



# **UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI**

## **UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y HUMANÍSTICAS**

### **CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL**

#### **PROYECTO DE INVESTIGACIÓN**

**“INTERNET, REDES SOCIALES Y PERIODISMO CIUDADANO EN  
LOS JÓVENES UNIVERSITARIOS DE LATACUNGA”.**

Proyecto de Investigación presentado previo a la obtención del Título de  
Licenciados en Comunicación Social

**Autores:**

Arroyo Rubio Gissela Beatriz

Haro Carranco Marco Edmundo

**Director:**

MSc. Mullo López Alex Hernán

**LATACUNGA - ECUADOR**

**NOVIEMBRE 2016**

## DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Gissela Beatriz Arroyo Rubio y Marco Edmundo Haro Carranco declaramos ser autores del presente proyecto de investigación: **Internet, Redes Sociales y Periodismo Ciudadano en los Jóvenes Universitarios de Latacunga**, siendo el Lic. Alex Hernán Mullo López, el director del presente trabajo. Eximimos expresamente a la Universidad Técnica de Cotopaxi y a sus representantes legales, de posibles reclamos o acciones legales.

Además, certificamos que las ideas, conceptos, procedimientos y resultados vertidos en el presente trabajo investigativo, son de nuestra exclusiva responsabilidad.

.....  
**Arroyo Rubio Gissela Beatriz**  
**C.I.050423385-9**

.....  
**Haro Carranco Marco Edmundo**  
**C.I. 1702826544**

## **AVAL DEL DIRECTOR DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN**

En calidad de Director del Trabajo de Investigación sobre el título:

**“Internet, redes sociales y periodismo ciudadano en los jóvenes universitarios de Latacunga”**, de Arroyo Rubio Gissela Beatriz y Haro Carranco Marco Edmundo, de la carrera de Licenciatura en Comunicación Social, considero que dicho Informe Investigativo cumple con los requerimientos metodológicos y aportes científico-técnicos suficientes para ser sometidos a la evaluación del Tribunal de Validación de Proyecto que el Honorable Consejo Académico de la Unidad Académica de Ciencias Administrativas y Humanísticas de la Universidad Técnica de Cotopaxi designe, para su correspondiente estudio y calificación.

Latacunga 19, Julio, 2016

.....  
MSc. Mullo López Alex Hernán

Nombre Completo del Director: MSc. Mullo López Alex Hernán

## APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE TITULACIÓN

En calidad de Tribunal de Lectores, aprueban el presente Informe de Investigación de acuerdo a las disposiciones reglamentarias emitidas por la Universidad Técnica de Cotopaxi, y por la Unidad Académica de Ciencias Administrativas y Humanísticas; por cuanto los postulantes: Arroyo Rubio Gissela Beatriz y Haro Carranco Marco Edmundo con el título de Proyecto de Investigación: **Internet, redes sociales y periodismo ciudadano en los jóvenes universitarios de Latacunga** han considerado las recomendaciones emitidas oportunamente y reúne los méritos suficientes para ser sometido al acto de Sustentación de Proyecto.

Por lo antes expuesto, se autoriza realizar los empastados correspondientes, según la normativa institucional.

Latacunga 04, Agosto, 2016

Para constancia firman:

---

Lector 1 (Presidente)

Msc. Melquiades Mendoza

CC: 175641549-1

---

Lector 2

Msc. Lorena Katherine Álvarez Garzón

CC: 050218249-6

---

Lector 3

Msc. Verónica Peñaherrera

CC: 050256945-2

## **AGRADECIMIENTO**

Nuestro agradecimiento a los docentes de la Carrera de Comunicación Social, por compartir todos sus conocimientos y experiencias para así cumplir con nuestros sueños y ser mejores cada día.

**Gissela Beatriz Arroyo Rubio**  
**Marco Edmundo Haro Carranco**

## **DEDICATORIA**

El presente trabajo se lo dedicamos a nuestros padres, y familiares y a todos quienes nos apoyaron en el transcurso de estos años de estudio.

Ellos hicieron posible la culminación de una etapa importante en nuestra vida estudiantil.

**Gissela Beatriz Arroyo Rubio**

**Marco Edmundo Haro Carranco**

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI**  
**UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y**  
**HUMANÍSTICAS**

**“INTERNET, REDES SOCIALES Y PERIODISMO CIUDADANO EN LOS**  
**JÓVENES UNIVERSITARIOS DE LATACUNGA”.**

**Autores:** Arroyo Rubio Gissela Beatriz  
Haro Carranco Marco Edmundo

**RESUMEN**

El público es el que dota de sentido a la labor periodística. No sólo el profesional del periodismo de información, convenientemente titulado y colegiado puede cumplir con sus requerimientos. Debido a que, en la actualidad es reconocido por todos. Por esta razón, el presente trabajo de investigación: "Internet, las redes sociales y el periodismo ciudadano en los estudiantes universitarios de Latacunga" es formular con el fin de determinar el uso apropiado que los estudiantes universitarios, dan a la Internet y las redes sociales para fomentar el periodismo ciudadano.

La relación entre el periodismo ciudadano, internet y redes sociales merecen la aplicación de un método de investigación bibliográfica documental. Se basa en la investigación de campo aplicado a un universo de 12.424 estudiantes de la Escuela Politécnica del Ejército de Latacunga (ESPE-L) y la Universidad Técnica de Cotopaxi. Fue a través de un muestreo aleatorio probabilístico. Se trabajó con 261 estudiantes que dan unos datos de entrada relacionados con este grupo social en particular. Constituye uno de los usuarios más importantes y los consumidores de Internet y las redes sociales. Al mismo tiempo, proporciona potenciales generadores de información a través del periodismo digital en el ejercicio del periodismo ciudadano.

Al final, el estudio proporciona información interesante con respecto al uso de las redes sociales, principalmente el Facebook. Esto les ha permitido contar con información variada y demasiado que no le permite seleccionar o hacer un juicio para fomentar lo que significa la práctica de periodismo ciudadano.

**PALABRAS CLAVE:**

Redes sociales, Internet, comunicación, periodismo digital, periodismo ciudadano.

**TECHNICAL UNIVERSITY OF COTOPAXI**

**ACADEMIC UNIT OF ADMINISTRATIVE SCIENCES AND HUMANISTICS**

**TOPIC: "INTERNET, SOCIAL NETWORKS AND JOURNALISM CITIZEN IN UNIVERSITY STUDENTS OF LATACUNGA".**

**Authors:** Arroyo Rubio Gissela Beatriz

Haro Carranco Marco Edmundo

**ABSTRACT**

The public is which endow of meaning to journalism work. Not only the professional of information journalism, conveniently titled and referee can live up to its requirements. Because, today it is recognized by all. For this reason, the present research work: "Internet, social networks and citizen journalism in university students of Latacunga" is formulate in order to determine the appropriate use that university students, give to the Internet and social networks to foment the citizen journalism.

The relationship between citizen journalism, internet and social networks merit the application of a method of documentary bibliographical research. It was based with field research applied to a universe of 12,424 students of SCHOOL POLITECNICAL OF ARMY OF LATACUNGA (ESPE-L) and Technical University of Cotopaxi. It was through a probabilistic random sampling. We worked with 261 students that give an input data related to this social group in particular. It constitutes one of the most important users and consumers of the Internet and social networks. At the same time, it provides potential generators of information through digital journalism in the exercise of citizen journalism.

At the end, the study provides interesting information regarding the use of social networks mainly the Facebook. This has enabled them to have varied and too much information that does not allow you to select or make a judgment to foment what it means the practice of citizen journalism.

**KEYWORDS:**

Social networks , Internet, communication, digital journalism, citizen journalism.





Universidad  
Técnica de  
Cotopaxi

## CENTRO CULTURAL DE IDIOMAS

### ***AVAL DE TRADUCCIÓN***

En calidad de Docente del Idioma Inglés del Centro Cultural de Idiomas de la Universidad Técnica de Cotopaxi; en forma legal CERTIFICO que: La traducción del resumen de tesis al Idioma Inglés presentado por el señores Egresado de la Carrera de Licenciatura en Comunicación Social de la Unidad Académica de Ciencias Administrativas y Humanísticas: **ARROYO RUBIO GISSELA BEATRIZ, HARO CARRANCO MARCO EDMUNDO**, cuyo título versa **“INTERNET, REDES SOCIALES Y PERIODISMO CIUDADANO EN LOS JÓVENES UNIVERSITARIOS DE LATACUNGA”**, lo realizó bajo mi supervisión y cumple con una correcta estructura gramatical del Idioma.

Es todo cuanto puedo certificar en honor a la verdad y autorizo al peticionario hacer uso del presente certificado de la manera ética que estimaren conveniente.

Latacunga, Octubre del 2016

Atentamente,

  
Msc. Mena Barthelotty Alison Paulina  
**DOCENTE CENTRO CULTURAL DE IDIOMAS**  
**C.C. 0501801252**

## ÍNDICE

DECLARACIÓN DE AUTORÍA.....	ii
AVAL DEL DIRECTOR DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN .....	iii
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE TITULACIÓN .....	iv
AGRADECIMIENTO .....	v
DEDICATORIA .....	vi
<i>AVAL DE TRADUCCIÓN</i> .....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
1. INFORMACIÓN GENERAL .....	1
Área de conocimiento.....	2
Línea de investigación.....	2
2. DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO .....	5
3. JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO .....	6
5. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN .....	8
6. OBJETIVOS .....	11
6.1. Objetivo General .....	11
6.2. Objetivo Específicos .....	11
7. ACTIVIDADES Y SISTEMA DE TAREAS EN RELACIÓN A LOS OBJETIVOS PLANTEADOS. ....	1
8. FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICO TÉCNICA .....	13
Periodismo .....	13
La democratización de la actividad periodística.....	14
Periodismo Digital .....	19
Periodismo Ciudadano .....	21
Influencia del periodismo ciudadano y derecho a la comunicación.....	23
Plataformas Web 2.0.....	24
La internet y las redes sociales, un fenómeno que se ha tomado el mundo de los jóvenes.....	25
Redes Sociales.....	29
Las redes sociales más visitadas y recomendadas en la red.....	29
Los dispositivos móviles, sus prestaciones, servicios y conectividad. ....	30
Las redes sociales en la óptica de la normativa legal. ....	31
9. PREGUNTA CIENTÍFICA. ....	35

10.	METODOLOGÍA .....	35
	Enfoque.....	35
	Niveles de investigación.....	35
	Técnicas.....	35
11.	ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS .....	37
	Acceso a Internet .....	38
	TABLA 1 .....	40
	Uso de las Redes Sociales.....	41
	TABLA 2 .....	42
	TABLA 3 .....	43
	Periodismo Ciudadano y Redes Sociales .....	44
12.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....	45
	Conclusiones .....	45
	Recomendaciones .....	46
13.	Bibliografía .....	48
14.	ANEXOS. ....	51
	ANEXO I.....	51
	ANEXO III .....	53
	ANEXO IV .....	54
	ANEXO V .....	58
	ANEXO VII.....	88

## 1. INFORMACIÓN GENERAL

### **Título del proyecto**

Internet, redes sociales y periodismo ciudadano en los jóvenes universitarios de Latacunga.

**Fecha de inicio:** 04 de Abril 2016

**Fecha de finalización:** 27 de Julio del 2016

**Lugar de ejecución:** Cantón Latacunga- Prov. de Cotopaxi- Zona 3 - Universidad de las Fuerzas Armadas (ESPE-L) - Universidad Técnica de Cotopaxi

**Unidad académica que auspicia:** Unidad Académica de Ciencias Administrativas y Humanísticas

**Carrera que Auspicia:** Comunicación Social

### **Equipo de trabajo:**

**Tutor:** Lic. Alex Hernán Mullo López

**Autores:** Gissela Beatriz Arroyo Rubio

Marco Edmundo Haro Carranco

### **Coordinador del Proyecto**

**Nombre:** Gissela Arroyo **Teléfono:** 0995265250

**Correo:** [gbarroyor1994@hotmail.com](mailto:gbarroyor1994@hotmail.com)

**Nombre:** Marco Haro **Teléfono:** 032-805-346 / 0984174459

**Correo:** [marcoh@hotmail.es](mailto:marcoh@hotmail.es)

### **Área de conocimiento.**

El presente proyecto investigativo, se relaciona con el pensum de estudios de la Carrera de Comunicación Social y los componentes académicos correspondientes al conocimiento de las nuevas tecnologías en materia de la comunicación y a una de las expresiones de mayor actualidad en cuanto al ejercicio mismo de este derecho, como es el periodismo ciudadano, tomando en cuenta que se trata de un fenómeno mundial que adquiere cada vez mayor vigencia, gracias al avance tecnológico ocurrido a raíz del apareamiento de la Internet.

### **Línea de investigación.**

Este estudio se enmarca en el **Plan Nacional del Buen Vivir**, específicamente en el capítulo correspondiente a: “Conectividad y telecomunicaciones para la sociedad de la información y el conocimiento”, en donde manifiesta:

La construcción de la Sociedad del Buen Vivir, tiene implícito el tránsito hacia la Sociedad de la Información y el Conocimiento, pero considerando el uso de las TIC, no solo como medio para incrementar la productividad del aparato productivo sino como instrumento para generar igualdad de oportunidades, para fomentar la participación ciudadana, para recrear la interculturalidad, para valorar nuestra diversidad, para fortalecer nuestra identidad plurinacional; en definitiva, para profundizar en el goce de los derechos y promover la justicia en todas sus dimensiones. (Senplades, 2013, p. 64 y 65)

Se propone en consecuencia, trabajar por parte del Estado, para lograr una mejor conectividad y telecomunicaciones que cubran todo el territorio nacional, “de modo que las TIC estén al alcance de toda la sociedad de manera equitativa”, pero al mismo tiempo, se menciona la necesidad de “aumentar las capacidades generales para usar efectivamente las TIC”. (EcuadorUniversitario.com, 2014)

En la propuesta gubernamental relacionada con el cambio de la matriz productiva en cambio, de acuerdo con datos emitidos por el Ministerio de Telecomunicaciones, al referirse a este tema se enfatiza en “el impacto de la Democracia Digital en la sociedad. A esta área se la reconoce como otra forma de participación ciudadana en los procesos democráticos de comunicación y toma de decisiones del Estado a través de los medios digitales. (Mintel, 2016, p. 1)

Se puede colegir que, un punto importante, no sólo es el acceso y la universalización del uso de la tecnología, sino también la necesidad de formar a la población en general, en las tecnologías de la información y comunicación.

Los estudios realizados por el MINTEL, se enfocan también en el área del desarrollo, mediante el uso de las TIC y la construcción de la Sociedad de la Información, donde se presenta la necesidad de mejorar todo el ecosistema de desarrollo de las tecnologías para asegurar aumentos de productividad en los sectores económicos y un crecimiento sostenible, cuyo pilar fundamental es el uso tecnológico. (Mintel, 2016)

Por otro lado, en el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial elaborado por el **Gobierno Autónomo Descentralizado de la Provincia de Cotopaxi** (PDyOT 2015), se plantea el objetivo de: “disminuir en un 40% la brecha digital en la provincia de Cotopaxi, con el objeto que las parroquias rurales tengan acceso público de internet y a la información y transparencia del GAD Provincial”. (Página web institucional Gad Provincial, 2015).

Por su parte, la **Universidad Técnica de Cotopaxi**, en base al diagnóstico situacional de la Zona 3 (Cotopaxi, Tungurahua, Chimborazo y Pastaza) y a las prioridades institucionales de mejora de los procesos de investigación científica y tecnológica, se propone actualizar las líneas de investigación acorde a los planes de desarrollo local, regional y nacional.

En el acápite correspondiente a: “Educación y comunicación para el desarrollo humano y social”, señala:

El objetivo de esta línea es promover investigaciones relacionadas con el ámbito educativo y de la comunicación en todos sus niveles, aspectos y epistemologías, orientadas a solucionar los problemas a los que se enfrenta la comunidad educativa y social en general (docentes, estudiantes y ciudadanía) y que repercutan en la transformación e innovación de espacios e instituciones para la mejora de la calidad de vida de la población. (UTC, 2016)

**La Carrera de Comunicación Social de la UTC**, plantea en la parte declarativa de su Misión y Visión Institucional que, desde la perspectiva de la investigación,

se desarrollarán “las teorías de la comunicación social y el periodismo, así como el emprendimiento en proyectos específicos para generar comunicación alternativa que contribuya al desarrollo social local y nacional”. (Carrera de Comunicación Social, 2015)

**Sub líneas de investigación de la carrera.**

Historia y Análisis de los procesos mediáticos de: televisión, radio, medios impresos, internet y nuevas tecnologías.

## **2. DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO**

El proyecto está enfocado a obtener información valiosa de lo que sucede en cuanto al acceso de los jóvenes estudiantes de: la Universidad de las Fuerzas Armadas y Universidad Técnica de Cotopaxi, a las facilidades tecnológicas que ofrece la Internet, la utilización que se hace del mismo por medio de las redes sociales y el grado de involucramiento que han logrado para la participación en los procesos comunicacionales que pueden expresarse a través del periodismo digital y el periodismo ciudadano.

La población universitaria involucrada es de 12.424 estudiantes matriculados en las dos instituciones educativas, de los cuales: 9.340 corresponden a la Universidad Técnica de Cotopaxi y 3.084 a la ESPE-L. Para efectos de la investigación, como instrumento se aplica una encuesta, de cuyos resultados, se espera que se constituya en un aporte positivo para quienes apuestan por un modelo de comunicación alternativa.



### 3. JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO

Los alcances de las diferentes formas de comunicación que facilita la Internet, las diversas plataformas como las redes sociales y la tecnología en cuanto a los aparatos electrónicos destinados a su uso, no solo que son importantes y determinantes en la comunicación actual, sino que abren un abanico increíble para que los usuarios de estos servicios, puedan influir directamente en el ejercicio de los derechos, de allí que se realiza una investigación para recopilar el conocimiento de la situación en la que se desenvuelven los jóvenes estudiantes con relación al tema.

El periodismo ciudadano tiene la particularidad de ser un mecanismo que viabiliza la participación de los ciudadanos, quienes pueden expresarse libremente e incluso, difundir inmediatamente la información, mediante los medios digitales y las redes sociales.

Las plataformas tecnológicas como son las redes sociales, han experimentado un desarrollo inusitado y han revolucionado la forma de comunicarse entre los ciudadanos del mundo, sin que los intermediarios sean necesariamente los medios de comunicación tradicionales.

Con el presente estudio se pretende aportar en el intercambio de informaciones, que suceden en tiempo real y con una apertura sin límites a diferentes temáticas, relacionadas con la opinión, vida social y personal y lo más importante, como instrumento para el ejercicio real de la participación democrática y el derecho a la comunicación, consagrado como uno de los derechos fundamentales del ser humano.

Los ciudadanos utilizan las redes sociales al momento de emitir información, a pesar de que no han faltado voces que sugieren normar este derecho a la comunicación, pero también se ha propuesto, que debería capacitarse a los nuevos

comunicadores (profesionales o no), para que la información sea de mejor calidad, pero sin coartar la libertad de expresión.

El presente tema de investigación, propone que, conocido el universo de usuarios que tienen acceso a la tecnología y del uso que se está dando a la misma, especialmente en las redes sociales, se pueda al mismo tiempo aportar con datos relativos al desenvolvimiento de los jóvenes universitarios de Latacunga en cuanto al ejercicio del periodismo ciudadano o de las diferentes formas que, sin inscribirse necesariamente en esta modalidad, generan participación e involucramiento social.

#### **4. BENEFICIARIOS**

Los beneficiarios directos e indirectos de los resultados de este estudio serán:

- Los primeros, la totalidad de estudiantes hombres y mujeres de las dos universidades objeto de la investigación quienes podrán conocer lo que sucede en cuanto a la realidad que experimenta sobre el acceso al Internet, redes sociales y periodismo ciudadano; y,
- Los segundos, las autoridades vinculadas al quehacer educativo, los estudiantes de la carrera de comunicación social y la sociedad en general, pero sobre todo, el mayor beneficiario será la necesidad de apuntalar la libertad de expresión.

#### **5. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN**

La investigación plantea recoger información que permita conocer de primera mano el acceso al internet, el uso de las herramientas como las redes sociales y fundamentalmente el ejercicio del periodismo ciudadano en los jóvenes estudiantes de las universidades de Latacunga. Un reporte anual del Banco Mundial dedicado a tendencias que impactan el modelo de desarrollo global, concluyó que mientras en el mundo existen 7,3 mil millones de personas, cerca de 6,8 mil millones cuentan con conexiones a internet y por ende, son beneficiarios de esta herramienta tecnológica, la misma que, gracias a la interacción con nuevos dispositivos y aparatos de última generación, han traído nuevas formas de ver, utilizar e interactuar con la red generando tendencias y abriendo la oportunidad a nuevos mercados.

