la ciudadanía en forma legal de los hechos y acontecimientos que sucedan en un sector, barrio, cantón o país.

Las redes sociales sin duda ha sido un cambio importante a la sociedad y en especial a los medios de comunicación local por el bajo presupuesto que tiene al momento de contar con una página de internet y pueden medir el grado de aceptación que tienen en la ciudadanía a través de tuis o compartiendo la información por medio de Facebook o Twitter(Castañeda & Gutierrez , 2010).

Las redes sociales en la actualidad se han constituido para las personas un medio de sobrevivencia en razón que a través de estos medios se comunican en cualquier parte del mundo. Lo que ha servido para que usuarios de hagan conocer por medio de estas redes a nivel mundial.

Si bien sabemos que es un medio de comunicación para interactuar entre las personas, también es un medio para afectar la susceptibilidad de otras personas por medio de mensajes escritos o imágenes que se sube a la red social que muchas no son autorizadas por sus usuarios.

Los medios de comunicación sociales claramente han alcanzado un relevante nivel de utilización de los medios sociales en la práctica periodística. Nuestra investigación ha buscado considerar los dos lados de la moneda sobre el tema: lo que está explícito en las noticias y la opinión del periodista.

2.1.2.2.Categoría de análisis

Categoría de análisis 1:Facebook y Twitter

Definición.-Facebook es una red social gratuita que permite a los usuarios interconectarse para interactuar y compartir contenidos a través de internet. Fue lanzada en 2004. Su fundador es Mark Zuckerberg.

Definición.-Twitter es una red social en línea que permite a los usuarios enviar y leer mensajes cortos de 140 caracteres llamados “tweets”. Los usuarios registrados pueden leer y publicar tweets, pero los que no están registrados sólo pueden leerlos.

Operacionalización de las subcategorías.

- Internet.

- Teléfonos inteligentes.

- Comunicación con ambigüedad

Categoría de análisis 2: Periodismo local.

Definición.-“Desde una perspectiva informativa podemos definir la información local como aquel área periodística que recoge los acontecimientos producidos en una determinada zona y que afectan a su política, urbanismo, ecología, costumbres y realidad socio-cultural”.

Operacionalización de las subcategorías.

- Radio
- Televisión
- Periódicos

2.1.3. POSTURA TEÓRICA

La presente investigación se basó jurídicamente en:

Constitución de la República el Ecuador (2008)

Sección séptima

Comunicación social

“**Art. 384.**- El sistema de comunicación social asegurar el ejercicio de los derechos de la comunicación, la información y la libertad de expresión, y fortalecerá la participación ciudadana”.

El sistema se conformará por las instituciones y actores de carácter público, las políticas y la normativa; y los actores privados, ciudadanos y comunitarios que se integren voluntariamente a él. El Estado formulará la política pública de comunicación, con respeto irrestricto de la libertad de expresión y de los instrumentos internacionales de derechos humanos. La ley definirá su organización, funcionamiento y las formas de participación ciudadana(Ecuador, 2008, pág. 173).

Nuestra Constitución garantiza los derechos de la comunicación, la información y libertad de expresión de cada uno de los ciudadanos respetando todos los instrumentos internacionales de los derechos humanos para una participación libre y voluntaria.

Ley de comunicación - Capítulo III - Derechos a la comunicación

Sección I

Derechos de libertad

Art. 20.- Responsabilidad ulterior de los medios de comunicación.-

“Los medios de comunicación solo podrán reproducir mensajes de las redes sociales cuando el emisor de tales mensajes esté debidamente identificado; si los medios de la comunicación no cumplen con esta obligación, tendrán la misma responsabilidad establecida para los contenidos publicados en su página web que no se hallen atribuidas explícitamente a otra persona(Comunicación, 2013, pág. 5)”.

En la actual Ley de Comunicación los medios audiovisuales y visuales están obligados a reproducir mensajes de las redes sociales si tiene la fuente identificado caso contrario están expuestos a ser sancionados de acuerdo a las leyes vigentes en nuestro país.

Según Durán Medina (2013). Los eventos son la vía para alcanzar una buena repercusión en los medios y, entre ellos, se encuentran las redes sociales que sirven de base al llamado periodismo ciudadano (pág. 461).

Hoy es imposible pensar en un nuevo evento sin hacerlo en las redes sociales, que posibilitan a las audiencias contribuir a prepararlo, vivirlo en directo o en diferido desde una localización geográfica cualquiera, en forma activa o pasiva y en un escenario que hoy ya es universal (Francisco, 2013, pág. 461).

Las redes sociales Facebook y Twitter se han convertido en una plataforma para comunicarnos de forma rápida y oportuna lo que ha conllevado a la ciudadanía en general se convierta en periodistas ciudadanos.

Como afirma Haro, Grandío, & Hernández, (2012). La utilización de las redes sociales por parte del Periodismo la convierte en un nuevo vehículo de información humana. Muchos de los sectores más vulnerables de la sociedad, no todos, pueden acceder a ellas y utilizarlas como medio para comunicar sus necesidades, preocupantes y reivindicaciones (pág. 214).

Las redes se convierten así en fuentes donde los periodistas pueden obtener un tipo de información que suele estar regalada a un segundo plano, la información social, la que se ocupa de las personas y va dirigida a las personas. Así, el periodismo social también en las redes debe ponerse en la piel de las personas, especialmente de aquellas a las discrimina la sociedad(Haro, Grandío, & Hernández, 2012, pág. 214).

Las redes sociales se han convertido para los periodistas locales en una fuente de información especialmente para los ciudadanos que hasta la actualidad no cuentan con un medio de comunicación en un sector, barrio o población y son discriminados por la sociedad.

2.2. HIPÓTESIS

2.2.1. Hipótesis general

Analizando las redes sociales Facebook y Twitter mejorara el periodismo local en la parroquia San Camilo, cantón Quevedo.

2.2.2. Subhipótesis o derivadas

- Conociendo el buen uso de las redes sociales mejoramos el periodismo local.
- Determinando el mal uso de las redes sociales al momento de subir información mejorará la credibilidad del periodismo local.
- Desarrollando una guía didáctica mejorará el buen uso de las redes sociales en la ciudadanía de la parroquia San Camilo.

2.2.3. Variables

2.2.3.1. Variable Independiente.

- Las Redes sociales Facebook y Twitter.

2.2.3.2. Variable dependiente

- Periodismo local.

CAPÍTULO III.- RESULTADOS DE LA INVESTIGACION

3.1. RESULTADOS OBTENIDOS DE LA INVESTIGACION

3.1.1. Pruebas estadísticas aplicadas.

El presente trabajo de Investigación se realizó en la parroquia San Camilo, perteneciente al cantón Quevedo, Provincia de Los Ríos con una población de 25.131 habitantes, donde se aplicó la técnica de observación directa y la encuesta, la misma que contenían 10 preguntas.

La población estudiada fue finita, para lo cual, se aplicó la siguiente fórmula:

$$n = \frac{N * Z\alpha^2 p * q}{d^2 * (N - 1) + Z\alpha^2 * p * q}$$

Donde

N es el tamaño de la muestra (25131 habitantes)

Z α = 1.96 al cuadro (si la seguridad es del 95%)

p = proporción esperada (en este caso 5% =0.05)

q = 1 - p (en este caso 1-0.05=0.95)

d = precisión (en esta investigación use un 5%)

n =?

$$\begin{aligned} n &= \frac{25131 * 1.96^2 * 0.05 * 0.95}{0.03^2(25131 - 1) + 1.96^2 * 0.05 * 0.95} \\ &= \frac{4583.8}{22.799} = n \quad \mathbf{201} \end{aligned}$$

Por lo tanto, el tamaño de la muestra de los **25.131** ciudadanos es de **201**, con los cuales, se procedió a realizar las encuestas establecidas.

Tabla 2 Detalle de la muestra que se tomó a los habitantes de la parroquia San Camilo

INVOLUCRADOS	POBLACIÓN	MUESTRA
Habitantes	25131	201

Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censo (INEC)

3.1.2. Análisis e interpretación de datos.

Encuesta dirigida a los habitantes de la parroquia San Camilo.

¿Cree Ud., que las redes sociales Facebook y Twitter afecta al periodismo local de la parroquia San Camilo?

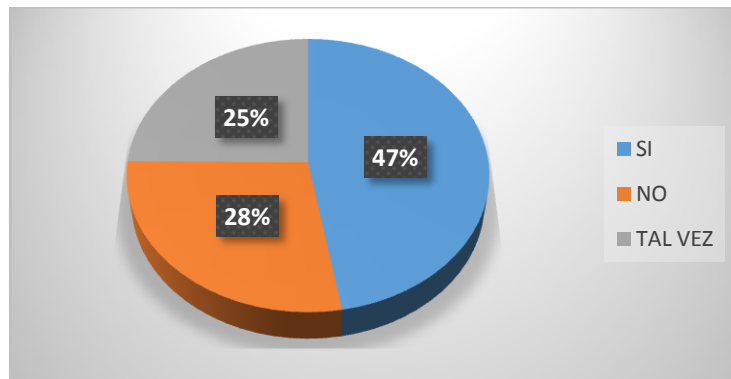
Tabla 3 Las redes sociales Facebook y Twitter afecta al periodismo local

INDICADORES	FRECUENCIAS	PORCENTAJE
SI	95	47%
NO	56	28%
TAL VEZ	50	25%
TOTAL	201	100%

Fuente: habitantes de la parroquia San Camilo

Elaborado por: KleberChicaiza

Grafico 1 Las redes sociales Facebook y Twitter afecta al periodismo local.



Fuente: habitantes de la parroquia San Camilo

Elaborado por: KleberChicaiza

Análisis.- Después de haber aplicado la encuesta a los habitantes de la parroquia San Camilo, se evidenció que el 47% si afecta al periodismo, y el 28% no afecta al periodismo local, mientras que el 25 % indica que tal vez, afecta al periodismo local.

Interpretación.- Los habitantes de la parroquia San Camilo piensan que las redes sociales Facebook y Twitter afecta al periodismo local.

¿Piensa Ud., que la información que suben los usuarios a las redes sociales Facebook y Twitter, sin poseer título de comunicador, perjudica al periodismo de la parroquia San Camilo?

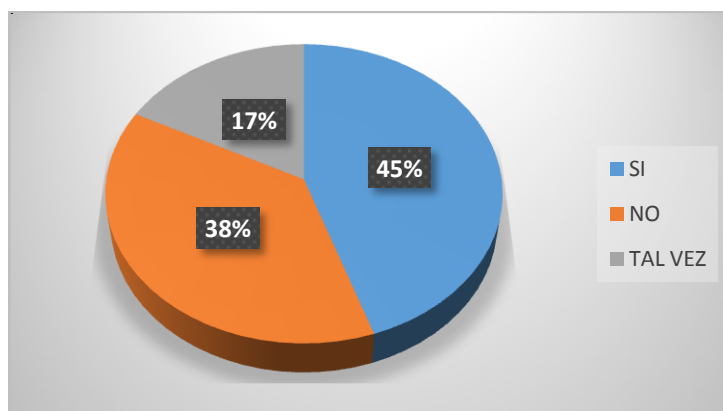
Tabla 4 Datos de los usuarios que suben información y perjudica al periodismo local.

INDICADORES	FRECUENCIAS	PORCENTAJE
SI	90	45%
NO	76	38%
TAL VEZ	35	17%
TOTAL	201	100%

Fuente: habitantes de la parroquia San Camilo

Elaborado por: KleberChicaiza

Grafico 2 Datos de los usuarios que suben información sin poseer título de comunicador perjudica al periodismo local.



Fuente: habitantes de la parroquia San Camilo

Elaborado por: KleberChicaiza

Análisis.- Después de haber aplicado la encuesta a los habitantes de la parroquia San Camilo, se evidenció que el 45% perjudica al periodismo local, y el 38% piensa que no afecta al periodismo local, mientras que el 17 % indica que tal vez, afecta al periodismo local.

Interpretación.- Los encuestados de la parroquia San Camilo, piensan que la información subida por personas que no poseen título de comunicador perjudica al periodismo local.

¿Cree Ud., que las noticias deben ser publicadas por los habitantes de la parroquia San Camilo a través de las Facebook y Twitter?

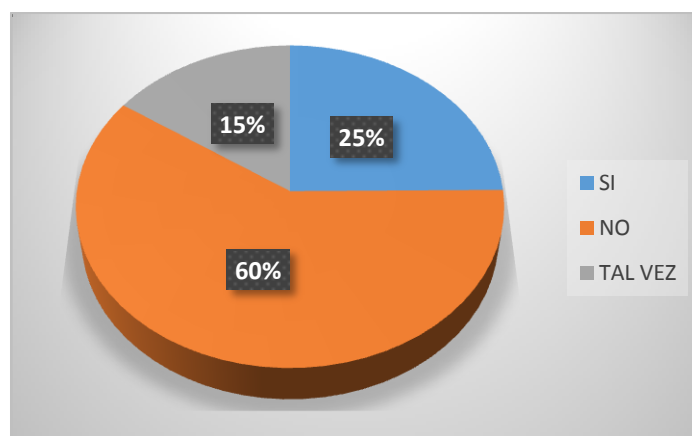
Tabla 5 Noticias deben ser publicadas por los habitantes de la parroquia San Camilo.

INDICADORES	FRECUENCIAS	PORCENTAJE
SI	50	25%
NO	120	60%
TAL VEZ	31	15%
TOTAL	201	100%

Fuente: habitantes de la parroquia San Camilo

Elaborado por: KleberChicaiza

Grafico 3 Noticias deben ser publicadas por los habitantes de la parroquia San Camilo.



