



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO

FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN

COMUNICACIÓN SOCIAL

MODALIDAD PRESENCIAL



**DOCUMENTO PROBATORIO DEL EXAMEN COMPLEXIVO DE
GRADO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
LICENCIADO EN COMUNICACIÓN SOCIAL**

TEMA:

**ESTUDIO DE CREDIBILIDAD DE LOS COMUNICADORES
DIGITALES EN REDES SOCIALES**

AUTOR:

JORGE ISAAC LITARDO LANDIVAR

TUTOR:

MÁSTER MANUEL PIEDRAHÍTA AGUIRRE

BABAHOYO - ECUADOR

2020



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO

FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN

COMUNICACIÓN SOCIAL

EXÁMEN COMPLEXIVO



DEDICATORIA

Como primera instancia le dedico este trabajo a Dios todo Poderoso el cual ha permitido llegar hasta el día de hoy con este logro en mi fase profesional.

En segundo lugar, a mi familia quienes fueron ese pilar fundamental, ellos estuvieron pendiente día a día con su apoyo incondicional durante toda mi vida. Gracias por cada consejo, empuje y total comprensión por formarme con valores y enseñarme hacer perseverante en la vida.

Gracias a todos por guiarme e inspirarme a ser mejor, su cariño es mi motor para recorrer el camino de la vida.

JORGE ISAAC LITARDO LANDIVAR



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



AGRADECIMIENTO

A Dios sobre todas las cosas por su infinito amor por fortalecerme y darme sabiduría para llegar hasta este punto de mi vida académica.

A mis padres que son mi ejemplo de sacrificio y superación, por brindarme su amor, apoyo incondicional, también a mis dos hermanas que gracias a sus experiencias académicas me supieron guiar en esta travesía de estudio y ellos forman parte de todo ese esfuerzo que me impulsa a ser cada día mejor persona y ahora profesional.

A mis queridos docentes tanto de la Extensión Quevedo ya que fue ahí donde empecé mis estudios universitarios, y a la matriz Babahoyo donde hoy estoy concluyendo mi periodo académico, estoy muy agradecidos porque en ambas encontré ese aprendizaje que hoy en día está llegando a su etapa final como lo es la formación académica de tercer nivel.

Al Msc. Manuel Elías Piedrahita Aguirre quien fue mi director de tesis, por su valiosa guía y asesoramiento para el desarrollo de esta. Dios los bendiga a todos quienes me ayudaron en mi crecimiento universitario.

JORGE ISAAC LITARDO LANDIVAR



RESUMEN

En el presente documento tiene como objetivo general determinar el estudio de credibilidad de los comunicadores digitales en las redes sociales. Para el logro del mismo se aplicó dos encuestas con preguntas diferentes a los usuarios y a los comunicadores de medios digitales dando como resultado que Facebook es la plataforma digital más común, que los medios sociales son aportan al periodismo siempre y cuando se la sepa dar un buen manejo, y que no todo lo que se publica es verdad.

En el sustento teórico se define las variables de la temática, se menciona los tipos de redes sociales, se resalta las ventajas y desventajas de las redes sociales para los comunicadores digitales. Como deber ser el perfil de un comunicador de estos medios online, y se conceptualiza la credibilidad de los mismos. Por otro lado, se emplearon técnicas de recolección de datos como la observación y las encuestas que ayudaron para la ejecución del trabajo se empleó. Los tipos de investigación implementados fueron las bibliográficas que a través de sustentos teóricos y la investigación cualitativa se elaboró el desarrollo de proyecto investigativo.

Al finalizar el documento se plasma las conclusiones y recomendaciones encontradas a lo largo y al final de la elaboración del trabajo, tomando en cuenta los resultados, sustentos teóricos y opinión personal del autor. Toda la investigación se respalda con los anexos que comprueban la realización de la misma.

Palabras claves: credibilidad, comunicadores digitales, redes sociales, Facebook, periodismo

ABSTRACT

The general objective of this document is to determine the credibility study of digital communicators in social networks. To achieve this, two surveys were applied with different questions to users and communicators of digital media, resulting in that Facebook is the most common digital platform, that social media is a contribution to journalism as long as it is known to give a good handling, and that not everything that is published is true.

In the theoretical support, the variables of the subject are defined, the types of social networks are mentioned, the advantages and disadvantages of social networks for digital communicators are highlighted. How should the profile of a communicator of these online media be, and their credibility is conceptualized. On the other hand, data collection techniques such as observation and surveys that helped to carry out the work were used. The types of research implemented were the bibliographic ones that, through theoretical support and qualitative research, the development of the research project was elaborated.

At the end of the document, the conclusions and recommendations found throughout and at the end of the preparation of the work are reflected, taking into account the results, theoretical support and personal opinion of the author. All the investigation is supported with the annexes that prove the accomplishment of the same one.

Keywords: credibility, digital communicators, social networks, Facebook, journalism

ÍNDICE GENERAL

DEDICATORIA.....	ii
AGRADECIMIENTO.....	iii
RESUMEN.....	iv
ABSTRACT.....	v
ÍNDICE GENERAL.....	vi
INDICE DE FIGURAS.....	vii
INDICE DE TABLAS.....	viii
INDICE DE GRÁFICOS.....	ix
I. INTRODUCCION.....	1
II. DESARROLLO.....	2
2.1. JUSTIFICACIÓN.....	2
2.2. OBJETIVO.....	3
2.2.1. Objetivo General.....	3
2.3. SUSTENTO TEÓRICO.....	3
2.3.2. Tipos de redes sociales.....	4
2.3.2.6. Ventajas y desventajas de las redes sociales para los comunicadores digitales..	6
2.3.3. ¿Qué es un comunicador digital?.....	7
2.3.4. Perfil de un comunicador digital.....	8
2.3.5. Conceptualización de credibilidad de información en internet.....	9
2.3.6. Credibilidad de los comunicadores digitales.....	10
2.4. TÉCNICAS APLICADAS.....	11
2.5. RESULTADOS OBTENIDOS.....	13
III. CONCLUSIONES.....	15
IV. RECOMENDACIONES.....	17
V. BIBLIOGRAFÍA.....	18
VI. ANEXOS.....	

