



UNIVERSIDAD DE CUENCA



UNIVERSIDAD DE CUENCA

FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN

CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

**Trabajo de Investigación previo
a la obtención del Título de Licenciada
en Comunicación Social,
Mención Periodismo**

TEMA:

Semiología del uso del Twitter en la información publicada de 20 periodistas que tienen cuentas activas en Cuenca

AUTORA:

Silvana Caridad Estacio Verdugo

TUTORA:

Licenciado Ricardo Tello

Cuenca 16 de julio Ecuador

2013



RESUMEN

Esta tesina es una investigación sobre la evolución del periodismo tradicional al periodismo digital en el mundo 2.0 y el nuevo reto que tiene para los periodistas sumarse a esta vertiginosa evolución de los medios en la Internet.

Este trabajo se fundamenta en la aparición de la plataforma Twitter, un espacio que los periodistas y los medios de comunicación han encontrado para compartir la información segundo a segundo.

El Twitter con el pasar de los días se ha convertido en una herramienta útil para el trabajo cotidiano de los periodistas en donde además de encontrar noticias actualizadas también pueden encontrar fuentes y espacios de debate sobre el periodismo.

El propósito es establecer una guía de trabajo para los periodistas que se suman a esta nueva tecnología para informar. Además establece direccionamientos para cuidar su reputación en línea con el objetivo de en medida de lo posible disminuir los errores que se comenten en la red al transmitir sus noticias.

Palabras Claves: Twitter, Redes Sociales, Internet, Web, Comunicación, Periodismo, Hashtag, Medios



ABSTRACT

This thesis is a research about the evolution from traditional to digital journalism in the World of 2.0 and the new challenge that journalists will have to confront in this quick growth of media in the Internet.

This work is based in the emergence of the Twitter platform. This is a space where both, journalists and media share information every second.

Twitter have become a useful daily tool for a journalist's everyday work, where, besides finding fresh news, they can also find sources and opinion spaces about journalism.

The purpose is to establish a work guide for journalists that become part of this new communication technology. This work also establishes guidelines to maintain a journalist's online reputation with the purpose of, as long as it is possible, to diminish mistakes that are usually found in the web when news are retransmitted.

Key words: Twitter, Social Networks, Internet, Web, Comunicación, Journalism, Hashtag, Media



ÍNDICE

Capítulo I

- 1.1 El periodista 2.0 y su reputación en Twitter pág. 8
- 1.2 Twitter en los medios de comunicación pág. 8
- 1.3 Reflexión del periodismo en Twitter pág. 15

Capítulo II

- 2.1 Ética y periodismo pág. 18
- 2.2 Qué es ética pág. 20
- 2.3 Principios éticos pág. 21
- 2.4 Vinculación con las redes sociales pág. 22

Capítulo III

- 3.1 El debate en las redes sociales pág. 23
- 3.2 La temática del tuitdebate pág. 26
- 3.3 Reacciones en el tuitdebate que nace en Cuenca, Ecuador pág. 27
- 3.4 El debate en las redes sociales pág. 31
- 3.5 La ética en las redes sociales pág. 35
- 3.6 Ética y reputación en línea pág. 38
- 3.7 Manual de reputación pág. 41
- 3.8 Guía de redacción para periodistas en Twitter pág. 43

Conclusión pág. 48

Recomendación pág. 48

Bibliografía pág. 49



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Fundada en 1867

Yo, Silvana Caridad Estacio Verdugo, certifico que todas las ideas, opiniones y contenidos expuestos en la presente investigación son de exclusiva responsabilidad de su autora, de la tesina **SEMILOGÍA DEL USO DEL TWITTER EN LA INFORMACIÓN PUBLICADA DE 20 PERIODISTAS QUE TIENEN CUENTAS ACTIVAS EN CUENCA.**

Cuenca, 16 de julio de 2013

Silvana Caridad Estacio Verdugo
0105299366

Cuenca Patrimonio Cultural de la Humanidad. Resolución de la UNESCO del 1 de diciembre de 1999

Av. 12 de Abril, Ciudadela Universitaria, Teléfono: 405 1000, Ext.: 1311, 1312, 1316

e-mail cdjbv@ucuenca.edu.ec casilla No. 1103

Cuenca - Ecuador



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Fundada en 1867

Yo, Silvana Caridad Estacio Verdugo aquí su nombre completo (tal como consta en su cédula), reconozco y acepto el derecho de la Universidad de Cuenca, en base al Art. 5 literal c) de su Reglamento de Propiedad Intelectual, de publicar este trabajo por cualquier medio conocido o por conocer, al ser este requisito para la obtención de mi título de Licenciada en Comunicación Social, Mención Periodismo. El uso que la Universidad de Cuenca hiciere de este trabajo, no implicará afección alguna de mis derechos morales o patrimoniales como autora de la tesina **SEMIOLOGÍA DEL USO DEL TWITTER EN LA INFORMACIÓN PUBLICADA DE 20 PERIODISTAS QUE TIENEN CUENTAS ACTIVAS EN CUENCA.**

Cuenca, 16 de julio de 2013

Silvana Caridad Estacio Verdugo
0105299366

Cuenca Patrimonio Cultural de la Humanidad. Resolución de la UNESCO del 1 de diciembre de 1999

Av. 12 de Abril, Ciudadela Universitaria, Teléfono: 405 1000, Ext.: 1311, 1312, 1316

e-mail cdjbv@ucuenca.edu.ec casilla No. 1103

Cuenca - Ecuador



AGRADECIMIENTO

Una sola página me queda muy corta para agradecer a todas aquellas personas que han sido parte fundamental para que esta meta se cumpla. Al escribir estos caracteres hay sentimientos encontrados de felicidad y de tristeza al culminar la carrera universitaria.

Quiero agradecer en primer lugar a mi madre Martha Verdugo, quien a lo largo de estos años ha luchado sola por cumplir en sus hijas aquellos sueños que ella no pudo alcanzar. Gracias por su amor y por darme su mano para todos mis estudios, de igual forma a mi hermana Daniela Verdugo por ser paciente y darme su apoyo para acabar con cada hoja de esta tesina. Gracias ma.

A Cristian Flores Sarmiento, por su apoyo incondicional para concretar este logro profesional.

A mis amigos que con el pasar de los años se han convertido en mis hermanos que han estado allí para motivarme a ser una profesional y cumplir mi sueño de convertirme en periodista. Aquellos que han estado en las malas más que en las buenas en especial para Eulalia Cusco y Rebeca Lituma.

También incluyo a mis editores de Diario El Tiempo Juan Francisco Beltrán y Juan Pablo Vintimilla por compartirme sus conocimientos y por tener paciencia para que cada día cultive este amor por el periodismo. Gracias J por ser tan paciente y compartir sus conocimientos.

Gracias los quiero mucho.



Introducción

Desde la aparición de la red social Twitter, los medios de comunicación y los periodistas han asociado esta plataforma de la Internet para transmitir sus informaciones a través de 140 caracteres para compartir la información del trabajo diario a través de sus cuentas de Twitter¹ personales y del medio de comunicación.

En el primer trimestre del año 2006, la plataforma Twitter fue creada por Jack Dorsey, Biz Stone y Evan Williams con el nombre de Twtrr como una red social basada en mensajes cortos de 140 caracteres. Para el segundo trimestre del mismo año se abre al público y lo renombran como Twitter. (Orihuela, 2011)

En ese mismo año comenzó como una plataforma similar a los caracteres del mensaje texto el conocido SMS de los 140 caracteres, pero que, en esta vez es publicado en la web que es distribuido hacia los demás.