Fuente: habitantes de la parroquia San Camilo

Elaborado por: KleberChicaiza

Análisis.- Después de haber aplicado la encuesta a los habitantes de la parroquia San Camilo, se evidenció que el 60% indicó que no deben publicar noticias por las redes sociales Facebook y Twitter, y el 25% piensa que si se debe publicar noticias, mientras que el 15% indica que tal vez, se debe publicar noticias por las redes sociales.

Interpretación.- Los habitantes de la parroquia San Camilo, piensan que no se debe subir noticias por las redes sociales Facebook y Twitter.

3.2. CONCLUSIONES ESPECIFICAS Y GENERALES

3.2.1. Específicas

- La gran mayoría de los encuestados afirman que las redes sociales Facebook y Twitter, afecta al periodismo local en la parroquia San Camilo, por la información que suben a través de estas redes sociales.
- Por los resultados obtenidos de la encuesta se puede evidenciar que los habitantes de la parroquia San Camilo, suben información sin tener un título profesional a través de la redes sociales Facebook y Twitter.
- En la actualidad gran parte de los habitantes se informan a través de las redes sociales Facebook y Twitter sin tener conocimientos de periodismo.

3.2.2. General.

Se concluye que:

Desarrollando una guía didáctica que fomente el buen uso de las redes sociales a los ciudadanos de la parroquia San Camilo, mejorará el periodismo local en la parroquia San Camilo, tendrán más claro el buen uso que tienen que darle a las noticias subidas a través de las redes sociales.

3.3. RECOMENDACIONES ESPECÍFICAS Y GENERALES

3.3.1. Específicas.

- Que los habitantes de la parroquia San Camilo, no suban información a través de la redes sociales Facebook y Twitter, sin tener conocimiento de periodismo.

- Que en caso de subir información lo hagan pero que no afecte la susceptibilidadde las personas afectadas.
- Que los medios de comunicación locales cuenten con una página de internet para que la información llegue en forma oportuna y segura a los habitantes de la parroquia San Camilo.

3.3.2. General.

Al desarrollar una guía didáctica a los habitantes de la parroquia San Camilo, sobre el buen uso de las redes sociales Facebook y Twitter, será de gran ayuda para que el periodismo local, mejore su información y credibilidad en los medios de comunicación.

CAPÍTULO IV.- RESULTADOS DE LA INVESTIGACION

4.1. PROPUESTA DE APLICACIÓN DE RESULTADOS

4.1.1 Alternativa obtenida.

Diseño de una Guía didáctica que fomente el buen uso de las redes sociales a los habitantes de la parroquia San Camilo, cantón Quevedo, Provincia de los Ríos.

4.1.2. Alcance de la alternativa.

El presente trabajo de investigación, propone diseñar una guía didáctica que fomente el buen uso de las redes sociales a los habitantes de la parroquia San Camilo, cantón Quevedo, provincia de los Ríos; de esta manera, los habitantes, por medio de esta herramienta, pueden mejorar el manejo de las redes sociales actualizando sus conocimientos referentes al manejo de la tecnología informática.

Para la elaboración de la guía se utilizara la aplicación de Microsoft Word, procesador utilizado a nivel mundial, porque es la herramienta más común en todo computador y se puede crear, modificar, borrar, e imprimir documentos detallando los contenidos de la guía didáctica

4.1.3. Aspectos básicos de la alternativa

4.1.3.1. Antecedentes.

En razón que las redes sociales Facebook y Twitter, son parte de nuestro convivir diario para los seres humanos y estas han evolucionado de manera acelerada contribuyendo con todas las profesiones, de manera satisfactoria; gracias a estas redes sociales se ha podido comunicar con personas que se encuentran otros lugares sin la necesidad de viajar.

Las autoridades de la parroquia San Camilo, motivan a sus habitantes, a través de los medios de comunicación locales el buen uso y manejo de las redes sociales, principalmente a los jóvenes en

razón que ellos son los que mayor tiempo permanecen haciendo uso de estas redes, desconociendo los peligros que estas redes pueden conllevar en caso de hacer mal uso de ellas.

Gran parte de los habitantes de la parroquia San Camilo, se informan a través de las redes sociales Facebook o Twitter, por no disponer de tiempo para informarse de los medios de comunicación, como la prensa, radio y televisión y están conscientes de que la información existen en las redes sociales no puede ser verdadera.

Sobre todo lo expuesto en la presente investigación, los habitantes sancamileños están dispuestas a mejorar el uso de las redes sociales Facebook y Twitter, en el momento que suban información a fin de no dañar la honra de las otras personas.

En efecto, la propuesta se realizó con la finalidad de mejorar el uso de las redes sociales Facebook y Twitter a los habitantes de la parroquia San Camilo, utilizando una guía didáctica, para hacer conocer las causas y consecuencias que pueden ocasionar el mal uso de las redes sociales.

4.1.3.2. Justificación.

El periodismo local en la parroquia San Camilo, se ha visto en la necesidad de competir con los habitantes sancamileños por motivo que cuentan con teléfonos inteligentes con internet y poseen usuarios en las redes sociales Facebook y Twitter, y suben todo tipo de información sin contar con un título profesional como comunicador.

Es por eso que mediante la propuesta de una guía didáctica dirigida a los habitantes de la parroquia San Camilo, es a concienciar y cambiar sus hábitos en el uso de las redes sociales Facebook y Twitter, cuando suban información que puede causar daños a terceros.

Para realizar la entrega de la guía didáctica a los habitantes de la parroquia se contara con el respaldo del presidente de la parroquia San Camilo, se podrían realizar la entrega de guía

didáctica en forma colectiva y/o personal a los ciudadanos que circulen por las calles y avenidas con una breve explicación para que los capten la información que se está compitiendo.

Lo que se pretende mediante esta propuesta es que los ciudadanos sancamileños, recapaciten por medio de la guía didáctica, para que hagan buen uso de las redes sociales Facebook y Twitter en razón que están afectando al periodismo local de la parroquia San Camilo.

4.2. OBJETIVOS

4.2.1. General

Diseñar una guía didáctica del buen uso de las redes sociales Facebook y Twitter a los habitantes de la parroquia San Camilo, cantón Quevedo, provincia de Los Ríos.

4.2.2. Específicos

- Definir los contenidos de la guía didáctica para el buen uso de las redes sociales a los habitantes de la parroquia San Camilo.
- Socializar la guía didáctica para conocimiento de los habitantes sancamileños.
- Aplicar la guía didáctica del buen uso de las redes sociales Facebook y Twitter.

4.3. ESTRUCTURA GENERAL DE LA PROPUESTA

4.3.1. Título.

Diseño de una guía didáctica para el buen uso de las redes sociales Facebook y Twitter a los habitantes de la parroquia San Camilo, cantón Quevedo, provincia de Los Ríos.

4.3.2. Componentes

En cumplimiento a los objetivos específicos de la propuesta se realizara de la siguiente manera:

- Definir los contenidos de la guía didáctica
- Socializar la guía didáctica para conocimiento de los habitantes sancamileños.
- Aplicar la guía didáctica del buen uso de las redes sociales Facebook y Twitter.

Figura 11 Portada de la guía didáctica



Fuente: Diseño elaborado en Microsoft Word

Elaborado por: KleberChicaiza Cajas.

Índice de contenido de la guía didáctica para mejorar el uso de las redes sociales Facebook y Twitter.

INTRODUCCIÓN

Redes Sociales-. En la actualidad la gran mayoría de seres humanos tiene un perfil personal o profesional en las redes sociales como Facebook o Twitter, pero hacer buen uso de ellos es algo que muy pocos lo hacen. La presente guía didacta para el buen uso de las redes sociales a fin que no afecta al periodismo de la parroquia San Camilo.

El objetivo principal del presente contenido es netamente educativo, es decir como futuros profesionales, debemos tener conocimiento del contenido teórico referente a las redes sociales Facebook y Twitter, en tal sentido debemos utilizar nuestra práctica pedagógica en el uso de las tecnologías con la finalidad de proporcionar aprendizaje de calidad a los habitantes de la parroquia San Camilo.

Las redes sociales ha ido evolucionado a la par de la tecnología es así que los habitantes sancamileños no están exentos de los avances de la comunicación las ventajas y desventajas de las redes sociales Facebook y Twitter, con el periodismo local de la parroquia San Camilo.

Objetivos

Los objetivos enmarcados en este taller es para el buen uso de las redes sociales Facebook y Twitter son los siguientes:

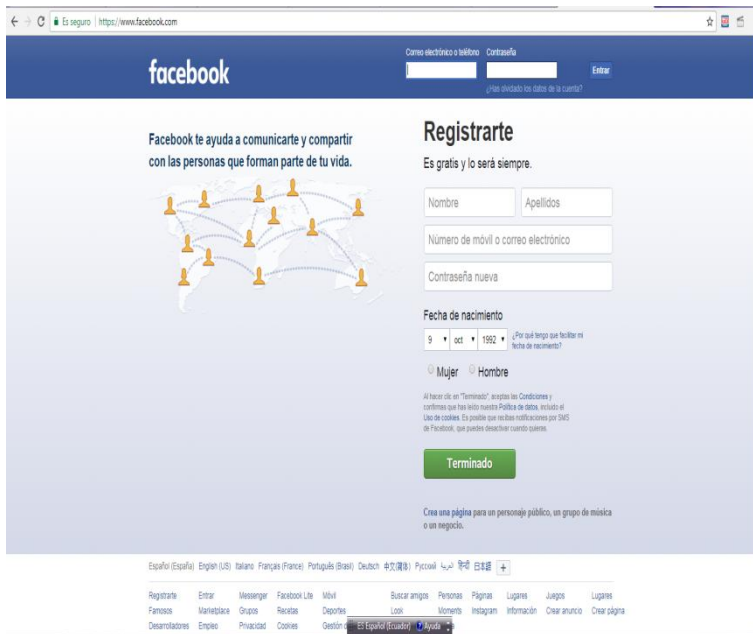
1. Ilustrar las formas que acceden a las redes sociales haciendo buen uso.
2. Explicar el uso de las redes sociales Facebook y Twitter
3. Explicar las ventajas y desventajas de las redes sociales Facebook y Twitter.
4. Enseñar que tipo de información puede compartir con los usuarios de las redes sociales Facebook y Twitter.

Contenidos

La historia de Facebook comenzó en la universidad americana de Harvard. Nació como una herramienta que permitía a los estudiantes permanecer en contacto entre ellos, intercambiarse notas sobre los cursos y organizar todo tipo de reuniones estudiantiles. En septiembre de 2006 se abrió a todos los públicos, cerrando ese año con más de 140 millones de usuarios.

Pasó 1: Para acceder a Facebook se lo puede hacer a través de un teléfono inteligente, Tablet, CPU y una portátil con conexión a internet con el siguiente enlace. www.facebook.com

Figura 12 Pantalla principal de Facebook.



Fuente: Red social de Facebook
Elaborado por: KleberChicaiza Cajas.

Pasó 2: Registro en Facebook llenando todos los campos solicitados

Figura 13 Registro de Facebook

Fuente: Red social de Facebook

Elaborado por: KleberChicaiza Cajas.

Pasó 3: Ingreso del código para registro de Facebook enviada a tu email

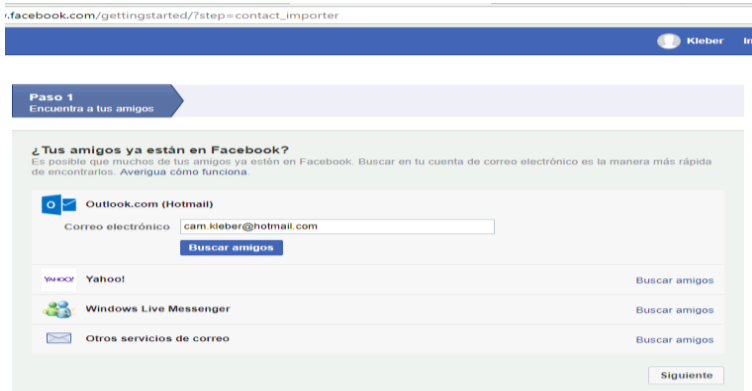
Figura 14 Ingreso del código en Facebook

Fuente: Red social de Facebook

Elaborado por: KleberChicaiza Cajas.

Pasó 4: Buscamos los amigos que deseamos

Figura 15 Búsqueda de amigos en Facebook



Fuente: Red social de Facebook

Elaborado por: KleberChicaiza Cajas.

Pasó 5: Tras llenar el correo electrónico te podrán buscar en Facebook.

Figura 16 Pantalla autorización

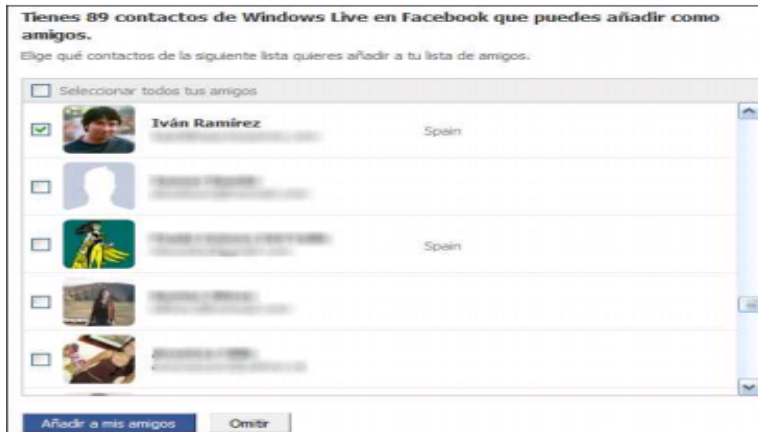


Fuente: Red social de Facebook

Elaborado por: KleberChicaiza Cajas.