La Superintendencia de Telecomunicaciones-Supertel, reportó un crecimiento de 12 millones 116 mil 687 usuarios de Internet, hasta junio de 2014 y en la actualidad, existen 5.8 millones de conexiones de banda ancha. De este total, 4.5 millones corresponden a operadoras móviles. (Supertel, 2014)

Datos obtenidos de la página web Usuarios de Internet, modificada por última vez el 23 mayo 2016, el Ecuador se ha ubicado en el puesto 42 de los países del mundo, habiendo logrado una penetración en el número de usuarios del 77,4%, en relación a la población total.

De acuerdo a datos de la Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo- ENEMDU, a diciembre del 2014, el 43,94 % de la población del Ecuador tenía un teléfono celular activado y de este porcentaje, el 14,57 % era un Smartphone.

En nota de prensa aparecida el día viernes, 10 abril 2015 en el periódico El Ciudadano, “Las políticas y estrategias del Gobierno, han permitido que Ecuador sea uno de los principales países en América Latina que ha incrementado el acceso a Internet, con el objetivo de democratizar y universalizar el uso de las Tecnologías de Información y Comunicación (TIC)”.

En referencia a dichos datos, como sostuvo Augusto Espín, Ministro de telecomunicaciones, el 96% de la población tiene cobertura a través de redes móviles y una población menor tiene cobertura por redes fijas mediante los infocentros, cuyo número se espera que para finales del 2015 alcance a 782.

También se ha dotado de equipos y conexión a la red para establecimientos educativos y según el Ministerio de Telecomunicaciones, 1´419,335 hogares cuentan con conexión de Internet fijo, a junio de 2015 y se registró un total de 5´160,856 líneas activas de datos y operan casi 2 millones de celulares inteligentes en el país. (/CD/KML El Ciudadano).

De acuerdo a un estudio realizado por la Agencia de Regulación y Control de las Telecomunicaciones ARCOTEL publicado en febrero de 2016 y con fecha de corte a diciembre 2015, de una población total de 457,404 habitantes, el 40,56% tiene acceso a Internet.

De los datos recogidos y que han sido expuestos, se conoce algunos indicadores que se refieren a la población en general, pero no se cuenta con datos relativos a la población de estudiantes universitarios, en cuanto al acceso a las facilidades tecnológicas de internet, redes sociales ni telefonía móvil. Así como tampoco a los usos que se está haciendo de los mismos.

## **6. OBJETIVOS**

### **6.1.Objetivo General**

Determinar el uso que los estudiantes universitarios de Latacunga, dan al internet y las redes sociales para el fomento del periodismo ciudadano.

### **6.2.Objetivo Específicos**

- Fundamentar científica y teóricamente la investigación sobre la relación entre periodismo ciudadano, internet y redes sociales.
- Indagar sobre las disponibilidades tecnológicas a las que tienen acceso los jóvenes universitarios.
- Conocer los usos y hábitos de consumo de los jóvenes universitarios del internet y las redes sociales.
- Diagnosticar el grado de conocimiento que tienen los jóvenes universitarios para el ejercicio del periodismo ciudadano.

**7. ACTIVIDADES Y SISTEMA DE TAREAS EN RELACIÓN A LOS OBJETIVOS PLANTEADOS.**

<b>OBJETIVO</b>	<b>ACTIVIDAD</b>	<b>RESULTADO DE LA ACTIVIDAD</b>	<b>DESCRIPCIÓN DE LA METODOLOGÍA POR ACTIVIDAD</b>
Fundamentar científica y teóricamente la investigación sobre la relación entre periodismo ciudadano, internet y redes sociales.	Investigación bibliográfica, internet.	La relación del periodismo ciudadano, internet y redes sociales.	Se hace uso de la metodología dentro de la modalidad básica de la investigación, como es: Bibliográfica documental.
Indagar sobre las disponibilidades tecnológicas a las que tienen acceso los jóvenes universitarios.	Definición de población y muestra Investigación de campo.	Obtención de la muestra a ser investigada. Estadísticas del acceso al internet y redes sociales.	Muestreo Probabilístico aleatorio. Metodología predominantemente cuantitativa, con una modalidad básica de campo, de nivel exploratorio.
Conocer los usos y hábitos de consumo de los jóvenes universitarios del internet y las redes sociales.	Investigación de campo	Estadísticas del uso de las redes sociales, en los jóvenes universitarios.	Metodología predominantemente cuantitativa, con una modalidad básica de campo, de nivel exploratorio.
Diagnosticar el grado de capacitación y motivación que tienen los jóvenes universitarios para el ejercicio del periodismo ciudadano.	Investigación de campo.	Estadísticas de uso de las redes sociales para realizar periodismo ciudadano.	Metodología predominantemente cuantitativa, con una modalidad básica de campo, de nivel exploratorio.

## 8. FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICO TÉCNICA

### Periodismo

Con respecto al periodismo, Leñero y Marín (1986) afirman que: “El periodismo es una forma de comunicación social, a través de la cual, se dan a conocer y se analizan los hechos de interés público” (p.17), pero en los últimos años, la presencia abrumadora de los medios de comunicación en nuestra existencia, ha impuesto un debate profundo en torno a los cambios y mutaciones en la interacción social y humana. (Comunicar, Vol.14, 2000, p.6)

Desde la mitad del siglo pasado y con vertiginosa rapidez en lo que va del presente, los seres humanos hemos tenido a nuestra disposición, un cúmulo de saberes y conocimientos, de acceso tan instantáneo, que han derribado las barreras del espacio y el tiempo, a favor de esa “aldea global” predicada por Mac Luhan y que cada vez es más real.

Tobar (2011) afirma que: “El mundo del periodismo está siendo sacudido desde sus cimientos, por la influencia creciente y apabullante de la Internet, la red de redes de las comunicaciones y el manejo de la información” (p.1).

En base a esta plataforma tecnológica, como es el Internet, las redes sociales han experimentado un desarrollo inusitado y han revolucionado la forma de comunicarse entre los ciudadanos del mundo, sin que los intermediarios sean necesariamente los medios de comunicación tradicionales.

Otra de las características es que este intercambio de informaciones, sucede en tiempo real y con una apertura sin límites a diferentes temáticas, relacionadas con la opinión, vida social y personal y lo más importante, como instrumento para el ejercicio real de la participación democrática y el derecho a la comunicación, consagrada como uno de los derechos fundamentales del ser humano.



Otro de los alcances de esta forma de comunicación y muy importante, ha sido y es, la posibilidad de influir directamente en la movilización social, en defensa de los derechos atropellados por los estamentos del poder.

Los medios sociales rompieron una tendencia al aislamiento y la incomunicación que, habían creado los medios masivos, particularmente la televisión. La pérdida del control absoluto de producir la verdad, sumado al descrédito y desplome de la legitimidad de las instituciones de poder, lleva a preguntarse si los poderosos aprenderán a utilizar los medios sociales para mantener su poder, o si los medios sociales están cambiando la forma de comunicación y organización de la sociedad, y como consecuencia, estamos viendo nuevas formas de articulación y legitimación de un nuevo tipo de poder. (García, 2012, p.9)

Esta nueva realidad supone también nuevos desafíos y aprendizajes por parte de los ciudadanos, incluso la ruptura de viejos paradigmas en la concepción misma de lo que se entendía como comunicación, esto es, el de emisor, receptor, modelo lineal, vertical, centrado en el mensaje y no en las personas.

Entonces se puede compartir el criterio de Leñero (1986) quien afirma que: “El periodismo es una forma de comunicación social a través de la cual se dan a conocer y se analizan los hechos de interés público” (p.17).

### **La democratización de la actividad periodística.**

Para poder profundizar sobre la democratización de la actividad periodística, se recurre al criterio de Espíritu Santo y Gonzalo (2011), quienes abordan el tema con respecto al uso de la tecnología actual, indicando que: “Los dispositivos móviles han ido creciendo en prestaciones, servicios y conectividad. Han cambiado la manera de comunicarnos con los demás y con el entorno, influyendo decisivamente en los nuevos medios de comunicación, en la participación de los usuarios y en el periodismo ciudadano”.

Si se habla de la participación en el periodismo ciudadano, se puede entender que:

Los medios sociales se definen por la convergencia de individuos en redes sociales, el uso de nuevos medios y el enlace de ideas, escritos y otros contenidos informativos y de opinión. Son medios participativos, en los que la información y, por extensión el periodismo, se define como una conversación. Los medios sociales

utilizan herramientas de comunicación, interrelación y publicación en Internet, para facilitar y fomentar la participación de los ciudadanos en la creación de contenidos en Red. (Rojas, Alonso, Antúñez, Orihuela, Varela, 2006)

Los adelantos tecnológicos han brindado oportunidades para que la comunicación sea democrática, tanto que:

En los últimos años hemos podido ver cómo los ciudadanos de a pie logran acaparar el protagonismo de las portadas de los grandes medios tradicionales, gracias a su capacidad de capturar, a través de las cámaras fotográficas de sus dispositivos móviles, las imágenes con las que ilustran una determinada historia. Este ascenso de la ciudadanía dentro de la esfera informativa se produce en paralelo a la crisis que atraviesan los medios tradicionales, que ven cómo la publicidad se desplaza a Internet, quedándose sin financiación para invertir en la cobertura de corresponsales en el extranjero. (Espíritu Santo, 2010).

Y si se amplía el análisis sobre los elementos que son importantes para que se ejecute una verdadera comunicación democrática en las redes sociales: la audiencia se caracteriza por una relación unidireccional entre emisor y receptor y por la desconexión de sus miembros unos de otros: un patrón de uno a muchos. Por contraste, en una comunidad la gente normalmente recibe y envía mensajes. Los miembros están conectados entre sí, no sólo a través de un nodo central: es un patrón de muchos a muchos. (Rojas Et al., 2006)

Por las razones anotadas, se puede ir definiendo que los periodistas enfrentan una realidad distinta, porque han pasado a ser organizadores más que productores; para el análisis de esta situación se puede experimentar que:

Los lectores ya no son los receptores pasivos de los mensajes de los periodistas; ahora, ellos crean, comparten y comentan. Más aun, desean hacerlo también en los sitios web noticiosos. La audiencia decide qué lee y cómo lo lee. Se ha constituido en el principal componente del modelo de negocio que se cierne en la Red. El antiguo concepto de la gente, conocida regularmente como la audiencia, ha dado paso al reconocimiento del cambio fundamental en la manera cómo se reciben los mensajes de las organizaciones de medios tradicionales. Nosotros enviamos, ellos reciben. Ese tipo de paradigma se ha acabado o le queda muy poco tiempo de vida. Actualmente, decenas de millones de personas comparten sus noticias, su información y sus opiniones en la blogosfera: tanto así, que podemos afirmar sin temor a equivocarnos que el mundo blog se ha consolidado. (Flores, 2009)

Los periodistas, podrán hacer lo que siempre han hecho: ayudar a organizar el conocimiento de la comunidad, para que una sociedad mejor informada, pueda lograr las metas que el propio periodismo se propone.

El reto, por tanto, es que los medios han de definir cómo se pueden llevar a cabo la creación de las nuevas audiencias con las herramientas y recursos de los que ya disponen y que además están al alcance de cualquier usuario.

Los periodistas ciudadanos, a través de sus móviles, tienen la capacidad de la ubicuidad; es decir, que ahora cuentan con el potencial de todos estos individuos para informar de lo que sucede a su alrededor y de contarlo de forma casi inmediata y a un coste mínimo, lo que contribuye a democratizar la información.

Ahora se cuenta con una esfera de informadores a nivel global que están pensando a nivel local, algo que permite cubrir los acontecimientos de entornos y poblaciones a las que nos hubiese sido imposible acceder antes del desarrollo de la telefonía móvil y de la expansión de la Web 2.0. (Espiritusanto, 2013, p.1)

En los actuales momentos, no puede desdeñarse la importancia que dentro del ejercicio de la comunicación tiene la participación del periodismo ciudadano, como un aliado de los medios tradicionales, como lo destacan autores de la talla de Oscar Espiritusanto, quien al referirse al tema señala:

El potencial de posibles informadores comunicadores o periodistas ciudadanos a nivel mundial que disponen de la tecnología adecuada para informar es enorme. Es cierto también que no todos deciden informar posteriormente o generar contenidos, pero si un tanto por ciento muy pequeño decide hacerlo, generará una gran cantidad de información. (Espiritusanto, 2013, p.1)

Desde ese punto de vista, la principal inquietud de los medios de comunicación, es lograr en primera instancia generar el interés de los ciudadanos para que se conviertan en sus aliados, luego, que cada vez sean generadores de contenidos de mejor calidad en cuanto a las temáticas y al cumplimiento de determinadas normas de un buen ejercicio periodístico.

El autor antes citado, destaca cuáles son los roles que juega el periodismo ciudadano, como fuente privilegiada de un determinado tipo de información por su cercanía con el quehacer diario.

Los campos en los que el periodismo ciudadano cobra mayor fuerza están relacionados con la dificultad de acceso a estos entornos por parte de los periodistas profesionales. Esto sucede especialmente cuando se produce algún desastre natural, como terremotos, huracanes, inundaciones, catástrofes relacionadas con accidentes aéreos o de otro tipo y atentados terroristas, en países donde la libertad de expresión está seriamente amenazada. (Espiritusanto, 2013, p.2)

El presente estudio se propone saber cómo en la actualidad, los jóvenes universitarios dan el buen uso a la tecnología; tomando en cuenta que tienen acceso a los adelantos, así como lo manifiesta Espiritusanto (2013), “Los ciudadanos tienen las herramientas disponibles, a través de un sencillo móvil, y se convierten en informadores de gran valor porque están en el momento adecuado y en el lugar preciso para acceder a cierto tipo de información”.

Hay países en los que la cultura del periodismo ciudadano, ha ganado mayor espacio y en los cuales su contribución tiene un papel destacado, lo que no puede generalizarse lastimosamente a otros, en los que apenas tiene un esporádico apareamiento:

Los portales de noticias realizados íntegramente con información enviada por lectores corresponsales cada vez tienen más éxito a nivel mundial. Los ciudadanos parecen estar siempre listos para registrar cuanto acontecimiento suceda a su alrededor y los sitios aceptan encantados la buena voluntad. En otros países, como en Corea, estas páginas ocupan los primeros puestos del ranking de los medios más leídos. (Herrera, 2006, p.1)

Según Herrera, 2006, manifiesta que: “Gracias a la velocidad que ofrecen las nuevas tecnologías, y a que los corresponsales ya están en los lugares de los hechos, estos sitios se adueñan de las primicias y le ganan de mano a los medios tradicionales”.

Será necesario entonces ver cómo evolucionan las cosas, porque a este paso, estas nuevas propuestas terminarán con la unidireccionalidad del periodismo actual. Las noticias no tienen dueños y menos lo son los periodistas, ya que hay gente que

puede conocer mucho más que cualquiera y que encuentra en el periodismo ciudadano un canal para exponer sus ideas.

Los sitios de periodismo ciudadano no son todos iguales. Cada uno plantea objetivos diferentes para el lector-corresponsal. Con el fin de regular de alguna manera este ejercicio que gana cada día más adeptos, se ha llegado por parte de algunos medios, a establecer algunas normas, como el llenado de solicitudes para ser corresponsales.

Esta democratización del periodismo y la información supone un nuevo paradigma en el mundo periodístico, puesto que aquellos ciudadanos que se involucran en esta clase de periodismo, gozan en primer lugar de una relativa independencia en relación a los medios, a diferencia del periodista que por lo general está sujeto a ellos a través de líneas jerárquicas que muchas veces ponen límites a su trabajo.

Por otra parte, la cercanía del periodista ciudadano con los hechos, le otorgan cierta ventaja sobre la actualidad de los mismos, incluso con la utilización de un lenguaje más asequible y con el uso de herramientas informativas y tecnológicas, que le permiten estar a la misma altura del periodista profesional.

Grabadoras de audio, cámaras de vídeo, ordenadores portátiles, redes sociales son las grandes armas del periodista ciudadano. Gracias a ellas el protagonista puede comunicar todo lo que presencia, allá donde esté, en tiempo real y a una audiencia global.

Otra característica importante del periodismo ciudadano es la conectividad, que permite un trabajo en línea que enriquece la experiencia periodística, favoreciendo así el debate y la pluralidad. Muchos medios convencionales han aprovechado este fenómeno, fomentando la participación ciudadana en sus medios de comunicación. Especialmente en su edición digital, donde suelen reservar varios espacios de publicación libre. (Tubay, 2016)

## **Periodismo Digital**

Salaverría (2001) define al periodismo digital, como: “la especialidad del periodismo que emplea el ciberespacio para investigar, producir y, sobre todo, difundir contenidos periodísticos” (p.393).

Hacer periodismo digital como lo citan varios autores, no es “colgar en la red”, la información que se puede recoger con un poco de creatividad de las ediciones de la prensa diaria, la radio o la televisión, porque para ello no se requiere más que tener conocimientos básicos de informática.

Las nuevas tecnologías han modificado de manera significativa, la producción, distribución y consumo de la información, dando lugar a una nueva versión del periodismo, abriendo el espectro periodístico hacia nuevas formas que hace dos décadas parecían imposibles de imaginar.

Una de las particularidades de este sistema, es que se han roto las barreras que impedían a los ciudadanos participar, salvo que fueran parte integrante de cualquiera de los medios, ya sea como propietarios o trabajadores de los mismos; por lo que, a partir de la convergencia digital que se produce en los medios de comunicación, se puede compartir cualquier información.

El Internet se ha convertido en una herramienta indispensable para cualquier periodista, trabaje en un medio o en un gabinete de comunicación. Además, la red se presenta como un medio que integra y supera a todos los demás y genera nuevas capacidades expresivas a partir de intercalar productos multimedia, interactivos e hipertextuales. (Cobo, 2012, p.16-17).

Además, los usuarios convertidos en productores y distribuidores de la información, han conseguido superar viejos paradigmas que hacían relación a la comunicación de masas, para empezar a acercarse a una nueva expresión de democracia participativa.

Se puede ver entonces que, se producen dos tipos de periodismo digital: el uno que se enfoca a producir y trasladar contenidos de los medios impresos o

audiovisuales tradicionales hacia la red y otro que rompe la unidireccionalidad característica de lo que se dio por entender lo que podría ser, el periodismo online.

Para quienes ejercen el oficio del periodismo, eso ha significado también un proceso de comprensión y readaptación de sus conceptos, pues una vez que han debido ponerse a tono con las tecnologías y nuevos aprendizajes, han debido ir perdiendo el recelo que inicialmente les produjo el hecho de que cualquier persona que acceda a la red, pueda expresarse libremente.

A pesar de este esfuerzo de adaptación, la mayor preocupación de los periodistas, es que los contenidos estén elaborados por personas ajenas a la profesión, pero con el paso del tiempo, se ha llegado a concluir que, más bien se produce un intercambio de mucha riqueza producto de la interactividad, de la cual, el periodista profesional de la comunicación, tiene la posibilidad de hacer un mejor periodismo, ya que la red le permite tener una fuente casi inagotable de información.

Una de las características más destacadas del periodismo digital, es la posibilidad de retorno de la información al emisor del mensaje, algo que antes se intentaba lograr a través de medios como el teléfono. Se facilita entonces que se pueda tener un feedback muy activo, pero que demanda también que se facilite al receptor los mecanismos para hacerlo, como los espacios para comentarios, cada vez más utilizados en los medios digitales escritos.

El periodismo digital tiene también nuevos desafíos, lejos de lo que podría pensarse, puesto que precisa del manejo del texto, la imagen y el sonido con la misma solvencia, en un producto único, que en definitiva es más rico pero mucho más complejo.

City (2016) menciona que: “El periodismo en el país, llegó a un punto en el que solo buscaba la confrontación con el poder, y el poder con el periodismo”. (p.1)

Se quería edificar una salida a esa disputa pues se estaba dejando de lado a los lectores. También se planteaba rescatar las historias de vida, esa realidad que estaba siendo olvidada por este conflicto cada vez más aguzado. Entonces, hace poco más de un año surgió la idea de montar un portal web.

En la actualidad, basta meterse un poco en varios espacios del internet, para descubrir una inmensa gama de ofertas periodísticas en la red, lo que ratifica la idea de que al periodismo digital le depara un gran futuro, de la mano del periodismo ciudadano que cada vez adquiere mayor atención por parte de los medios y profesionales de la comunicación.