Cristian Espinoza, dio a conocer que es en el año 2008 los medios de comunicación ven en Twitter una ventana para dar a conocer la información que es parte de su trabajo como entrevistas, reportajes, noticias de última hora, audios, videos, que son publicados en este espacio. Espinoza es periodista ecuatoriano desde hace 14 años, profesor de nuevos medios y dedicado a capacitar en redes sociales, Reputación On Line y Vocería 2.0 y creador de la cuenta @coberdigital.

¹ Cuenta de Twitter: Para obtener una cuenta de Twitter en primer lugar el usuario deberá ingresar a la página web www.twitter.com, en segundo lugar registrarse como nuevo usuario y llenar las solicitudes que exige Twitter. La cuenta de Twitter será registrada como el nombre elegido de forma voluntaria, por ejemplo: @ximenapesantez. Una vez que acepte las condiciones de uso de Twitter contará con una cuenta de habilitada.



CAPÍTULO I

1.0 Reputación en Twitter

En esta evolución del periodismo a la par con las nuevas aplicaciones y redes sociales y el extenso mundo de la Internet el conocido mundo 2.0², ofrece un nuevo reto que es ir a la par con este rol en el periodismo 2.0³, desde aquí nace la responsabilidad que el periodista debe mantener es la reputación en línea⁴.

Según el diccionario de la Real Academia de la Lengua, la definición de reputación tiene dos acepciones, la primera es “la opinión o consideración en que se tiene a alguien o algo”, mientras que la segunda “es el prestigio o estima en que son tenidos alguien o algo”.

Esta tesina investigará la reputación que debe mantener un periodista en el uso de las nuevas redes sociales en especial en la red Twitter. Además esta misma reputación asociada con el aporte para el periodismo.

1.2 Twitter en los medios de comunicación

En el año 2008 los medios de comunicación se hacen eco de Twitter para potenciar la información a través de mensajes con 140 caracteres. En el mundo se hizo notorio en el mundial de Sudáfrica en el 2010 y en nuestro país a raíz el suceso del 30S, así lo explicó Cristian Espinoza en una entrevista a través de la red social Twitter @coberdigital.

Solo quienes tiene una visión romántica de la innovación y la creatividad pueden sorprenderse (o imaginarse) que una herramienta tecnológica, de un valor insignificante, al punto del que solamente cuenta con la posibilidad de condenar una idea o sentencia en 140 caracteres, se haya convertido en uno de los mecanismos de comunicación más poderosos de la historia. (Piscitelli, 2011)

² Mundo 2.0: El término Web 2.0 nació a mediados de 2004 y creció hasta ser portada de los principales semanarios mundiales. Según O'Reilly, principal promotor de la noción de Web 2.0, los principios constitutivos de ésta son siete: la World Wide Web como plataforma de trabajo, el fortalecimiento de la inteligencia colectiva, la gestión de las bases de datos como competencia básica, el fin del ciclo de las actualizaciones de versiones del software, los modelos de programación ligera junto a la búsqueda de la simplicidad, el software no limitado a un solo dispositivo y las experiencias enriquecedoras de los usuarios. (Cristobal Cobo Romani y Hugo Pardo Kuklinski, 2007)

³ Periodismo 2.0 es la creación de contenidos de y para la red.” (Varela, en Rojas Orduña et al; 2005: 95)

⁴ El advenimiento de la Organización 2.0 y de la Web 2.0 supondrá una intensificación de la importancia de la reputación online tanto a nivel individual como corporativo. ¡Hay que estar preparados desde ya! (Oscar del Santo, 2011)



“En Ecuador la situación no es tan alejada de la realidad mundial pues desde el 2009 los medios de comunicación toman con más fuerza el uso de estas cuentas”, dice Cristian Espinoza, @coberdigital.

El primer medio de comunicación en Ecuador en obtener su cuenta en Twitter, fue Diario El Universo posteriormente los otros se sumaron a este reto y poco a poco también lo hicieron los periodistas.

En Cuenca en el año 2009 los dos medios de comunicación impresos Diario El Tiempo y Diario El Mercurio abren sus cuentas de Twitter, el primero como @eltiempocuenca y el segundo como @elmercurioec.

Al 20 de junio del 2013 Diario El Tiempo contó con 40.108 seguidores mientras que Diario El Mercurio un total de 39.325 seguidores en sus cuentas de Twitter. Además ambos medios de comunicación trabajan de forma paralela con las cuentas personales de cada uno de sus periodistas.

La cuenta de Twitter @eltiempocuenca fue creada el 21 de julio del 2009. Según Juan Francisco Beltrán, editor web de Diario El Tiempo en la segunda mitad del año 2010, los periodistas recibieron capacitación básica en el uso de Twitter y se entregó teléfonos inteligentes a algunos para que envíen informes en directo y fotografías.

Es en el 30 de septiembre del 2010, durante la sublevación policial, se incrementó el número de seguidores. Actualmente trabaja sobre todo con el retuiteo de datos informativos de los periodistas. No hay reglas establecidas para el uso de sus cuentas, pero se sugiere el uso de forma prudente y con apego a las normas periodísticas.

Al principio, Twitter era una herramienta para difundir notas publicadas en la versión digital de El Tiempo, con el uso de botones para tuitear ubicados en las páginas junto a las notas, con acortadores de URL y luego con enlaces a las publicaciones en la página de Facebook del periódico.

A principios del año 2010 se empezó a utilizar para publicar información al instante, sobre todo de partidos de fútbol. Hasta mediados del año 2010, su uso fue intermitente. A veces pasaban días sin tuitear. En la segunda mitad del 2010, cuando se abren cuentas personales en el diario, es cuando se empieza a retuitear, casi de forma exclusiva, a los



periodistas de El Tiempo. Por las mismas fechas se empieza a usar clientes Twitter como Tweetdeck y luego Hootsuite. También se empiezan a utilizar las etiquetas o hashtags.

El 30 de septiembre del 2010, la cuenta de Twitter de El Tiempo fue empleada como sustituto del sitio web, debido a que, por el incremento de visitas debido a la revuelta policial, se cayeron los servidores y era muy difícil acceder y actualizar el periódico digital. Por Twitter se informó sobre los hechos más importantes, sobre todo el rescate del presidente Rafael Correa.

En el Censo de Población y Vivienda del 28 de noviembre del 2010 se hace la primera cobertura planificada y amplia con los periodistas de El Tiempo. Se incluyeron textos, fotos y videos.

A principios del 2011 el retuit a los periodistas de El Tiempo se convierte en el principal uso de la cuenta del periódico y se empieza a hacer lo mismo con tuiteros de fuera.

En el año 2012 se hace un uso más intensivo de Twitter, debido sobre todo al incremento de tuiteros en la ciudad. También se definen hashtags propios para acontecimientos especiales. Poco a poco, se fue utilizando también la interacción con otros tuiteros y sirvió para recibir información de ciudadanos.

De acuerdo con un previo análisis efectuado el pasado 20 de junio se determinó que también entre los medios cuencanos con más seguidores en la cuenta oficial es la radio La Voz del Tomebamba y su cuenta oficial es @Tomebamba con 40.484 seguidores al 07 de julio de 2013. Además en la búsqueda de periodista activos en Twitter se contabilizó que en esta ciudad hay 20 periodistas con sus cuentas activas de Twitter de ellos los que tienen más de 1.000 seguidores.