Pasó 6: Buscar amigos y contactos que estén en tu mensajería

Figura 17 Búsqueda de amigos en la mensajería



Fuente: Red social de Facebook

Elaborado por: KleberChicaiza Cajas.

Pasó7:Completas tu información de perfil

Figura 18 Pantalla cuando terminas el perfil

The screenshot shows the "Completa tu Información de perfil" form. It is labeled "Paso 3 de 4" with a progress bar. The instructions say: "Introduce tu historial académico y, en su caso, tu empresa. Esta información te ayudará a encontrar a tus amigos en Facebook." The form has three rows: "Instituto:" with "Kake High School" and "2014"; "Facultad/Universidad:" with "Kalamazoo" and "2010"; and "Empresa:" with "Facebook". There is a "Guardar" button and a "Saltar este paso" link at the bottom right.

Fuente: Red social de Facebook

Elaborado por: KleberChicaiza Cajas.

Pasó 8:Completas la información de tu país.

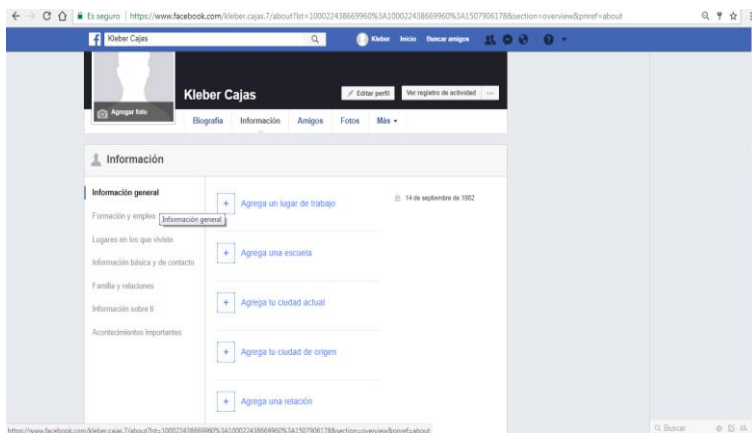
Figura 19 Información de tu País



Fuente: Red social de Facebook
Elaborado por: KleberChicaiza Cajas.

Pasó 9: Edita tu perfil con la información personal

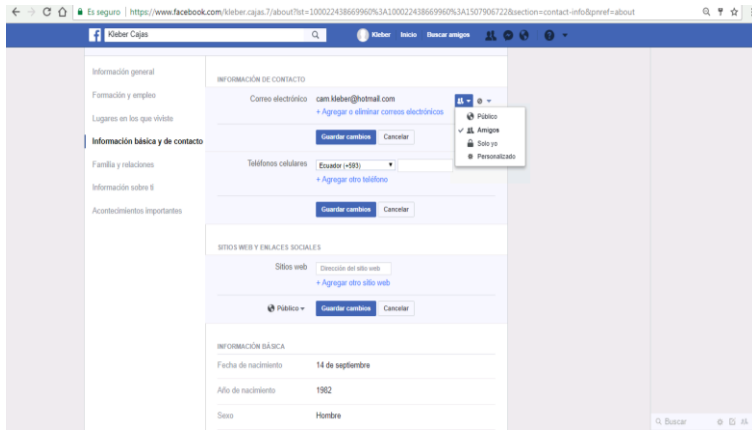
Figura 20 Información personal



Fuente: Red social de Facebook
Elaborado por: KleberChicaiza Cajas.

Pasó 10: Pantalla de información de contacto telefónico.

Figura 21 Información de teléfono de contacto



Fuente: Red social de Facebook
Elaborado por: KleberChicaiza Cajas.

Pasó 11: Cambias tu foto del perfil

Figura 22 Foto de perfil



Fuente: Red social de Facebook
Elaborado por: KleberChicaiza Cajas.

Pasó 12: Pantalla para registro de usuario y clave.

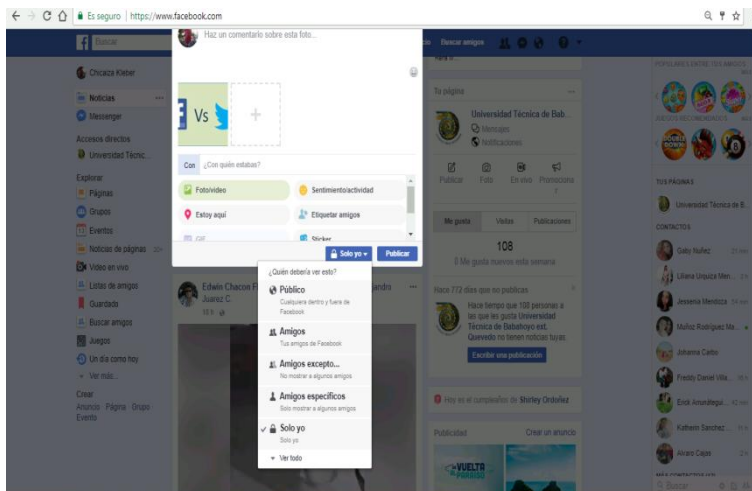
Figura 23 Pantalla de ingreso a Facebook



Fuente: Red social de Facebook
Elaborado por: KleberChicaiza Cajas.

Pasó 13: Una vez que ingreses a Facebook puedes realizar un comentario en tu estado.

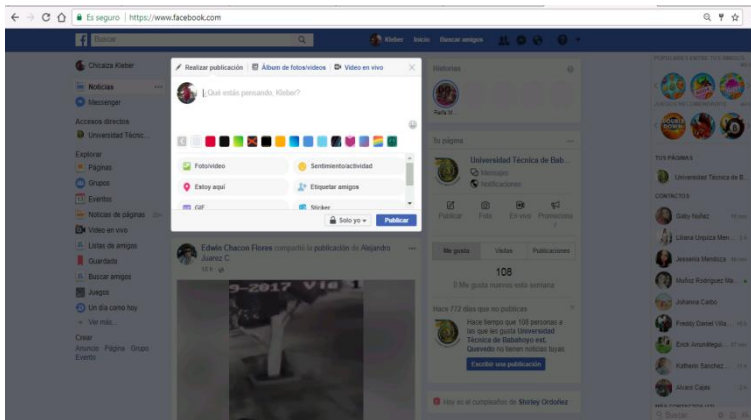
Figura 24 Pantalla para realizar un comentario



Fuente: Red social de Facebook
Elaborado por: KleberChicaiza Cajas.

Pasó 14: Eliges una imagen o video que deseas publicar y quienes quieren que vean tu publicación.

Figura 25 Elección de imagen o video



Fuente: Red social de Facebook
Elaborado por: KleberChicaiza Cajas.

Pasó 15: En caso de realizar videos en vivo desde tu dispositivo necesitas autorizar o negar.

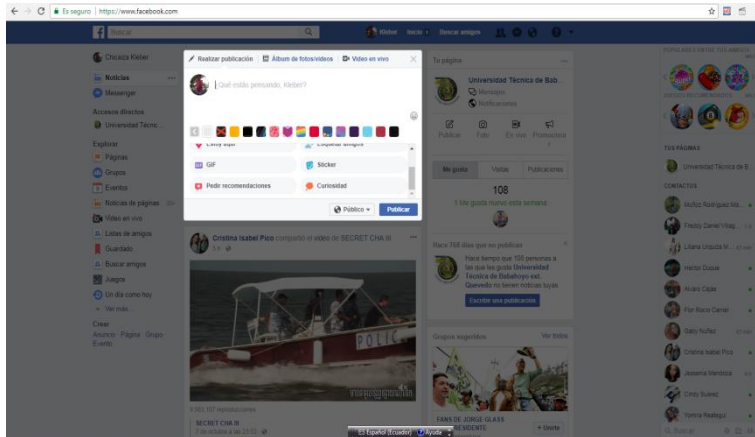
Figura 26 Autorizar o negar video



Fuente: Red social de Facebook
Elaborado por: KleberChicaiza Cajas.

Pasó 16: Para la publicación de notas, fotos y videos, que permite publicar de manera personalizada al listado de amigos en tu cuenta de Facebook y también a todos los usuarios sin restricción alguna.

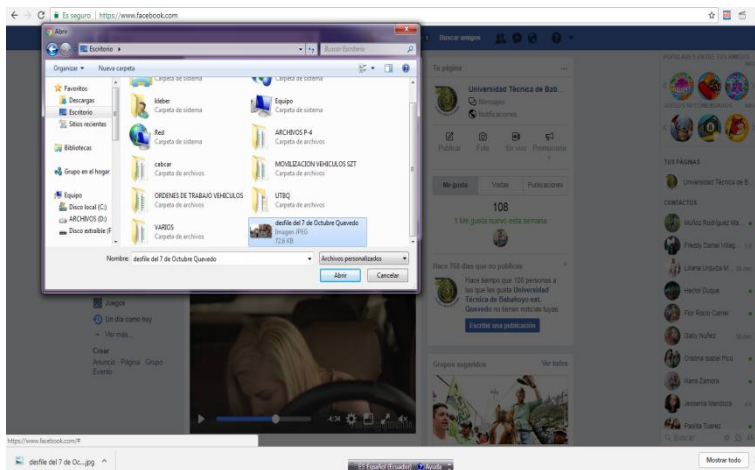
Figura 27 Pantalla personalizada de amigos en Facebook



Fuente: Red social de Facebook
Elaborado por: KleberChicaiza Cajas.

Pasó17: Seleccionamos las fotos o videos que se desee publicar acompañado de un párrafo de texto que viene a ser una noticia para los demás usuarios.

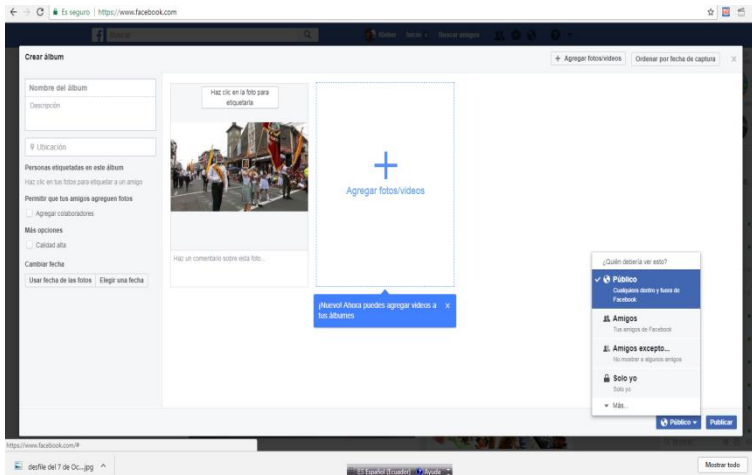
Figura 28 Ventana para la selección de imagen



Fuente: Red social de Facebook
Elaborado por: KleberChicaiza Cajas.

Pasó 6: Cargamos la imagen en la que nos permite agregar un comentario y seleccionamos el tipo de publicación se quiere hacer: público, amigos, amigos excepto, solo yo.

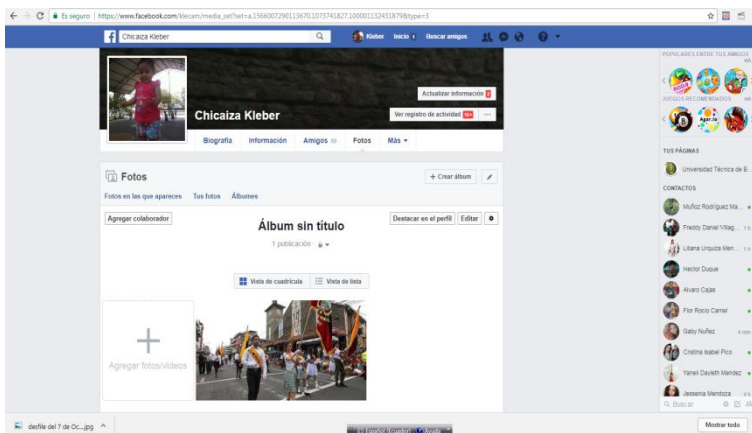
Figura 29 Pantalla para agregar comentario



Fuente: Red social de Facebook
Elaborado por: KleberChicaiza Cajas.

Pasó 7: La importancia se subir información a la red social Facebook, sin causar daño a otras personas o peor aún distorsionado una noticia que pueda causar conmoción a los habitantes de la parroquia San Camilo.

Figura 30 Pantalla de haber subido una fotografía en Facebook



Fuente: Red social de Facebook
Elaborado por: KleberChicaiza Cajas.