INDICE DE FIGURAS

Figura 1 Tipos de redes sociales.....	6
Figura 2 Comunicador digital.....	8
Figura 3 Redes sociales y periodismo	10

INDICE DE TABLAS

Tabla 1 ¿Cuál es la red social que la mantiene más informada?	2
Tabla 2 ¿Confía en las noticias que se propaga a través de las redes sociales?	2
Tabla 3 ¿Sabe distinguir cuando una noticia en redes sociales es verdadera o falsa?.....	3
Tabla 4 ¿Cuál es su reacción al ver una noticia en redes sociales?	4
Tabla 5 ¿Cree usted que las redes sociales aportan en el periodismo?.....	5
Tabla 6 ¿Cuál es la red social más usada para subir noticias?	7
Tabla 7 ¿Las redes sociales son menos o más fiables que los medios de comunicación tradicional o poseen la misma credibilidad ?.....	8
Tabla 8 ¿De qué manera las redes sociales han aportado al periodismo?	8
Tabla 9 ¿En qué medida las redes sociales influyen la construcción periodística de la realidad en Ecuador?	9
Tabla 10 ¿Considera usted que las redes sociales son una amenaza para el comunicador digital?	10

INDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 ¿Cuál es la red social que la mantiene más informada?	2
Gráfico 2 ¿Confía en las noticias que se propaga a través de las redes sociales?	3
Gráfico 3 ¿Sabe distinguir cuando una noticia en redes sociales es verdadera o falsa?.....	4
Gráfico 4 ¿Cuál es su reacción al ver una noticia en redes sociales?	5
Gráfico 5 ¿Cree usted que las redes sociales aportan en el periodismo?	6
Gráfico 6 ¿Cuál es la red social más usada para subir noticias?	7
Gráfico 7 ¿Las redes sociales son menos o más fiables que los medios de comunicación tradicional o poseen la misma credibilidad ?.....	8
Gráfico 8 ¿De qué manera las redes sociales han aportado al periodismo?	9
Gráfico 9 ¿En qué medida las redes sociales influyen la construcción periodística de la realidad en Ecuador?	10
Gráfico 10 ¿Considera usted que las redes sociales son una amenaza para el comunicador digital?	11

I. INTRODUCCION

Las redes sociales son un papel fundamental en el rol periodístico, por su facilidad de expansión, rapidez, interacción, entre otros aspectos que la hacen increíble, sin embargo, existen diversas características que podrían dificultar a este ejercicio. La temática del estudio de la credibilidad de los comunicadores digitales en las redes sociales pretende analizar a las plataformas digitales desde el punto de vista periodístico. Está basada bajo la línea de investigación Comunicación y Buen Vivir y la sub-línea de investigación Redes e Instrumentos de Evaluación de la Política Pública de la carrera de Comunicación Social, de la Universidad Técnica de Babahoyo.

El tema se lo desarrolla en forma general en las redes sociales y con los comunicadores digitales, si bien cierto se le aplicó una encuesta a través de un formulario de google y de forma personal se logró encuestar a varios profesionales del periodismo. El trabajo no tiene límite como se lo manifiesta anteriormente se tomó en consideración a usuarios que usen las redes sociales y a periodistas con experiencias en este tipo de comunicación digital.

Dentro del desarrollo del estudio se encuentran los motivos de la realización, es decir, la justificación allí se detalla la por qué y la importancia del trabajo investigativo. En el sustento teórico incluido en el desarrollo se toma en cuenta a varios autores que realzan el estudio con sus posturas.

Las redes sociales son sitios de internet y servicios que operan en diversos niveles ya sea profesionalmente, de relación, entre otros, su primordial objetivo es intercambiar información entre las personas y sociedades. Los métodos utilizados fueron varios que contribuyeron en la recolección de información. El trabajo se lo realiza con la finalidad de indagar, conocer, interpretar las diferentes opiniones, críticas y posturas sobre las redes sociales y periodismo y como interceden en la credibilidad de los periodistas.

II. DESARROLLO

2.1. JUSTIFICACIÓN

La presente investigación titulada estudio de credibilidad de los comunicadores digitales en las redes sociales, busca conocer el impacto que tiene estos periodistas a través de los medios digitales que son aquellos medios que permiten la creación, modificación y distribución de una información a través de aparatos electrónicos, usualmente estas publicaciones subidas a la web suelen ser distorsionadas con facilidad, por otro lado, existen variedades de páginas creadas en estos medios de comunicación para desinformar a la sociedad, también se habla sobre aquellos comunicadores que por tener la primicia en estas redes sociales comparten noticias a medias o suelen confundirse en su redacción, entre estos y otros factores son las razones por la cual estas noticias subidas a las plataformas digitales ponen en duda el trabajo del buen comunicador digital.

Para la realización de este trabajo se contó con toda la factibilidad de los recursos, gracias a ello se logró la ejecución del mismo sin problema alguno. Esta temática es de suma importancia tanto para los comunicadores profesionales que desean tener un espacio en estos medios digitales sin traba alguna logrando realizar su trabajo con efectividad y credibilidad y para los usuarios de las redes sociales quienes merecen recibir información verídica. La mayor motivación para haber escogido esta temática fue que en un futuro seré un comunicador social y me gustaría que se respete mis derechos y el de mis colegas.

Se considera que tenga un impacto positivo la investigación, sobre todo para aquellos que se sienten involucrados en esta problemática, analizar la situación que se vive y darle una

posible solución sería lo idóneo, seguramente no desaparecerá por completo, pero al menos disminuiría y se ejercería el respeto a la labor periodística del buen profesional.

2.2. OBJETIVO

2.2.1. Objetivo General

- Determinar el estudio de credibilidad de los comunicadores digitales en las redes sociales

2.3. SUSTENTO TEÓRICO

2.3.1. Definición de las redes sociales

Las redes sociales o como sus siglas en inglés Social Networks Sites se denominan al conjunto de servicios otorgados en la Internet que se rigen sobre las normativas ideológicas y tecnológicas de la Web 2.0, donde los usuarios pueden generar e intercambiar contenidos con la finalidad de expandir información en la diferentes redes existentes, (Serri, 2018).

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

2.3.2. Tipos de redes sociales

Las redes sociales son sitios web o aplicaciones que permiten compartir, socializar, comentar, conocer, interactuar en tiempo real de forma espontánea y mayor cobertura para ellos con el pasar del tiempo gracias a la globalización se han ido creando con funciones diversas una suelen ser de comunidad, otras de mensajerías, de contenido audiovisual, entre otras. Las redes sociales se pueden clasificar en dos grandes grupos las verticales que son aquellas que intentan agrupar a los usuarios en base a una temática o un concepto. Y las generalistas o también llamadas horizontales son las cuales reúnen a diversos perfiles de usuarios sin una temática o concepto definido, (Saavedra, 2017). a continuación, se describen las más populares entre los usuarios.

2.3.2.1. Facebook

La red social más famosa en el mundo entero, aparece en el año 2004 gracias a su creador Mark Zuckerberg, la idea principal fue para uso de los estudiantes de la universidad de Harvard, dos años posterior se había hecho conocida mundialmente. Facebook tiene una misión principal que es generar comunidades y mantener una comunicación con otras personas con el fin de mantener un contacto virtual, cabe destacar que cuenta con 2.449 millones de usuarios conectados en un mes.

2.3.2.2. Twitter

Es un servicio de mensajes, que se creó en San Francisco por Jack Dorsey en el año 2015 esta red social se ha convertido en el medio digital más simple, rápido y eficaz para la

publicación de noticias, eventos, ideas, rumores emitido en tiempo real. La característica más particular es que no permite escribir más de 280 caracteres, otra de su función es que se maneja a través de un hashtag con el propósito de hacer tendencia alguna frase o alguna palabra. Twitter cuenta con 340 millones de usuarios activos.