PERIODISTAS CON CUENTAS ACTIVAS EN TWITTER 20-06-2013

PERIODISTA	Andrés Muñoz Araneda	
MEDIO	CRE Satelital y Ondas Azuayas	
CUENTA	.@andresmuoza	
BIOGRAFÍA	Haciendo periodismo deportivo desde los 11 años. Actualmente trabaja en CRE Satelital y Ondas Azuayas. Co-fundador de FactorMradio.	
SIGUIENDO		1.086
SEGUIDORES		9.534
PERIODISTA	Jorge Piedra Cardoso	
MEDIO	Periodista	
CUENTA	.@jorgepiedrac	
BIOGRAFÍA	Cuenta personal. Periodista por pasión, profesor universitario por gratitud y rockero por disidencia	
SEGUIDORES		4.148
SIGUIENDO		838
PERIODISTA	Armando Suquisupa	
MEDIO	Diario El Tiempo	
CUENTA	.@asuquisupa	
BIOGRAFÍA	Periodista de Diario El Tiempo Cuenca-Sección Sucesos	
SEGUIDORES		3.730
SIGUIENDO		69
PERIODISTA	Juan Pablo Campoverde	
MEDIO	Radio Tomebamba	
CUENTA	.@jpcampoverde	
BIOGRAFÍA	Periodista de radio La Voz del Tomebamba.	
SEGUIDORES		3.644
SIGUIENDO		750
PERIODISTA	Iván Rodríguez	
MEDIO	Teleamazonas y Radio Tomebamba	
CUENTA	.@mivanrodriguez	
BIOGRAFÍA	Periodista corresponsal de Teleamazonas en Cuenca y periodista de Radio La Voz del Tomebamba	
SEGUIDORES		3.535
SIGUIENDO		316
PERIODISTA	Rodrigo Matute	
MEDIO	El Telegrafo	
CUENTA	.@rodrigoperiodis	
BIOGRAFÍA	Ecuatoriano, vive en Cuenca. Coordinador Regional de Diario El Telégrafo	
SEGUIDORES		3.087
SIGUIENDO		1.286



PERIODISTA	Iván Velesaca	
MEDIO	Diario El Mercurio	
CUENTA	.@cronicacuena	
BIOGRAFÍA	Periodista de sucesos en Diario El Mercurio	
SEGUIDORES		3.042
SIGUIENDO		29
PERIODISTA	Ivanna Zauzich	
MEDIO	Diario El Comercio	
CUENTA	.@ivannazau	
BIOGRAFÍA	Periodista colombiana en Ecuador de la sección económica @elcomercio.com Apasionada por la #Gastronomía //Aquí las opiniones son personales	
SEGUIDORES		2.634
SIGUIENDO		822
PERIODISTA	Hernán Samaniego	
MEDIO	Telerama	
CUENTA	.@hermanreportero	
BIOGRAFÍA	Periodista de Televisión Telerama	
SEGUIDORES		2.102
SIGUIENDO		52
PERIODISTA	Fernando Reino	
MEDIO	Comunicador social de Radio FM 88 y Telerama en Cuenca.	
CUENTA	.@fernadoreino	
BIOGRAFÍA	Comunicador social de Radio FM 88 y Telerama en Cuenca.	
SEGUIDORES		2.333
SIGUIENDO		44
PERIODISTA	Juan Francisco Beltrán	
MEDIO	Diario El Tiempo	
CUENTA	.@jfbeltranr	
BIOGRAFÍA	Periodista y Editor Coordinador de Noticias	
SEGUIDORES		1.642
SIGUIENDO		1.988
PERIODISTA	Ricardo Tello	
MEDIO	Periodista Articulista El Universo	
CUENTA	.@RicardoTelloC	
BIOGRAFÍA	Periodista y fotógrafo. Detractor de la mala prensa.	
SEGUIDORES		1.631
SIGUIENDO		646
TUITS ENVIADOS		1.390



PERIODISTA	César Tacuri
MEDIO	Ecuador TV
CUENTA	.@cesartv78
BIOGRAFÍA	Periodista de Ecuador TV en Cuenca
SEGUIDORES	1.362
SIGUIENDO	536

PERIODISTA	Leonardo Ordóñez
MEDIO	Corresponsal de Canal 1
CUENTA	.@leonardordonez1
BIOGRAFÍA	Director y Productor de TV 13 años en Televisión, Docente UPS Corresponsal Canal UNO en Azuay
SEGUIDORES	1.334
SIGUIENDO	780

PERIODISTA	Patricia Naula
MEDIO	Diario El Tiempo
CUENTA	.@patynaula
BIOGRAFÍA	Periodista de la sección internacional de Diario El Tiempo
SEGUIDORES	1.432
SIGUIENDO	378

PERIODISTA	Sandra Ochoa
MEDIO	Diario El Universo
CUENTA	.@sandraochoauniv
BIOGRAFÍA	Periodista corresponsal de Diario El Universo y Coordinadora de Diario Súper
SEGUIDORES	1.226
SIGUIENDO	502

PERIODISTA	Marco Navarro
MEDIO	Diario El Tiempo
CUENTA	.@marcoenavarrob
BIOGRAFÍA	Periodista y Coeditor de Diario El Tiempo
SEGUIDORES	1.150
SIGUIENDO	427

PERIODISTA	Gustavo Cardoso
MEDIO	Ondas Azuayas
CUENTA	.@GustavoCardosoM
BIOGRAFÍA	40 años de periodismo vocacional Esp. Medio Ambiente y Política. Género preferido la entrevista. Director de Antena 1 Director de Noticias de Ondas Azuayas
SEGUIDORES	1.090
SIGUIENDO	37



PERIODISTA	Ximena Pesántez
MEDIO	Diario El Hoy
CUENTA	.@ximenapesantez
BIO	Periodista
SEGUIDORES	1.000
SIGUIENDO	681
TUITS ENVIADOS	2.864

Este grupo de periodistas son los más leídos en Cuenca con más de 1.000 seguidores en sus cuentas, cada información es compartida a diario desde la cuenta oficial de los diferentes medios de comunicación a los que representan, sin embargo ¿Cómo cuidan su reputación en línea?

Ante los cambios de los Social Media⁵ se abre el reto para los periodistas sumarse a estos cambios y actuar de forma inmediata para ser parte de construir la reputación que permita que aquellas personas que siguen a diario sus informaciones tengan confianza y respeto por el periodista y por el medio de comunicación al que representa.

Para ello es relevante que se tome unos minutos para verificar que las fotografías, palabras y los mensajes que en este medio se envían a diario estén correctas y de acuerdo con la información que se publica. Mientras más nutra de información a sus seguidores⁶ participará más en la retroalimentación de la comunicación a través de este medio social.

En Twitter hay que aportar valor para obtener atención a cambio, y hay que hacerlo de modo regular para poder construir una comunidad valiosa. (Orihuela, 2011)

1.3 Reflexión del periodismo en Twitter

Desde el año 2012, en uno de esos días de trabajo cotidiano en Diario El Tiempo, las periodistas Rocío Elizalde y Silvana Estacio conversaron sobre la posibilidad de abrir un

⁵ Social Media: Los social media son una categoría de medios online, donde la gente puede hablar, participar y compartir contenidos en red (The Social Media Guide, 2011)

⁶ Seguidor: Seguidor o "follower" en inglés, son aquellas personas que se suman a las cuentas de Twitter para crear las comunidades y la lista de seguidores. (Orihuela, 2011)



grupo de debate sobre la profesión con la etiqueta #periodismocue. La idea fue marcar una tendencia sobre periodismo en este medio, se hizo la prueba con compañeros del mismo medio que en ese día se sumaron al debate en línea. Al ver que la idea tomó fuerza y fue tendencia local, la idea mejoró.