Ventajas de usar Facebook

1. Intercambio de información
2. Recopilatorio personal
3. Descubrir a la persona que buscabas
4. Promoción de negocios
5. Chat
6. Entretenimiento
7. Medio de comunicación más potente

Desventajas de usar Facebook

1. Limitaciones en las publicaciones
2. Perjudica tu vida profesional
3. Invasión de la privacidad
4. Es adictiva
5. Estafas
6. Suplantaciones de identidad
7. Convivencia con faltas de respeto

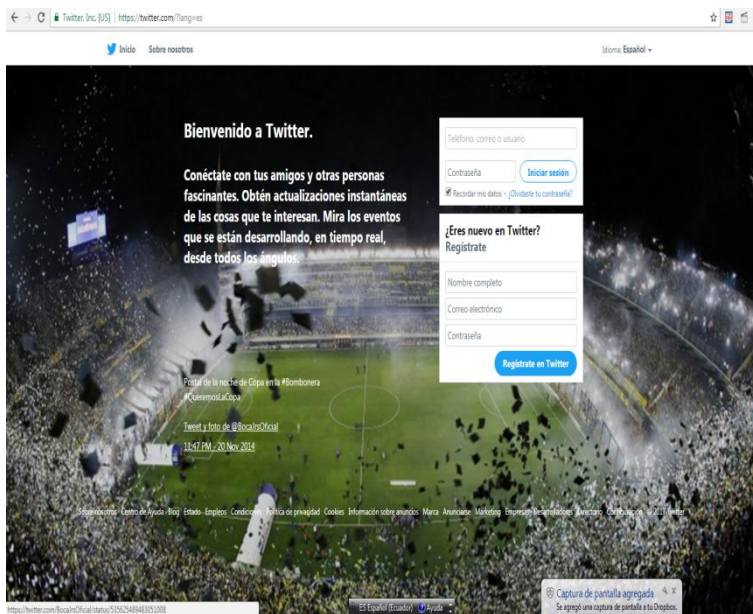
Concepto de Twitter

Twitter es una de las redes sociales más famosas que existe en la actualidad, este es el lugar donde muchas personas alrededor del mundo comparten información a través de mensajería instantánea. Twitter es un término en inglés que en nuestro idioma significa “trinar” o “gorjear”; es una aplicación gratuita de la web, de la red de microblogging que posee las ventajas de los blogs, mensajería instantánea y las redes sociales. Esta interesante forma de comunicación, nos permite ponernos en contacto en tiempo real con personas de interés por medio de mensajes de texto también denominados tweets, que no superen los 140 caracteres.

Página principal de Twitter.

Pasó 1: Para acceder a Twitter se lo puede hacer a través de un teléfono inteligente, Tablet, CPU y una portátil con conexión a internet con el siguiente enlace. www.twitter.com

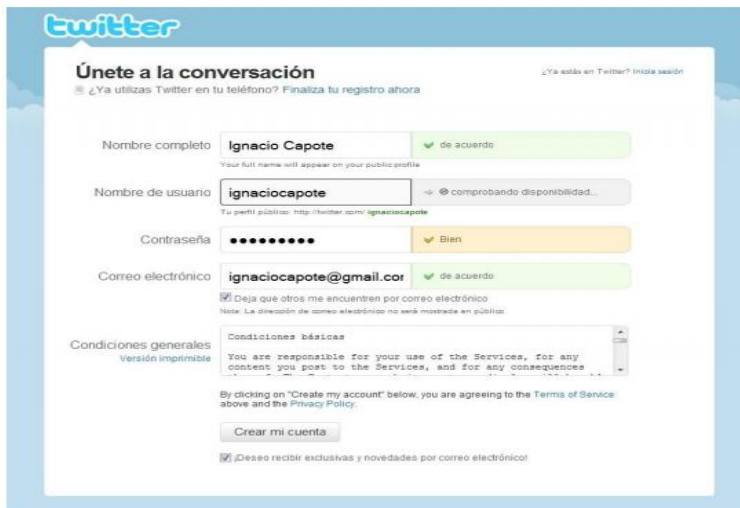
Figura 31 Pantalla principal de Twitter.



Fuente: Red social de Facebook
Elaborado por: KleberChicaiza Cajas.

Pasó 2: Crear cuenta en Twitter:

Figura 32 Cuenta de Twitter



Fuente: Red social de Facebook

Elaborado por: KleberChicaiza Cajas.

Pasó3: Configuramos la cuenta de Twitter

Figura 33 Configuración de cuenta Twitter

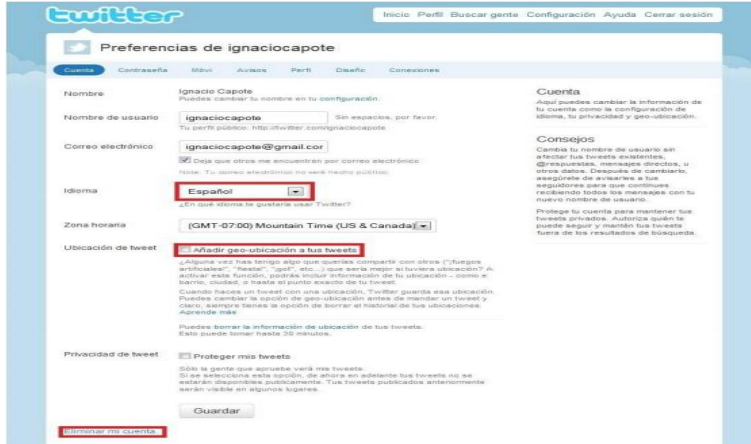


Fuente: Red social de Facebook

Elaborado por: KleberChicaiza Cajas.

Pasó 4: Podemos cambiar la contraseña

Figura 34 Cambiar contraseña



Fuente: Red social de Facebook

Elaborado por: KleberChicaiza Cajas.

Pasó 5: Generamos una nueva contraseña

Figura 35 Contraseña cambiada de Twitter

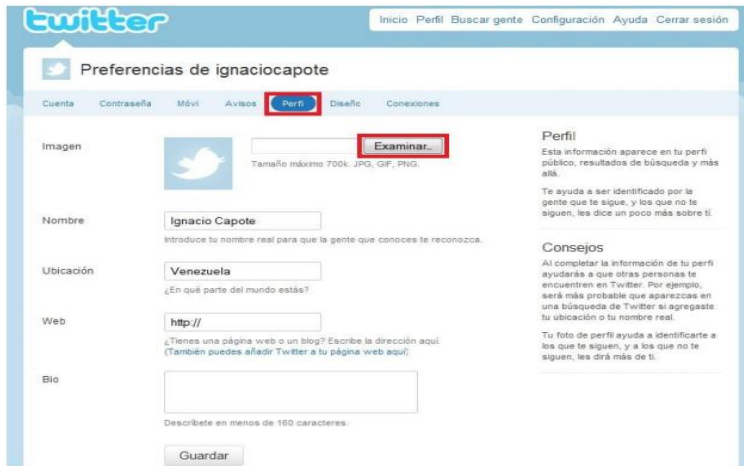


Fuente: Red social de Facebook

Elaborado por: KleberChicaiza Cajas.

Pasó 6: Ingresamos una foto en el perfil

Figura 36 Foto de perfil Twitter

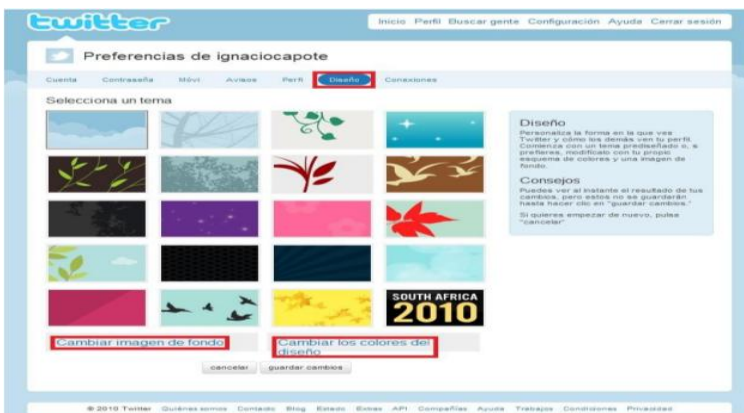


Fuente: Red social de Facebook

Elaborado por: KleberChicaiza Cajas.

Pasó 7: Seleccionamos un tema en Twitter.

Figura 37 Selección de tema Twitter



Fuente: Red social de Facebook

Elaborado por: KleberChicaiza Cajas.

Pasó 8: Configuración de Twitter desde el teléfono móvil.

Figura 38 Configurar Twitter en teléfono móvil



Fuente: Red social de Facebook

Elaborado por: KleberChicaiza Cajas.

Pasó 9: Configuramos si deseas seguir o dejar de seguir a un usuario

Figura 39 Configurar si se desea seguir un usuario



Fuente: Red social de Facebook

Elaborado por: KleberChicaiza Cajas.

Pasó 10: Ventana donde visualizamos los seguidores

Figura 40 Ventana de seguidores

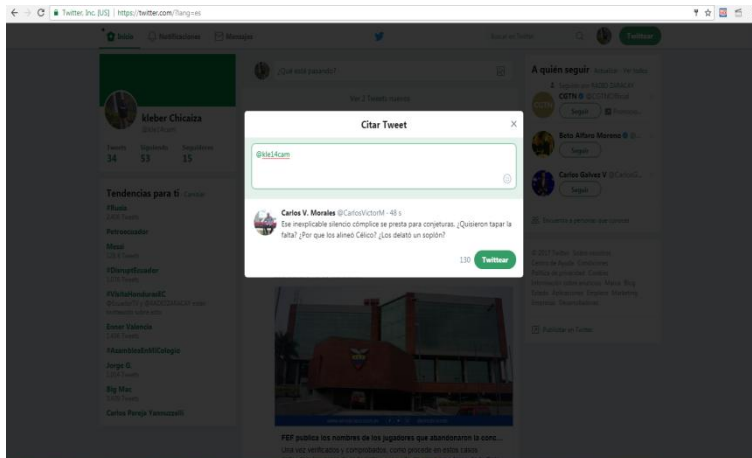


Fuente: Red social de Facebook

Elaborado por: KleberChicaiza Cajas.

Pasó 11: Cuando se quiere realizar un retweet.

Figura 41 Cuadro de retweet

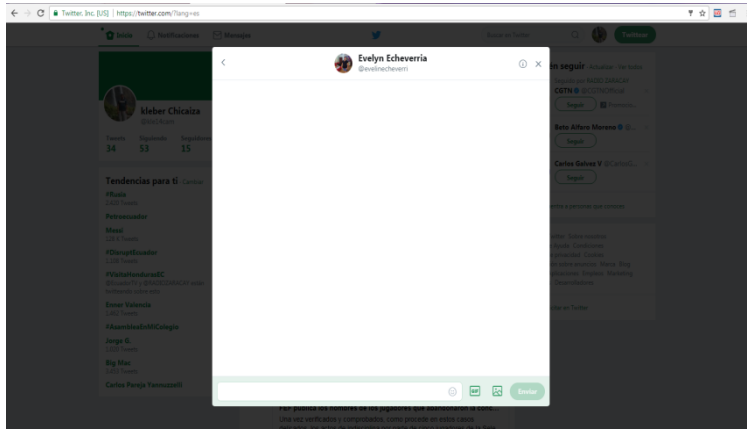


Fuente: Red social de Facebook

Elaborado por: KleberChicaiza Cajas.

Pasó 12: Cuando se quiere realizar un mensaje directo

Figura 42 Cuadro de mensaje directo

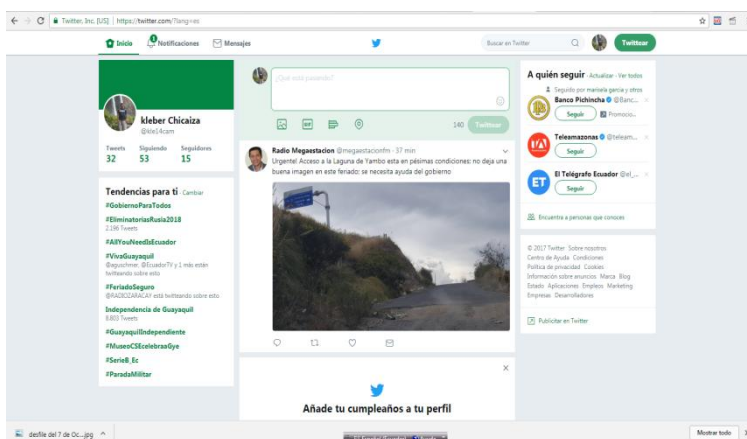


Fuente: Red social de Facebook

Elaborado por: KleberChicaiza Cajas.

Pasó 16: Para la publicación de notas, fotos y videos, en la cuenta de Twitter se lo hace a todos los usuarios sin restricción alguna siempre y cuando este registrados como seguidores.

Figura 43 Pantalla de publicación de videos o imágenes

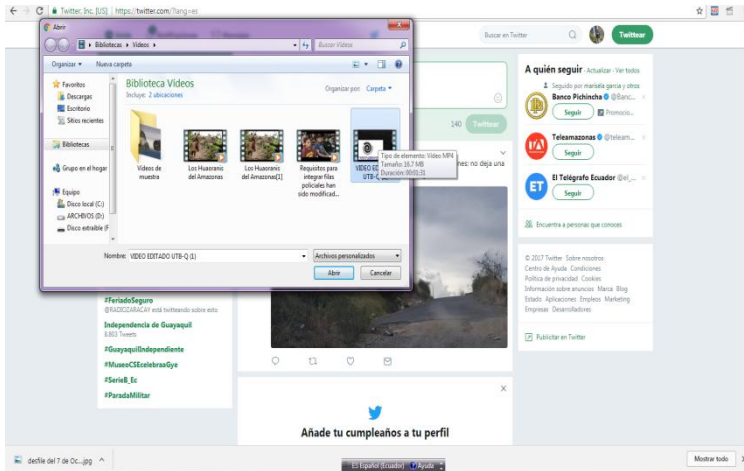


Fuente: Red social de Facebook

Elaborado por: KleberChicaiza Cajas.