2.3.2.3. Instagram

Instagram es una aplicación y red social con principio en los Estados Unidos pertenece a Facebook, cuyo servicio principal es lograr compartir historias, fotos y vídeos con otros usuarios gracias a la cámara incorporada que posee. Esta se basa en una lista de seguidores y no en la creación de comunidades como lo hace Facebook. La característica transcendental de esta app es que se maneja mediante la publicación de fotos y no solo de texto, cuenta con 1000 millones de usuarios, (Candale, 2017).

2.3.2.4. Youtube

Youtube está en segundo lugar como el servicio de red más utilizado con 2000 millones de usuarios, fue fundada por tres sujetos Chad Hurley, Steve Chen y Jawed Karim en el año 2005 en el mes de febrero, ellos cuentan que la idea surge en el momento que trataron de compartir vídeos cuando se encontraban en una fiesta en San Francisco. Este servicio ofrece videoclips de toda índole, se ha convertido en una fuente de ingreso ya que se puede generar dinero si tienes bastantes visitas en tu página.

2.3.2.5. WhatsApp

Una aplicación de mensajes instantáneo que ha revolucionado con el pasar del tiempo, este servicio web tiene muchos usuarios activos en la actualidad, fue creada en el 2009 su función es enviar y recibir mensajes, pero sin pago alguno con tener conectividad al internet se logra este proceso. Su propietario es Facebook, según datos estadísticos se ha convertido en el líder en mensajes instantáneos.

Figura 1 Tipos de redes sociales



Fuente: Ingenio Virtual

2.3.2.6. Ventajas y desventajas de las redes sociales para los comunicadores digitales

Si bien cierto las redes sociales han evolucionado a la comunicación en todos sus aspectos, Bell (2017) afirma que “Las redes sociales no solo se han tragado el periodismo, se lo han tragado todo”. Es por ello que se detalla las ventajas y desventajas que estos medios digitales ha provocado dentro del ámbito periodístico.

2.3.2.7. Ventajas

Los sitios digitales presentan muchas ventajas que facilitan la comunicación como la interactividad constante, el contactarse con las personas en tiempo real, la actualización de los temas de información, comunicación directa con los usuarios, aumentando la percepción y acceso inmediato a las diversas plataformas de comunicación digital.

2.3.2.8. Desventajas

Como desventaja principal implica una amenaza para los profesionales en el periodismo digital quienes se sienten acorralados de simples usuarios que son capaces de crear informaciones y emitir mensajes falsos sin responsabilidad alguna, con el afán de generar me gustas, visualizaciones, o que la compartan muchas veces, esto solo provoca confusión entre los navegantes. Hoy en día existen infinidad de fanpages, blogs y videoblogs que funcionan como medios o fuentes de comunicación; quitándole al comunicador de ahora, espacios para su desempeño profesional de forma coherente y responsable, (Caballero, 2017).

2.3.3. ¿Qué es un comunicador digital?

Los comunicadores en el ámbito digital son la reciente generación de profesionales que abarcan desde las relaciones públicas, la publicidad, y los negocios tienen un conocimiento y dominio de absolutamente todas las herramientas digitales que están en boga en la actualidad ya sea desde web a redes sociales y desde aplicaciones a transmedia, (UNIVERSIDAD DE PALERMO, 2017)

Al periodismo digital se lo define como el que se practica en las redes sociales así lo menciona Salaverría (2018):

La expresión ‘periodismo digital’ es más amplia: designa todo aquel periodismo que se practica con tecnologías digitales. La diferencia es sutil, pero relevante. La expresión ‘periodismo digital’ ampara todas las formas de periodismo que recurren a recursos digitales; comprende, por tanto, no sólo los medios de internet y las redes móviles sino también, por ejemplo, la televisión digital (p. 3).

Figura 2 Comunicador digital



Fuente: Google imágenes

2.3.4. Perfil de un comunicador digital

Como toda profesión para poderla ejercer el comunicador deberá contar con aspectos que le permitan cumplir su rol de forma efectiva y eficaz, que cuente con habilidades y competencias para que se empodere dentro del ámbito periodístico digital y se pueda defender de las dificultades que se le presenten con los demás usuarios que no le dan el uso adecuado a estas plataformas para comunicar.

- Como primer punto deberá tener conocimientos en el periodismo tiene que ser investigativo, confirmar y reconfirmar la información antes de publicarla.
- El control y el manejo de las herramientas tecnológicas cumplen un papel fundamental que favorezca a su correcto dominio de las redes sociales en todos los aspectos.

- Comprensión y facilidad de adaptarse a cualquier tipo de medio es muy importante que el profesional posea la habilidad de producir información que le convierta ser multimedial.
- Motivar al debate y ser líder en comunidades, el profesional debe actuar como el moderador generando un espacio de confianza donde los usuarios puedan tener participación con sus comentarios, (Acosta, 2017).

2.3.5. Conceptualización de credibilidad de información en internet

La credibilidad, está conformada por la confianza y el nivel de noción, su objetivo primordial es el que el mensaje a transmitir mantenga un impacto positivo y sea determinante para quienes reciban la información.

“La credibilidad es la base del liderazgo. Si las personas no creen en el mensajero, no creerán el mensaje” así lo manifiesta Trujillo (2016). Para que el mensaje llegue a las personas como el remitente desea y que influya en la toma de decisiones de las personas, esta comunicación debe ser directa y veraz. Cabe destacar que este podría confundirse en caso de que el emisor pierda coherencia en su discurso.

Según especialistas de la comunicación en línea, consideran que para otorgar credibilidad a las informaciones digitales no sólo es cuestión de las acciones que elaboren los medios, dependerá mucho del prestigio de la empresa e imagen social del profesional que emita la noticia son factores que pueden influir. Así, por otro lado, la posibilidad de contribución como fragmentos de noticias del medio por lo general es mayor en aquellas sociedades periodísticas más conocidas y tradicionalmente populares, ya sea por el conocimiento que esta tiene o bien

porque ese mayor volumen de participación y por ende atrae a nuevos usuarios, (García, Navarro, & Arias, 2014).

2.3.6. Credibilidad de los comunicadores digitales

Las redes sociales forman parte del trabajo rutinario de los profesionales en la comunicación de cualquier medio.

Los responsables de las organizaciones informativas elaboran acciones y métodos que consideran importantes para el uso de las redes sociales en el entorno profesional. A pesar de ello el nivel de confianza que los periodistas depositan en estas plataformas no es lo que realmente se espera a diferencia de los medios tradicionales que son más confiables para ellos. (Herrero, 2015, pág. 165).

Figura 3 Redes sociales y periodismo



Fuente: Clases de periodismo

2.4. TÉCNICAS APLICADAS

Como toda investigación empieza con la observación de alguna problemática, hecho o fenómeno como base del trabajo a realizarse, posteriormente se utilizan diferentes técnicas con la finalidad de obtener los mayores datos posibles que permitan la realización de la misma.