### **Periodismo Ciudadano**

El periodismo ciudadano supone una labor periodística: por una parte dotan al ciudadano de un ejercicio periodístico con mayor libertad, pero, por otra, pueden devaluar las exigencias que la profesión posee:

La influencia que Internet ha cobrado en la sociedad y el protagonismo que la interactividad de dicho medio concede a sus protagonistas, ha llevado a los que ensalzan las excelencias y las virtudes de la Red a suponer que todos aquellos que intervienen en el proceso comunicativo de este medio electrónico deben ser considerados periodistas, por el mero hecho de convertirse en agentes activos capaces de difundir información a un número considerable de público, y, en consecuencia, equiparar dicha actividad con la que llevan a cabo los profesionales de la información periodística. Nace así el «Periodismo ciudadano» en clara confrontación y alternativa al Periodismo tradicional, que parece haber perdido el monopolio de la información. (Real, Agudiez y Príncipe, 200, p.1)

El público, es el que dota de sentido al trabajo periodístico. No solo el profesional de la información periodística, convenientemente titulado y colegiado, puede estar a la altura de sus exigencias, ya que hoy por hoy está reconocido por todos, así como se manifiesta a continuación:

La participación de los ciudadanos en el ámbito informativo y, sobre todo, en el periodístico ha recibido diferentes nombres dependiendo del momento y de los autores que han tratado de definir el fenómeno: periodismo público, periodismo democrático, de guerrilla, periodismo de calle, voluntario o periodismo 3.0. En estos últimos años, la nomenclatura que mejor define este fenómeno es periodismo ciudadano o participativo, el más extendido, el que profesionales y no profesionales entienden. (Espiritusanto, 2011, p.22)



El periodismo ciudadano podría situarse en el grado máximo de participación del usuario dentro del actual ecosistema informativo, pero existen diferentes niveles de participación del usuario. En una red social, los usuarios pueden decir sobre una noticia me gusta y están participando, pueden comentarla, y esa participación aumenta y se amplía, se puede conocer de varios proyectos que brindan esta posibilidad:

El Global Voices Online es un proyecto de medios ciudadanos que crea una fuente alternativa de información a nivel global, informando de las perspectivas más relevantes en blogs y otros medios ciudadanos de base desde lugares típicamente ignorados por las cabeceras tradicionales. (Espiritusanto & Gonzalo, 2011, p.51).

La idea del “Periodismo Ciudadano” o “Periodismo Social” no es un concepto tan reciente, ya hace 40 años los Medios de Comunicación Comunitarios trabajan ofreciendo espacios en programas de radio o prensa para fomentar la participación ciudadana. Actualmente este espacio lo han ganado herramientas tan inmediatas como Twitter, Facebook, Instagram, etc. e Internet; no obstante, el creciente auge de Apps de Periodismo Ciudadano está siendo uno de los fenómenos más sorprendentes. (Nahia, 2014)

La participación de los usuarios en el ámbito de la comunicación varía dependiendo de sus necesidades y motivaciones básicas. No hay duda que el periodismo ciudadano cuenta con una serie de ventajas, como la herramienta para la comunicación y la colaboración frente a los medios tradicionales. (Espiritusanto & Gonzalo, 2011, p.11)

La participación de los usuarios es el aporte para los medios tradicionales, para fundamentar la información que se transmite mediante las redes sociales y la contraparte de los medios tradicionales.

Se pueden convertir en periodistas ciudadanos ocasionales por estar en el momento justo en el lugar preciso; de esta manera, gracias a la tecnología que tengan a su alcance y al uso que sepan hacer de ella, podrán realizar fotos, vídeos, textos, podrán compartirlos en las redes sociales, en Twitter, Facebook, YouTube, en los blogs, y amplificarlos en los medios de comunicación tradicionales. (Espiritusanto, 2011, p.15)

Se comparte con el criterio de que las redes sociales son el embrión de las ilimitadas posibilidades existentes en la red para lograr la democratización de los saberes y poderes por ahora en manos de las élites.

Al ser Internet utilizado por miles de redes constituidas por millones de usuarios para su interactividad diaria era lógico que el periodismo también empleara este nuevo medio de comunicación para lograr una mayor interactividad e influencia en el público. El surgimiento del periodismo online incrementó la esperanza de que por primera vez se pueda ejercer un periodismo libre y crítico sin depender de los medios tradicionales sujetos a intereses políticos y económicos. (Fernández, 2013, p. 40)

Por lo tanto, el periodismo ciudadano, viene a constituirse en la capacidad que cualquier ciudadano puede hacer ejercicio de su derecho a informar y ser informado desde la veracidad de los acontecimientos; ya que, a través de los diferentes espacios tecnológicos se hace posible que pueda ser partícipe de la construcción de la comunicación de doble vía.

### **Influencia del periodismo ciudadano y derecho a la comunicación.**

Al ser el periodismo ciudadano un concepto no tan nuevo, porque se ha venido desarrollando experiencias de la comunicación comunitaria, ha ofrecido espacios para que varios sectores sociales tengan su espacio en los diferentes medios de comunicación.; por lo tanto, a hecho posible el derecho a la comunicación o expresión; es decir, a la participación ciudadana. Más aún, cuando la tecnología ha permitido mayor apertura para poder decir lo que se piensa.

El drama de Internet es que ha promovido al tonto del pueblo como portador de la verdad. Era consciente de los peligros y de la necesidad de educar a los ciudadanos y, en particular a los jóvenes en el uso y consumo, a usar la Red de una manera crítica. (Eco, 2016)

Los medios clásicos, argumentan que ha sido sutilmente utilizado por el poder, para deslegitimar si se quiere a lo que aparece en internet, sin embargo, se pudo apreciar y esto vale para lo que sucede incluso en la actualidad, que muchos ciudadanos atribuyen la misma credibilidad a todos los soportes mediáticos.

Los usuarios de la comunicación permanecen cautivos dentro de un universo comercial prefabricado, y otra, al servicio de un proyecto de reapropiación crítica de los medios, basada en la reciprocidad y en altos grados de participación de los usuarios en el proceso de comunicación.

Añade que habría que plantearse la participación de la ciudadanía no sólo en los productos multimedia y en el ciberespacio, sino que en nuestros días, es fundamental retomar la participación de la población en los asuntos generales de interés público relacionados con la cultura, con la economía y con la política.

Mucho se ha escrito sobre el papel, la importancia y las posibilidades de la tecnología en el ámbito de la información y de la comunicación, el fenómeno de la implicación de Internet y de las redes sociales en la participación social, pero no hay que olvidar también, que la tecnología posibilita el control de las comunicaciones y de la información. Los mismos elementos que sirven para esquivar las barreras de la censura a la que se ve abocado el periodismo ciudadano, pueden convertirse en aliados de la represión o que haya que enfrentarse con la actividad propagandística en manos de los opresores.

### **Plataformas Web 2.0**

La Web 2.0, ha sido una transición entre la Web 1.0, que establecía un sistema unidireccional entre los usuarios, los cuales únicamente ejercían el rol de receptores, y la Web 1.5 que es la utilización de páginas dinámicas para la comunicación.

La Web 2.0 permite que la interacción que se hace con un sistema de retransmisión de ideas o de información que puede ser compartidos bidireccionalmente por los usuarios. La tecnología desarrollada es tan sencilla que hasta los usuarios menos expertos pueden subir la información que deseen, compartirla para que otros la vean o la descarguen. (Herrera, 2006, p.1)

Esta nueva forma de comunicación que resultaba mucho más efectiva y a la disposición de todo el público, encontró múltiples formas para expresarse, con una

amplia gama de herramientas que se adaptaban a las preferencias de los usuarios a una velocidad cada vez mayor.

La web 2.0 fue utilizada para referirse a los sitios web de nueva generación, la cual se diferenciaba por basarse en la comunicación de los usuarios que fomentaban la colaboración y el intercambio fácil y eficaz de información entre los demás usuarios o entre ellos mismos, como es los blogs, las redes sociales, los wikis, etc. (Fuentes, 2013,p.1)

Con la llegada de la Web 2.0 y el desarrollo de los blogs y de las redes sociales se pasó al estudio de las comunidades virtuales, sus comportamientos, usos y cambios en la producción informativa por los usuarios y las transformaciones que todo esto está produciendo, tanto en los medios tradicionales como en los nativos o creados exclusivamente en Internet. En la actualidad se da el salto a la investigación sobre la telefonía móvil y el desarrollo de las comunicaciones en movilidad. (Comunicar, 2000)

Sin duda alguna el uso de la Web 2.0, refuerza todas las potencialidades y para la creación de un aprendizaje a través de las comunidades enmarcadas dentro de las redes sociales, lo que se puede denominar la sociabilización de la información.

### **La internet y las redes sociales, un fenómeno que se ha tomado el mundo de los jóvenes.**

Se ha generalizado la expresión “Generación.net”, la primera que está creciendo y educándose con la presencia de Internet en los principales espacios de socialización.

La generación que llega a la adolescencia, coincidiendo con la efervescencia social de Internet. La Generación.net implica una adhesión al ciberespacio y a la revolución digital, dos aspectos que han modificado nuestro mundo y que acompañan al nuevo milenio.

Cada invento o creación tiene un aporte tecnológico: la televisión, la radio, la computadora, entre otros, fueron los primeros indicios que mostraban que la

evolución no sólo es inminente sino que continúa. La Internet se asume como el gran paso hacia el futuro, es que además de ser algo novedoso, ni en los más recónditos sueños se podía imaginar que todos los medios de comunicación eran capaces de fusionarse en un solo artefacto.

Las redes sociales en línea, se han convertido en el estandarte de la Web 2.0, entorno que también aglutina a los blogs, wikis y chats. Según este profesor de ciberperiodismo de la Universidad Complutense de Madrid, existe una fina división entre una red social, un blog y un wiki. Hablar de redes sociales es referirnos al siguiente estadio de Internet, como en su momento fueron los blogs. Se han constituido en un fenómeno de masas cada vez más importante tanto así que ya algunas están integrando plataformas de blogs y wikis en una sola interfaz. (Flores, 2009, p. 1)

Internet ha sido calificada como la red social por antonomasia. Es el embrión de donde nacen y se asientan todas las redes sociales del mundo virtual a tal punto, que no existirían las redes sociales si no existiese Internet. Las redes sociales entonces, se han convertido en todo un fenómeno de masas, cuyo crecimiento se demuestra en la creación de sus propios blogs. Más aun, la propia terminología usada en los blogs es también aplicada a las redes sociales. Partimos de la base de que la nueva forma de comunicar que emerge en las redes sociales, viene dada por el sitio común de obligado paso para todo miembro de una red social: Internet. De ahí que, una red social virtual es un punto, un lugar de encuentro, de reuniones de amigos o personas que tienen intereses comunes.

Se ve que el fenómeno de las redes sociales sigue multiplicándose. No estar en alguna plataforma de red social, es como si uno no existiese para Internet. Pero la pertenencia a una red social puede tener sus ventajas y quizás también sus desventajas. Lo que está claro es que dentro de las plataformas, se mueve gente con necesidades, opiniones, deseos y los medios u otras empresas quieren proporcionárselos.

La interconectividad del mundo, las 24 horas del día y de todo el año, hace que plataformas como Twitter o Facebook, se conviertan en una red de alimentación de información con desconocidos de cualquier parte del planeta, lo que ha

generado una red de colaboradores que, transformados en periodistas ciudadanos, colaboran con periodistas profesionales.

Como producto de varias investigaciones, se ha demostrado que el uso del internet y las redes sociales se ha convertido en parte importante de la vida diaria de los jóvenes y adolescentes, constituyéndose en ellos en toda una prioridad, pero las redes sociales no son la panacea, también encierran peligros, sobre todo, para los más jóvenes.

La popularidad parece ser una de las principales metas de los jóvenes, gracias entre otras cosas a la facilidad de ese clic del “me gusta”, que les abre un inmenso abanico para estar conectados en una especie de efecto viral, para lo que se utilizan miles de artificios, entre ellos, destacar más los rasgos físicos para llamar la atención.

“No estoy seguro de que Internet haya mejorado el periodismo, porque es más fácil encontrar mentiras en Internet que en una agencia como Reuters”, decía en una entrevista hace poco el filósofo y escritor Umberto Eco, fallecido el pasado 19 de febrero de 2016 en Milán a los 84 años, pero no cabe duda que:

Internet es un espacio de creatividad, lo fue desde el inicio y se está intensificando día a día gracias a las posibilidades de intercomunicación que, de manera cada vez más amplia, está propiciando. El fenómeno de las redes sociales en Internet, cada vez más popular, aporta interesantes indicadores de participación social y de influencia colectiva. (Duart, 2009, p.2)

No cabe duda la importancia de estas herramientas, que en los aspectos positivos, aportan a un mejor desarrollo de la creatividad, ayudan a mejorar algunas capacidades y algunos procesos mentales inclusive con algunos juegos, y desde luego interviene en la sociabilización, pero también, se convierten en confidentes de los jóvenes en sus relaciones, pues a través de estos medios pueden iniciarlas o terminarlas libremente.

Muchos son los usuarios que cada día más utilizan las redes sociales como medio de difusión informativa. Redes sociales que, como Twitter o Instagram, conforman un conjunto de herramientas que los internautas tienen a su disposición para acercar a

sus followers las noticias y acontecimientos que más les interesan. (Moreno, 2013, p.1)

Muchos son los usuarios que cada día más utilizan las redes sociales como medio de difusión informativa. Redes sociales que, como Twitter o Instagram, conforman un conjunto de herramientas que los internautas tienen a su disposición para acercar a sus seguidores las noticias y acontecimientos que más les interesan.

Hay un elemento adicional que debe tomarse en cuenta y que se refiere al grado de confianza que les permite saber en quién creer y apoyados en esto, creen que quien los conoce más son sus amigos y creen en ellos antes que en nadie. Desde ese punto de vista, para ellos lo más importante es la validación y la aceptación por parte de sus amigos, aspectos que los consiguen ya sea mediante la interacción social mutua, en la que los medios digitales juegan un papel preponderante.

Se habla de que los jóvenes son nativos digitales, sin embargo, por diferentes medios siguen dando el mismo valor a las cosas que eran significativas para las generaciones anteriores, como la amistad, aunque se relacionen de forma diferente a través de WhatsApp.

“No hay nativos digitales. No hay generación net. Estamos todos juntos en esto, eso es todo”, señala Steve Wheeler (@timbuckteeth) profesor de Tecnología del Aprendizaje de la Facultad de Educación de la Universidad de Plymouth., sin embargo, se debe admitir que las nuevas tecnologías son aprehendidas por los jóvenes con mayor facilidad, a diferencia de los adultos para quienes, requiere de un esfuerzo adicional para ponerse a tono con las mismas.

Un estudio efectuado en varios países de América Latina, menciona que los adolescentes ecuatorianos, resultaron ser quienes más utilizan Facebook: un 25% por ciento tiene una cuenta, seguido por un 23% que utiliza YouTube.

En total, los jóvenes pueden tener entre seis y diez perfiles activos en internet, todos con un propósito distinto. Queda por decir que los adolescentes están

conectados a toda hora, desde el momento que se despiertan hasta que se van a dormir y mientras lo están hacen de todo, excepto una cosa: hablar por teléfono.

Tanto es así que ellos mismos admiten "sentirse aislados, incomunicados e incompletos y que no sabrían cómo rellenar rutinas, integrarse o socializarse" si no las tuvieran.

Herrera (2013) afirma que: "Hoy en día el mundo ha tenido un gran giro al ser parte de la nueva tecnología que han implementado en cada país, siendo ya fuente primordial de nuestra vida las redes sociales"

Podemos concluir que las redes sociales han cambiado a la sociedad, su uso ya es generalizado en la ciudadanía, ya sea por medio de los teléfonos celulares, las computadoras y las tablets.

## **Redes Sociales**

### **Las redes sociales más visitadas y recomendadas en la red.**

Cosenza (2016) menciona: "Que a nivel mundial las redes sociales que tienen mayor aceptación", son:

**Facebook:** Es la red social más exitosa, conocida y popular de internet. Es una herramienta social para conectar personas, descubrir y crear nuevas amistades, subir fotos y compartir vínculos de páginas externas y videos. Con lo que ha permitido llegar a más de 1590 millones de usuarios.

**Instagram:** Es una aplicación muy popular para dispositivos móviles, permite editar, retocar y agregarle efectos a las fotos tomadas con los celulares, facilita compartirlas en las redes sociales y explorar las fotos de otros usuarios registrados. Permittedo llegar a más de 400 millones de usuarios.



**Twitter:** Es una red social de microblogging o sea una red para publicar, compartir, intercambiar información, mediante breves comentarios en formato de texto, con un máximo de 140 caracteres llamados Tweets, que se muestran en la página principal del usuario. El nivel de usuarios es de 320 millones.

**Google+:** Es la más nueva y reciente de las redes sociales y ya cuenta con una inmensidad de miembros. Puede llegar a ser una de las redes más grandes y poderosas. Se estima que tiene 300 millones de usuarios.

**Pinterest:** Es una red social de reciente surgimiento que evoluciona y se hace popular. Se ha convertido en la tercera red social más visitada en los Estados Unidos, detrás de Facebook y Twitter. El número de usuarios es de 100 millones.

**LinkedIn:** Es una red orientada a los negocios y para compartir en el ámbito profesional. Cuenta con 100 millones de usuarios.

**Foursquare:** Es un servicio basado en localización web aplicada a las redes sociales. La geolocalización permite localizar un dispositivo fijo o móvil en una ubicación geográfica. Contaría con 50 millones de usuarios.

### **Los dispositivos móviles, sus prestaciones, servicios y conectividad.**

En el nuevo contexto de comunicación que se ha impuesto en el mundo, encontramos otros desarrollos tecnológicos, que encuentran su convergencia en estos nuevos medios. Tal es el caso de la telefonía móvil, cuya funcionalidad tiene aplicación en este desarrollo. Los usuarios de las redes sociales no solo pueden recibir mensajes de sus contactos a través del móvil (SMS), sino que, desde el móvil, pueden también postear (enviar una entrada o mensaje) a toda su red.

La frontera de los cambios está marcada por los cibermedios móviles. Las innovaciones de la telefonía móvil, más allá de las tradicionales conversaciones telefónicas, aportan otras dimensiones comunicativas interactivas al permitir acceder a los cibermedios fijos, a las ofertas de Internet en general y a la incorporación de otros contenidos informativos o de entretenimiento. Cada vez se avanza más en las

sinergias entre los campos de la comunicación de redes fijas y de redes en movilidad. (Cebrián, 2009, p.2)

Como un instrumento para el ejercicio del periodismo ciudadano, la telefonía móvil se podría caracterizar por favorecer la posibilidad de que la gente aporte en la comunicación, sin necesidad de estar sometida a estructuras de carácter empresarial ni jerárquicas, de manera independiente de los mecanismos mediáticos o intereses políticos.

Goikolea (2014) afirma que: “El periodismo inversivo es una nueva forma, de periodismo. Gracias al uso de tecnologías inmersivas en 3D hace que el usuario pueda vivir los hechos relatados en primera persona”.

Las tecnologías nos permiten que tomemos el control de la información para que la ciudadanía tome fuerza en el periodismo ciudadano.

El uso de Smartphone para consultar noticias revela un fuerte aumento. Y son los teléfonos inteligentes los dispositivos de consulta preferidos, cayendo el uso de ordenadores convencionales.

El periodismo móvil, se caracteriza por el uso de Smartphone a la hora de producir y retransmitir piezas informativas en distintos formatos. Pero más allá de la producción también debemos tener en cuenta, el aumento del consumo a través de estos dispositivos. (Goikolea, 2014, p.5)

Esta realidad permite también que los usuarios de los teléfonos móviles tengan en sus manos la posibilidad de interactuar y convertirse no solamente en receptores sino también en emisores de información.

### **Las redes sociales en la óptica de la normativa legal.**

La Ley Orgánica de Comunicación vigente en nuestro país, en el Art. 5 señala lo que debe entenderse por medios de comunicación para efectos de dicha Ley, y define como tales a “las empresas, organizaciones públicas, privadas y

comunitarias, así como a las personas concesionarias de frecuencias de radio y televisión, que prestan el servicio público de comunicación masiva que usan como herramienta medios impresos o servicios de radio, televisión y audio y vídeo por suscripción, cuyos contenidos pueden ser generados o replicados por el medio de comunicación a través de internet”.

Para efectos regulatorios entonces, la actividad comunicacional se circunscribe a lo dispuesto en el mencionado artículo, pero en el Art. 3. del Reglamento, se menciona que “son también medios de comunicación aquellos que operen sobre la plataforma de internet, cuya personería jurídica haya sido obtenida en Ecuador y que distribuyan contenidos informativos y de opinión, los cuales tienen los mismos derechos y obligaciones que la Ley Orgánica de Comunicación establece para los medios de comunicación social definidos en el Art. 5”.

En el Art. 2 del Reglamento, sobre los contenidos en internet, se señala que “están excluidos del ámbito de regulación y control administrativos los contenidos que formulen los ciudadanos y las personas jurídicas en sus blogs, redes sociales y páginas web personales, corporativas o institucionales”, sin embargo, el Código Orgánico Integral Penal (COIP), las leyes de propiedad intelectual y las normativas de telecomunicaciones, son las herramientas con las que se puede sancionar el comportamiento de los cibernautas.

En el Ecuador se ha abierto un amplio debate respecto del tema de las regulaciones que deben normar el uso de las redes sociales, sobre todo porque en materia política, se ha generado un verdadero enfrentamiento entre el poder Ejecutivo y la sociedad en general, pues por un lado están los llamados continuos del presidente Rafael Correa a ganar la batalla en las redes sociales, convocatoria que es seguida por un número significativo de personas afectas al Régimen. Incluso se habla de todo un aparataje debidamente armado y financiado por el gobierno, lo que a decir de personas especializadas en derechos digitales, sería un esquema utilizado por los gobiernos para restringir la libertad de expresión e información en Internet.