Pasó17: Seleccionamos las fotos o videos que se desea publicar acompañado de un párrafo de texto que viene a ser una noticia para los demás usuarios con un límite de caracteres.

Figura 44 Ventana para seleccionar imagen o video en Twitter.

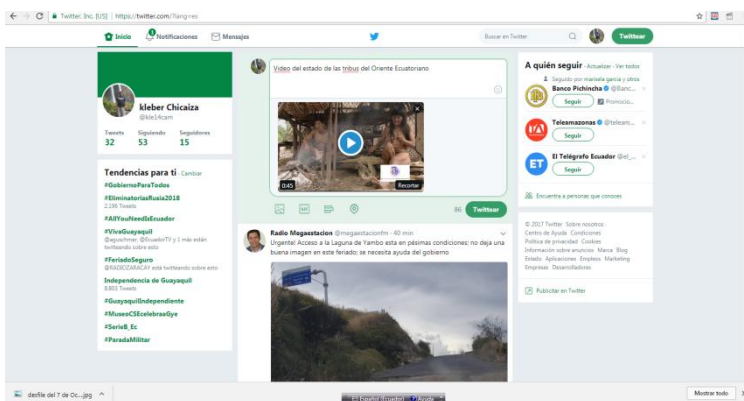


Fuente: Red social de Facebook

Elaborado por: KleberChicaiza Cajas.

Pasó 18: Cargamos la imagen en la que nos permite agregar un comentario para que sea visualizado por los seguidores o a su vez reenviar a otras seguidores.

Figura 45 Pantalla donde se carga la imagen en Twitter

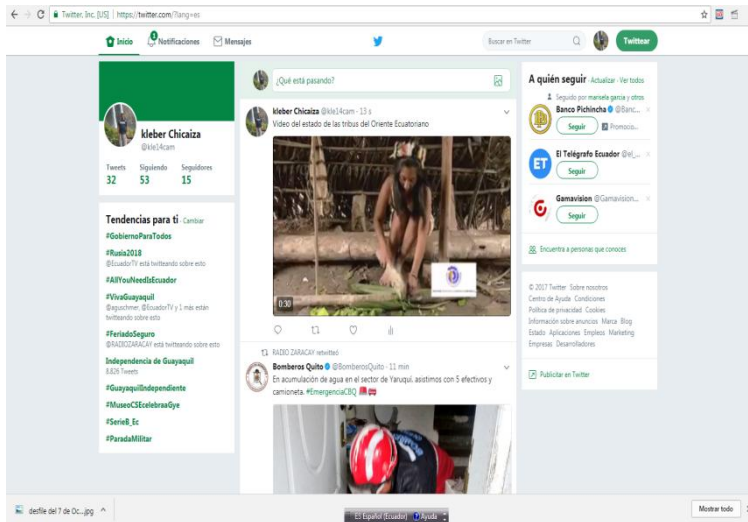


Fuente: Red social de Facebook

Elaborado por: KleberChicaiza Cajas.

Pasó 19: La importancia se subir un video a la red social Twitter, haciendo conocer sus costumbres y tradiciones de los pueblos ancestrales del Oriente Ecuatoriano, sin discriminación para que pueda ser utilizado en los estudios a manera de consulta para los trabajos.

Figura 46 Pantalla para que los seguidores lo visualicen o descarguen imágenes, videos en Twitter



Fuente: Red social de Facebook

Elaborado por: KleberChicaiza Cajas.

Ventajas de usar Twitter

1. Mensaje conciso:
2. Ahorro de tiempo:
3. Creatividad:

Ventajas de los seguidores

1. Privacidad:
2. Información seleccionada:

Ventajas de los Hashtags

1. Rapidez en búsqueda de información:
2. Alcance de las publicaciones:

Ventajas de Retweets y favoritos

1. Alcance de la información:
2. Ayuda de memoria:

Desventajas de usar Twitter.

1. Información insuficiente:
2. ¿Es realmente conciso?:
3. La sociedad de los 140 caracteres:

Desventajas de los seguidores

1. Impersonalidad:
2. Contenido relacionado:

Desventajas de los Hashtags

1. Mal uso:
2. Contenido relacionado:

Desventajas de los Retweets y favoritos

1. Mal uso:
2. Contenido relacionado:

Figura47 *Análisis de la Ley Orgánica de Comunicación.*

Análisis:

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

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

Los medios de comunicación solo podrán reproducir mensajes de las redes sociales cuando el emisor de tales mensajes esté debidamente identificado; si los medios de comunicación no cumplen con esta obligación, tendrán la misma responsabilidad establecida para los contenidos publicados en su página web que no se hallen atribuidos explícitamente a otra persona.

Fuente: Guía uso de las redes sociales

Autor: Kleber Chicaiza Cajas

Figura 48 Resumen de la guía didáctica

Resumen

El buen uso de las redes sociales de una persona que cuente con una red social Facebook o Twitter, para comunicarse con su amigos, familiares y conocidos, sin subir información que pueda afectar a otros usuarios por los comentarios, imágenes o videos que se publiquen sin tener conocimiento de periodismo.

He ahí la importancia de publicar notas, fotos, videos y demás instrumentos que nos permite las redes sociales Facebook y Twitter, a fin de no afectar a los medios de comunicación locales de la parroquia San Camilo.

Por la misma evolución de la humanidad los seres humanos sentimos la necesidad de conocernos con otras personas con diferentes culturas y tradiciones, es por eso que nace la necesidad del buen uso de la redes sociales Facebook y Twitter, a fin de no afectar a otros usuarios que piensan o sienten diferente a nuestras costumbres.

Fuente: Guía uso de las redes sociales

Autor: Kleber Chicaiza Cajas

4.4. RESULTADOS ESPERADOS DE LA ALTERNATIVA

Una vez finalizada la investigación se determina que la propuesta realizada es viable para las autoridades de la parroquia San Camilo y los propietarios de los medios de comunicación locales, para aplicar el buen uso de las redes sociales Facebook y Twitter.

Mejorar el proceso de la comunicación en los ciudadanos sancamileños, cuando haga uso de las redes sociales Facebook y Twitter, enseñando la forma correcta para subir una información logrando tener el suficiente conocimiento de las causas y efectos que puede producir una información que no sea verificada o contrastada por un profesional de la comunicación.

Haciendo uso de la guía didáctica como ilustración, los habitantes de la parroquia San Camilo, del cantón Quevedo, provincia de Los Ríos, podrán hacer uso de las redes sociales Facebook y Twitter, de forma responsable al momento de ingresar información para compartirla con los usuarios.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Atorresi, A. (1995). *Los generos periodisticos de antologia*. Argentina: Colihue.

Aula Clic. (03 de Marzo de 2010). Obtenido de Aula Clic:
<http://www.aulaclic.es/articulos/facebook.html>

Bodin, Ö. (2017). Las redes sociales en la gestión de los recursos naturales: ¿qué hay que aprender de una perspectiva estructural? *REVISTA HISPANAPARA EL ANALISIS DE REDES SOCIALES*, 8.

Cabrero Rubio, C. (15 de Abril de 2005). *Libros Google*. Plural editores. Obtenido de <https://books.google.com.ec/books?id=JNwpgpAIysIC&pg=PA21&dq=El+concepto+del+periodismo+es+el+mismo+en+cualquier+%C3%A9poca+y+se+define+por+valores+universales+como+verdad,+independencia,+equilibrio,+responsabilidad,+pero+adquiere+diferentes+lenguajes+y+f>

Carballar Facón, J. A. (2011). *Twitter Marketing personal y profesional*. España : Grupo RC.

Casero, A., Fernández Beltrán, F., & González, S. (12 de Junio de 2012). *La prensa local ante el reto digital*. España: Union de Editoriales Universitarias Españolas. Obtenido de <https://books.google.es/books?id=dO7gCgAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=es#v=onepage&q&f=false>

Castañeda, L., & Gutierrez, I. (2010). *Redes Sociales y otros tejidos online para conectar personas*. Murcia: Mad Enduforma.

Cerviño Queiroz, B. (19 de Junio de 2013). *Recercat.cat*. Recuperado el 02 de 02 de 2017, de [Recercat.cat](http://www.recercat.cat):

<http://www.recercat.cat/bitstream/handle/2072/216886/Versi%C3%B3n%20digital%20de%20trabajo.pdf?sequence=1>

Cobo, S. (2012). *Internet para Periodistas*. Barcelona : EDITORIAL UOC.

Cobo, S. (15 de Diciembre de 2012). *Libros Google*. Obtenido de <https://books.google.com.ec/books?id=tO7qAgAAQBAJ&pg=PT77&dq=diferencias+entre+facebook+y+twitter&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwiqr-DTpcrUAhUKKyYKHWvjDqQQ6AEIIDA#v=onepage&q&f=false>

Comunicación, L. Ó. (25 de Julio de 2013). *Asamblea Nacional*. Obtenido de http://www.asambleanacional.gob.ec/es/system/files/ley_organica_comunicacion.pdf

- Durán Medina, J. F. (2013). *Comunicación 2.0 y 3.0*. España: ACCI.
- Durango, A. (10 de 12 de 2014). *Libros Google*. Obtenido de <https://www.google.com.ec/search?q=redes+sociales&oq=redes+sociales&aqs=chrome.0.0j69i60j0l4.7631j0j4&sourceid=chrome&ie=UTF-8#q=concepto+de+redes+sociales&tbm=bks>
- Ecuador, C. P. (20 de Octubre de 2008). *Asamblea Nacional*. Obtenido de http://www.asambleanacional.gov.ec/documentos/constitucion_de_bolsillo.pdf
- Faerman, J. (2009). *Faceboom*. España: Alienta.
- Francisco, M. D. (15 de Octubre de 2013). *Libros Google*. Obtenido de <https://books.google.com.ec/books?id=PvXKBAAAQBAJ&pg=PT162&dq=investigaciones+realizadas+sobre+las+redes+sociales+y+su+influencia+en+el+periodismo&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwiDxcDwl4zVAhXG5iYKHXYGABAQ6AEIJTAB#v=onepage&q&f=false>
- García , R. (2014). Estudios sobre el Mensaje Periodístico. *Revistas Científicas Complutenses*, 16.
- Haro, M. V., Grandío, M. d., & Hernández, M. (05 de Agosto de 2012). *Libros Google*. Murcia: edit.um. Obtenido de https://books.google.com.ec/books?id=a_I7ioS5YiIC&pg=PA214&dq=conclusiones+las+redes+sociales+y+su+influencia+en+el+periodismo+local&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjdv9qF8InVAhVDKyYKHRphBQQQ6AEIIDAA#v=onepage&q&f=false
- Hofstadt Román, C. v.-d. (15 de Diciembre de 2005). *Libros Google*. Obtenido de <https://books.google.com.ec/books?id=7ldQbFzhRBkC&printsec=frontcover&dq=que+es+la+comunicacion&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwi9q97qgfPUAhXG0iYKHQ00CW0Q6AEIKjAB#v=onepage&q&f=false>
- Lasso, I. (23 de Septiembre de 2013). *GENBETA*. Obtenido de <https://www.genbeta.com/redes-sociales-y-comunidades/que-nos-hace-facebook-diez-estudios-sobre-los-efectos-de-usar-la-red-social>
- M. Verónica de Haro, M. d. (05 de 12 de 2012). *Libros Google*. Obtenido de https://books.google.com.ec/books?id=a_I7ioS5YiIC&pg=PA214&dq=conclusiones+las+redes+sociales+y+su+influencia+en+el+periodismo+local&hl=es&sa=X&ved=0ahUKE

wjdv9qF8InVAhVDKyYKHRphBQQQ6AEIIDA#v=onepage&q=conclusiones%20las%20redes%20sociales%20y%20su%20infl

Marín de la Iglesia, J. L. (2010). *Web 2.0*. España: Netbiblo.

Menor, J. A., & Somkabcharti, P. (2009). *Redes Sociales for ROOKIES*. México : Lid Editorial .

Merodio, J. (15 de Noviembre de 2016). *Redes Sociales*. Bogotá Colombia: LID Editorial Colombia SAS. Obtenido de

https://books.google.com.ec/books?id=eRqqDQAAQBAJ&pg=PT38&dq=Comportamiento+de+los+usuarios+en+las+redes+sociales&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwi_qIScge7UAhVE6SYKHVTKC-

wQ6AEIMDAD#v=onepage&q=Comportamiento%20de%20los%20usuarios%20en%20las%20redes%20sociales&f=fal

Ministerio de Educación, P. S.-0.-1.-6. (2008). *Ministerio de Educación*. Obtenido de Ministerio de Educación:

<http://recursostic.educacion.es/comunicacion/media/version/v1/accesibilidad.php?c=&inc=radio&blk=6&pag=7>

Orihuela, J. L. (2011). *Mundo Twitter*. España: Alienta Editorial.