A continuación, se enlista y se describe todas las técnicas y tipos de investigación que fueron utilizadas que coadyuvaron a la búsqueda de información para el logro de la ejecución del proyecto.

Investigación cualitativa

Investigación que trata de determinar la realidad de una sociedad específica su estructura dinámica, su relación.

Investigación bibliográfica

A través del internet se encontró información en revistas indexadas y previas investigaciones que aportó al desarrollo de este proyecto, por ende, la bibliografía será la fuente documental de la que se extrae la información.

Investigación Exploratoria

Fue aplicada a través de la recolección de datos con el fin de dar explicaciones a algún fenómeno. Permitió conocer si efectivamente se puede realizar investigaciones futuras y con mayor profundidad.

Investigación no experimental

Es el estudio del fenómeno que se basa en la observación dentro de su contexto natural para ser analizados posteriormente.

Técnica de la observación

La primera en utilizarse para la elaboración del trabajo es la técnica de la observación ya que esta consiste en la observación de acciones, casos, personas, fenómenos, objetos, todo aquello que conforme el entorno del problema principal, con el fin de recolectar determinada información que aporte a la realización del proyecto investigativo.

Técnica de la encuesta

Mediante esta técnica que fue destinada a 50 usuarios de las redes sociales y a 10 comunicadores digitales, se la realiza por medios de reactivos referente a lo que se quiera investigar, por medio de la encuesta se obtendrá respuestas, opiniones que será de utilidad para la investigación.

Cuestionario

El instrumento utilizado fue el cuestionario formulado en dos partes 5 preguntas para los usuarios en las redes sociales y 5 preguntas a 10 profesionales de comunicación digital dando un total de 10 preguntas objetivas o de opción múltiple. estas fueron aplicadas mediante un formulario de google que permitió respuestas en tiempo real.

2.5. RESULTADOS OBTENIDOS

Las técnicas aplicadas como se lo mencionó anteriormente fue la encuesta realizada a través del formulario de google y algunas hechas personalmente mediante el instrumento del cuestionario.

Los resultados de las encuestas aplicadas a los usuarios en redes sociales arrojan que la mayoría de ellos se mantienen informados a través de las publicaciones en Facebook sobre hechos noticiosos representando, de acuerdo a los resultados la mayoría afirma que tal vez confiarían en las noticias que se propaga a través de las redes sociales, esto quiere decir, que dudan de lo que se publica en estos sitios web. Más de la mitad de los usuarios respondieron que si saben distinguir cuando una noticia en redes sociales es falsa, sin embargo, esto complica más el trabajo de un comunicador digital ya que las fake news están también circulando en gran mayoría desinformando así a los usuarios y que al ver una noticia en estas plataformas su reacción es de esperar que se oficialice y así no hacerse falsas especulaciones, Los usuarios si creen que las redes sociales aportan al periodismo ayudando a que la información se publique de forma más rápida. En pocas palabras la unión entre redes sociales y periodismo si aporta para una mejor comunicación de toda índole.

Según la encuesta aplicada a los comunicadores digitales, la red social más utilizada por los comunicadores digitales para la publicación de noticias manifestaron en sus respuestas que es Facebook la que mayormente usan para su labor periodística, dejando en evidencias que es la más popular entre la sociedad, ellos consideran a las redes sociales menos fiables para la publicación de noticias, esto quiere decir que se complica la credibilidad en estas herramientas tecnológicas. Al parecer para los periodistas aluden que de manera positiva es el aporte de estos medios a esta profesión también mencionan que las redes sociales han influido en la

construcción de la realidad en Ecuador tergiversando la información provocando confusión y poca credibilidad hacia el trabajo del comunicador digital. A su vez no consideran a las redes sociales como una amenaza para los profesionales del ámbito periodístico, simplemente hay que darles un buen uso.

III. CONCLUSIONES

El periodismo ha tenido que adaptarse a la nueva era digital donde las redes sociales es el medio de difusión más rápido y usado que existe en la actualidad, por tal motivo, las noticias publicadas serán más fácil de manipularlas y crear noticias falsas que solo le da desprestigio a la labor del buen comunicador digital.

De acuerdo a los resultados obtenidos en las encuestas con los usuarios de redes sociales se llega a la conclusión que Facebook es la red social más utilizada para informarse, que dudan en la veracidad de las noticias publicadas en estos medios digitales, consideran que, si han aportado al periodismo, que logran diferenciar cuando una noticia es falsa y al ver una publicación solo esperan que se oficialice. Dejando en claro que la mayoría de ellos están al tanto de que la información en las plataformas digitales no siempre es verídica y que suelen ser mal utilizadas.

Por otro lado, las preguntas realizadas a los profesionales en la comunicación digital de los medios de comunicación como Aldia.com, Haciendo Noticias, Informativo mi Pueblo, Jóvenes Producciones, entre otros que muy amables colaboraron con las encuestas, arrojan como conclusiones que Facebook es el más utilizado para la publicación de noticias de toda índole, indican que las redes sociales no cuentan con la misma fiabilidad que medio de comunicación tradicional, aunque consideran que las redes sociales han aportado de manera positiva, sin embargo aluden que influyen mucho en a construcción periodística de la realidad, pero reafirman que las redes sociales no son una amenaza para el ejercicio de los comunicadores digitales. Simplemente se debe tener técnicas del buen manejo de las mismas y tácticas para evitar la credibilidad los mismos.

Como conclusión final a todo el trabajo de investigación realizada, se estima que las redes sociales no son una amenaza son una oportunidad de llegar a más personas con su trabajo de periodista simplemente lo que se debe implementar son acciones donde se logre el respeto al trabajo de los demás, sin vulnerar los derechos del comunicador digital, y que Facebook es las más popular en todos los ámbitos

IV. RECOMENDACIONES

Los medios de comunicación digital deberían optar por utilizar filtros de selección que les ayude a controlar el contenido que se va a compartir, para evitar informaciones falsas en la red que solo perjudican a los usuarios y al profesional.

La recomendación para los usuarios es que no crean en todo lo que se publica, que existen muchas personas mal intencionadas que solo buscan ocasionar conflictos en las redes sociales, que no compartan informaciones falsas en las mismas al contrario deberían denunciar ese tipo de publicación ya que Facebook que es la más utilizada por todos tiene esa opción.

Como sugerencia para los profesionales de la comunicación digital, es importante que vean a las redes sociales como una oportunidad de hacer conocer su trabajo a más personas de manera más rápida, solo con la diferencia que deberán ser más cautelosos con estos medios porque como ellos mismo lo indicaron estas plataformas no cuentan con la misma fiabilidad, es allí el rol de lograr sembrar confianza entre los usuarios y hacerles conocer cuáles son las paginas oficiales para los tipos de información noticiosa.

Que los comunicadores digitales se sigan capacitando en el uso adecuado de las redes sociales ya que son una nueva oportunidad para ellos, para eso deben conocer los pro y los contra de los mismos para así lograr una efectiva comunicación y llegar a los usuarios de una manera más segura y confiable.