Al efecto se estaría por seguir tres fases que son: bloquear las redes o determinado sitio web, desarrollar una legislación para intervenir y tener influencia en los flujos de información y el ataque directo.

El intento de regular la Web a través de la Ley de Comunicación, fue frenado por las protestas de miles de usuarios, pero con la introducción del COIP, la norma que ahora resulta más efectiva es la penal, configurada en el artículo 396 de dicho cuerpo legal, pues se estarían utilizando las figuras de calumnias, difamación e injurias para amedrentar, escudándose en el derecho a la honra de las autoridades, artículo 182 del COIP.

Todo esto ha tomado mayor vigencia, ante el apareamiento de muchas denuncias sobre presuntos actos de corrupción en funcionarios del gobierno, por lo que, la intención sería evitarlas, coartando los derechos de la ciudadanía.

En esta batalla se ha empeñado el Presidente, quien anunció que se reunirá con los tuiteros, a quienes advirtió que tienen que ganar esa batalla en las redes.

Para muchos, en esta “batalla” declarada, no se deben acallar las voces críticas, sino que más bien, se debería pensar en cómo elevar el nivel del debate.

No pocas denuncias se han hecho por parte de personas particulares e incluso colectivos ciudadanos que tienen sus blogs, respecto a que han sido objeto del cierre de sus cuentas, utilizando varias herramientas legales como la propiedad intelectual de las imágenes y otros artificios, a lo que se añade la Ley de Telecomunicaciones, que en el artículo 22, dice que la autoridad competente podrá, entre otros, limitar o bloquear los contenidos o acceso a Internet de los usuarios.

La Ley de Comunicación excluye toda acción que afecte la libre expresión personal de opiniones o la emisión de información a través de Internet, pero no las

normas legales que rigen en lo civil y penal para casos de infracciones. Un mal uso de las redes para difamar, mentir, injuriar o alterar el orden público, pueden configurar una infracción, por más que se trate de tipificarla como “información u opinión personal”.

Otro punto importante tiene que ver con la utilización que pueden hacer los medios, los que sí asumen responsabilidades sobre la difusión o reproducción de contenidos inapropiados, lo que tiene relación directa con la responsabilidad ulterior de los medios de comunicación, que si 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.

Se ha puesto especial énfasis en el papel que les correspondió al internet y a las redes sociales, pero cabe señalar que no se puede magnificar aquello, sin aceptar que fue fruto de una gestación que venía de muchos años atrás. (Majdoubi, 2011, p.3).

El desenlace se origina luego de que se acumularan por años grandes diferencias sociales, corrupción política, abuso de poder, falta de libertad y represiones continuas, restricciones de los derechos básicos de los ciudadanos, ostentación y privilegios de los gobernantes, etc.

El Internet y de las redes sociales en las revueltas árabes: una alternativa a la censura de la prensa oficial.

Fueron el Internet y las redes sociales, las que demostraron su utilidad al inicio de las revueltas y durante el desarrollo de las mismas, pese a que se impuso la censura y se produjeron bloqueos informativos fueron estas plataformas las que permitieron que los hechos trascendieran a todo el mundo. (Raouf, 2010)

Los medios tradicionales cuya libertad fue coartada, cedieron paso a la red, para que cumpliera el papel que les correspondía, en una circunstancia que no se había dado hasta entonces.

## 9. PREGUNTA CIENTÍFICA.

¿En qué medida los estudiantes universitarios conocen del Periodismo Ciudadano a través del uso de las TICs.?

## 10. METODOLOGÍA

### Enfoque

**Cuantitativa:** A través de las encuestas se recogieron datos cuantitativos para el correspondiente análisis estadístico. La encuesta individual, fue aplicada a los estudiantes de instituciones educativas de nivel superior: Escuela Politécnica del Ejército de Latacunga (ESPE-L) y Universidad Técnica de Cotopaxi, a través de una muestra seleccionada de jóvenes, entre los que cursan entre tres y seis ciclos o semestres de estudio.

### Niveles de investigación

**Exploratorio:** Es exploratorio porque se la aplicó las encuestas, a una muestra representativa de los estudiantes de la Escuela Politécnica del Ejército de Latacunga (ESPE-L) y de la Universidad Técnica de Cotopaxi.

**Bibliográfica:** Se recurrió a: documentos, libros, ensayos, artículos científicos, que contienen información sobre tema para fundamentar teóricamente el estudio.

### Técnicas

**Encuestas:** Esta técnica permitió conocer la utilización de las redes sociales para realizar un periodismo ciudadano en los jóvenes universitarios.

## Población y Muestra

### Población

La población investigada, tiene que ver con los estudiantes que asisten regularmente a las dos Universidades:

UNIVERSIDAD	UNIVERSO
ESCUELA POLITÉCNICA DEL EJÉRCITO DE LATACUNGA (ESPE-L)	3.084 estudiantes
UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI – CAMPUS LA MATRIZ	9.340 estudiantes
TOTAL:	12.424 ESTUDIANTES

### Muestra

La investigación se aplicó en un universo que tiene las mismas características, como es el caso de los estudiantes de las diversas carreras de educación media de las dos Universidades, de los cuales se tomó una muestra de manera aleatoria, aplicando la siguiente fórmula:

$$n = \frac{N\sigma^2Z^2}{(N-1)e^2 + \sigma^2Z^2}$$

Dónde:

n = el tamaño de la muestra.

N = tamaño de la población.

$\sigma$  = Desviación estándar de la población que, generalmente cuando no se tiene su valor, suele utilizarse un valor constante de 0,5.

Z = Valor obtenido mediante niveles de confianza. Es un valor constante que, si no se tiene su valor, se lo toma en relación al 95% de confianza equivale a 1,96 (como más usual) o en relación al 99% de confianza equivale a 2,58, valor que queda a criterio del investigador.

e = Límite aceptable de error muestra que, generalmente cuando no se tiene su valor, suele utilizarse un valor que varía entre el 1% (0,01) y 9% (0,09), valor que queda a criterio del encuestador.

Entonces:

$$n = \frac{12424 (0,5)^2 (1,65)^2}{(12423-1) (0,04)^2 + (0,5)^2 (1,65)^2}$$

$$n = 260,96$$

Para la aplicación de la muestra, se estableció la diferencia del universo de la siguiente forma:

<b>POBLACIÓN</b>	<b>MUESTRA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
UTC	176	67%
ESPE - L	85	33%
	<b>261</b>	<b>100%</b>

## 11. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

En el desarrollo de la presente investigación, se recurrió a la aplicación de una muestra representativa de encuestas que fueron aplicadas a unos 261 estudiantes de la Escuela Politécnica del Ejército de Latacunga (ESPE-L) y de la Universidad Técnica de Cotopaxi, que son las dos instituciones de educación superior presentes en la provincia, cuya población corresponde a un total de 12424 estudiantes, en porcentaje significa: un 67% a la UTC y un 33% a la ESPE-L, precisamente bajo este parámetro, se aplicó un número equivalente de encuestas, en cada una de las instituciones educativas mencionadas.

En la elaboración del cuestionario, se tomó como referencia formatos de preguntas que habían sido aplicados en investigaciones desarrolladas



anteriormente por diferentes estudios, trabajos que estuvieron enfocados a conocer los hábitos y usos de las redes sociales en los niños y adolescentes, el acceso a las tecnologías, ventajas y peligros del uso de la telefonía móvil y del internet, así como experiencias del uso de la red en materia educativa.

Esta recopilación de instrumentos permitió plasmar un reactivo de 28 preguntas, enfocadas al objeto del estudio y a la población a la que estaba dirigida la investigación, como era la población universitaria de Latacunga.

Para la aplicación de las encuestas se recurrió a grupos de estudiantes tomados al azar, que cursan sus estudios en diferentes carreras, pues el objetivo planteado era de carácter general y no se refería a un grupo en particular que tuviera ciertas características especiales como: edad, género, carrera, nivel de estudios u otras consideraciones, sino que cumpliera con el requisito de ser estudiante de la institución.

La muestra por ser heterogénea, intentaba que los resultados permitan tener una visión global de la realidad en cuanto a conseguir los datos que fueron planteados en el cuestionario. Cabe destacar que la aplicación de las encuestas se las realizó en las aulas de clase y con la presencia de los docentes, a quienes se les pidió la respectiva autorización, asegurando de ese modo la seriedad en la ejecución de las respuestas por parte de los estudiantes. Esto en las dos instituciones, gracias a los contactos previos que se hizo con los docentes, para explicarles el alcance y propósito del trabajo que estaba llevando a cabo.

Los resultados obtenidos de esta investigación permiten deducir que:

### **Acceso a Internet**

Los estudiantes universitarios de Latacunga, cuyas edades fluctúan entre los 18 y 26 años, en un 75% tienen acceso al internet, a través de la instalación del servicio en su domicilio; sin embargo, existen otros medios para acceder al servicio del

internet, así como: un 63% a través de un celular, un 27% a través de una computadora en su domicilio; y, un 10% a través de un centro de cómputo.

Pero el hecho de que no todos tengan una instalación de internet domiciliaria, no significa que no accedan al servicio, ya que un 97% cuenta con un teléfono móvil o celular, y de este porcentaje un 72% de quienes tienen un teléfono celular, cuentan con acceso directo a internet. Se establece entonces, que el tipo de tecnología con la que cuentan en sus móviles, demuestra que son aparatos de una relativa modernidad y cuyo costo también es representativo para sus propietarios.

La frecuencia con la que ingresan al internet es: un 95% diariamente; un 3% tres días a la semana; y, un 2% cuatro días a la semana.

El internet de acuerdo a lo investigado, se ha convertido en parte imprescindible de la vida de los jóvenes universitarios, herramienta a la que se sienten obligados a recurrir por diferentes ordenadores, ya sea a través del celular en un 63%, de computadores personales o tablets en un 27% o recurriendo a los centros de cómputo. La necesidad de un acceso diferente al que pueden tener a través de sus teléfonos móviles, se justifica por el hecho de que, como se ha de demostrar más tarde, el internet se considera como uno de los instrumentos imprescindibles en su quehacer estudiantil, a diferencia de otros grupos poblacionales que recurren a la red, en busca de satisfacer otro tipo de motivaciones como el juego o cubrir la necesidad social que tienen los jóvenes de compartir experiencias, y también de reconocimiento de su actividad ante los demás, estableciendo nuevas relaciones sociales.

Así como se ilustra en la tabla 1.

**Tabla No.1: ¿Motivos por los que entra a Internet? (máximo 2 opciones)**

<b>TABLA 1</b>		
<b>ALTERNATIVAS</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Búsqueda de información y documentación, consultas de estudio	222	42%
Mirar páginas para diversión	80	15%
Compartir información y opiniones con otros	56	11%
Hacer amigos	22	4%
Subir fotos o videos	28	5%
Seguir blogs o webs	6	1%
Compartir/reenviar información y novedades	33	6%
Juegos on-line	4	1%
Participar activamente en foros	8	2%
Manejar mi propia web o blog	5	1%
Opinar sobre algún acontecimiento	8	2%
Acceder a información local, nacional e internacional	50	10%
<b>Total</b>	<b>544</b>	<b>100%</b>

Elaboración propia.

**Fuente:** Estudiantes Universitarios de la UTC – ESPE-L

La frecuencia de ingreso diario al internet en un 95%, está ratificando lo anteriormente expuesto, aunque el promedio de tiempo varía en cuanto al número de horas semanales, que en su mayoría, como es el 43% se sitúan entre las 10 horas; un 17% de 20 horas; y, un 13% de 30 horas.

Lo interesante de los datos que se han recogido en la investigación, se refiere a los motivos o los usos que los universitarios hacen del internet, que están relacionados más bien hacia la consecución de sus logros, tanto personales como profesionales, más que en los procesos de construcción grupal, en aquellos de mejora social. En efecto, el 82% recurre al internet en busca de información

relacionada principalmente con sus requerimientos de estudios, sin descartar que también un 28% lo hace para fines que podrían identificarse como de diversión.

Dentro de los objetivos del estudio, se plantea conocer si uno de los usos del internet, es para la participación en actividades relacionadas con el acceso a información noticiosa, compartir y opinar sobre los acontecimientos que pueden ser de interés para la sociedad o la comunidad, se menciona que apenas un 3% de los encuestados dirigen su interés a estos temas. Porcentaje mucho menor a lo esperado, dato que se puede confrontar con los usos que se les está dando a las redes sociales.

### **Uso de las Redes Sociales**

Los motivos de consumo de las redes sociales en los universitarios de Latacunga, no solo sirven en los procesos grupales orientados a la consecución de logros; sino que además, se convierten en una fuente de recursos, en la que cada uno «busca o usa» lo que necesita en cada momento. Los resultados aquí obtenidos, indican que los jóvenes hacen un uso extensivo de las tecnologías 2.0, destinado fundamentalmente a relacionarse con sus iguales para establecer una comunicación de ida y vuelta en un 65%, para fines similares como enviar o recibir información relacionada con sus estudios; y, en un 2% que es un menor grado, para la expresión de sus opiniones y comentarios de otras personas.

Así como se ilustra en la tabla 2.

**Tabla No.2: ¿Para qué fin utiliza las redes sociales? (Puedes elegir máximo 3 opciones)**

<b>TABLA 2</b>		
<b>¿Para qué fin utiliza las redes sociales? (Puedes elegir máximo 3 opciones)</b>		
<b>ALTERNATIVAS</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Hablar o recibir información	180	23%
Para enviar información a otras personas	109	14%
Para información personal y familiar	74	10%
Para publicar información de estudio y afines	92	12%
Para comentar sobre otras personas	10	1%
Para publicar fotos, videos y comentarios	70	9%
Para estar en contacto con mis amigos	105	13%
Para conocer gente nueva	31	4%
Para estar comunicado	122	14%
Total	816	100%

Elaboración propia.

**Fuente:** Estudiantes Universitarios de la UTC – ESPE-L

En lo que se refiere al uso del teléfono celular, se encontró que este administrado cumple principalmente una función de relación social, esto es: para mantenerse comunicados, haciendo uso de todos los utilitarios posibles, como: llamadas, envío de mensajes, chatear, escuchar música, compartir fotos, acceso a las redes sociales, principalmente al Facebook y WhatsApp; sin embargo, dentro de este rango de uso al encontrar que el 97% tiene acceso a través de este medio a las redes sociales, era pertinente conocer cuáles son las redes sociales más utilizadas frecuentemente, siendo precisamente el Facebook en un 86% y el WhatsApp en un 9%, las que ocupan las preferencias de los universitarios, por su lado en un mínimo porcentaje las redes como: Twitter, Google, Instagram y Snapchat.

Así como se ilustra en la tabla 3.

**Tabla No. 3: ¿Cuáles son las redes sociales que utiliza frecuentemente?**

<b>TABLA 3</b>		
<b>¿Cuáles son las redes sociales que utiliza frecuentemente?</b>		
<b>ALTERNATIVAS</b>	<b>PERSONAS</b>	<b>PORCENTAJE</b>
<b>Facebook</b>	225	86%
<b>Twitter</b>	4	2%
<b>Google</b>	1	0%
<b>Instagram</b>	5	2%
<b>Snapchat</b>	3	1%
<b>WhatsApp</b>	23	9%
<b>Total</b>	272	100%

Elaboración propia.

**Fuente:** Estudiantes Universitarios de la UTC – ESPE-L

En lo que concierne al tiempo que dedican los universitarios al acceso a las redes sociales, se obtuvo que el 80% lo hace diariamente, un 18% entre dos a tres veces a la semana y apenas un 2% dice que de vez en cuando, pero es destacable que para este grupo social, la importancia que le dan a las redes sociales en su vida diaria es de: un 16% como muy importante, el 72% como importante y un 12% como nada importante.

Un dato que sin ser relevante llamó la atención, fue conocer que el uso del teléfono móvil y contar con el servicio de internet, ya sea en este último caso por la conexión al domicilio o a través de los centros de cómputo, al 89% de estudiantes, les implica un gasto aproximado entre \$ 1,00 a \$ 30,00 dólares mensuales, recursos que provienen en un porcentaje de 56% de los padres.

Con relación a conocer, cuáles fueron los mecanismos de aprendizaje y familiarización con el uso de estas tecnologías, se encontró que; el 87% de los universitarios menciona que lo hizo por iniciativa propia, recurriendo a parientes o amigos en un 9%; o, a través de programas tutoriales que se ofertan en el internet en un 4%.

## **Periodismo Ciudadano y Redes Sociales**

Los resultados de la investigación manifiestan que: a un 55% les interesa mucho lo que pasa en la sociedad, a un 41% le interesa poco y a un 4% no le interesa, a pesar de que el 77% de los encuestados consideran que las redes sociales, podrían ser “una buena herramienta para expresarse y participar en los problemas que aquejan a la sociedad”; al mismo tiempo, un 57% manifiesta que las redes sociales son positivas, un 31% que son negativas; y, un 12% que no influyen ni positiva ni negativamente. De ello se desprende que un 60% acepta que alguna vez ha utilizado las redes sociales para compartir la información relativa a un hecho de importancia, mientras que un 40% dice no haberlo hecho.

Algo que llama la atención, es que a través del celular, un 74% manifiesta que, recibe regularmente informaciones sobre acontecimientos de carácter general, con lo que se deduce que en buena parte son receptores pasivos de los mismos y que la vía es el Facebook en un 92%, con una incidencia de apenas del 5% en Twitter.

Un 61%, de los universitarios encuestados participan de la idea de que la comunicación implica tener la posibilidad de recibir y enviar información; y, un 80%, que pueden estar interesados en cumplir con este postulado, pero al ser consultados sobre las razones que tienen para no hacerlo, manifiestan que entre los factores negativos están: un 34% el temor a sanciones legales, un 15% no saben cómo hacerlo; un 24% creen que es labor de periodistas y comunicadores; y, un 27% que les preocupa el qué dirán.

## 12. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

### Conclusiones

Los resultados de la investigación efectuada, nos permiten concluir que:

- Los universitarios de las dos instituciones objeto del estudio, han experimentado un cambio cualitativo importante, en cuanto al uso de los adelantos tecnológicos, es así que: un 75% tienen acceso al internet, a través de la instalación del servicio en su domicilio u otros medios tales como: un 63% a través de un celular, un 27% a través de una computadora en su domicilio; y, un 10% a través de un centro de cómputo, es importante indicar que un 97% de los estudiantes, cuentan con un teléfono móvil o celular, y de estos un 72%, cuentan con acceso directo a internet.
- Con relación al uso de las redes sociales, un 86% visitan Facebook; un 9% Whatsapp; comparten un 2% Twitter e Instagram; y, un 1% Snapchat, con fines muy diversos, como: hablar y recibir información, enviar información, estar comunicados, estar en contacto con los amigos, en un 64%; y, para publicar información de estudio, para información personal y familiar, para publicar fotos, videos y comentarios, conocer gente nueva y comunicar con otras personas, en un 36%, estos son usos y hábitos que por lo general hacen de estas facilidades tecnológicas un recurso para mantenerse comunicados y a la vez sentirse acompañados.
- El tiempo que dedican los estudiantes jóvenes al uso de la tecnología es a diario en un 80%, en donde priman los usos relativos a: sus intereses académicos, en los que se involucran estudiantes y docentes, con el objetivo de compartir información relativa a trabajos que deben cumplir.
- Las limitaciones que manifiestan tener los universitarios en torno a no ser parte del periodismo ciudadano, están relacionadas con: un 34% el temor



de hacerlo, cuyo fundamento radica en que sienten no estar debidamente capacitados en un 15%, en creer que esa es una labor de periodista y comunicadores en un 24%; y por ende, un 27% manifiestan no estar motivados a hacerlo por el qué dirá la sociedad.

- El acceso a las TICs., en la actualidad se manifiesta como un servicio amplio para los jóvenes estudiantes, con el fin de realizar sus actividades diarias; es así que, el estudio arroja información relevante con respecto al gran consumo de las redes sociales y principalmente entre ellas el Facebook, que ha posibilitado el contar con información variada y a la vez cuantiosa, lo que no permite seleccionar o emitir un criterio, para fomentar el conocimiento y el entendimiento de la práctica del periodismo ciudadano.

### **Recomendaciones**

- La realidad con respecto al acceso al internet, debe ser considerada como un derecho humano; de ahí que, si bien la mayoría de los encuestados en el presente estudio, tienen acceso al internet de cualquier forma, es recomendable que ante las exigencias actuales sobre este servicio, debe estar disponible todo el tiempo posible, para garantizar una comunicación positiva, de manera que la información llegue con mayor facilidad e inmediatez; sin el acceso al internet se carecería de alternativas de estar comunicados e integrados socialmente.
- Las tecnologías nuevas, han creado nuevos retos en la sociedad, especialmente en los jóvenes, el uso de las redes sociales se ha constituido en un recurso importante para las relaciones personales, haciendo uso en un porcentaje alto de herramientas como: Facebook y Whatsap; ante esto cabe la recomendación de desarrollar una propuesta sostenida del uso adecuado que se debe dar al valor que representan las mismas como espacios de comunicación, esto permitirá sostener que las redes sociales

puedan constituirse en un gran valor y un recurso importante para la formación, tanto en valores personales como sociales.