Juan Francisco Beltrán, coeditor de Diario El Tiempo y creador del blog La Columna Quinta, por su aporte en el periodismo local se sumó a esta idea, que posteriormente tomó el nombre de #periodismoEC; se cambió las terminaciones CUE por EC con el objetivo de que los periodistas y no periodistas de todas partes del Ecuador se sumen a la iniciativa.

En la segunda semana este espacio generó la participación de alrededor de 900 tuits a lo largo de todo el debate que cada semana cambia de temas, en esta segunda aparición de #periodismoEC, marcó tendencia⁷ no solo local también nacional.

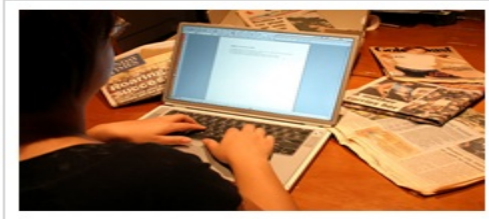
Con el pasar de los meses el tuitdebate ha contribuido no únicamente a quienes idearon este espacio sino también a quienes se han sumado a compartir sus conocimientos, es así como se han sumado desde Perú, Colombia, España, México, entre otras.

⁷ Tendencia en Twitter: Twitter es el sistema nervioso central de la sociedad conectada. No de toda la sociedad, porque ya sabemos los problemas de brecha digital que hay todavía, pero sí de la sociedad conectada. La parte conectada de la sociedad puede ser monitorizada perfectamente a través de Twitter. Y, de hecho la tendencia los 'Trending Topics' (TT) se han convertido en una agenda social distribuida que los medios están comenzando a valorar, a analizar, a monitorizar e incluso a incorporar dentro de su propia agenda. (José Luis Orihuela en una entrevista para Vanguardia publicada el 23 de junio de 2011 <http://bit.ly/ILVrgR>)

La Columna Quinta



#PeriodismoEC, el debate tuitero sobre el oficio en Ecuador



Hoy, dos jóvenes y prometedoras periodistas y tuiteras, [Silvana Estacio](#) y [Rocío Elizalde](#), me propusieron (a mí) participar en una conversación virtual en Twitter sobre el periodismo.

Como estos tiempos son raudos e inasibles, lo pusimos en marcha de inmediato y recibimos, también de inmediato, el respaldo de varios periodistas.

Como bien hace una reseña Crónica Z, la idea es #tuitdebatir la profesión. En la definición de la Real Academia de la Lengua la primera definición de debatir es: altercar, contender, discutir, disputar sobre algo; de esta forma nos apegamos a la definición de discutir sobre algo pero esta vez con el uso de la red a través del Twitter. Desde ahí parte esta idea. Con esto damos a conocer que con el buen uso de este medio no solo se puede discutir sino contribuir para la reputación en línea del periodista.



1.- Primer debate de #PeriodismoEC:

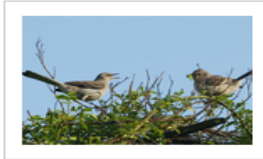
Cómo tuitean los periodistas ecuatorianos. Lo bueno, lo malo y cómo mejorar (19/sep/2012).

2.- Segundo debate de #PeriodismoEC:

Cómo enfrentar las amenazas, ¿callar o seguir? (26/sep/2012).

3.- Tercer tuitdebate #PeriodismoEC:

¿Hay homicidios de primera categoría en los medios? (03/oct/2012)



Sean libres para participar. #PeriodismoEC ya nació, está volando. Será lo que los tuiteros hagan de esto.

Reglas:

1. No hay reglas.
2. No hay más reglas que las de Twitter y las que nos imponen las legislaciones.
3. No hay más reglas que las del respeto al otro.

PD: El proyecto es de @silvana0286 y @rociolizalde. Yo, @jfbeltranr, soy su secretario.

Capítulo II



2.1 Ética y periodismo

En esta vertiginosa evolución de medios digitales impone el reto de mantener la credibilidad y responsabilidad en este espacio. El periodista debe cuidar su reputación en esta red, mantener a sus seguidores informados pero manteniendo los mismos principios. Esto supone poner en práctica la sintaxis y ortografía además la capacidad de resumir que el periodista debe aplicar en tan poco espacio 140 caracteres.

Twitter no es para la jerga SMS, las abreviaturas, los símbolos y la tipografía ornamental [...]. En el caso de Twitter constituye una frontera que exige a los usuarios no solamente ajustar con precisión su escritura sino también afinar su modo de pensar y de observar la realidad. (Orihuela, 2011)

Esto no significa que el periodista pierde su capacidad de mostrarse como ser humano en cada mensaje que escribe en Twitter sino que debe demostrar conocimiento y responsabilidad. En este espacio también es necesario dar a conocer sus cualidades, en ocasiones su sentido del humor, amistades y conocidos cercanos a través de diálogos productivos para incentivar el debate, generar reflexión y también proporcionar aportes valiosos que contribuyan con informaciones útiles para ser parte de una comunidad en línea.

En Twitter el periodista no puede estar alejado de la ética para dar a conocer las noticias en 140 caracteres. El hecho de ser un espacio que hasta la fecha no está regulado por algún organismo de control o una Superintendencia no significa que en este espacio el periodista se olvida de los principios éticos que rige su trabajo.

Se trata de una ética normativa, es decir una guía que pueda aplicarse con las nuevas tecnologías que se usan para llegar al objetivo de cumplir con “*las verdades periodísticas*”, (José Hernández, 2004).

En 1913 la Federación de Asociaciones de Prensa de Estados Unidos adoptó un primer código ético colectivo, el credo de la prensa industrial. Pero en 1923 cuando la recién creada ASNE (Sociedad Americana de Editores de Periódico de Estados Unidos), adoptó su famoso código “Cánones del periodismo”, uno de los más importantes del siglo XX, este código aún está vigente, si bien con algunos cambios y con otros nombres, ya que desde 1975 pasó a denominarse “Declaración de principios de la ASNE”.

AUTORA: Silvana Caridad Estacio Verdugo



El otro origen de la ética periodística se halla en la naciente toma de la conciencia por los periodistas, también por esta misma época de su particular estatus profesional y de los deberes asociados al mismo. Se iniciaba con ello un proceso creciente de profesionalización del periodismo que se ha extendido a todo lo largo del siglo XX y que ha sido estrechamente unido al reconocimiento de los compromisos deontológicos propios de esta entidad profesional⁸.

En 1918, de la “Carta de Deberes Profesionales de los periodistas a cargo del Sindicato Nacional de Periodistas de Francia”. O del “Código de Ética de la Sociedad de Periodistas Profesionales de Estados Unidos” aprobado en 1926. (Hugo Aznar, 2005)

Según el libro *Ética de la Comunicación y Nuevos Retos Sociales-Códigos y recomendaciones para los medios* de Hugo Aznar⁹, es en 1989 cuando los códigos de ética se popularizaron, para ese entonces la mayoría de países con algunas excepciones como España contaba con alguno.

A lo largo de muchos años los medios de comunicación de todo el mundo se han basado en los textos de los códigos de ética con los que trabajan para apegarse a la verdad y mantener los principios para cumplir con la información más apegada al respeto que sea comprobada y de esta forma transmitida a la ciudadanía.