Que se sigan elaborando más trabajos con estas temáticas con propuestas que ayuden a dar una posible solución, que los futuros comunicadores se interesen por esta problemática y que con sus trabajos hagan resalten la importancia del periodismo digital en esta nueva era.

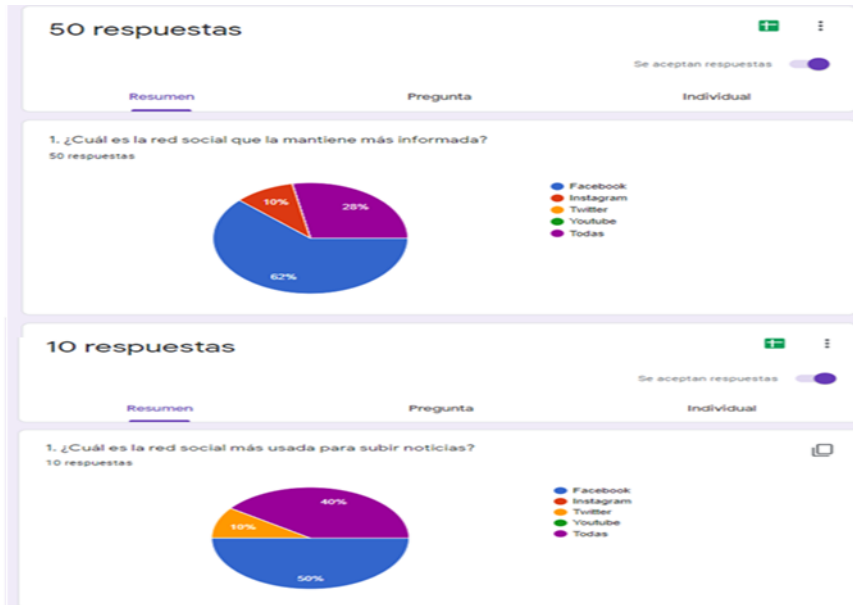
V. BIBLIOGRAFÍA

- Acosta, C. (23 de 03 de 2017). *Entre Periodistas*. Obtenido de ¿Cómo debe ser el perfil de un comunicador digital?: <http://www.entreperiodistas.com/como-debe-ser-el-perfil-del-comunicador-digital/>
- Bell, E. (15 de 03 de 2017). *El Confidencial*. Recuperado el 28 de 08 de 2020, de <https://www.elconfidencial.com/>
- Caballero, Á. (06 de 09 de 2017). *Redes sociales y medios de comunicacion*. Recuperado el 2020 de 08 de 27, de Yo Comunicador: <https://yocomunicadorupao.edu.pe/redes-sociales-y-medios-de-comunicacion/>
- Candale, C. (2017). Las características de las redes sociales y las posibilidades de expresión abiertas por ellas. La comunicación de los jóvenes españoles en Facebook, Twitter e Instagram. *Revista de la Red de Hispanistas de Europa Central*, 201-218. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6319192>
- García, J., Navarro, F., & Arias, F. (2014). La credibilidad de los contenidos informativos en Internet para los 'nativos digitales'. *Palabra Clave*, 875-894. Obtenido de http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0122-82852014000300013
- Herrero, E. (2015). La credibilidad de las redes sociales en el ámbito periodístico. *Transinformação*, 165-171. Obtenido de https://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0103-37862015000200165
- Morduchowicz, R., Ballestrini, F., Sylvestre, V., & Marcon, A. (09 de 2010). Obtenido de Los adolescentes y las redes sociales: <https://educacion.rionegro.gov.ar/contenidosmultimedia/wp-content/uploads/2015/08/redes.pdf>
- Saavedra, C. (2017). Qué son las Redes Sociales Verticales y Generalistas. *Revista Digital INESEM*. Obtenido de <https://revistadigital.inesem.es/gestion-empresarial/redes-sociales-verticales-generalistas/>
- Salaverría, R. (13 de 12 de 2018). *Periodismo digital: 25 años de investigación. Artículo de revisión*. Obtenido de El profesional de la información: http://www.elprofesionaldelainformacion.com/contenidos/2019/ene/01_es.pdf

- Serri, M. (2018). Redes Sociales y Salud. *Revista chilena de infectología*, 35(6), 629-630. Obtenido de <https://dx.doi.org/10.4067/S0716-10182018000600629>
- Trujillo, S. (2016). Credibilidad de los medios periodísticos digitales a través de la reputación online. *Monografía*. Universidad Jaime Bausante y Meza, Lima. Obtenido de Monografía:
http://repositorio.bausate.edu.pe/bitstream/handle/bausate/95/TRUJILLO_AYALA_USANA_DEL_CARMEN.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- UNIVERSIDAD DE PALERMO. (2017). *Facultad de Diseño y Comunicación*. Obtenido de https://www.palermo.edu/dyc/comunicacion_web/index2.html#:~:text=Los%20comunicadores%20del%20mundo%20digital,sociales%2C%20desde%20aplicaciones%20a%20transmedia.

VI. ANEXOS

Anexo 1 pruebas del instrumento aplicado mediante la técnica de la encuesta



PREGUNTAS PARA LOS USUARIOS EN REDES SOCIALES

Tabla 1 ¿Cuál es la red social que la mantiene más informada?

ITEMS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
FACEBOOK	31	62%
INSTAGRAM	5	10%
TWITTER	0	0%
YOUTUBE	0	0%
TODAS	14	28%
TOTAL	50	100%

Fuente: Encuestas a los usuarios en redes sociales

Elaborado por: Jorge Isaac Litardo Landivar

Gráfico 1 ¿Cuál es la red social que la mantiene más informada?



Fuente: Encuestas a los usuarios en redes sociales

Elaborado por: Jorge Isaac Litardo Landivar

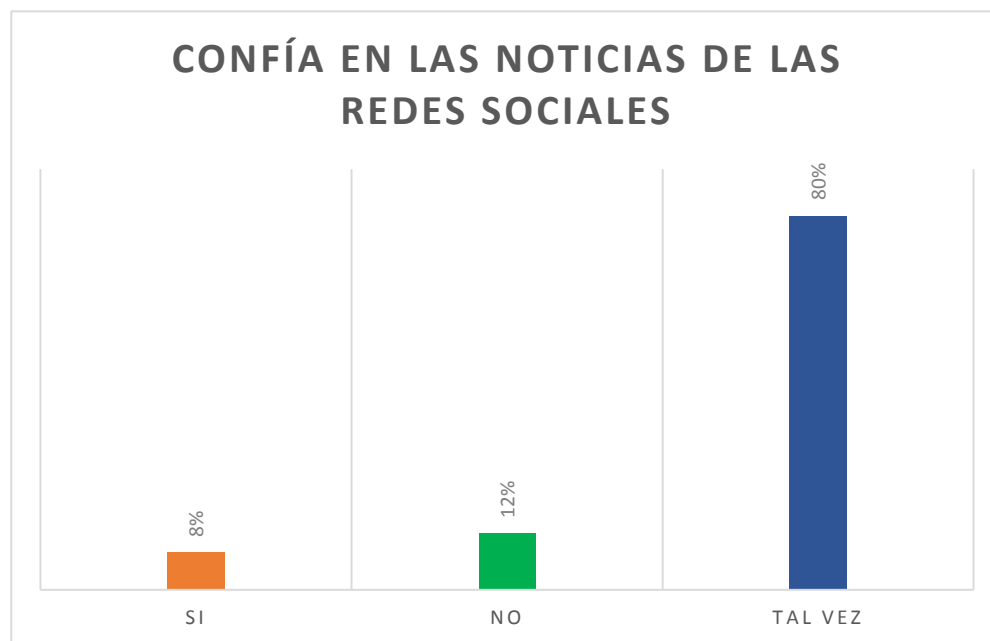
Tabla 2 ¿Confía en las noticias que se propaga a través de las redes sociales?