Pavón Besalú, M. J. (12 de Mayo de 2012). *Beneficios Rápidos de las Redes Sociales*. Girona, Cataluña, España: Miquel J Pavon Besalu. Obtenido de

<https://books.google.com.ec/books?id=sWdrx-IWbjEC&pg=PA42&dq=Beneficios+de+la+comunicaci%C3%B3n+en+las+redes+sociales.&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwiho-vs6-3UAhVMwiYKHZ9tCecQ6AEIMzAD#v=onepage&q&f=false>

Ponce, I. (17 de Abril de 2012). *Observatorio Tecnológico*. Obtenido de <http://recursostic.educacion.es/observatorio/web/en/internet/web-20/1043-redes-sociales?start=3>

Quiroz Pacheco, Y. R. (15 de Octubre de 2014). *Las Redes Sociales como herramientas del Periodismo Digital*. Obtenido de RevistaCultural.com:

http://www.revistacultura.com.pe/revistas/RCU_28_1_las-redes-sociales-como-herramientas-del-periodismo-digital.pdf

- Rufí, J. P. (15 de Octubre de 2012). *Eumed*. Obtenido de ESTRUCTURA DEL MERCADO AUDIOVISUAL: RESULTADOS: http://www.eumed.net/libros-gratis/2012b/1220/concepto_red_social.html
- Silva , C. (12 de Diciembre de 2012). Internet para periodistas. En S. Cobo, *Internet para periodistas* (pág. Indefinida). Rambla del Poblenou 156, 08018 Barcelona: UCO. Obtenido de https://books.google.com.ec/books?id=tO7qAgAAQBAJ&pg=PT77&dq=diferencias+entre+facebook+y+twitter&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwj7p5--_N7UAhXLSiYKHctWA1UQ6AEIJDAA#v=onepage&q&f=false
- Soto, J. (15 de Julio de 2013). Obtenido de Bibliotecas de Museos: <http://www.janasoto.com/2012/09/twitter-conceptos-basicos-y-recomendaciones/>
- Studoc. (s.f.). Obtenido de https://www.studocu.com/es/document/universidad-carlos-iii-de-madrid/periodismo-de-proximidad-la-informacion-local/apuntes/1-apuntes-de-periodismo-local-periodismo-local/371299/view?auth=1&auth_prem=0&prem_doc=0&new_title=1&has_flashcards=0
- Tomás-Sábado, J. (15 de Diciembre de 2009). *Libros Google*. Obtenido de <https://books.google.com.ec/books?id=MHgap8IN124C&pg=PA21&dq=Es+el+conjunto+de+todos+los+individuos+que+cumplen+ciertas+propiedades+y+de+quienes+deseamos+estudiar+ciertos+datos.+Podemos+entender+que+una+poblaci%C3%B3n+abarca+todo+el+conjunto+de+elementos+>
- TRAVERSO, H. E. (2010). UTILIZACION DE LA WEB 2.0 PARA APLICACIONES EDUCATIVAS EN LA U.N.V.M. En D. Truccone. Argentina: Eduvim.

ANEXOS

A: Matriz de consistencia del trabajo de la Investigación



TEMA	PROBLEMA GENERAL	OBJETIVO GENERAL	HIPOTESIS GENERAL	VARIABLES	INDICADORES	PROBLEMAS ESPECÍFICOS	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	HIPÓTESIS ESPECÍFICAS
Las redes sociales Facebook y Twitter y sus efectos en el periodismo local en la parroquia San Camilo cantón Quevedo Periodo 2017.	¿De qué manera influye las redes sociales Facebook y Twitter en el periodismo local en la parroquia San Camilo, cantón Quevedo?	Conocer la influencia de las redes sociales Facebook y Twitter en el periodismo local en la parroquia San Camilo, cantón Quevedo.	Analizando las redes sociales Facebook y Twitter mejorará el periodismo local en la parroquia San Camilo, cantón Quevedo.	Redes sociales Facebook y Twitter”	Información falsa	¿Cómo afecta al periodismo local la información ingresada a través de las redes sociales Facebook y Twitter a la ciudadanía de la parroquia San Camilo?	Detectar las causas porque las redes sociales Facebook y Twitter, afecta al periodismo local.	Conociendo el buen uso de las redes sociales mejoramos el periodismo local

				Periodismo local	Baja credibilidad de las redes sociales	¿Cómo índice la información a través de las redes sociales Facebook y Twitter, en la parroquia San Camilo, cantón Quevedo?	Demostrar el tipo de información que se difunde a través de las redes sociales Facebook y Twitter afecta en el comportamiento de la ciudadanía en la parroquia San Camilo.	Determinando el mal uso de las redes sociales al momento de subir información mejorará la credibilidad del periodismo local
					Mal comportamiento	¿Cómo influye el comportamiento de los ciudadanos en la parroquia San Camilo, por la información que se genera a través de las redes sociales Facebook y Twitter?	Desarrollar una guía didáctica que fomente el buen uso de las redes sociales a los ciudadanos de la parroquia San Camilo.	Desarrollando una guía didáctica mejorará el buen uso de las redes sociales en la ciudadanía de la parroquia San Camilo



Universidad Técnica de Babahoyo
Facultad de Ciencias Jurídicas, Sociales y de la Educación
Comisión de Investigación y Desarrollo (CIDE)
Control de Grado
Secretaría General de la Facultad



ACTA DE SUSTENTACIÓN DE LA MODALIDAD: PROYECTO DE INVESTIGACIÓN, PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADO EN COMUNICACIÓN SOCIAL

En la ciudad de Quevedo, Provincia de Los Ríos, República del Ecuador a los **20 días del mes de diciembre del dos mil diecisiete, a las 10h30**, siendo día y hora señalada por el Consejo Directivo, mediante resolución **CD- FAC.C.J.S.E – SO-011- RES-001-2017, en sesión del día 7 de Diciembre del 2017**, se instala el Tribunal de Sustentación del trabajo de grado correspondiente a la modalidad de titulación: **Proyecto de Investigación** integrado por los docentes:

MSC. LILIANA URQUIZA MENDOZA	DELEGADO DEL DECANO
MSC. ELISEO TORO TOLOZA	DELEGADO DEL COORDINADOR DE LA CARRERA
MSC. MAYRA DUARTE MENDOZA	DELEGADO DEL CIDE

Para calificar la defensa del trabajo de grado del señor (a) (ita):

CHICAIZA CAJAS KLEBER CAMILO

Con el tema: **“LAS REDES SOCIALES FACEBOOK Y TWITTER Y SUS EFECTOS EN EL PERIODISMO LOCAL EN LA PARROQUIA SAN CAMILO DEL CANTÓN QUEVEDO PERIODO 2017.”.**

Luego de cumplido con lo dispuesto en los Arts. 251,252, 253, 254, 255 del Reglamento Vigente, el señor (a) (ita) **CHICAIZA CAJAS KLEBER CAMILO** ha obtenido la calificación promedio de: **(7.5)**.

En consecuencia, se declara aprobada la sustentación con la modalidad de: (Proyecto De Investigación) y se proclama como apto (a) para ser investido (a) como **LICENCIADO EN COMUNICACIÓN SOCIAL**.

Para constancia y validez firman por Triplicado en unidad de acto, los señores Miembros del Tribunal, Egresado (a) y el Secretario Encargado que certifica.

MSC. LILIANA URQUIZA MENDOZA
 MSC. ELISEO TORO TOLOZA
 MSC. MAYRA DUARTE MENDOZA
 CHICAIZA CAJAS KLEBER CAMILO

Ab. Isela Berruz Mosquera
 SECRETARIA (e) FAC.CC.JJ.SS.EE

Elaborado por
 Msc. Liliana Urquiza

Ficha de la encuesta aplicada a los estudiantes



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO – EXTENSIÓN QUEVEDO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN
ESCUELA DE COMUNICACIÓN SOCIAL
CUESTIONARIO DE PREGUNTAS DIRIGIDA A LOS CIUDADANOS DE LA
“PARROQUIA SAN CAMILO”

Estimado ciudadano:

Por medio de esta encuesta se desea mejorar el uso de las redes sociales con el fin de determinar **“Las redes sociales Facebook y Twitter y sus efectos en el periodismo local en la parroquia San Camilo cantón Quevedo Periodo 2017”**, por lo que solicito unos minutos de su valioso tiempo para responderla, por esta razón le pedimos de favor conteste con la mayor sinceridad y exactitud las preguntas (de su sinceridad dependerá los resultados de la investigación)

Instrucciones:

- a. Antes de responder lea cuidadosamente el enunciado de cada planteamiento.
- b. Marque con una equis (X), la casilla de la alternativa que mejor se ajusta a su respuesta.
- c. Responda a todas las preguntas planteadas.
- d. En caso de dudas consulte con el encuestador.

Edad_____ **Género:** F () M ()

1. ¿Cree Ud., que las redes sociales Facebook y Twitter afecta al periodismo local de la parroquia San Camilo?

Si () **No** () **Tal vez** ()

2. ¿Piensa Ud., que la información que suben los usuarios a las redes sociales Facebook y Twitter, sin poseer título de comunicador, perjudica al periodismo de la parroquia San Camilo?

Si () No () Tal vez ()

3. ¿Cree Ud., que las noticias deben ser publicadas por las redes sociales Facebook y Twitter, por los habitantes de la parroquia San Camilo?

Si () No () Tal vez ()

4. ¿Usted se informa por medio de las redes sociales Facebook y Twitter?

Si () No () Rara vez ()

5. ¿Para Ud., las redes sociales Facebook y Twitter es?

Excelente () Muy bueno () Bueno () Regular ()

6. ¿Usted ha subido noticias a través de las redes sociales Facebook o Twitter?

Si () No () Tal vez ()

7. ¿Tiene Ud., servicio de internet en su domicilio para navegar en las redes sociales Facebook o Twitter?

Si () No () Tal vez ()

8. ¿Dispone Ud., de un teléfono inteligente con internet para utilizar redes sociales Facebook y Twitter?

Si () No () Tal vez ()

9. ¿Cree Ud., que los medios de comunicación en la parroquia San Camilo, cuentan con todos los medios tecnológicos?

Si () No () Tal vez ()

10. ¿Cree Ud., que los medios de comunicación de la parroquia San Camilo, deberían contar con una página de internet?

a) Si () No () Tal vez ()

¡Gracias por su colaboración!

C: Fotografía de la Iglesia central de la parroquia San Camilo



Iglesia San Cristóbal parroquia San Camilo.



Av. Guayaquil de la parroquia San Camilo.

D: Fotografía de la socialización del proyecto de Investigación al señor Presidente de la parroquia San Camilo.



Realizando encuesta al señor Ab. Víctor Albán



Encuesta realizada al señor Ab. Víctor Albán

E: Fotografías de la encuesta realizada a los ciudadanos de la parroquia San Camilo



Encuesta realizada a la señorita Gabriela Espinoza.



Encuesta realizada a la señora Teresa Medranda.

F: Pruebas estadísticas aplicas a los habitantes de la parroquia San Camilo

¿Cree Ud., que las redes sociales Facebook y Twitter afecta al periodismo local de la parroquia San Camilo?

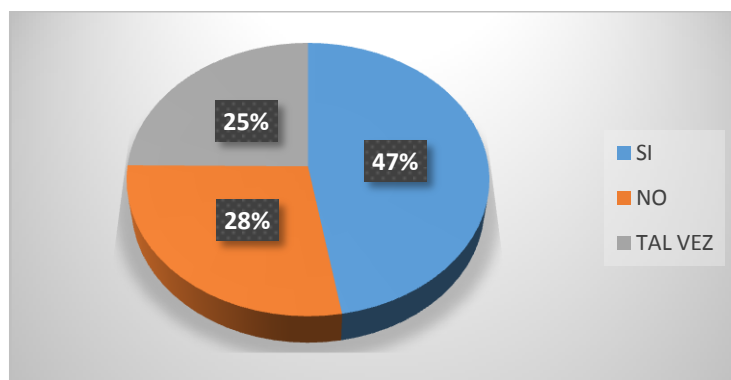
Tabla 6 Las redes sociales Facebook y Twitter afecta al periodismo local

INDICADORES	FRECUENCIAS	PORCENTAJE
SI	95	47%
NO	56	28%
TAL VEZ	50	25%
TOTAL	201	100%

Fuente: habitantes de la parroquia San Camilo

Elaborado por: KleberChicaiza

Grafico 4 Las redes sociales Facebook y Twitter afecta al periodismo local.



Fuente: habitantes de la parroquia San Camilo

Elaborado por: KleberChicaiza

Análisis.- Después de haber aplicado la encuesta a los habitantes de la parroquia San Camilo, se evidenció que el 47% si afecta al periodismo, y el 28% no afecta al periodismo local, mientras que el 25 % indica que tal vez, afecta al periodismo local.

Interpretación.- Los habitantes de la parroquia San Camilo piensan que las redes sociales Facebook y Twitter afecta al periodismo local.

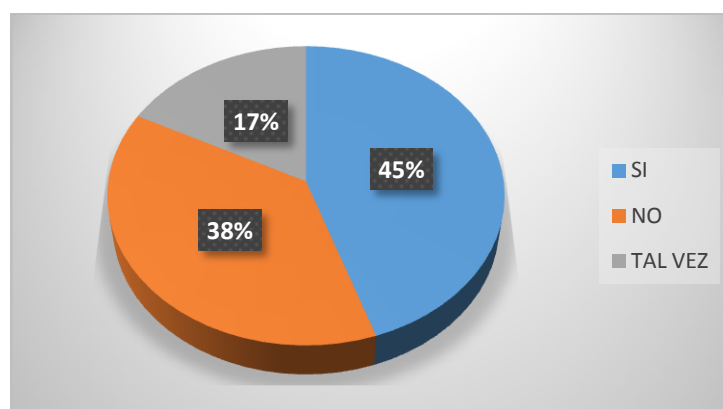
¿Piensa Ud., que la información que suben los usuarios a las redes sociales Facebook y Twitter, sin poseer título de comunicador, perjudica al periodismo de la parroquia San Camilo?

Tabla 7 Datos de los usuarios que suben información y perjudica al periodismo local.