- El periodismo ciudadano en los jóvenes universitarios, es una posibilidad que se encuentra inexplorada, en espera de que, tanto los responsables del sector educativo, asuman la tarea de incluir en sus planes de estudio, la información necesaria y los conocimientos mínimos, respecto de las inmensas posibilidades que tiene el uso de las redes, para su involucramiento social. No menos importante y necesario es el papel que está llamado a cumplir los medios de comunicación, en la medida en que se propicie el cumplimiento de la nueva visión de la comunicación, que rompió el paradigma del emisor y receptor.
- Los medios no pueden esperar que por sí mismos, los ciudadanos, entre ellos los jóvenes universitarios, hagan suyo el ejercicio del periodismo ciudadano, sino que se hace necesario, que promuevan iniciativas para capacitar y estimular esta forma de comunicación, inclusive, partiendo de que son los primeros beneficiarios al dirigir y propiciar un mayor desarrollo informal de estas habilidades.
- Las limitaciones que manifiestan tener los universitarios en torno a no ser parte del periodismo ciudadano, están relacionadas con el temor de hacerlo, cuyo fundamento radica en que sienten no estar debidamente capacitados y por ende, sin la debida motivación. Razones que les limitan a ser receptores y muy ocasionalmente comparten una que otra información, que a su juicio consideran importante o que llama su atención, pero cuidando de no involucrarse. Entre las causas de este fenómeno, comparte que hay cierto desconocimiento, de las inmensas posibilidades que tienen las redes sociales para ser herramientas de cambio social y de su importancia en este sentido, puesto que no han sido instruidos o motivados hacia este ámbito de la comunicación.

### 13. Bibliografía

- Aguaded, J. (2000). Un nuevo siglo, una nueva comunicación. *Comunicar*. Volumen (14), p.6
- Cebrián, M. (2009). Comunicación interactiva en los cibermedios. *Dossier*.(15-24), pp.2
- City, G. (2016). Periodismo Ciudadano. *Sweetlovelyweb*. Recuperado de: [goo.gl/SfQErO](http://goo.gl/SfQErO)
- Cobo, S. (2012). *Internet para periodistas*. Kit de supervivencia para la era digital. Barcelona, Editorial UOC, pp. 16-17
- Cosenza, V. (2016) Mapa de las redes sociales de internet. Recuperado de: [goo.gl/S2ARdX](http://goo.gl/S2ARdX)
- Duran, H. (2009). ¿Qué buscan los jóvenes en las redes sociales?. Recuperado de: [goo.gl/6bgE19](http://goo.gl/6bgE19)
- Eco, H. (2016). Las redes sociales le dan el derecho a hablar a legiones de idiotas. *Umberto Eco y el periodismo*. Recuperado de: [goo.gl/vR6zGX](http://goo.gl/vR6zGX)
- Espiritusanto, O. (2010). Periodismo ciudadano – El Fenómeno MoJo. *Telos – Cuaderno de Comunicación e innovación*. Recuperado de: [goo.gl/5v1mD4](http://goo.gl/5v1mD4)
- Espiritusanto, O. Periodismo ciudadano El fenómeno MoJo. *Telos – Cuaderno de Comunicación e innovación*. Recuperado de: [goo.gl/mASINu](http://goo.gl/mASINu)
- Espiritusanto, O. & Gonzalo, P. (2011). *Periodismo ciudadano evolución positiva de la comunicación*. Madrid, España: Ediciones Ariel y Fundación Telefónica.
- Fernández, E (2013). De las redes sociales al periodismo ciudadano y la ciberdemocracia. *Revista Andaluza de Ciencias Sociales*, (12), pp 40
- Flores, J. (2009, octubre, 01). Nuevos modelos de comunicación, perfiles y tendencias en las redes sociales. *Dossier*. Recuperado de: [goo.gl/GxLfUf](http://goo.gl/GxLfUf)

- Fuentes, M. (2013). Web 2.0, el usuario como protagonista. Suite 101, pp1. Recuperado de [goo.gl/qIAqLq](http://goo.gl/qIAqLq)
- García, L. (2012). *Sociedad del conocimiento y educación*. Recuperado de: [goo.gl/eaxGhD](http://goo.gl/eaxGhD)
- Goikolea, M. (2014). Periodismo inmersivo y otras tendencias innovadoras en periodismo.
- Herrera, E. (2006). Periodismo ciudadano: crónicas con mirada propia, celular en mano. *Clarín.com*. Recuperado de: [goo.gl/LzHGuQ](http://goo.gl/LzHGuQ)
- Herrera, F. (2006). ¿Se aprende con la Web 2.0?. *IV Congreso de la CiberSociedad 2009, Crisis analógica, futuro digital*.p1.
- Herrera, L, Median, A. y Naranjo, G. (2004). *Tutoría de la Investigación Científica*. Ambato, Ecuador: Graficas Corona Quito - Cuarta Edición.
- Herrera, V. (2013). Velocidad de la comunicación. Red Forbes. Recuperado de: [goo.gl/SF2M2a](http://goo.gl/SF2M2a)
- Leñero, V. y Marín, C. (1986). *Manual de Periodismo*. Recuperado de: [goo.gl/cvqo0d](http://goo.gl/cvqo0d)
- Majdoubi, E. (2011). Las revoluciones democráticas en el mundo árabe. *Infoamérica*. Recuperado de: [goo.gl/QWvBf7](http://goo.gl/QWvBf7)
- Mintel, (2016). Matriz productiva. Ministerio de Telecomunicaciones y Sociedad de la Informatica. Recuperado de: [goo.gl/fb0b0Q](http://goo.gl/fb0b0Q)
- Moreno, E. (2013). Facebook y el periodismo ciudadano: una relación con luces y sombras. Recuperado de: [goo.gl/SIHRsl](http://goo.gl/SIHRsl)
- Nahia. (15 de Octubre 2014). Creciente auge de Apps de Periodismo Ciudadano (Citizen Journalism), *Blog Aplicaciones Móvil*. Recuperado de: [goo.gl/GpiUnm](http://goo.gl/GpiUnm)
- Raof, R. (2010). Egypt: Security Department to Monitor Facebook and Support the Government, en Global Voices
- Real, E. Agudiez, P. y Príncipe, S. (2007, 29 de abril). Periodismo ciudadano versus Periodismo profesional: ¿somos todos

- periodistas?.*Revistas Científicas Complutenses*. Recuperado de: [goo.gl/cJADcq](http://goo.gl/cJADcq)
- Rojas, O, Alonso, J, Antùnez, J, Orihuela, J y Varela J. (2006).*Periodismo 3.0. Blogs: la conversación en Internet que está revolucionando medios, empresas, políticos y ciudadanos*. Recuperado de: [goo.gl/TvUk5m](http://goo.gl/TvUk5m)
- Salaverria, R. (2001). *Aproximaciones al concepto de multimedia desde los planos comunicativo e instrumental*. Edita Universidad Complutense, pp.393.
- Senplades. (2013). Plan del buen vivir. Recuperado de: [goo.gl/WBAQfc](http://goo.gl/WBAQfc)
- Tobar, C. (13 de Febrero de 2011). Internet, las redes sociales y el derecho a la información. *América Latina en movimiento online*. Recuperado de: [goo.gl/wbC7rf](http://goo.gl/wbC7rf)
- Tubay,G. (2016). Periodismo ciudadano. *Periodismo Digital*. Recuperado de: [goo.gl/nfAjpg](http://goo.gl/nfAjpg)
- Universidad Técnica de Cotopaxi (2015). Recuperado de: [goo.gl/6lfvpx](http://goo.gl/6lfvpx)

**14. ANEXOS.****ANEXO I****HOJA DE VIDA****DATOS PERSONALES:**

**Nombres y Apellidos:** Gissela Beatriz Arroyo Rubio  
**Fecha de Nacimiento:** 19 de Julio de 1994  
**Estado Civil:** Soltera  
**Cédula de Identidad:** 050423385-9  
**Dirección:** Pujilí, Av. Velasco Ibarra y Teófilo Segovia  
**Teléfono:** 03 2 724000      **Móvil:** 0995265250

**ESTUDIOS REALIZADOS:**

**Nivel Primario** ESCUELA “PEDRO VICENTE MALDONADO”  
**Nivel Secundario** COLEGIO “VICTORIA VÁSCONEZ CUVI”  
**Nivel Superior** UNIVERSIDAD TECNICA DE COTOPAXI (Estudiando Actualmente 9 Nivel)

**TÍTULOS OBTENIDOS:**

**Institución:** COLEGIO “VICTORIA VÁSCONEZ CUVI”  
**Título:** Bachiller en Ciencias Sociales  
**Institución:** ESCUELA “GUSTEAU”  
**Título:** CHEF EN ALTA COCINA

.....  
**Firma**

## ANEXO II

### HOJA DE VIDA



#### **DATOS PERSONALES:**

**Nombres y Apellidos:** Marco Edmundo Haro Carranco

**Fecha de Nacimiento:** 21 de Enero de 1950

**Lugar de Nacimiento:** Ibarra

**Cédula de Identidad:** 1702826544

**Dirección:** Molinos de Rumipamba - Casa 21

#### **FORMACIÓN PROFESIONAL:**

- Bachillerato en Humanidades Clásicas
- Facultad Jurisprudencia de la Universidad Central, cuarto año

#### **EXPERIENCIA LABORAL:**

- Fondo Ecuatoriano Populorum Progressio, relacionista público.
- Maresa (Asistente de Personal)
- Tadesa (Jefe de Personal)
- Cefe Centro de Formación Empresarial (Asistente de Programación y Capacitación)
- Banco Popular del Ecuador (Jefe Administrativo)
- Aymesa (Jefe de Personal)
- Familia Sancela (Jefe de Personal)
- Molinos Poulter (Jefe de Personal)
- Municipio de Salcedo (Jefe de Personal), Municipio de Pujilí (Responsable de la Unidad de Talento Humano)
- Radio 11 de Noviembre – Administrador, Radio Novedades (Conductor Programas de Opinión), Radio Latacunga (Conductor Programas de Opinión), Canal 36 (Conductor Programa de Opinión), Diario La Gaceta (Editor y reportero), Diario Regional Los Andes (Editor Latacunga).

.....

**Firma**

**ANEXO III**  
**HOJA DE VIDA**



**DATOS PERSONALES:**

**Nombres y Apellidos:** Alex Hernán Mullo López  
**Fecha de Nacimiento:** 19 de Enero de 1983  
**Estado Civil:** Casado  
**Cédula de Identidad:** 0501848345  
**Dirección:** Salcedo - Av. Olmedo y Ana Paredes  
**Teléfono:** 0996587481

**FORMACIÓN ACADEMICA:**

- ✚ Universidad Regional Autónoma de los Andes - Magister en Comunicación Periodística, Institucional y Empresarial.
- ✚ Universidad Regional Autónoma de los Andes - Especialista en Comunicación e Imagen Corporativa.
- ✚ Universidad Regional Autónoma de los Andes - Diploma Superior En Planificación Estratégica de la Comunicación.
- ✚ Universidad Técnica De Ambato - Licenciado en Comunicación Social

**EVENTOS DE CAPACITACIÓN**

- ✚ Redacción Periodística Ciespal - UTC
- ✚ Metodologías Cuantitativas Ciespal
- ✚ Investigación y Creación Periodística - Ciespal - Uta
- ✚ Ii Jornadas Científicas de la UTC 2015 - UTC
- ✚ Festival de Medios UTC - UTC
- ✚ I Jornadas Pedagógicas de la Educación Básica - UTC
- ✚ Creación y Distribución Aulas Virtuales - UTC
- ✚ Facultades De Comunicación Social - Felafacs - UTC
- ✚ III Encuentro De Radios Universitarias Del Ecuador - Universidad Central Del Ecuador

.....

**Firma**



**ANEXO IV**  
**ENCUESTA SOBRE EL USO DE LAS REDES SOCIALES**

Esta encuesta es anónima y corresponde a un trabajo de investigación que estamos realizando en la Carrera de Comunicación Social de la Universidad Técnica de Cotopaxi, sobre el uso de las redes sociales y su importancia en la comunicación. Su ayuda es muy valiosa.

**Sexo**

**Masculino** \_\_\_\_\_

**Femenino** \_\_\_\_\_

**Edad:** \_\_\_\_\_

- 1. ¿Tiene Internet instalado en tu casa?**
  - a. Sí \_\_\_\_\_
  - b. No \_\_\_\_\_
- 2. ¿Medio por el que se conecta más a Internet?**
  - a. Celular \_\_\_\_\_
  - b. Computadora o tablet propia o en casa \_\_\_\_\_
  - c. Computadora en centro de cómputo \_\_\_\_\_
- 3. ¿Tiene un celular?**
  - a. Sí \_\_\_\_\_
  - b. No \_\_\_\_\_
- 4. ¿Su celular cuenta con acceso directo a Internet?**
  - a. Sí \_\_\_\_\_
  - b. No \_\_\_\_\_
- 5. ¿Con qué frecuencia ingresas a internet?**
  - a. Diariamente \_\_\_\_\_
  - b. Semanalmente (Número de días) \_\_\_\_\_
- 6. ¿Promedio del tiempo que ingresas a internet?**  
Número de horas a la semana \_\_\_\_\_
- 7. ¿Motivos por los que entra a Internet? (máximo 2 opciones)**
  - a. Búsqueda de información y documentación, consultas de estudio \_\_\_\_\_
  - b. Mirar páginas para diversión \_\_\_\_\_
  - c. Compartir información y opiniones con otros \_\_\_\_\_
  - d. Hacer amigos \_\_\_\_\_
  - e. Subir fotos o videos \_\_\_\_\_
  - f. Seguir blogs o webs \_\_\_\_\_
  - g. Compartir/reenviar información y novedades \_\_\_\_\_
  - h. Juegos on-line \_\_\_\_\_
  - i. Participar activamente en foros \_\_\_\_\_
  - j. Manejar mi propia web o blog \_\_\_\_\_
  - k. Opinar sobre algún acontecimiento \_\_\_\_\_

l. Acceder a información local, nacional e internacional\_\_\_\_\_

**8. ¿Para qué usa el celular?**

- a. Para llamar y enviar mensajes \_\_\_\_\_
- b. Para chatear\_\_\_\_\_
- c. Para escuchar música\_\_\_\_\_
- d. Para tomar fotos y compartirlas\_\_\_\_\_
- e. Para grabar videos\_\_\_\_\_
- f. Para usar el Whatsap\_\_\_\_\_
- g. Para estar informado de las noticias\_\_\_\_\_
- h. Otros(Especificar)\_\_\_\_\_

**9. ¿Utiliza redes sociales?**

- a. Sí\_\_\_\_\_
- b. No\_\_\_\_\_

**10. ¿Cuáles son las redes sociales que utiliza frecuentemente?**

- a. Facebook\_\_\_\_\_
- b. Twitter \_\_\_\_\_
- c. Otra (Especificar)\_\_\_\_\_

**11. ¿Para qué fin utiliza las redes sociales? (Puedes elegir máximo 3 opciones)**

- a. Hablar o recibir información\_\_\_\_\_
- b. Para enviar información a otras personas\_\_\_\_\_
- c. Para información personal y familiar\_\_\_\_\_
- d. Para publicar información de estudio y afines\_\_\_\_\_
- e. Para comentar sobre otras personas\_\_\_\_\_
- f. Para publicar fotos, videos y comentarios\_\_\_\_\_
- g. Para estar en contacto con mis amigos\_\_\_\_\_
- h. Para conocer gente nueva\_\_\_\_\_
- i. Para estar comunicado\_\_\_\_\_

**12. ¿Cuánto tiempo dedica a utilizar las redes sociales?**

- a. Diariamente\_\_\_\_\_
- b. Dos o tres veces a la semana\_\_\_\_\_
- c. Dos o tres veces al mes\_\_\_\_\_
- d. De vez en cuando\_\_\_\_\_

**13. ¿Qué tan importante son las redes sociales para usted?**

- a. Nada importante\_\_\_\_\_
- b. Importante\_\_\_\_\_
- c. Muy importante\_\_\_\_\_

**14. ¿Cuánto dinero necesita al mes para mantener operativo su celular?**

\_\_\_\_\_

**15. ¿Cuánto dinero necesita al mes para acceder a los servicios de internet?**\_\_\_\_\_

- 16. ¿Quién financia los gastos que demandan tu celular y el uso de internet?**
- Ahorros propios\_\_\_\_\_
  - Padres\_\_\_\_\_
- 17. ¿Cómo aprendió a utilizar el celular y las redes sociales?**
- Por tutorial de internet\_\_\_\_\_
  - Consultando a un pariente o amigo\_\_\_\_\_
  - Por iniciativa propia\_\_\_\_\_
- 18. Considera usted: ¿qué se interesa por lo que pasa en la sociedad?**
- Me importa mucho\_\_\_\_\_
  - Me interesa poco\_\_\_\_\_
  - No me interesa\_\_\_\_\_
- 19. ¿Las redes sociales son una buena herramienta para expresarse y participar en los problemas que aquejan a la sociedad?**
- Sí\_\_\_\_\_
  - No\_\_\_\_\_
- 20. ¿Las redes sociales contribuyen positivamente o son negativas en los procesos sociales?**
- Positivas\_\_\_\_\_
  - Negativas\_\_\_\_\_
  - No influyen\_\_\_\_\_
- 21. ¿Cuándo conoce de algún acontecimiento que considera importante o de algún suceso como un accidente u otro que merece darlo a conocer a la ciudadanía, lo ha compartido a través de las redes sociales?**
- Sí\_\_\_\_\_
  - No\_\_\_\_\_
- 22. ¿Le llegan regularmente noticias, fotos, mensajes a su celular referidos a acontecimientos de carácter general?**
- Sí\_\_\_\_\_
  - No\_\_\_\_\_
- 23. ¿Qué red social utiliza para enviar, recibir o compartir información?**
- Facebook\_\_\_\_\_
  - Twitter\_\_\_\_\_
  - Otra (Especificar)\_\_\_\_\_
  - No utiliza \_\_\_\_\_
- 24. ¿A través de qué red social se entera de los acontecimientos de carácter noticioso?**
- Facebook\_\_\_\_\_
  - Twitter\_\_\_\_\_
  - Otra (Especificar)\_\_\_\_\_
- 25. ¿Considera que gracias a las redes sociales y la tecnología, puede opinar, participar y sentirse parte activa de la comunidad?**

- a. Sí, porque me integra\_\_\_\_\_
- b. No, porque me aísla\_\_\_\_\_

**26. ¿Qué significa para usted estar comunicado?**

- a. Recibir información a través de muchos medios\_\_\_\_\_
- b. Tener la posibilidad de recibir y enviar información.\_\_\_\_\_

**27. ¿Considera que las personas se sienten motivadas para enviar información y no sólo ser receptores de la misma?**

- a. Sí\_\_\_\_\_
- b. No\_\_\_\_\_
- c. No les importa\_\_\_\_\_

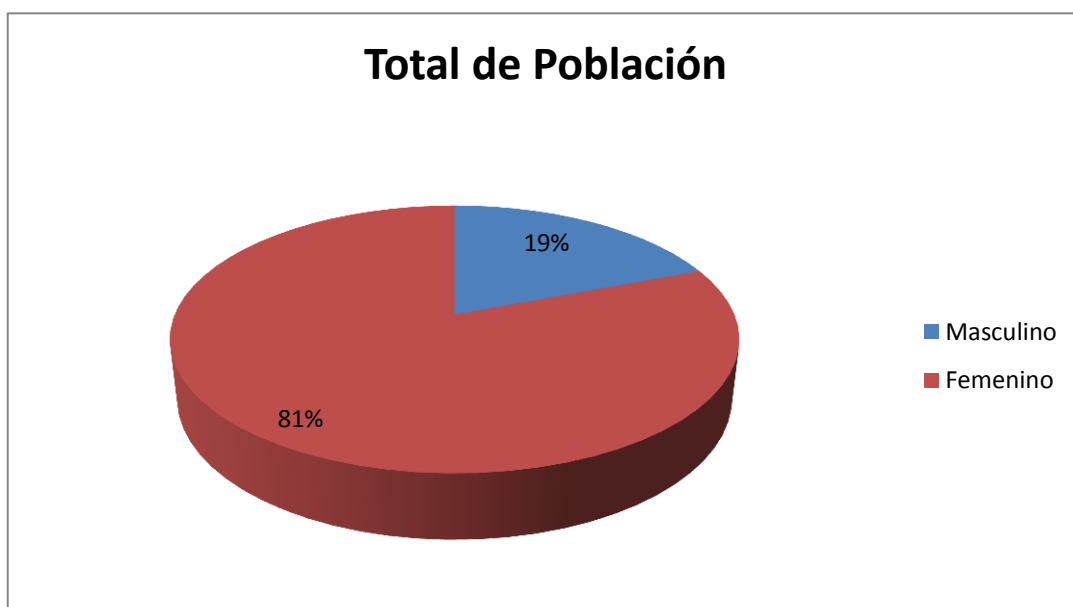
**28. ¿Por qué muchas personas no se animan a enviar noticias, fotos o videos de algún acontecimiento de interés público?**

- a. Tienen temor a sanciones legales\_\_\_\_\_
- b. No saben cómo hacerlo\_\_\_\_\_
- c. Creen que es labor sólo de los periodistas o comunicadores\_\_\_\_\_
- d. Les preocupa el qué dirán\_\_\_\_\_

**GRACIAS POR TU COLABORACIÓN**

**ANEXO V****Género**

<b>PARAMETRO</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
MASCULINO	50	19%
FEMENINO	211	81%
		<b>100%</b>

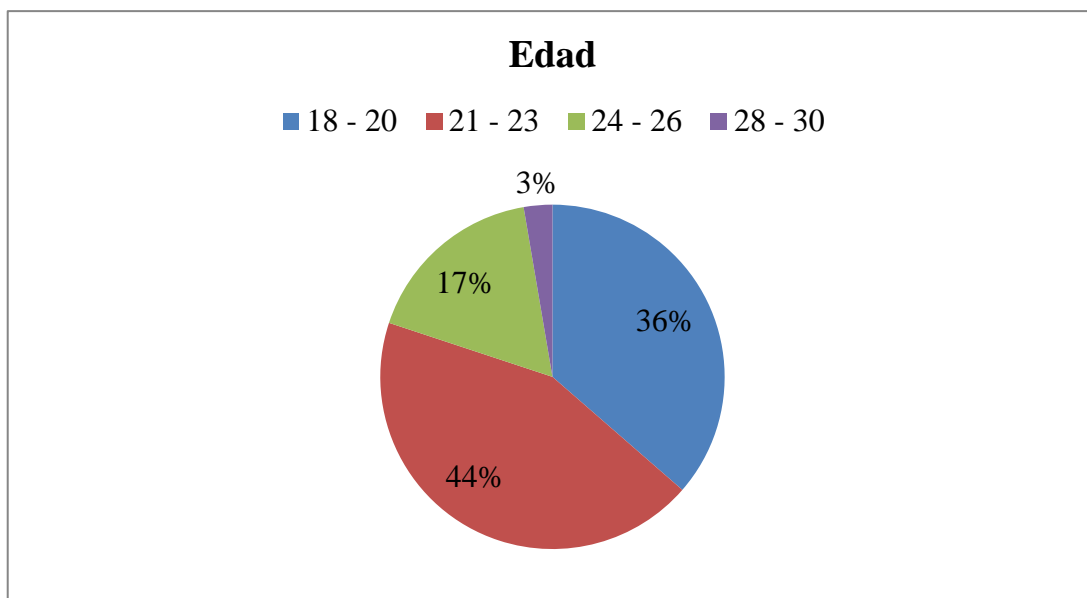


Elaboración propia.