ITEMS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	4	8%
NO	6	12%
TAL VEZ	40	80%
TOTAL	50	100%

Fuente: Encuestas a los usuarios en redes sociales

Elaborado por: Jorge Isaac Litardo Landivar

Gráfico 2 ¿Confía en las noticias que se propaga a través de las redes sociales?



Fuente: Encuestas a los usuarios en redes sociales

Elaborado por: Jorge Isaac Litardo Landivar

Tabla 3 ¿Sabe distinguir cuando una noticia en redes sociales es verdadera o falsa?

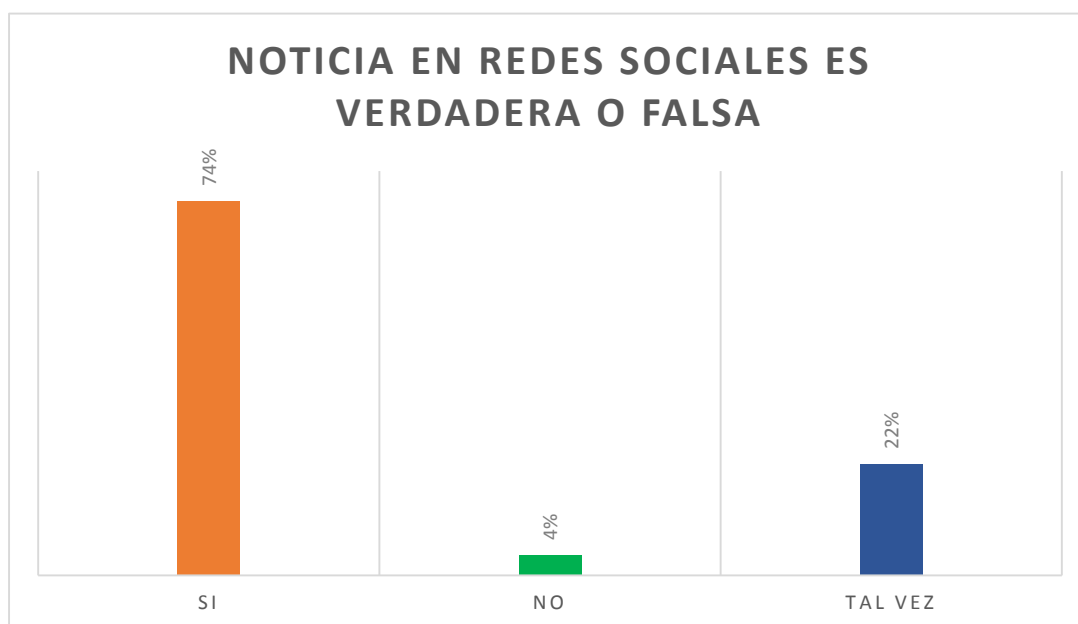
ITEMS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
-------	------------	------------

SI	37	74%
NO	2	4%
TAL VEZ	11	22%
TOTAL	50	100%

Fuente: Encuestas a los usuarios en redes sociales

Elaborado por: Jorge Isaac Litardo Landivar

Gráfico 3 ¿Sabe distinguir cuando una noticia en redes sociales es verdadera o falsa?



Fuente: Encuestas a los usuarios en redes sociales

Elaborado por: Jorge Isaac Litardo Landivar

Tabla 4 ¿Cuál es su reacción al ver una noticia en redes sociales?

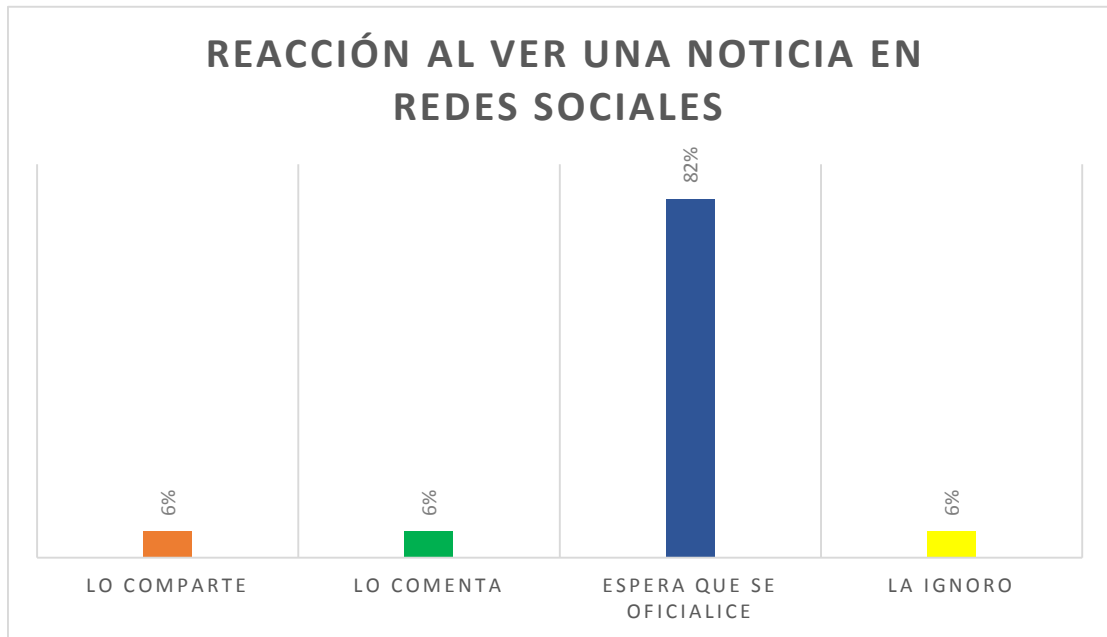
ITEMS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
LO COMPARTE	3	6%
LO COMENTA	3	6%

ESPERA QUE SE OFICIALICE LA IGNORO	41	82%
TOTAL	50	100%

Fuente: Encuestas a los usuarios en redes sociales

Elaborado por: Jorge Isaac Litardo Landivar

Gráfico 4 ¿Cuál es su reacción al ver una noticia en redes sociales?