Sin embargo ¿Estos mismos principios se aplican en la era digital?, en donde la vertiginosa era de la evolución de las tecnologías está poniendo en aprietos a los periodistas y los medios de comunicación.

Hugo Aznar en el 2005 también nos da un detalle sobre estos cambios, en mismo texto anteriormente mencionado en su Capítulo 2 en referencia a los códigos éticos de la comunicación señala que frente a la reapertura del debate ético en la última década surgen nuevas claves para entender la situación actual de la ética y el periodismo.

⁸ Para la profesionalización del periodismo y su alcance ético. (Aznar, 2005a : Capítulo 4)

⁹ Aznar, Hugo. *Ética de la Comunicación y nuevos retos sociales-Códigos y Recomendaciones para los medios*. Barcelona: España, 2005. El libro contiene además una primera parte donde se recuerda la importancia de los medios y la exigencia de responsabilidad aplicada a su labor; se presenta la idea de autorregulación y el papel específico de los códigos, y se recalca la especial obligación que los profesionales de la comunicación tienen de conocer y aplicar a su labor diaria estas recomendaciones.



Entre estas nuevas claves para entender los cambios surge la tecnológica, es decir que aquellos cambios y debates éticos se vinculan directamente con los cambios tecnológicos que están asociados con la Internet, entre ellos las nuevas técnicas de edición de imágenes y sonidos.

Todo esto obliga a reconsiderar algunas cuestiones tradicionales de la ética periodística –como la veracidad, el respeto a la intimidad, los límites del periodismo de investigación, etc. Los deberes del periodista no cambian, pero sí lo hacen las circunstancias en que se aplican y esto obliga a plantear nuevos debates éticos y esclarecer los criterios para un empleo correcto de estas nuevas tecnologías. (Aznar, 2005)

En estos últimos tiempos han sido varios los medios de comunicación que descuidan la ética profesional para publicar la noticias, una de las causas es la inmediatez y por publicar en primer lugar la supuesta primicia.

2.1 Qué es la ética

La ética se relaciona con el estudio de la moral y de la acción humana. El concepto proviene del término griego ethikos, que significa “carácter”. Una sentencia ética es una declaración moral que elabora afirmaciones y define lo que es bueno, malo, obligatorio, permitido, etc. en lo referente a una acción o a una decisión.

Immanuel Kant Por lo tanto, cuando alguien aplica una sentencia ética sobre una persona, está realizando un juicio moral. La ética, pues, estudia la moral y determina cómo deben actuar los miembros de una sociedad. Por lo tanto, se la define como la ciencia del comportamiento moral.

La ética puede dividirse en diversas ramas, entre las que se destacan la ética normativa aquellas teorías que estudian la axiología moral y la deontología, por ejemplo y la ética aplicada es la que se refiere a una parte específica de la realidad, como la bioética y la ética de las profesiones.(definición consultada en <http://definicion.de/etica/>)

En la vida cotidiana y principalmente la ética en el periodismo se trata de una normativa, es decir la deontología para el trabajo diario del periodista y para el medio de comunicación al que representa y que trabajan permanentemente.



2.3 Principios éticos

Con la evolución de las nuevas tecnologías convierte a los medios de comunicación y periodista en mucho más competitivos frente a los nuevos retos además de estar preparados y al tanto de la competencia que cada vez más se actualiza para estar a la par con los medios de comunicación digitales.

Con esta competencia entre los medios de comunicación hace que los conocimientos de la ética se aplique en diferentes ámbitos ya sea en el manejo de las fuentes en las redes sociales y las diferentes aplicaciones que surgen con los nuevos instrumentos para trabajar en el periodismo.

Como por ejemplo aquellos espacios en la plataforma de la Internet en donde se abren cada vez más espacios de almacenamiento de fotografías, audios, videos que necesariamente tienen que ser editados antes de ser publicados.

Es aquí en donde el periodista tiene que conservar los principios éticos y aplicarlos de igual forma en cada uno de estos ámbitos que están cada vez poniendo en riesgo que estos principios éticos se cumplan.

Por ejemplo en el código de ética del periodista ecuatoriano en su artículo 30, señala textualmente que le está prohibido al periodista comunicar de mala fe informaciones que atenten contra la dignidad, el honor o prestigio de personas, instituciones y agrupaciones.

Todo esto obliga a reconsiderar algunas cuestiones tradicionales de la ética periodística – con la veracidad, el respeto a la intimidad, los límites del periodismo de investigación, etc. Los deberes del periodismo no cambian, pero si lo hacen las circunstancias en las que se aplican y esto obliga a plantear nuevos debates éticos y esclarecer los criterios para un empleo correcto de estas nuevas tecnologías.
(Aznar, 2005)

2.4 Vinculación en las redes sociales

Aznar apunta que los cambios tecnológicos van a caracterizar una nueva etapa histórica de los códigos: “La ética de la comunicación social deja de ser preocupación minoritaria para convertirse en un nuevo asunto social”.



Con la vinculación en las redes sociales permite cumplir la retroalimentación entre el periodista y el ciudadano. Además en Cuenca uno de los objetivos es la re objetivos es decir la retroalimentación y es en esta era actual que es más notoria la participación activa de la sociedad a través de las redes sociales en donde crean un grupo de cuentas de periodistas a quien seguir y con quienes interactuar en las noticias que se generan a diario. Los receptores también se convierten en los protagonistas de las informaciones que circulan en la red, en receptores activos que exigen de sus emisores que se cumpla con una información veraz y oportuna.

El periodista deja de ser un extraño que está sentado tras un escritorio para ser un personaje público con credibilidad en las redes sociales, los receptores ahora lo reconocen, lo identifican con nombre y apellido y con el medio al que representa.

Es un asunto que interesa cada día a más colectivos de todo tipo y en relación al cual reclaman un papel más activo y crítico. No hay nada de extraño en todo estilo: Al hilo del creciente protagonismo de los medios en nuestras sociedades, aumenta la preocupación colectiva por su ética. (Aznar, 2005)

Vemos a los miles de usuarios que cada día se suman a las redes sociales y a los medios de comunicación digitales que están pendientes y principalmente cuestionan aquellos errores que son comunes en las redes sociales, por ejemplo las imágenes sangrientas o datos equívocos que el usuario perfectamente conoce.

Aznar señala que en este tiempo se puede hablar de “una rebelión de los públicos” en la que los destinatarios de la comunicación social recuperan su protagonismo perdido y asumen parte de la responsabilidad que les corresponden a la hora de hacer mejores medios.

Esto se puede observar en las reacciones que se tiene de diferentes periodistas, comunicadores sociales, medios de comunicación y la ciudadanía que se hacen eco de los problemas éticos que surgen en la actualidad.

Capítulo III

3.1 El debate en las redes sociales

La iniciativa de debatir la profesión en Twitter nace en septiembre del 2012. Los tres periodistas Rocío Elizalde, Silvana Estacio y Juan Francisco Beltrán que para este año



trabajaban en Diario El Tiempo, acordaron proponer temas y que sería puesto como tema central del debate de los días miércoles de cada semana durante todo el día.

Cada semana se sumaron más participantes, el único requisito es sumarse a la discusión para aportar en el periodismo. Hasta la fecha en esta han cambiado dos cosas, la primera que los creadores ya no trabajan juntos en el mismo medio y la segunda es que los debates de cada miércoles se llevan a cabo a partir de las 22:00.