**Fuente:** Estudiantes Universitarios de la UTC – ESPE-L

## Edad

PARAMETRO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
18 – 20	95	36%
21 – 23	114	44%
24 – 26	45	17%
28 – 30	7	3%
		<b>100%</b>

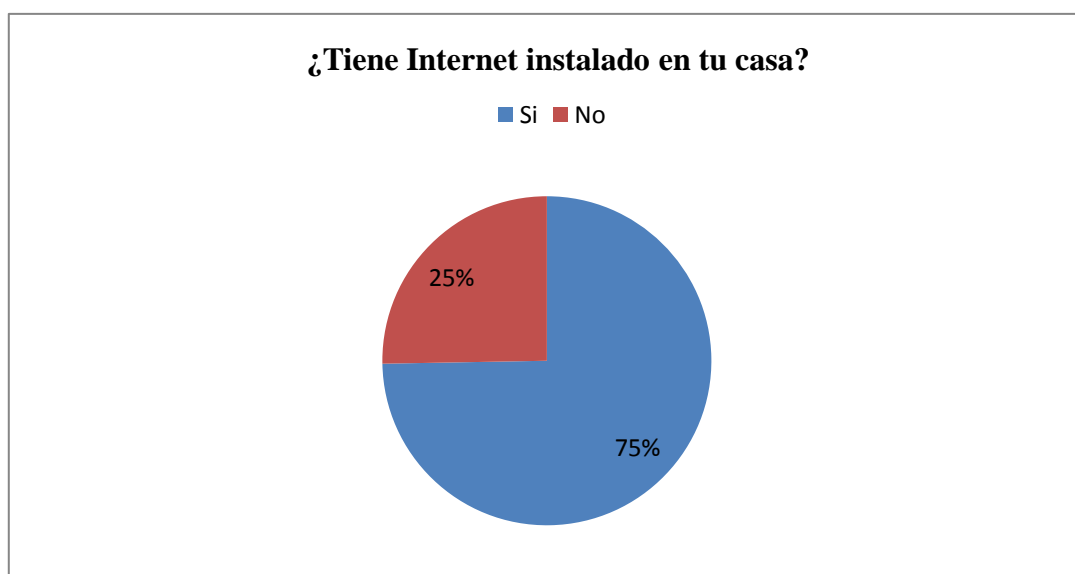


Elaboración propia.

**Fuente:** Estudiantes Universitarios de la UTC – ESPE-L

**1. ¿Tiene Internet instalado en tu casa?**

<b>PARAMETRO</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
SI	195	75%
NO	66	25%
		100%



Elaboración propia.

**Fuente:** Estudiantes Universitarios de la UTC – ESPE-L

## 2. ¿Tiene un celular?

PARAMETRO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	252	97%
NO	9	3%
		100%



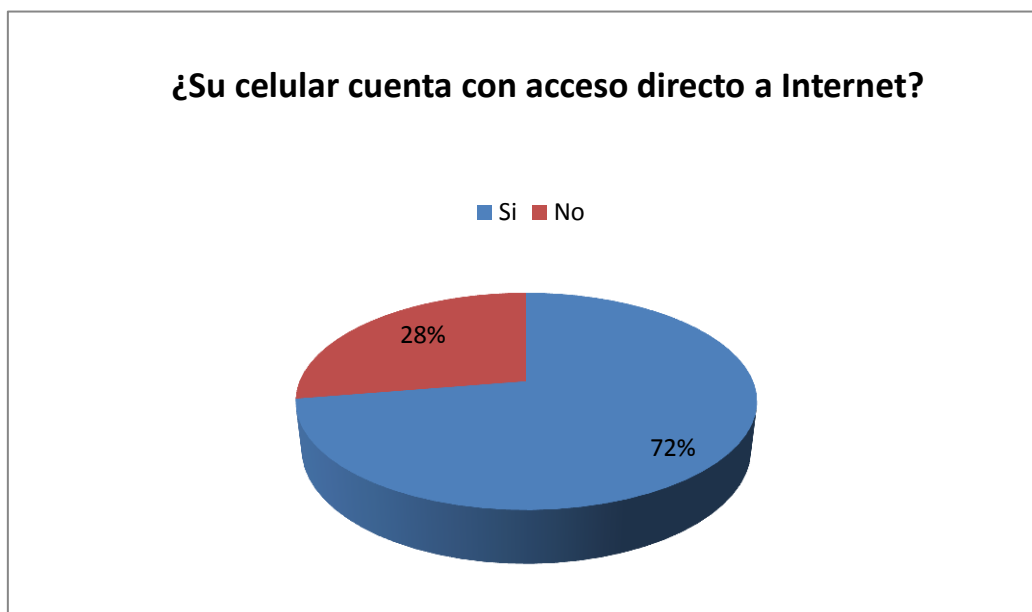
Elaboración propia.

**Fuente:** Estudiantes Universitarios de la UTC – ESPE-L



### 3. ¿Su celular cuenta con acceso directo a Internet?

PARAMETRO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	189	72%
NO	72	28%
		100%

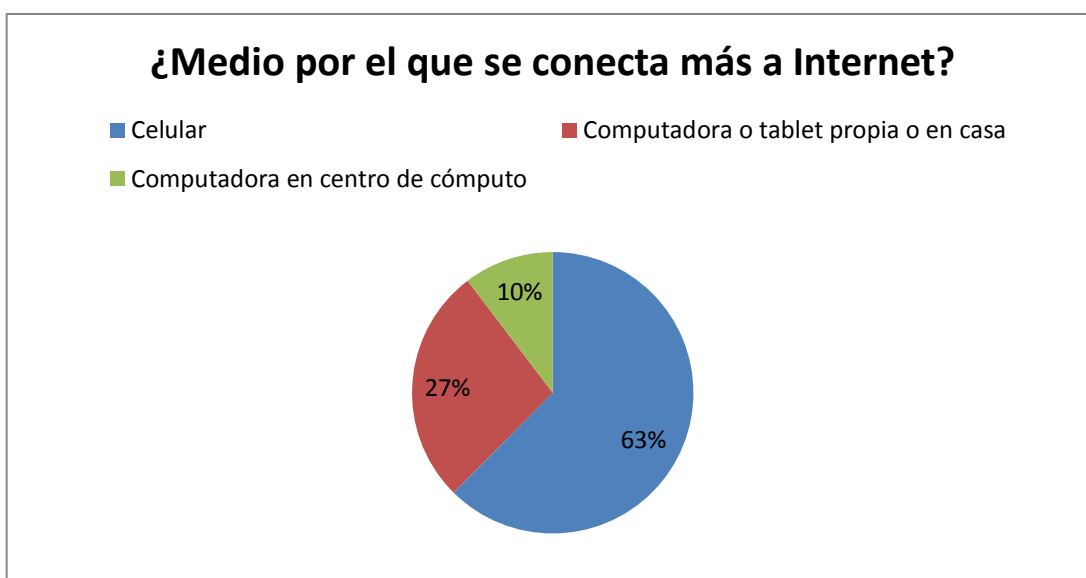


Elaboración propia.

**Fuente:** Estudiantes Universitarios de la UTC – ESPE-L

#### 4. ¿Medio por el que se conecta más a Internet?

PARAMETRO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Celular	163	63%
Computadora o tablet propia o en casa	71	27%
Computadora en centro de cómputo	27	10%
		100%

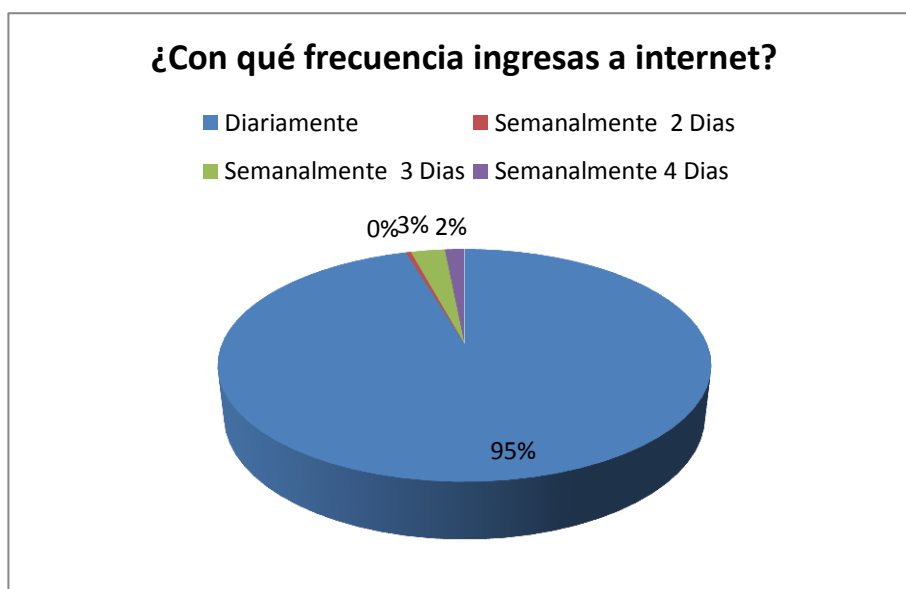


Elaboración propia.

**Fuente:** Estudiantes Universitarios de la UTC – ESPE-L

### 5. ¿Con que frecuencia ingresas a internet?

PARAMETRO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Diariamente	249	95%
Semanalmente 2 Días	1	0%
Semanalmente 3 Días	7	3%
Semanalmente 4 Días	4	2%
		100%

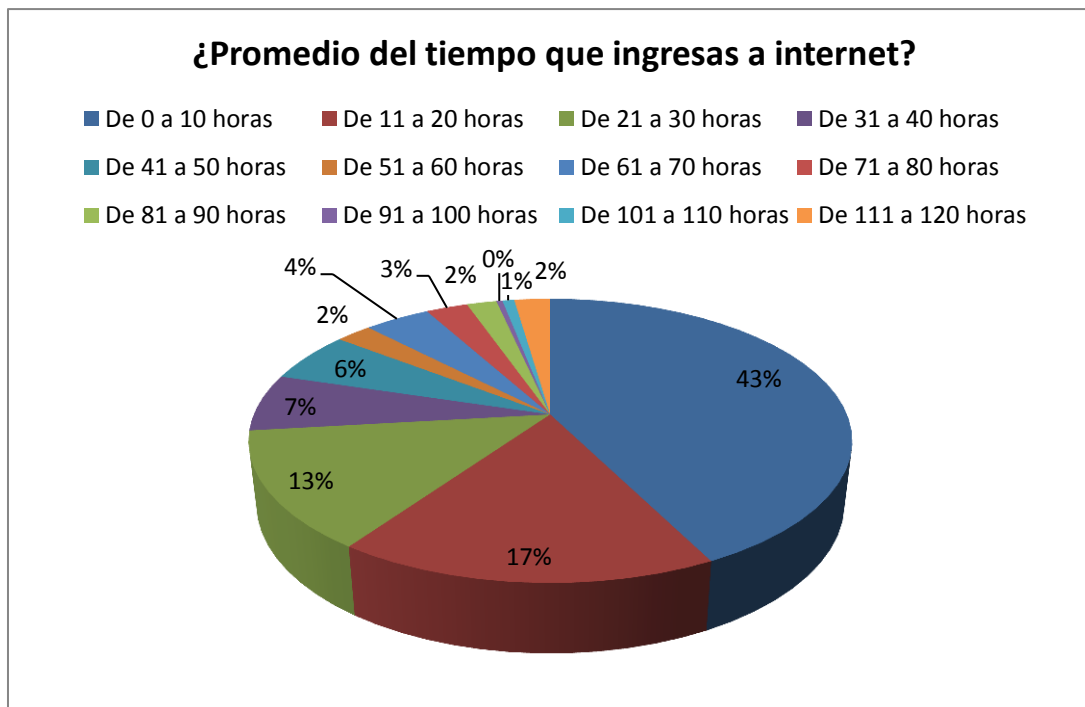


Elaboración propia.

**Fuente:** Estudiantes Universitarios de la UTC – ESPE-L

## 6. ¿Promedio del tiempo que ingresas a internet?

PARAMETRO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
De 0 a 10 horas	111	43%
De 11 a 20 horas	45	17%
De 21 a 30 horas	35	13%
De 31 a 40 horas	17	7%
De 41 a 50 horas	15	6%
De 51 a 60 horas	6	2%
De 61 a 70 horas	11	4%
De 71 a 80 horas	7	3%
De 81 a 90 horas	5	2%
De 91 a 100 horas	1	0%
De 101 a 110 horas	2	1%
De 111 a 120 horas	6	2%
		100%

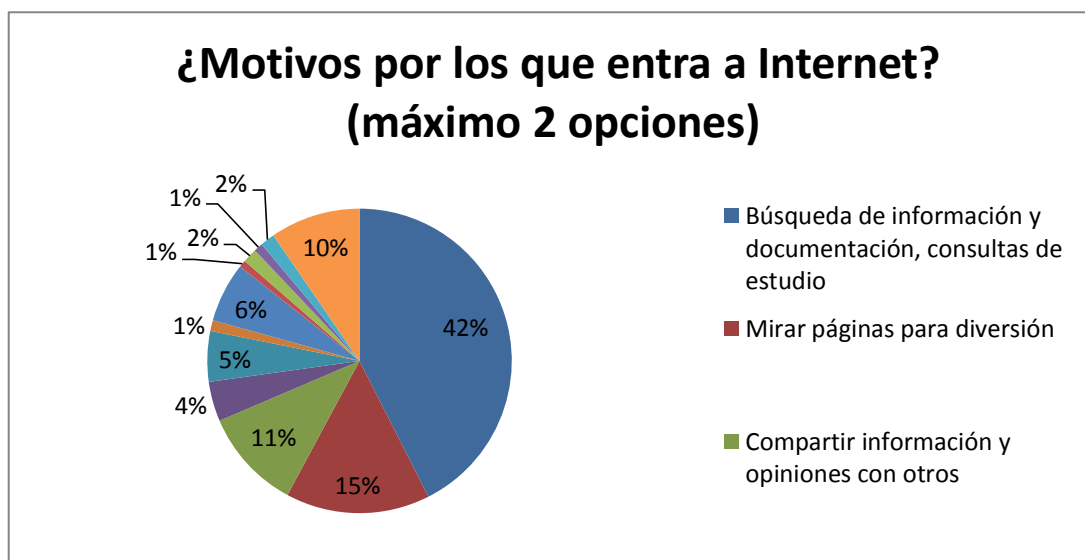


Elaboración propia.

**Fuente:** Estudiantes Universitarios de la UTC – ESPE-L

### 7. ¿Motivos por los que entra a Internet? (máximo 2 opciones)

PARAMETRO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Búsqueda de información y documentación, consultas de estudio	222	42%
Mirar páginas para diversión	80	15%
Compartir información y opiniones con otros	56	11%
Hacer amigos	22	4%
Subir fotos o videos	28	5%
Seguir blogs o webs	6	1%
Compartir/reenviar información y novedades	33	6%
Juegos on-line	4	1%
Participar activamente en foros	8	2%
Manejar mi propia web o blog	5	1%
Opinar sobre algún acontecimiento	8	2%
Acceder a información local, nacional e internacional	50	10%
		100%



Elaboración propia.

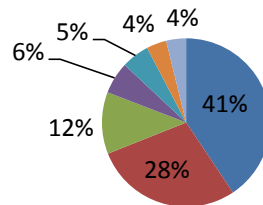
**Fuente:** Estudiantes Universitarios de la UTC – ESPE-L

## 8. ¿Para qué usa el celular?

PARAMETRO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1.Opción: llamar,chatear,fotos,whatsap,noticias.	106	41%
2. Opción: llamar,chatear,escuchar musica,fotos,videos,whatsap.	74	28%
3. Opción: llamar,chatear,escuchar musica,fotos,whatsap,noticias.	31	12%
4. Opción: llamar,chatear,escuchar musica,fotos,videos,whatsap.	16	6%
5. Opción: llamar,chatear,escuchar musica,fotos,videos,whatsap.	14	5%
6. Opción: llamar,chatear,escuchar musica,fotos,videos,whatsap.	10	4%
7. Opción: llamar,chatear,escuchar musica,fotos,videos,whatsap, noticias.	10	4%
		100%

### Para qué usa el celular

- 1. Opción: llamar,chatear,fotos,whatsap,noticias.
- 2. Opción: llamar,chatear,escuchar musica,fotos,videos,whatsap.
- 3. Opción: llamar,chatear,escuchar musica,fotos,whatsap,noticias.
- 4. Opción: llamar,chatear,escuchar musica,fotos,videos,whatsap.
- 5. Opción: llamar,chatear,escuchar musica,fotos,videos,whatsap.
- 6. Opción: llamar,chatear,escuchar musica,fotos,videos,whatsap.
- 7. Opción: llamar,chatear,escuchar musica,fotos,videos,whatsap, noticias.

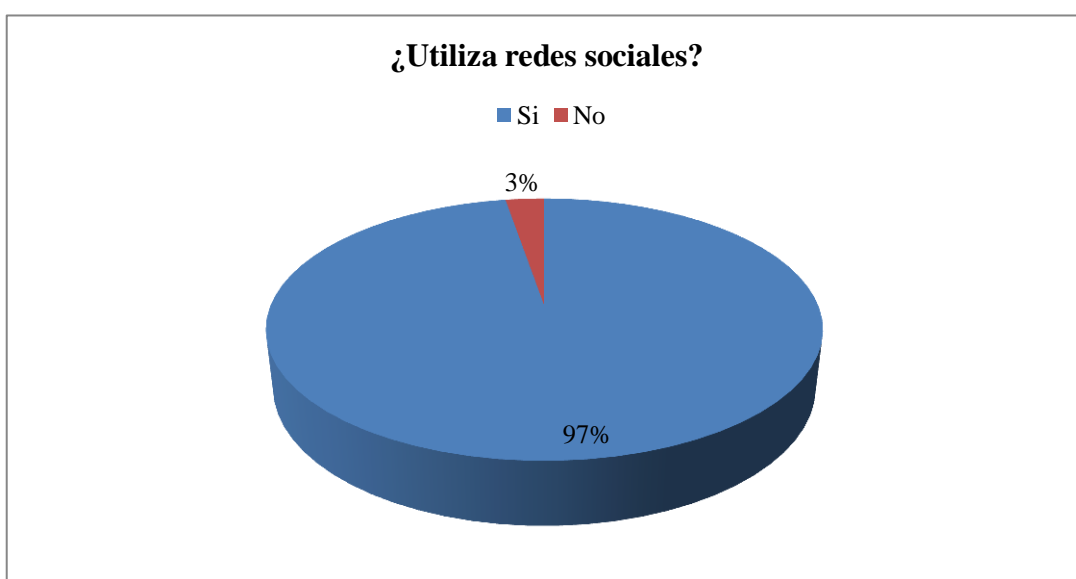


Elaboración propia.