INDICADORES	FRECUENCIAS	PORCENTAJE
SI	90	45%
NO	76	38%
TAL VEZ	35	17%
TOTAL	201	100%

Fuente: habitantes de la parroquia San Camilo
Elaborado por: KleberChicaiza

Grafico 5 Datos de los usuarios que suben información sin poseer título de comunicador perjudica al periodismo local.



Fuente: habitantes de la parroquia San Camilo
Elaborado por: KleberChicaiza

Análisis.- Después de haber aplicado la encuesta a los habitantes de la parroquia San Camilo, se evidenció que el 45% perjudica al periodismo local, y el 38% piensa que no afecta al periodismo local, mientras que el 17% indica que tal vez, afecta al periodismo local.

Interpretación.- Los encuestados de la parroquia San Camilo, piensan que la información subida por personas que no poseen título de comunicador perjudica al periodismo local.

¿Cree Ud., que las noticias deben ser publicadas por los habitantes de la parroquia San Camilo a través de las Facebook y Twitter?

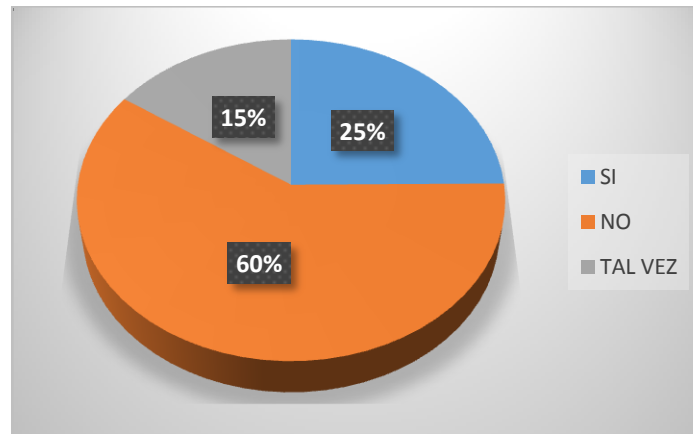
Tabla 8 Noticias deben ser publicadas por los habitantes de la parroquia San Camilo.

INDICADORES	FRECUENCIAS	PORCENTAJE
SI	50	25%
NO	120	60%
TAL VEZ	31	15%
TOTAL	201	100%

Fuente: habitantes de la parroquia San Camilo

Elaborado por: KleberChicaiza

Grafico 6 Noticias deben ser publicadas por los habitantes de la parroquia San Camilo.



Fuente: habitantes de la parroquia San Camilo

Elaborado por: KleberChicaiza

Análisis.- Después de haber aplicado la encuesta a los habitantes de la parroquia San Camilo, se evidenció que el 60% indicó que no deben publicar noticias por las redes sociales Facebook y Twitter, y el 25% piensa que sí se debe publicar noticias, mientras que el 15% indica que tal vez, se debe publicar noticias por las redes sociales.

Interpretación.- Los habitantes de la parroquia San Camilo, piensan que no se debe subir noticias por las redes sociales Facebook y Twitter.

¿Usted se informa por medio de las redes sociales Facebook y Twitter?

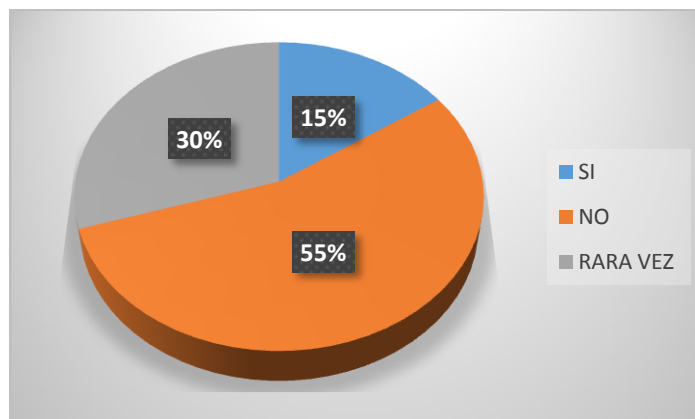
Tabla 9 Usted se informa por medio de las redes sociales Facebook y Twitter.

INDICADORES	FRECUENCIAS	PORCENTAJE
SI	31	15%
NO	110	55%
RARA VEZ	60	30%
TOTAL	201	100%

Fuente: habitantes de la parroquia San Camilo

Elaborado por: KleberChicaiza

Grafico 7 Usted se informa por medio de las redes sociales Facebook y Twitter.



Fuente: habitantes de la parroquia San Camilo

Elaborado por: KleberChicaiza

Análisis.- Después de haber aplicado la encuesta a los habitantes de la parroquia San Camilo, se evidenció que el 55% se informa por medio de las redes sociales Facebook Twitter, y el 30% piensa que no se informa, mientras que el 15 % indica que tal vez, se informa por las redes sociales.

Interpretación.- Los habitantes de la parroquia San Camilo, se informan por las redes sociales Facebook y Twitter.

¿Para Ud., las redes sociales Facebook y Twitter es?

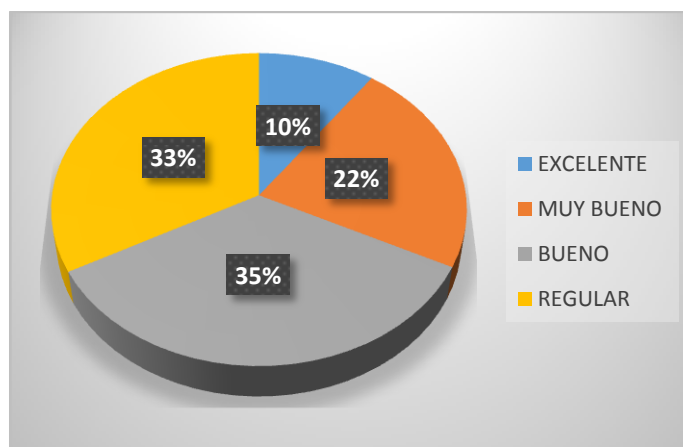
Tabla 10 Para usted las redes sociales Facebook y Twitter es.

INDICADORES	FRECUENCIAS	PORCENTAJE
EXCELENTE	20	10%
MUY BUENO	45	22%
BUENO	70	35%
REGULAR	66	33%
TOTAL	201	100%

Fuente: habitantes de la parroquia San Camilo

Elaborado por: KleberChicaiza

Grafico 8 Para usted las redes sociales Facebook y Twitter es.



Fuente: habitantes de la parroquia San Camilo

Elaborado por: KleberChicaiza

Análisis.- Después de haber aplicado la encuesta a los habitantes de la parroquia San Camilo, se evidenció que el 35% es excelente las redes sociales Facebook y Twitter, y el 33% piensa que es muy bueno, y el 22% piensa que es bueno, mientras que el 10% indica que es regular las redes sociales.

Interpretación.- Los habitantes de la parroquia San Camilo, en su mayoría piensa que las redes sociales Facebook y Twitter son excelentes.

¿Usted ha subido noticias a través de las redes sociales Facebook o Twitter?

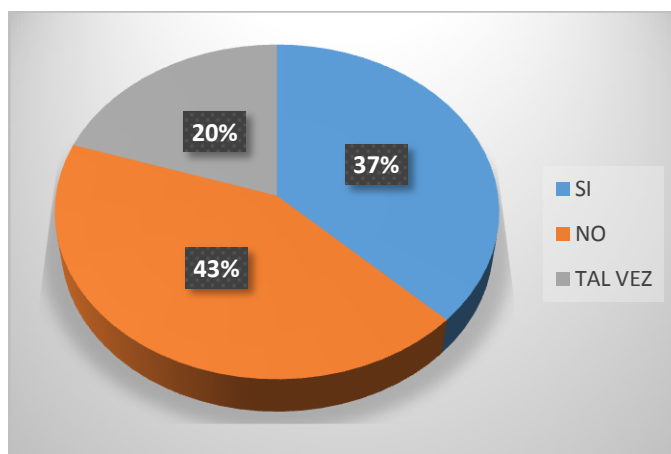
Tabla 11 Usted ha subido información a través de las redes sociales.

INDICADORES	FRECUENCIAS	PORCENTAJE
SI	75	37%
NO	86	43%
TAL VEZ	40	20%
TOTAL	201	100%

Fuente: habitantes de la parroquia San Camilo

Elaborado por: KleberChicaiza

Grafico 9 Usted ha subido información a través de las redes sociales.



Fuente: habitantes de la parroquia San Camilo

Elaborado por: KleberChicaiza

Análisis.- Después de haber aplicado la encuesta a los habitantes de la parroquia San Camilo, se evidenció que el 43% ha subido información a través de Facebook y Twitter, y el 37% manifiesta que no ha subido información, mientras que el 20% indica que tal vez, subió información por medio de las redes sociales.

Interpretación.- Los habitantes de la parroquia San Camilo, han subido información por medio de las redes sociales Facebook y Twitter.

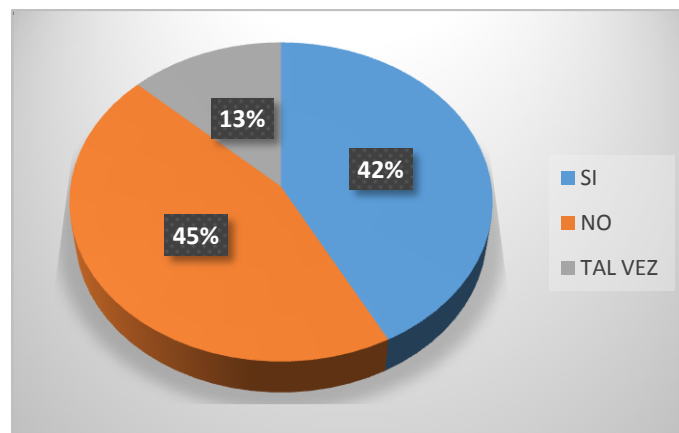
¿Tiene Ud., servicio de internet en su domicilio para navegar en las redes sociales Facebook o Twitter?

Tabla 12 Servicio de internet en su domicilio para navegar en Facebook y Twitter.

INDICADORES	FRECUENCIAS	PORCENTAJE
SI	85	42%
NO	90	45%
TAL VEZ	26	13%
TOTAL	201	100%

Fuente: habitantes de la parroquia San Camilo
Elaborado por: KleberChicaiza

Grafico 10 Servicio de internet en su domicilio para navegar en Facebook y Twitter.



Fuente: habitantes de la parroquia San Camilo
Elaborado por: KleberChicaiza

Análisis.- Después de haber aplicado la encuesta a los habitantes de la parroquia San Camilo, se evidenció que el 45% tiene internet en su domicilio, y el 42% manifiesta que no, mientras que el 13% indica que tal vez, tiene internet.

Interpretación.- Los habitantes de la parroquia San Camilo, en su gran mayoría poseen internet en su domicilio para navegar en las redes sociales Facebook y Twitter.

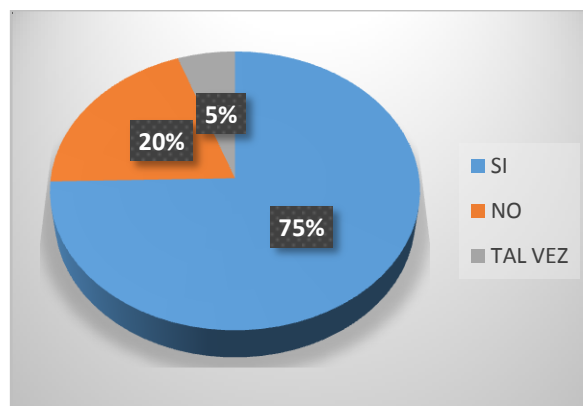
¿Dispone Ud., de un teléfono inteligente con internet para utilizar redes sociales Facebook y Twitter?

Tabla 13 Teléfono inteligente con internet para el uso de Facebook Y Twitter.

INDICADORES	FRECUENCIAS	PORCENTAJE
SI	150	75%
NO	40	20%
TAL VEZ	11	5%
TOTAL	201	100%

Fuente: habitantes de la parroquia San Camilo
Elaborado por: KleberChicaiza

Grafico 11 Teléfono inteligente con internet para el uso de Facebook Y Twitter.



Fuente: habitantes de la parroquia San Camilo
Elaborado por: KleberChicaiza

Análisis.- Después de haber aplicado la encuesta a los habitantes de la parroquia San Camilo, se evidenció que el 75% tiene un teléfono inteligente con internet, y el 20% manifiesta que no tiene, mientras que el 5 % indica que tal vez, tiene un teléfono inteligente.

Interpretación.- Los habitantes de la parroquia San Camilo, tienen un teléfono inteligente con internet para utilizar las redes sociales Facebook y Twitter.

¿Cree Ud., que los medios de comunicación en la parroquia San Camilo, cuentan con todos los medios tecnológicos?

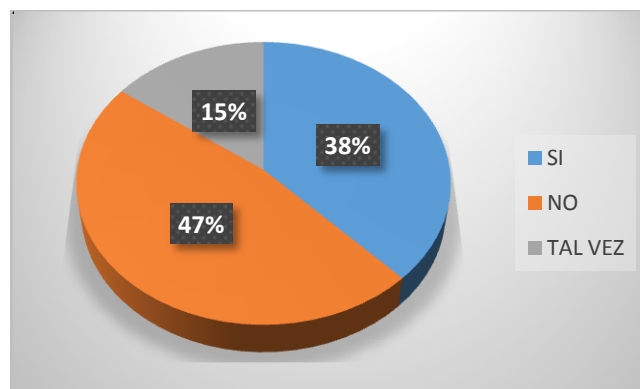
Tabla 14 Medios de comunicación de la parroquia San Camilo, cuente con medios tecnológicos.