Sin embargo #PeriodismoEC, no es el único espacios en donde se ha visto reflejado el debate en las redes sociales, que permite aportar a la reflexión.

Ya en el año 2010, Crónica Z¹⁰ también abre un espacio denominado el #tuitencuentro en dónde desde esta espacio se realizan entrevistas a diferentes personajes que son invitados y los seguidores de la cuenta oficial de Crónica Z, (@cronicaz), se suma con diferentes preguntas.

Los encuentros surgieron desde 2010, entre los primeros invitados está el director de la revista peruana Etiqueta Negra, Julio Villanueva Chang, con el tema: En la crónica necesitamos utilizar nuestra subjetividad responsablemente.

En el tuitencuentro, el 14 de julio del 2011 José Luis Orihuela fue invitado a participar con el tema Twitter se ha convertido en el sistema nervioso de nuestras sociedades. Así de forma paulatina se han desarrollado estos diferentes encuentros, el último se realizó a Juan Mascardi con las jornadas digitales, este evento se desarrolló el 13 de mayo de 2013.

¹⁰ Crónica Z: Es un proyecto argentino de información y comunicación que echa mano de todos los medios electrónicos y digitales, de la televisión al Facebook y el Twitter, tratando de aprovechar al máximo los recursos de cada uno de éstos. (Ayelén Ferreyra y Juan Mascardi, 2011)



En esta idea de dialogar y participar en #tuitencuentro o el #tuitdebate. En marzo de 2012 también se suma Ética Segura, red de ética y periodismo de la Fundación para el Nuevo Periodismo Iberoamericano, FNPI, a través de su cuenta de @EticaSegura; en donde cada semana invitan a diferentes debates sobre la ética en el periodismo con la etiqueta #eticaenred con temáticas como por ejemplo: ¿Está bien utilizar la palabra terrorista?, ¿Es ético revelar pruebas de procesos judiciales en curso?, ¿Cuándo regalos, invitaciones a fiestas y viajes comprometen al periodista?, ¿Tomar una fotografía o salvar una vida?, ¿Cuándo debe el periodista revelar la identidad de sus fuentes?, entre otros.



Tuitdebate: ¿Deberían prohibirse los anuncios de prostitución en los diarios?

DEBATE ENERO 3, 2013 AT 2:47 PM 6 COMMENTS

A raíz de la decisión anunciada por un diario español de no permitir más la publicación de avisos clasificados promocionando servicios sexuales en sus páginas, el debate sobre la prohibición de los anuncios en contactos en España se ha reavivado.



Tuitdebate: Cuando regalos, invitaciones a fiestas y viajes comprometen al periodista

DEBATE DICIEMBRE 21, 2012 AT 1:39 PM 2 COMMENTS

Con la llegada del fin de año, llegan también a las manos de los periodistas múltiples regalos, invitaciones a fiestas o viajes. ¿Es ético aceptarlos? ¿O se vería comprometida su independencia al hacerlo?

En estos encuentros no necesariamente de periodistas, entre los requisitos está tener una cuenta activa en Twitter, sumarse y tener iniciativa para sumarse a opinar en los temas que se proponen cada semana. Obligatoriamente se requiere que se incluya el hashtag¹¹ o etiqueta común que se utilice en el tuitdebate, en el caso de #periodismoEC por ejemplo cada tuitero deberá redactar su opinión y adjuntar la etiqueta #periodismoEC para sumarse a la lista de las personas que participan en el mismo encuentro.

Otro de los antecedentes similares es una entrevista que le realizaron al comunicador José Luis Orihuela (@jlori), profesor del MGCEde la Facultad de Periodismo, sobre comunicación, nuevos medios y otros temas con la cuenta en Twitter de la Universidad: @uandes.

En este caso, el entrevistador no es una persona física sino una institución. Aquí tomaron la decisión de incorporar un hashtag: #uandes para guía de los usuarios; aunque no se los convoca a que pregunten o participen con otras miradas. Desde la Universidad de Los Andes la presentan como la primera entrevista transatlántica vía Twitter, que comenzó

¹¹ Hashtag: Es un buscador de mensajes por etiquetas, gráficas de tendencias de usos compartidos. El usuario deberá idear un tema, ejemplo: fotoperiodismo; para que esto se convierta en un debate en Twitter, necesariamente deberá anteponer el símbolo de numeral o almohadilla [#], para que sea parte de un tema en común en donde todos los participantes compartan información.



mientras José Luis Orihuela emprendía su viaje a Chile desde la ciudad de Pamplona, haciendo escala en Madrid. (Mascardi, 2011)

3.1 La temática del tuitdebate

En #periodismoEC cada miércoles se presenta un nuevo tema para debatir. En principio del tuitdebate los temas se discutían en la sala de redacción de Diario El Tiempo¹² en ocasiones los días martes y en otras los miércoles, cada uno daba un tema que era analizado en un acuerdo común y posteriormente se lanzaba a la red.

En este 2013 la planificación difiere, debido a que en marzo Rocío Elizalde (@rocioelizalde) viajó a Quito luego de culminar sus labores con Diario El Tiempo, desde ese entonces la comunicación en Twitter se ha perdido, sin embargo Silvana Estacio (@silvana0286) y Juan Francisco Beltrán (@jfbeltranr) a pesar de ya no trabajar para el mismo medio continúan con este encuentro y cada martes o miércoles discuten el tema eje del debate que luego es compartido en la red cada miércoles desde las 22:00¹³.

El tema es discutido desde uno de los principios del periodismo para crear una agenda propia que es hacer la pregunta ¿De qué está hablando la gente? A eso se suma la coyuntura local y nacional con un alto relieve de importancia que pueda aportar discutir sobre el tema.

Una vez que se cuenta con la temática del día, se invita a expertos en el tema que se puedan sumar al encuentro, con la finalidad de crear aportes con soportes que puedan contribuir a crear una guía para quienes cada semana participan en el tuitdebate.

Acá el debate es abierto a los participantes que quieran contribuir de forma abierta con sus aportes para alimentar y retroalimentar cada tema que es propuesto los miércoles.

Audio promocional del trabajo de #periodismoEC <http://bit.ly/128M83Z>

¹² Diario El Tiempo: es un periódico independiente de circulación regional, cuya misión es informar a los ciudadanos cuencanos y ecuatorianos sobre los acontecimientos de la ciudad de Cuenca, la provincia del Azuay, el Ecuador y el mundo, de manera clara, objetiva, imparcial y veraz. EL TIEMPO fue fundado en 1955 por Humberto Toral León(+) quién sembró los principios éticos fundamentales que han forjado la línea editorial del diario a lo largo de los años.

¹³ #periodismoEC se desarrolla cada miércoles a las 22:00, luego de analizar que la mayor participación de los tuiteros iniciaba a partir de esa hora.



3.2 Reacciones ante el #tuitdebate que nace desde Cuenca, Ecuador

En 10 meses el #tuitdebate se ha convertido en un lugar en donde cada miércoles los participantes se interesan más las conversaciones que inician el miércoles desde las 22:00 se han extendido hasta el día jueves, durante todo el día.

En ocasiones el tuitdebate ha estado en tendencia en el país en donde se han sumado periodistas de Quito, Guayaquil, Loja, Azogues, desde Estados Unidos, los partidarios y no partidarios de Gobierno actual, hasta algunos de los tuiteros famosos en la red en Ecuador como @lolacienfuegos cuyo nombre real es desconocido sin embargo es una cuenta de Twitter que es muy activa en temas políticos y cuenta con 22.744 seguidores hasta el 30 de junio de 2013 y @polificcion cuyo nombre real es Carlos Andrés Vera, el es director de cine, estratega y comunicador, además propietario de un medio de comunicación, editor de la revista Soho en Ecuador y cuenta con 19.359 seguidores hasta, el 30 de junio del 2013.