**Fuente:** Estudiantes Universitarios de la UTC – ESPE-L

### 9. ¿Utiliza redes sociales?

PARAMETRO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	254	97%
NO	7	3%
		100%

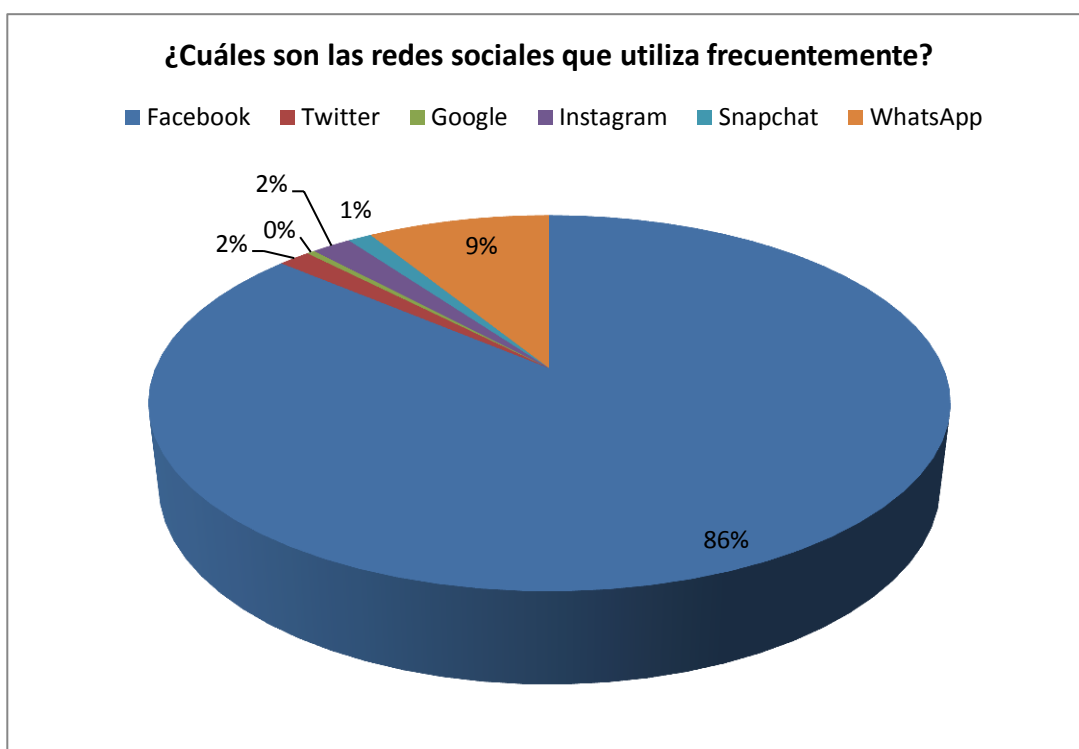


Elaboración propia.

**Fuente:** Estudiantes Universitarios de la UTC – ESPE-L

### 10. ¿Cuáles son las redes sociales que utiliza frecuentemente?

PARAMETRO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Facebook	225	86%
Twitter	4	2%
Google	1	0%
Instagram	5	2%
Snapchat	3	1%
WhatsApp	23	9%
		100%



Elaboración propia.

**Fuente:** Estudiantes Universitarios de la UTC – ESPE-L

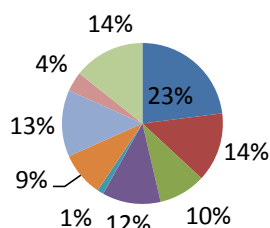


**11. ¿Para qué fin utiliza las redes sociales? (Puedes elegir máximo 3 opciones)**

PARAMETRO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Hablar o recibir información	180	23%
Para enviar información a otras personas	109	14%
Para información personal y familiar	74	10%
Para publicar información de estudio y afines	92	12%
Para comentar sobre otras personas	10	1%
Para publicar fotos, videos y comentarios	70	9%
Para estar en contacto con mis amigos	105	13%
Para conocer gente nueva	31	4%
Para estar comunicado	112	14%
		100%

**¿Para qué fin utiliza las redes sociales? (Puedes elegir máximo 3 opciones)**

- Hablar o recibir información
- Para enviar información a otras personas
- Para información personal y familiar
- Para publicar información de estudio y afines
- Para comentar sobre otras personas
- Para publicar fotos, videos y comentarios
- Para estar en contacto con mis amigos

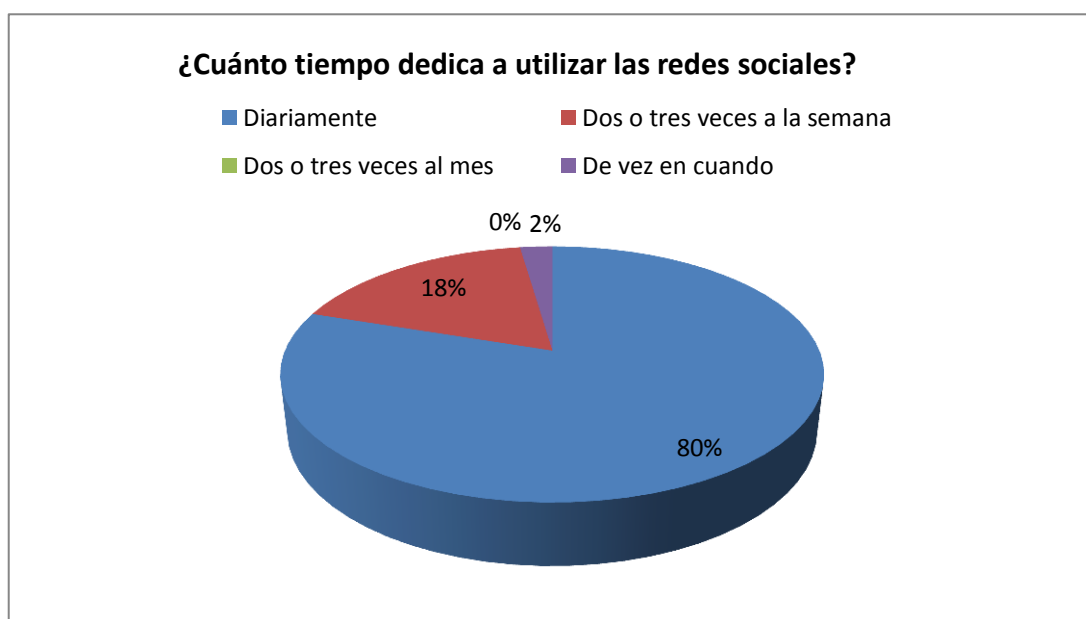


Elaboración propia.

**Fuente:** Estudiantes Universitarios de la UTC – ESPE-L

## 12. ¿Cuánto tiempo dedica a utilizar las redes sociales?

PARAMETRO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Diariamente	209	80%
Dos o tres veces a la semana	46	18%
Dos o tres veces al mes	0	0%
De vez en cuando	6	2%
		100%

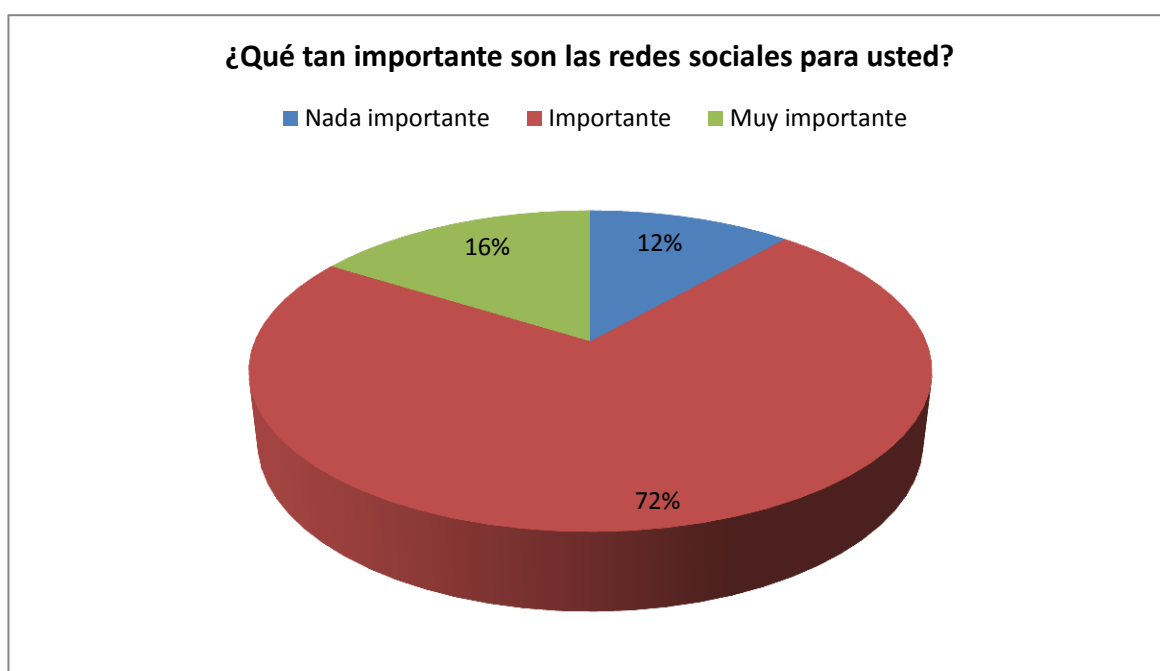


Elaboración propia.

**Fuente:** Estudiantes Universitarios de la UTC – ESPE-L

### 13. ¿Qué tan importante son las redes sociales para usted?

PARAMETRO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Nada importante	30	12%
Importante	189	72%
Muy importante	42	16%
		100%

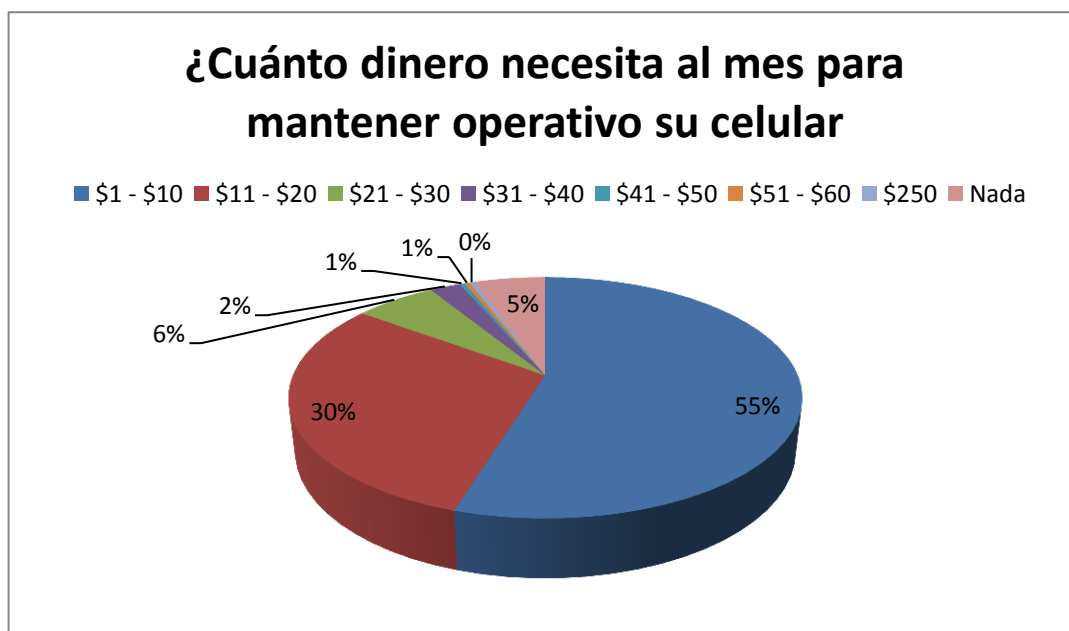


Elaboración propia.

Fuente: Estudiantes Universitarios de la UTC – ESPE-L

#### 14. ¿Cuánto dinero necesita al mes para mantener operativo su celular?

PARAMETRO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
\$1 - \$10	143	55%
\$11 - \$20	79	30%
\$21 - \$30	16	6%
\$31 - \$40	6	2%
\$41 - \$50	1	1%
\$51 - \$60	1	1%
\$250	1	0%
Nada	14	5%
		100%

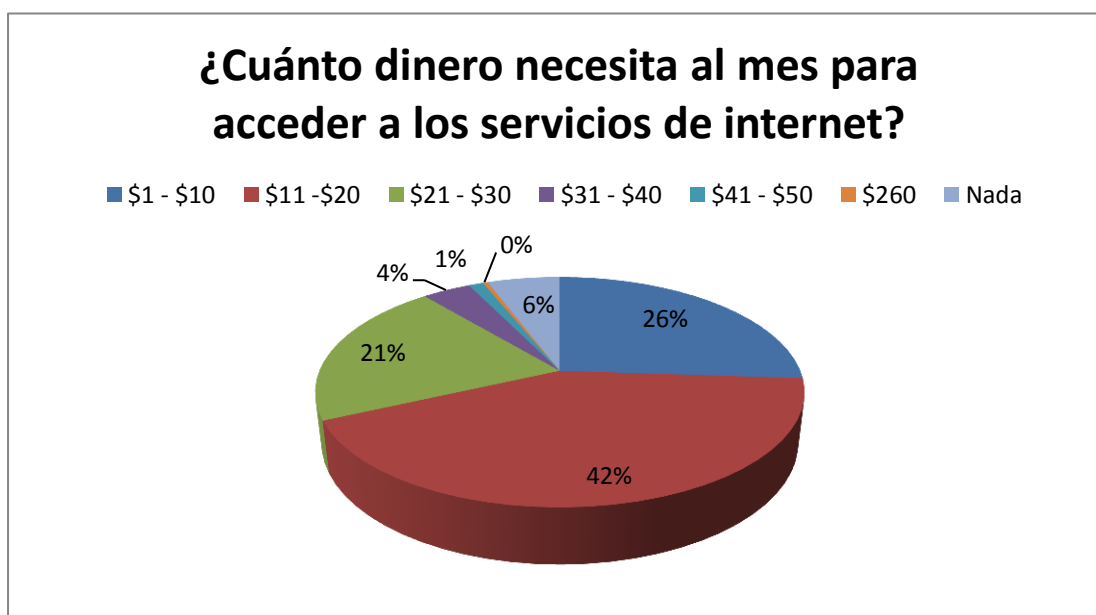


Elaboración propia.

Fuente: Estudiantes Universitarios de la UTC – ESPE-L

**15. ¿Cuánto dinero necesita al mes para acceder a los servicios de internet?**

PARAMETRO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
\$1 - \$10	68	26%
\$11 - \$20	110	42%
\$21 - \$30	54	21%
\$31 - \$40	10	4%
\$41 - \$50	3	1%
\$260	1	0%
Nada	15	6%
		100%

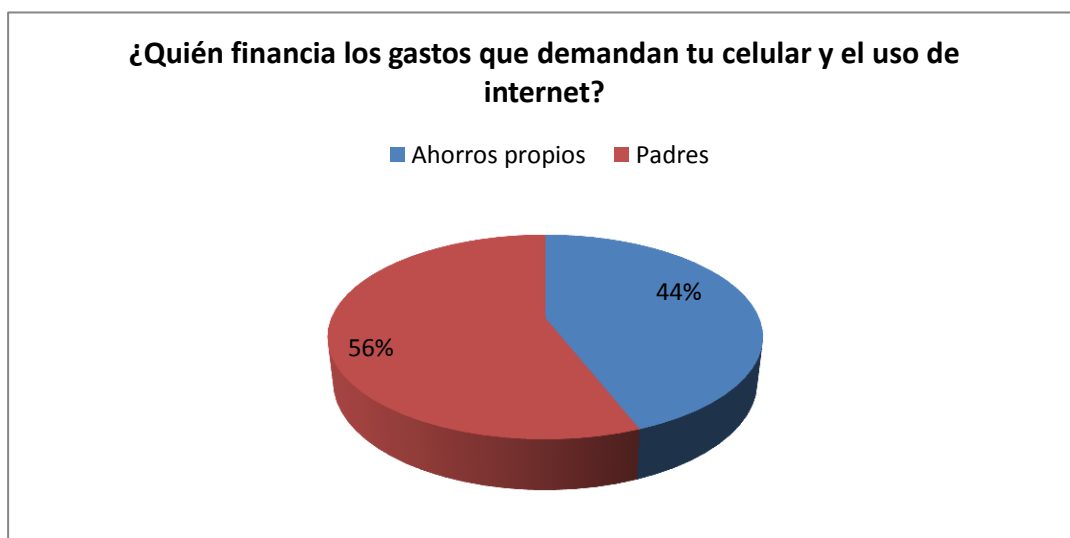


Elaboración propia.

**Fuente:** Estudiantes Universitarios de la UTC – ESPE-L

**16. ¿Quién financia los gastos que demandan tu celular y el uso de internet?**

<b>PARAMETRO</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
<b>Ahorros propios</b>	<b>115</b>	44%
<b>Padres</b>	<b>146</b>	56%
		100%

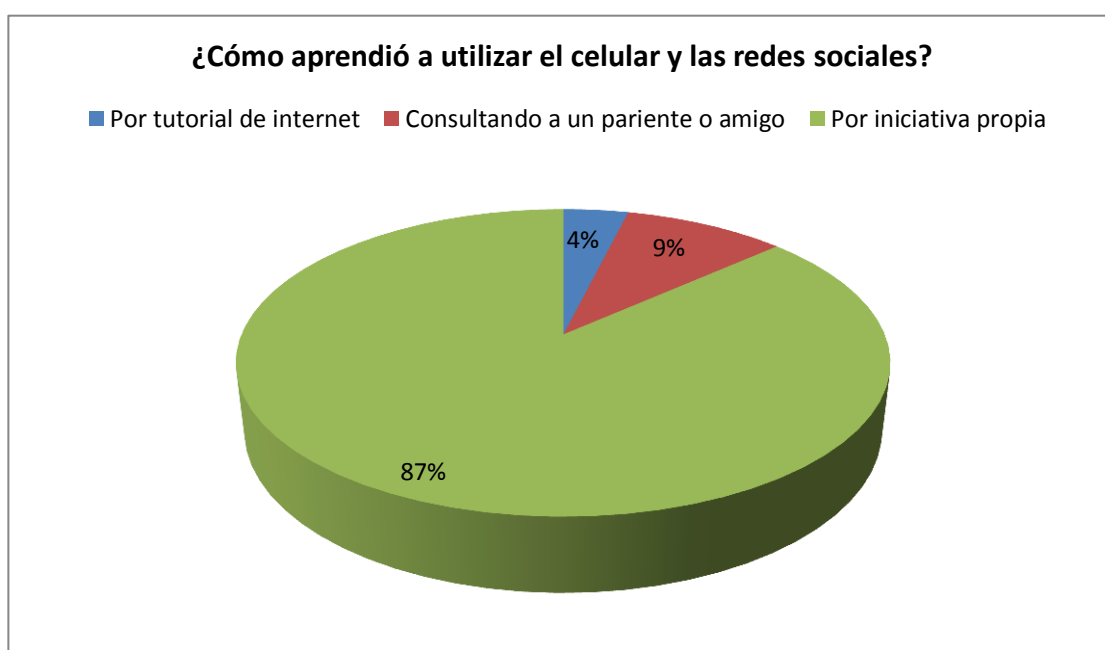


Elaboración propia.