Fuente: Encuestas a los usuarios en redes sociales

Elaborado por: Jorge Isaac Litardo Landivar

Tabla 5 ¿Cree usted que las redes sociales aportan en el periodismo?

ITEMS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	39	78%
NO	2	4%
TAL VEZ	9	18%

TOTAL

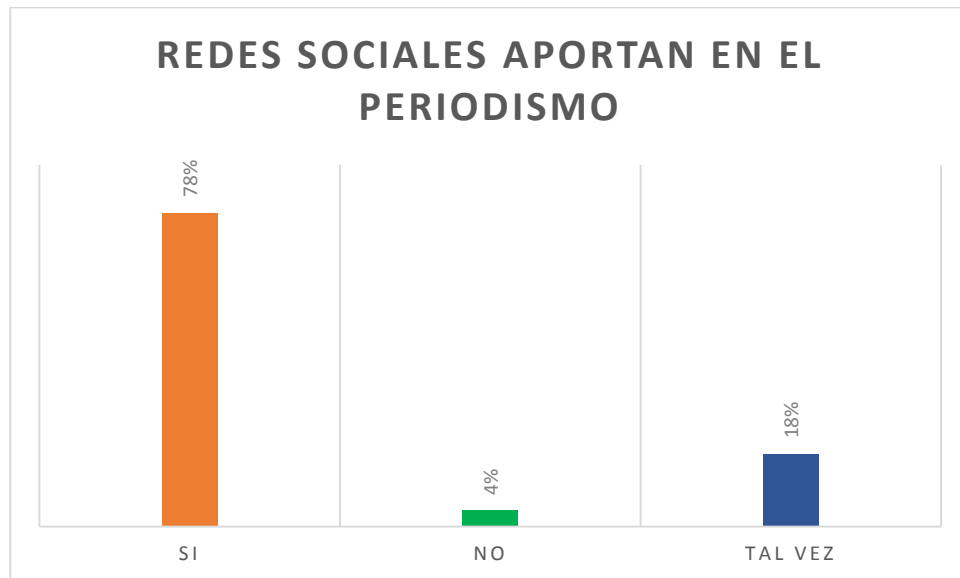
50

100%

Fuente: Encuestas a los usuarios en redes sociales

Elaborado por: Jorge Isaac Litardo Landivar

Gráfico 5 ¿Cree usted que las redes sociales aportan en el periodismo?



Fuente: Encuestas a los usuarios en redes sociales

Elaborado por: Jorge Isaac Litardo Landivar

PREGUNTAS PARA LOS COMUNICADORES DIGITALES

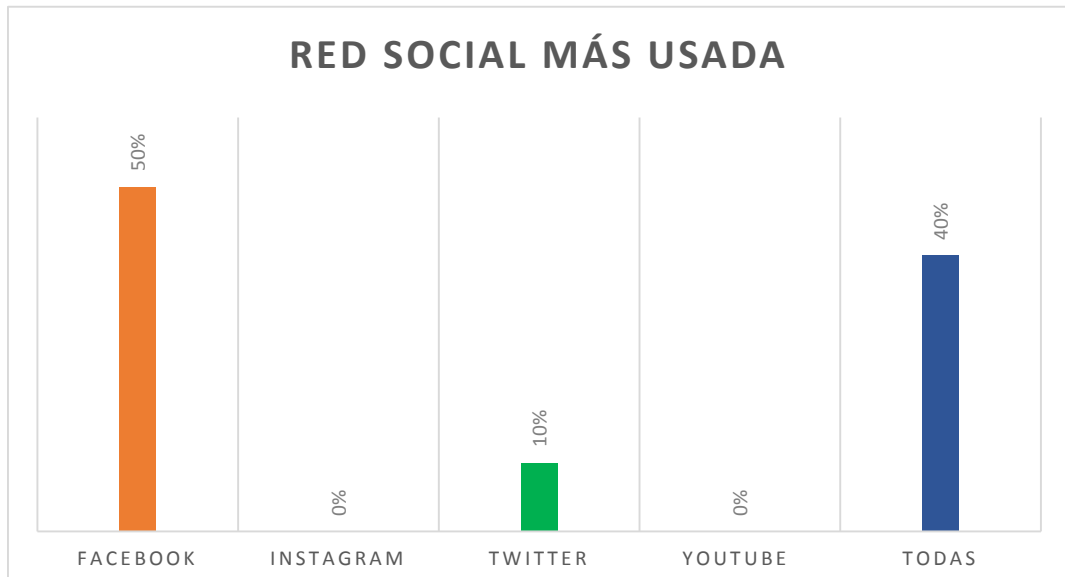
Tabla 6 ¿Cuál es la red social más usada para subir noticias?

ITEMS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
FACEBOOK	5	50%
INSTAGRAM	0	0%
TWITTER	1	10%
YOUTUBE	0	0%
TODAS	4	40%
TOTAL	10	100%

Fuente: Encuestas a los comunicadores digitales

Elaborado por: Jorge Isaac Litardo Landivar

Gráfico 6 ¿Cuál es la red social más usada para subir noticias?



Fuente: Encuestas a los comunicadores digitales

Elaborado por: Jorge Isaac Litardo Landivar

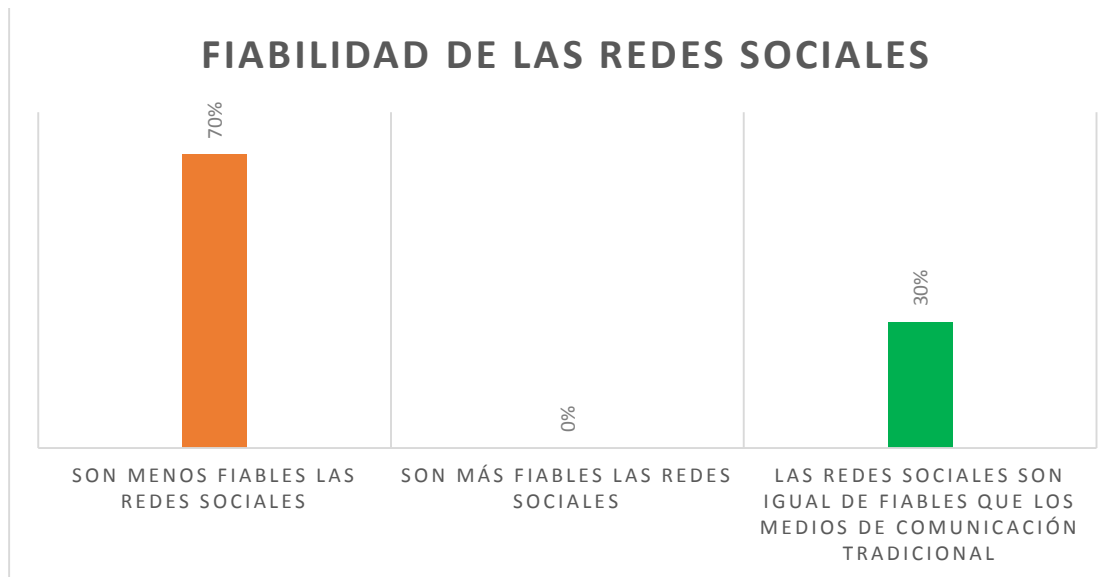
Tabla 7 ¿Las redes sociales son menos o más fiables que los medios de comunicación tradicional o poseen la misma credibilidad ?