Tras la aparición del #tuitdebate también se sumaron publicaciones desde Argentina, México, un artículo en Diario El Universo escrito por el periodista y docente Ricardo Tello, y en febrero del 2013 se realizó un hangout con Rubén Darío Buitrón con el tema de cómo mejorar el trabajo periodístico durante las mismas elecciones.

El 27 de septiembre de 2012, la periodista Lucia Lalli entrevista a Juan Francisco Beltrán sobre el encuentro de #tuitdebatir la profesión del periodismo en el Ecuador.

¿Cómo funcionan los debates? ¿Cada cuánto se hacen?

“Los debates pensamos hacerlos cada miércoles. Un día antes nos reunimos y definimos el tema. Al día siguiente lo lanzamos y llamamos a los tuiteros al debate.

Durante todo el día se reciben comentarios, aunque no solamente sobre el tema propuesto. Por la noche, con algunas ideas sacadas de quienes usaron la etiqueta #PeriodismoEC, hacemos una cita tuitera donde un moderador propone varios temas de discusión durante una hora.

No pretendemos sacar conclusiones, eso lo hace cada uno, enriquecido por los comentarios que lea.

Al final hacemos una selección de tuits y los publicamos en un Storify.

Como pueden ver, es una propuesta que tiene un parecido al #Tuitencuentro de Crónica Z, pero con algunas diferencias. La principal es que no hay un entrevistado que recibe las preguntas de los participantes, sino un moderador, que es quien hace las preguntas a los participantes“.

¿Quién los modera?

- “En principio, lo modero yo con la cuenta del blog, @Columna5. La idea es que el moderador vaya rotando cada semana entre los participantes que deseen hacerlo“.



El 4 de octubre de 2012 en el portal electrónico Future Journalism Project Latin America¹⁴ también escribe sobre la iniciativa de #periodismoEC como un espacio para aprender y mejorar la profesión.

¹⁴ Future Journalism Project Latin America: La Edición América Latina es parte del Future Journalism Project, una iniciativa multimedia que explora los procesos de disrupción, oportunidad e innovación que se están gestando actualmente en los medios informativos alrededor del mundo. Cubre desde Tijuana hasta Tierra del Fuego, pasando por España y las comunidades latinas que radican en Norteamérica.



The screenshot shows the website for the Future Journalism Project Latin America. The header features a blue logo with the letters 'FJ' and the text 'future journalism project latin america'. The main content area is titled '#PeriodismoEC' and describes a weekly Twitter chat about Ecuadorian journalism. It mentions the chat is hosted by 'La Columna Quinta' and lists participants like Silvana Estacio, Rocío Elizalde, and Juan Francisco Beltrán. A sidebar on the left contains navigation links for 'HOME' and 'ABOUT', and a section with links for 'ask here' and 'that's over here'.

Pues la idea de contribuir a aprender, compartir, mejorar y discutir en los 140 caracteres que permite Twitter, también apareció en un artículo del 31 de octubre del 2012 de Diario El Universo, redactado por Ricardo Tello, llevó el titular Mejorar el periodismo en 140 caracteres.

Mejorar el periodismo en 140 caracteres

¿Será posible?

No lo sé. Pero al menos, si lo intentamos, algo se logrará:

Las secuelas naturales dejadas tras el paso del huracán Sandy por el noreste de Estados Unidos fueron casi o tan desastrosas como las ocurridas en la cobertura periodística a través de ciertas cuentas en redes sociales: fotografías trucadas, falsas, inexactas; comentarios desatinados, falsos, inexactos...

Es más. Desde hace siete semanas, todos los días miércoles, un grupo de tuiteros identificados bajo la etiqueta de #PeriodismoEC se instala para construir, en aportes de 140 caracteres, un mejor periodismo. Un nuevo periodismo ecuatoriano

AUTORA: Silvana Caridad Estacio Verdugo

en redes sociales y, por extensión, en los soportes tradicionales de la prensa, radio y televisión. (Tello, 2012)



3.3 El debate en las redes sociales

La iniciativa de debatir la profesión en Twitter nace en septiembre del 2012, los tres periodistas Rocío Elizalde, Silvana Estacio y Juan Francisco Beltrán. Cada semana se



sumaron más participantes en donde el único requisito es sumarse a la discusión para aportar en el periodismo. Hasta la fecha en esta idea han cambiado dos cosas, la primera que los creadores de esta idea ya no trabajan juntos en el mismo medio y la segunda es que los debates de cada miércoles se llevan a cabo a partir de las 22:00.

Sin embargo #PeriodismoEC, no es el único espacio en donde se ha visto reflejado el debate en las redes sociales que permite aportar a la reflexión.

Ya en el año 2010, Crónica Z¹⁵ también abre un espacio, denominado el #tuitencuentro en donde desde esta espacio se realizan entrevistas a diferentes personajes que son invitados a este encuentro y que los seguidores de la cuenta oficial de Crónica Z, @cronicaz, diferentes participantes se suman al encuentro con diferentes preguntas.

Los encuentros surgieron desde 2010, entre los primeros invitados está el director de la revista peruana Etiqueta Negra, Julio Villanueva Chang, con el tema: En la crónica necesitamos utilizar nuestra subjetividad responsablemente.

En el tuitencuentro, el 14 de julio del 2011 José Luis Orihuela e invitado a participar con el tema Twitter se ha convertido en el sistema nervioso de nuestras sociedades. Así de forma paulatina se han desarrollado estos diferentes encuentros, el último se realizó a Juan Mascardi con las jornadas digital, este evento se desarrolló el 13 de mayo de 2013.

Reacciones de participantes del tuitdebate, en Ecuador califican como interesante y un espacio útil que no debe quedarse en preguntas triviales sino más bien en aportes valiosos para el periodismo y la sociedad.

Por ejemplo Paúl Mena¹⁶, periodista con 15 años de experiencia profesional. Ha colaborado con medios de comunicación de Ecuador, Estados Unidos, España e Inglaterra. Fue reportero de diario Expreso y editor de Actualidad y Política de diario Hoy. Desde 2009 escribe para la BBC de Londres.

Además es Master en periodismo, profesor de periodismo digital en las universidades UDLA y San Francisco de Quito. Actualmente director del Proyecto "Periodismo, Investigación y Nuevas Tecnologías" que lleva adelante Fundamedios, dijo "Creo que la


¹⁵ Crónica Z: Es un proyecto argentino de información y comunicación que echa mano de todos los medios electrónicos y digitales, de la televisión al Facebook y el Twitter, tratando de aprovechar al máximo los recursos de cada uno de éstos. (Ayelén Ferreyra y Juan Mascardi, 2011)

¹⁶ Biografía de Paúl Mena se obtuvo de la página de presentación Linked In



iniciativa de #PeriodismoEc es un buen espacio de discusión sobre el periodismo en el país entre quienes se han sumado”.

Mensajes directos > con Paúl Mena Erazo


14h

 4) Creo que la iniciativa de #PeriodismoEc es un buen espacio de discusión sobre el periodismo en el país entre quienes se han sumado



14h

 El reto en estos casos siempre es lograr participación de más periodistas. Por otro lado, no siempre es posible discutir temas complejos.. 