INDICADORES	FRECUENCIAS	PORCENTAJE
SI	76	38%
NO	95	47%
TAL VEZ	30	15%
TOTAL	201	100%

Fuente: habitantes de la parroquia San Camilo

Elaborado por: KleberChicaiza

Grafico 12 Medios de comunicación de la parroquia San Camilo, cuente con medios tecnológicos.



Fuente: habitantes de la parroquia San Camilo

Elaborado por: KleberChicaiza

Análisis.- Después de haber aplicado la encuesta a los habitantes de la parroquia San Camilo, se evidenció que el 47% piensa que no cuenta con todos los medios tecnológicos, y el 38% piensa que sí, mientras que el 5 % indica que tal vez.

Interpretación.- Los habitantes de la parroquia San Camilo, piensan que los medios locales no cuentan con todos los medios tecnológicos.

¿Cree Ud., que los medios de comunicación de la parroquia San Camilo, deberían contar con una página de internet?

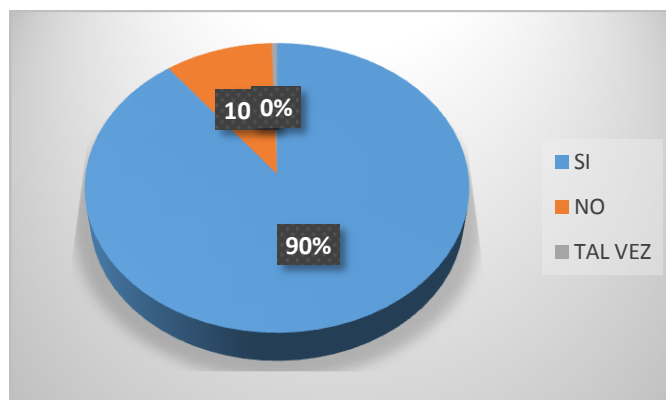
Tabla 15 Medios de comunicación deberían contar con página de internet.

INDICADORES	FRECUENCIAS	PORCENTAJE
SI	180	90%
NO	20	10%
TAL VEZ	1	0%
TOTAL	201	100%

Fuente: habitantes de la parroquia San Camilo

Elaborado por: KleberChicaiza

Grafico 13 Medios de comunicación deberían contar con página de internet.



Fuente: habitantes de la parroquia San Camilo

Elaborado por: KleberChicaiza

Análisis.- Después de haber aplicado la encuesta a los habitantes de la parroquia San Camilo, se evidenció que el 90% piensa los medios de comunicación deben contar con un página en internet, y el 10% piensa que no.

Interpretación.-Según la encuesta realizada a los habitantes de la parroquia San Camilo, piensan que los medios de comunicación deben de contar con una página de internet.



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURIDICAS, SOSCIALES Y
DE LA EDUCACION
EXTENSION QUEVEDO



Oficio S/N-2017

San Camilo, 14 de agosto del 2017

Ab. Víctor Marcelo Albán Gavilánez
PRESIDENTE DE LA PARROQUIA SAN SAMILO CANTON QUEVEDO
Presente.-

YO, **KLEBER CAMILO CHICAIZA CAJAS** con C.I.: **180312340-3** egresado de la Universidad Técnica de Babahoyo Extensión Quevedo de la especialidad de **COMUNICACIÓN SOCIAL** de la Facultad de Ciencias Jurídicas, Sociales y de la Educación Extensión Quevedo, solicito se sirva autorizar la realización de unas encuestas para mi proyecto de investigación.

Tema:

“LAS REDES SOCIALES FACEBOOK Y TWITTER Y SUS EFECTOS EN EL PERIODISMO LOCAL EN LA PARROQUIA SAN CAMILO CANTÓN QUEVEDO PERIODO 2017”

Adjunto copia de la encuesta.

Con la seguridad de que mi solicitud será atendida en forma oportuna y favorable me suscribo de usted

Atentamente,

DIOS, PATRIA Y LIBERTAD,


KLEBER CAMILO CHICAIZA CAJAS
C.I.: 1803123403
Egresado de la UTB-Quevedo
k.chic1@hotmail.com

RECIBIDO
21-08-2017
13H00





ACTA DE APROBACIÓN DEL PERFIL DE INVESTIGACIÓN

N006 COD11660 26 junio 2017

En la ciudad de Quevedo, provincia de los Ríos, República del Ecuador a los **26 días**, a las 9h00, siendo este día dentro de la hora señalada por el Coordinador de la carrera Comunicación Social, se instala los señores miembros de la Comisión de especialistas para examinar el perfil de investigación del señor **CHICAIZA CAJAS KLEBER CAMILO**, de la carrera **Comunicación Social**

Cuyo tema es **Las redes sociales Facebook y Twitter y sus efectos en el periodismo local en la parroquia San Camilo del cantón Quevedo Periodo 2017**, la Comisión queda integrada de la siguiente manera:

Msc. Liliana Urquiza (Director/Delegado del Director)
Msc. Eliseo Toro (Área de Investigación)
Msc. Mayra Duarte (Docente del Área específica)

En consecuencia, se declara aprobado el Perfil de investigación, para desarrollar el proyecto de investigación.

Para constancia y validez firman por triplicado en unidad de acto con los señores Miembros de la comisión, egresada(o) y Secretaria que certifica.

Liliana Urquiza _____

Eliseo Toro _____

Mayra Duarte _____

Chicaiza Cajas Kleber Camilo _____

Secretaría _____





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



ACTA DE APROBACIÓN DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

N007 COD-11660-30-08-2017

En la ciudad de Quevedo, de la provincia de Los Ríos, Republica del Ecuador a los 30 días del mes de agosto del 2017 a las 11h00, siendo el día y hora señalada por el Coordinador de la carrera, de Comunicación Social, se instala los señores miembros de la Comisión de especialistas para evaluar la defensa del Proyecto de Investigación de (la) egresado (a):

CHICAIZA CAJAS KLEBER CAMILO

Con el tema **“LAS REDES SOCIALES FACEBOOK Y TWITTER Y SUS EFECTOS EN EL PERIODISMO LOCAL EN LA PARROQUIA SAN CAMILO, DEL CANTÓN QUEVEDO, PERIODO 2017”**, la Comisión queda integrada de la siguiente manera:

Msc. Freddy Holguín Diaz (Coordinador/Delegado del Coordinador)
Msc. Rosa Navarrete Ortega (Área de Investigación)
Msc. Mayra Duarte Mendoza (Docente del Área específica)

En consecuencia, se declara **APROBADO** el Proyecto de Investigación, para continuar con el Informe Final.

Para constancia y validez firman por triplicado en unidad de acto con los señores Miembros de la comisión, egresada(o) y Secretaria que certifica.

Msc. Freddy Holguín Diaz _____

Msc. Rosa Navarrete Ortega _____

Msc. Mayra Duarte Mendoza _____

Chicaiza Cajas Kleber Camilo _____

Secretaria _____

Ab. Emilia Yong Chang



Universidad Técnica de Babahoyo
Facultad de Ciencias Jurídicas, Sociales y de la Educación
Comisión de Investigación y Desarrollo (CIDE)
Control de Grado

Secretaría General de la Facultad

ACTA DE SUSTENTACIÓN DE LA MODALIDAD: PROYECTO DE INVESTIGACIÓN, PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADO EN COMUNICACIÓN SOCIAL

En la ciudad de Quevedo, Provincia de Los Ríos, República del Ecuador a los **20 días del mes de diciembre del dos mil diecisiete, a las 10h30**, siendo día y hora señalada por el Consejo Directivo, mediante resolución CD- FAC.C.J.S.E – SO-011- RES-001-2017, en sesión del día **7 de Diciembre del 2017**, se instala el Tribunal de Sustentación del trabajo de grado correspondiente a la modalidad de titulación: **Proyecto de Investigación** integrado por los docentes:

MSC. LILIANA URQUIZA MENDOZA DELEGADO DEL DECANO
MSC. ELISEO TORO TOLOZA DELEGADO DEL COORDINADOR DE LA CARRERA
MSC. MAYRA DUARTE MENDOZA DELEGADO DEL CIDE

Para calificar la defensa del trabajo de grado del señor (a) (ita):

CHICAIZA CAJAS KLEBER CAMILO

Con el tema: **"LAS REDES SOCIALES FACEBOOK Y TWITTER Y SUS EFECTOS EN EL PERIODISMO LOCAL EN LA PARROQUIA SAN CAMILO DEL CANTÓN QUEVEDO PERIODO 2017."**

Luego de cumplido con lo dispuesto en los Arts. 251, 252, 253, 254, 255 del Reglamento Vigente, el señor (a) (ita) **CHICAIZA CAJAS KLEBER CAMILO** ha obtenido la calificación promedio de: **(9.5)**

En consecuencia, se declara aprobada la sustentación con la modalidad de: (Proyecto De Investigación) y se proclama como apto (a) para ser investido (a) como **LICENCIADO EN COMUNICACIÓN SOCIAL**.

Para constancia y validez firman por Triplicado en unidad de acto, los señores Miembros del Tribunal, Egresado (a) y el Secretario Encargado que certifica.

MSC. LILIANA URQUIZA MENDOZA

MSC. ELISEO TORO TOLOZA

MSC. MAYRA DUARTE MENDOZA

CHICAIZA CAJAS KLEBER CAMILO

Ab. Isela Berruz Mosquera
SECRETARIA (e) FAC.CC.JJ.SS.EE

Elaborado por
Msc. Liliana Urquiza





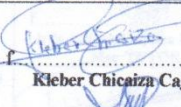
UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN
EXTENSIÓN QUEVEDO
DEPARTAMENTO DE TITULACIÓN
ANEXO
SESIONES DE TRABAJO TUTORIAL



TEMA: Las redes sociales Facebook y Twitter y sus efectos en el periodismo local en la parroquia San Camilo, cantón Quevedo, periodo 2017.

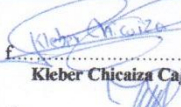
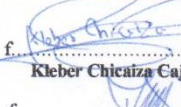
PRIMERA SESIÓN DE TRABAJO

Quevedo, 21 de agosto del 2017

RESULTADOS GENERALES ALCANZADOS	ACTIVIDADES REALIZADAS	FIRMA DEL TUTOR Y DEL ESTUDIANTE
Se ha pulido el tema y se ha definido el problema principal y los Subproblemas correspondientes.	<ol style="list-style-type: none"> Se revisó y analizó la información bibliográfica preliminar pertinente. Se hizo una investigación preliminar de campo. Se describió el hecho problemático desde varios puntos de vista. Se ubicó y planteó el problema general 	 f..... Kleber Chicaiza Cajas f..... Licda Liliana Urquiza Mendoza. Msc. TUTOR


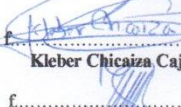
SEGUNDA SESIÓN DE TRABAJO

Quevedo, 24 de agosto del 2017

RESULTADOS GENERALES ALCANZADOS	ACTIVIDADES REALIZADAS	FIRMA DEL TUTOR Y DEL ESTUDIANTE
Se elaboraron los objetivos tanto el general como los específicos.	<ol style="list-style-type: none"> Se elaboraron los objetivos tanto el general como los específicos. 	 f..... Kleber Chicaiza Cajas f..... Licda Liliana Urquiza Mendoza. Msc. TUTOR
Se trabajó en la confección del marco teórico con la ayuda de la información bibliográfica y del internet.	<ol style="list-style-type: none"> Se revisaron documentos escritos sobre el tema de investigación para construir el marco conceptual y referencial. Se discutió sobre la postura teórica a asumir en la investigación. 	 f..... Kleber Chicaiza Cajas f..... Licda Liliana Urquiza Mendoza. Msc. TUTOR

TERCERA SESIÓN DE TRABAJO

Quevedo, 28 de agosto del 2017

RESULTADOS GENERALES ALCANZADOS	ACTIVIDADES REALIZADAS	FIRMA DEL TUTOR Y DEL ESTUDIANTE
Se respondió al problema en forma de hipótesis.	<ol style="list-style-type: none"> Se buscó el fundamento teórico más adecuado para formular una hipótesis. 	 f..... Kleber Chicaiza Cajas f..... Licda Liliana Urquiza Mendoza. Msc. TUTOR
Se determinó el mecanismo de verificación de las hipótesis.	<ol style="list-style-type: none"> Se establecieron las variables de la hipótesis con sus respectivos indicadores a ser verificados. Se elaboró el cuestionario de comprobación de los indicadores de las hipótesis. 	 f..... Kleber Chicaiza Cajas f..... Licda Liliana Urquiza Mendoza. Msc. TUTOR



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN
EXTENSIÓN QUEVEDO
DEPARTAMENTO DE TITULACIÓN



CUARTA SESIÓN DE TRABAJO

Quevedo, 30 de agosto del 2017

RESULTADOS GENERALES ALCANZADOS	ACTIVIDADES REALIZADAS	FIRMA DEL TUTOR Y DEL ESTUDIANTE
Se determinó la forma de hacer la aplicación estadística	11. Se hizo una revisión de la investigación descriptiva..	f. Kleber Chicaiza Cajas f. Lilda Liliana Urquiza Mendoza. Msc. TUTOR
Se hicieron los cuadros para la recolección de datos.	12. Se definieron las frecuencias y las representaciones gráficas	f. Kleber Chicaiza Cajas f. Lilda Liliana Urquiza Mendoza. Msc. TUTOR

Lilda. Liliana Urquiza Mendoza Msc.

DOCENTE TUTOR