ITEMS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SON MENOS FIABLES LAS REDES SOCIALES	7	70%
SON MÁS FIABLES LAS REDES SOCIALES	0	0%
LAS REDES SOCIALES SON IGUAL DE FIABLES QUE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN TRADICIONAL	3	30%
TOTAL	10	100%

Fuente: Encuestas a los comunicadores digitales

Elaborado por: Jorge Isaac Litardo Landivar

Gráfico 7 ¿Las redes sociales son menos o más fiables que los medios de comunicación tradicional o poseen la misma credibilidad?



Fuente: Encuestas a los comunicadores digitales

Elaborado por: Jorge Isaac Litardo Landivar

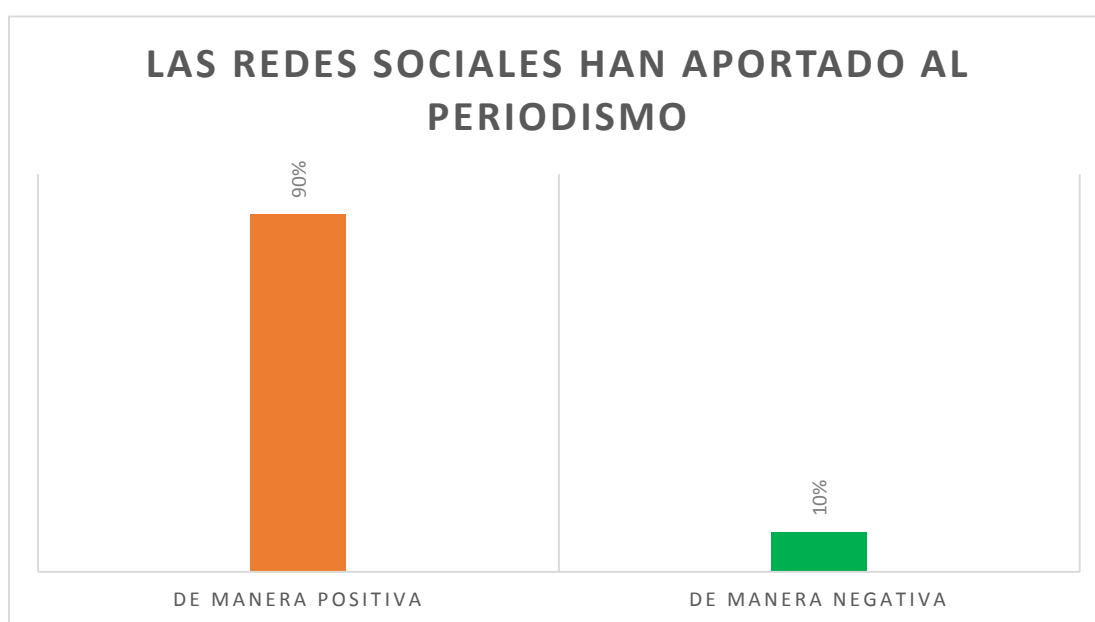
Tabla 8 ¿De qué manera las redes sociales han aportado al periodismo?

ITEMS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
DE MANERA POSITIVA	9	90%
DE MANERA NEGATIVA	1	10%
TOTAL	10	100%

Fuente: Encuestas a los comunicadores digitales

Elaborado por: Jorge Isaac Litardo Landivar

Gráfico 8 ¿De qué manera las redes sociales han aportado al periodismo?



Fuente: Encuestas a los comunicadores digitales

Elaborado por: Jorge Isaac Litardo Landivar

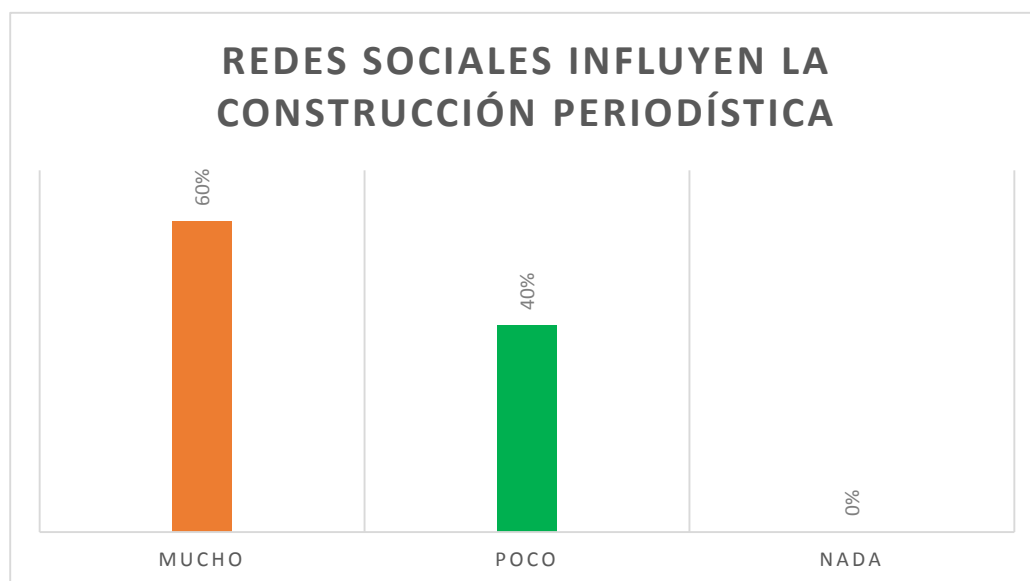
Tabla 8 ¿En qué medida las redes sociales influyen la construcción periodística de la realidad en Ecuador?

Fuente: Encuestas a los comunicadores digitales

Elaborado por: Jorge Isaac Litardo Landivar

Gráfico 9 ¿En qué medida las redes sociales influyen la construcción periodística de la realidad en Ecuador?

ITEMS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
MUCHO	6	60%
POCO	4	40%
NADA	0	0%
TOTAL	10	100%



Fuente: Encuestas a los comunicadores digitales

Elaborado por: Jorge Isaac Litardo Landivar

Tabla 9 ¿Considera usted que las redes sociales son una amenaza para el comunicador digital?

ITEMS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	4	40%
NO	5	50%
TAL VEZ	1	10%
TOTAL	10	100%

Fuente: Encuestas a los comunicadores digitales

Elaborado por: Jorge Isaac Litardo Landivar

Gráfico 11 ¿Considera usted que las redes sociales son una amenaza para el comunicador digital?



Fuente: Encuestas a los comunicadores digitales

Elaborado por: Jorge Isaac Litardo Landivar