Fuente: Estudiantes Universitarios de la UTC – ESPE-L

### 17. ¿Cómo aprendió a utilizar el celular y las redes sociales?

PARAMETRO	FRECUENCIA	PORENTAJE
Por tutorial de internet	10	4%
Consultando a un pariente o amigo	25	9%
Por iniciativa propia	226	87%
		100%

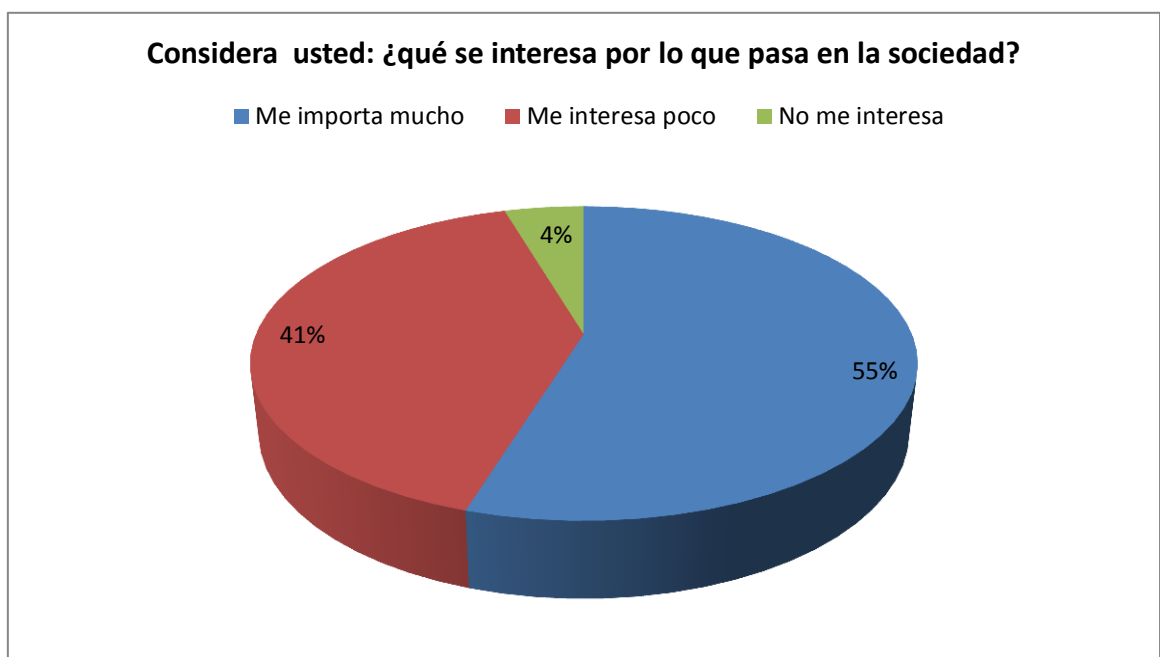


Elaboración propia.

Fuente: Estudiantes Universitarios de la UTC – ESPE-L

**18. Considera usted: ¿qué se interesa por lo que pasa en la sociedad?**

PARAMETRO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Me importa mucho	143	55%
Me interesa poco	106	41%
No me interesa	12	4%
		100%



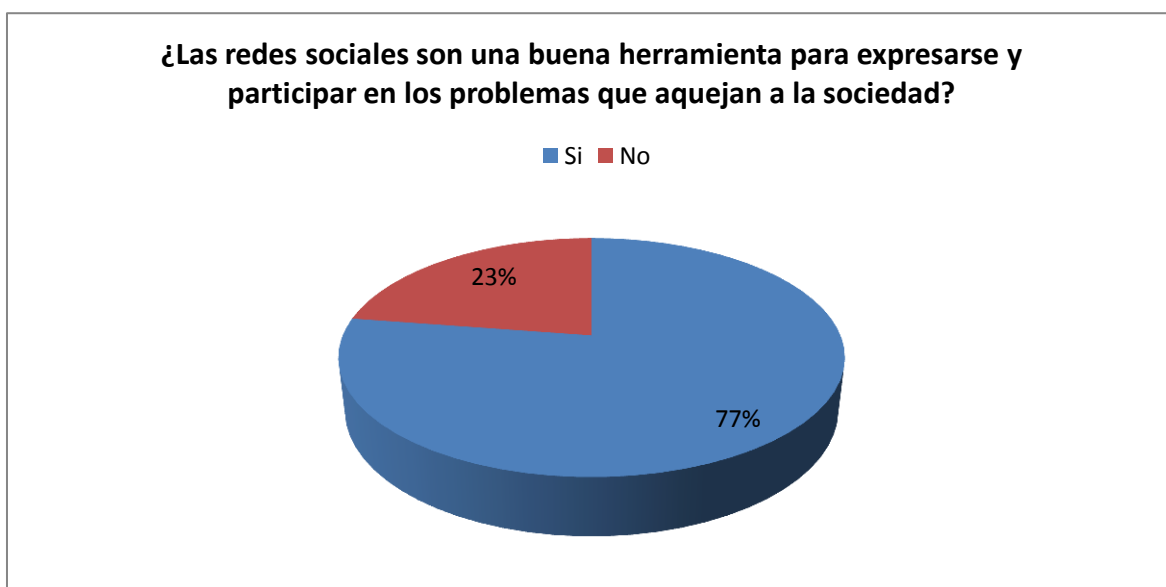
Elaboración propia.

**Fuente:** Estudiantes Universitarios de la UTC – ESPE-L



**19. ¿Las redes sociales son una buena herramienta para expresarse y participar en los problemas que aquejan a la sociedad?**

PARAMETRO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	202	77%
No	59	23%
		100%

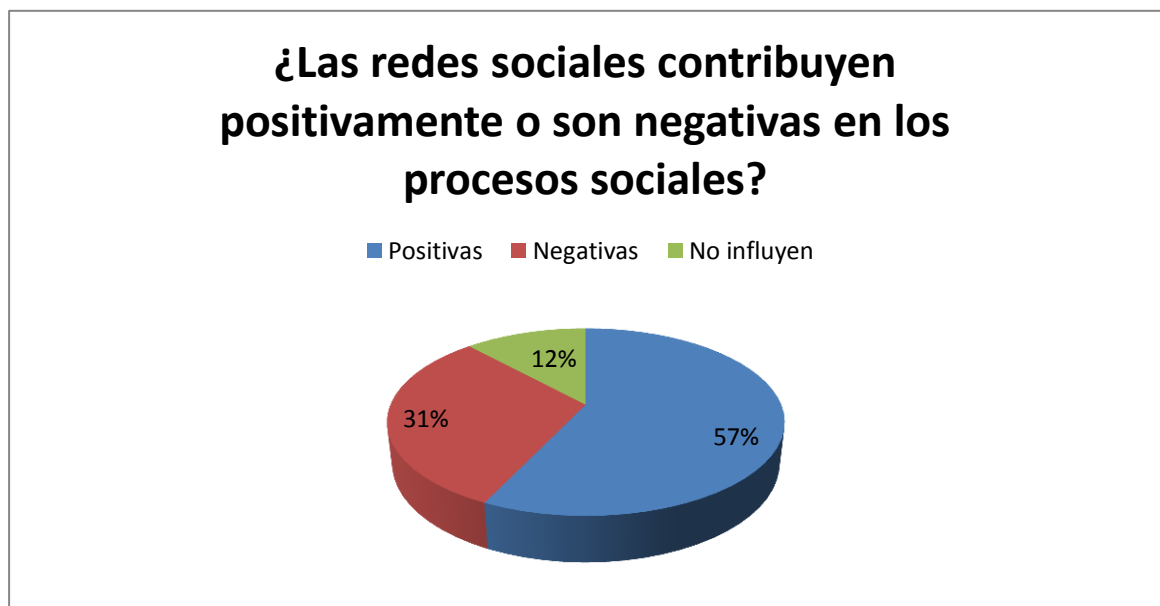


Elaboración propia.

**Fuente:** Estudiantes Universitarios de la UTC – ESPE-L

**20. ¿Las redes sociales contribuyen positivamente o son negativas en los procesos sociales?**

PARAMETRO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Positivas	149	57%
Negativas	81	31%
No influyen	31	12%
		100%

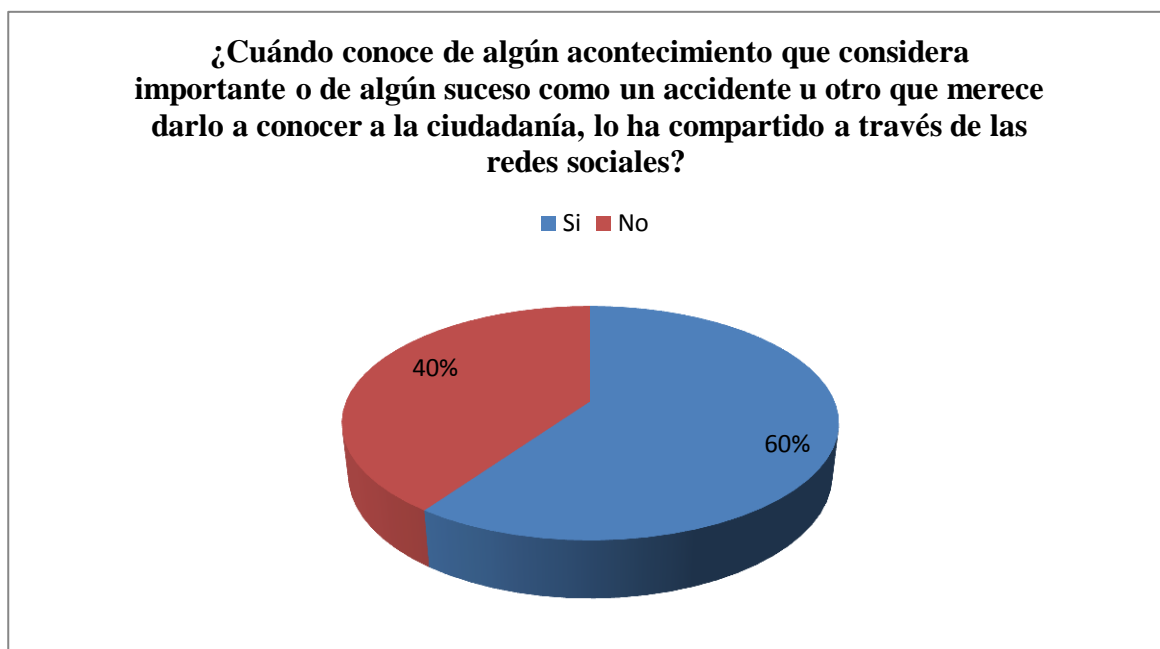


Elaboración propia.

**Fuente:** Estudiantes Universitarios de la UTC – ESPE-L

21. ¿Cuándo conoce de algún acontecimiento que considera importante o de algún suceso como un accidente u otro que merece darlo a conocer a la ciudadanía, lo ha compartido a través de las redes sociales?

PARAMETRO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	156	60%
No	105	40%
		100%

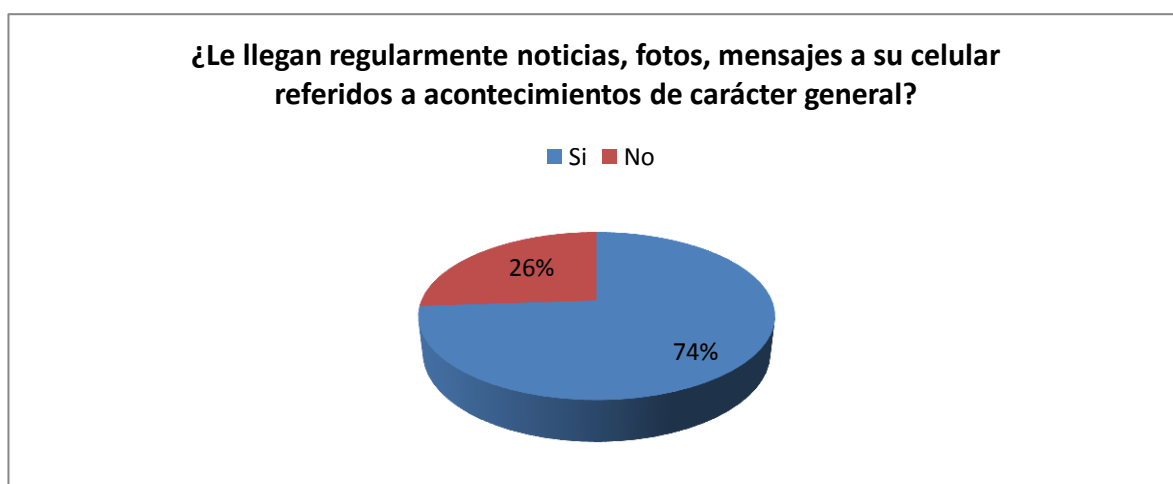


Elaboración propia.

**Fuente:** Estudiantes Universitarios de la UTC – ESPE-L

**22. ¿Le llegan regularmente noticias, fotos, mensajes a su celular referidos a acontecimientos de carácter general?**

<b>PARAMETRO</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
<b>Si</b>	<b>193</b>	74%
<b>No</b>	<b>68</b>	26%
		100%

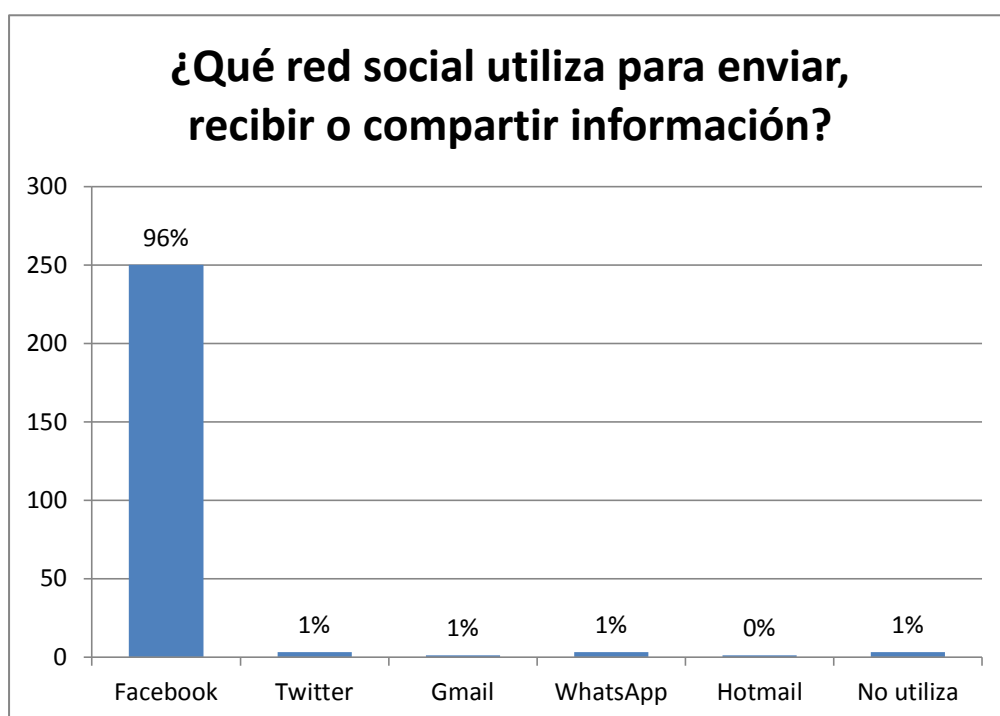


Elaboración propia.

**Fuente:** Estudiantes Universitarios de la UTC – ESPE-L

**23. ¿Qué red social utiliza para enviar, recibir o compartir información?**

PARAMETRO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Facebook	250	96%
Twitter	3	1%
Gmail	1	1%
WhatsApp	3	1%
Hotmail	1	0%
No utiliza	3	1%
		100%

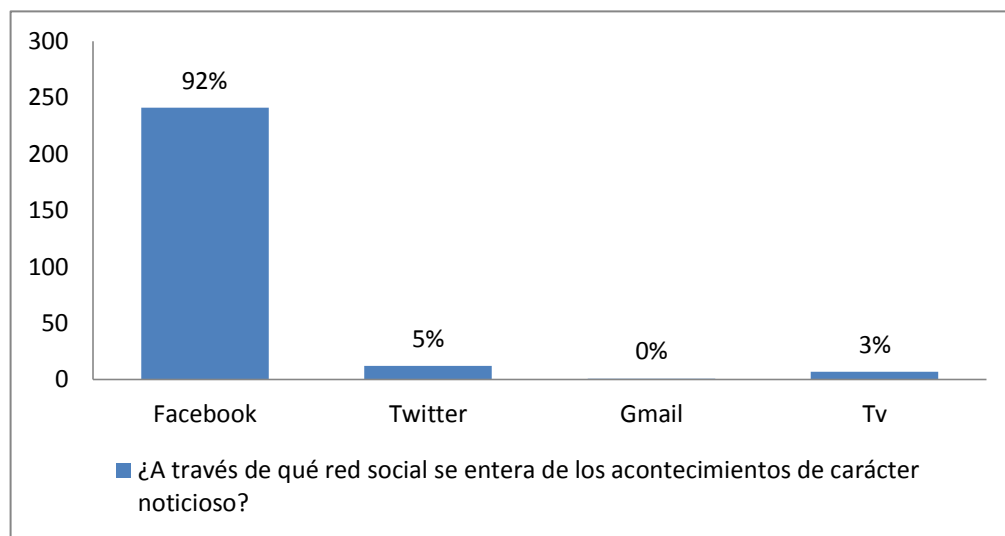


Elaboración propia.

**Fuente:** Estudiantes Universitarios de la UTC – ESPE-L

**24. ¿A través de qué red social se entera de los acontecimientos de carácter noticioso?**

<b>PARAMETRO</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
<b>Facebook</b>	<b>241</b>	<b>92%</b>
<b>Twitter</b>	<b>12</b>	<b>5%</b>
<b>Gmail</b>	<b>1</b>	<b>0%</b>
<b>Tv</b>	<b>7</b>	<b>3%</b>
		<b>100%</b>

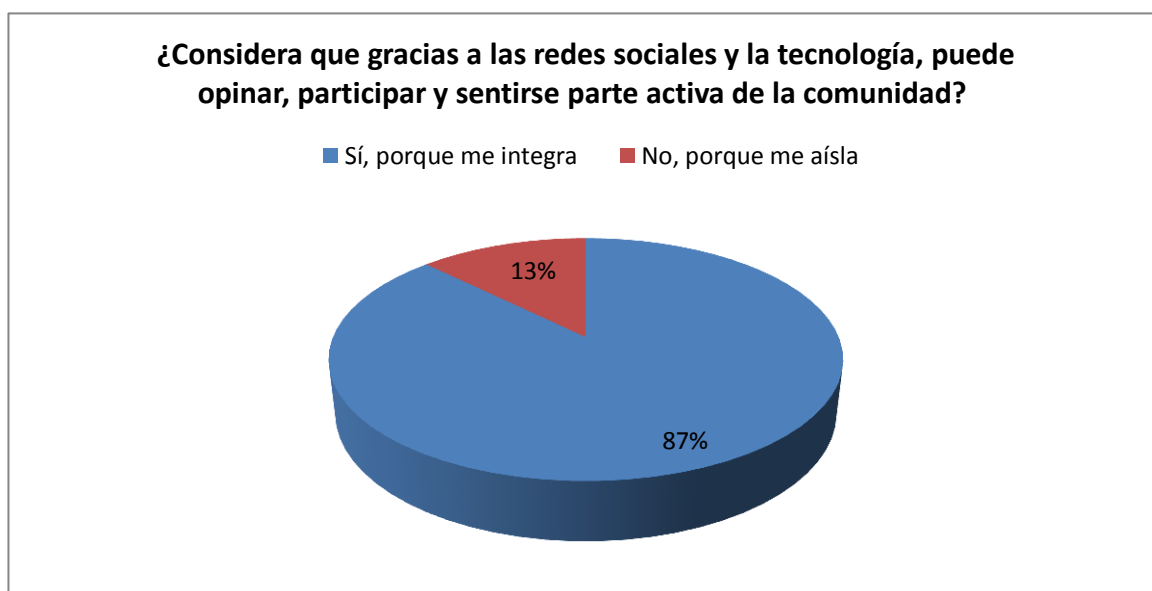


Elaboración propia.

**Fuente:** Estudiantes Universitarios de la UTC – ESPE-L

25. ¿Considera que gracias a las redes sociales y la tecnología, puede opinar, participar y sentirse parte activa de la comunidad?

PARAMETRO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Sí, porque me integra	228	87%
No, porque me aísla	33	13%
		100%



Elaboración propia.

**Fuente:** Estudiantes Universitarios de la UTC – ESPE-L

**26. ¿Qué significa para usted estar comunicado?**

<b>PARAMETRO</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
<b>Recibir información a través de muchos medios</b>	<b>101</b>	39%
<b>Tener la posibilidad de recibir y enviar información.</b>	<b>160</b>	61%
		100%



Elaboración propia.

**Fuente:** Estudiantes Universitarios de la UTC – ESPE-L



**27. ¿Considera que las personas se sienten motivadas para enviar información y no sólo ser receptores de la misma?**

PARAMETRO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	210	80%
No	33	13%
No les importa	18	7%
		100%



Elaboración propia.

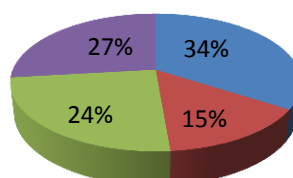
**Fuente:** Estudiantes Universitarios de la UTC – ESPE-L

**28. Por qué muchas personas no se animan a enviar noticias, fotos o videos de algún acontecimiento de interés público?**

PARAMETRO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Tienen temor a sanciones legales	89	34%
No saben cómo hacerlo	38	15%
Creen que es labor sólo de los periodistas o comunicadores	64	24%
Les preocupa el qué dirán	70	27%
		100%

**¿Por qué muchas personas no se animan a enviar noticias, fotos o videos de algún acontecimiento de interés público?**

- Tienen temor a sanciones legales
- No saben cómo hacerlo
- Creen que es labor sólo de los periodistas o comunicadores
- Les preocupa el qué dirán



Elaboración propia.

**Fuente:** Estudiantes Universitarios de la UTC – ESPE-L

## ANEXO VII



Estudiantes universitarios durante la aplicación de las encuestas