14h

 ... en 140 caracteres. Más aún en el clima de pugna del gobierno con la prensa que se vive en Ecuador.



14h

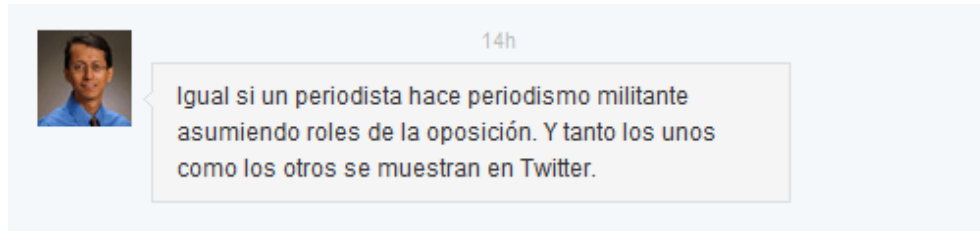
 De otro lado, en Ecuador muchos se toman el nombre de "periodista". Un periodista busca mostrar una realidad desde diversos puntos de vista 

14h

 Si se publica solo lo que una fuente quiere, eso no es periodismo sino propaganda. Quien trabaja en un medio del gobierno, o fue funcionario..

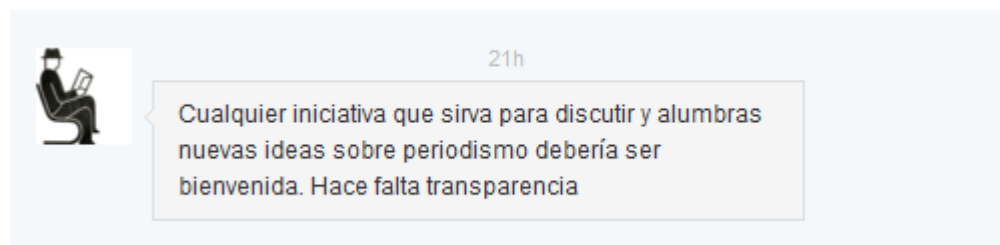
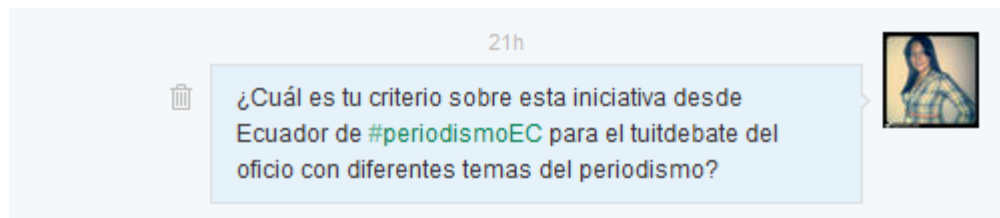
14h

 .. del gobierno en un cargo político y ahora solo publica info conveniente al gobierno, no puede asegurar independencia y buen periodismo 

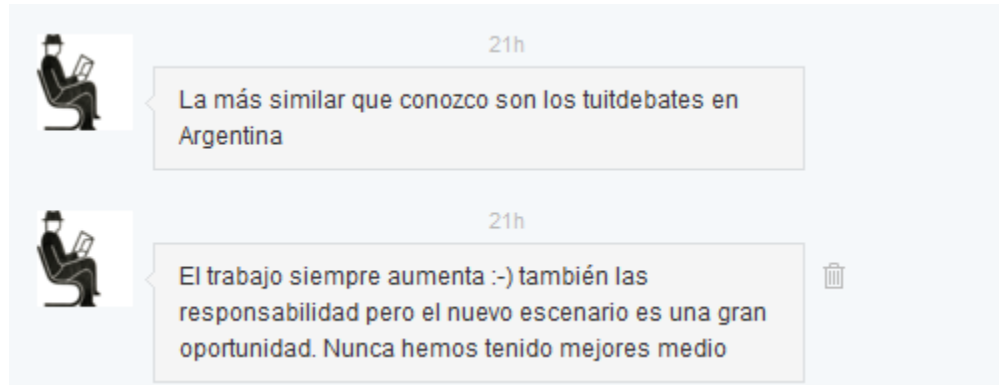


Mario Tascón¹⁷, socio director de Prodigioso Volcán S.L. una compañía de consultoría estratégica, dirección de proyectos, arquitectura de la información, estrategias de comunicación y diseño para nuevos medios; es especialista en medios digitales y redes sociales, contenidos para todo tipo de soportes desde web a tabletas, y también en visualización, periodismo de datos y nuevas narrativas.

Es Co-autor de la novela "La Biblia bastarda" y entre sus proyectos dirige el "Manual del español para Internet, redes sociales y nuevos medios" de la Fundación del Español Urgente, Fundéu, también se suma a esta iniciativa de #periodismoEC y opina que cualquier iniciativa que sirva para discutir y alumbrar nuevas ideas sobre el periodismo debería ser bienvenida.



¹⁷ La biografía de Mario Tascón se obtuvo de la presentación en Linked In



3.4 La ética en las redes sociales

En tiempos de internet se han planteado algunas preguntas relacionado con el manejo de la ética, como por ejemplo ¿El periodista del mundo 2.0 pierde su ética en las redes sociales?, ¿Con la inmediatez se pierde la ética? A raíz del 2010 es que en las informaciones que se publican en las diferentes cuentas de Twitter de los periodistas carecen de algunos principios de la ética al momento que se reproducen las informaciones en los 140 caracteres.

Falta reflexión ética en el periodismo de internet: Javier Darío Restrepo (Restrepo, 2011)

En Internet se dan todos los dilemas éticos existentes al comunicar. (Restrepo, 2011)

En junio de 2011, Javier Darío Restrepo¹⁸, fue entrevistado por la periodista María Lourdes Sandoval, periodista del portal venezolano Últimas Noticias respecto a cómo la convergencia de internet está afectando al periodismo tradicional.

En esta entrevista Restrepo apuntó que “En realidad no se trata de construir una ética digital. ¿Hay una ética de la radio? ¿O de la televisión? ¿O de los periódicos?”.

No es una nueva ética, son nuevas aplicaciones de la ética las que se hacen en la era Internet; no es cuestión de adecuaciones con lo que esta palabra alude a oportunismos utilitarios; son respuestas de la ética a circunstancias nuevas.

¹⁸ Javier Darío Restrepo, es director del Consultorio Ético y maestro de la Fundación Nuevo Periodismo Iberoamericano.



Esas respuestas se dan a partir de los principios de siempre. Y con Internet pasa que aún estamos en la época del deslumbramiento. Cuando llegue la de la reflexión, se verán con claridad los problemas y se buscarán las respuestas.
(Restrepo, 2011)

Según la Real Academia la Lengua Española, en su cuarta definición, la ética es parte de la filosofía que trata de la moral y de las obligaciones del hombre, en cuanto a la ética profesional señala que es un conjunto de normas morales que rigen la conducta humana.

De esta manera la ética del periodista debe regirse a aquella moral de servir para informar a la sociedad y no a un determinado grupo de personas como puede ser los políticos, municipios o partidarios.

Es el tarea del periodista acercarse de tal modo a ese conjunto de normas que estén apegados a dar a conocer la información lo más acercado a la realidad, como dice José Hernández¹⁹, “las verdades periodísticas”.

Verdades periodísticas en la investigación o en la reconstrucción de los hechos son verdades periodísticas por el medio debe probar lo que publica o afirma. Para eso son las evidencias que debe hacer públicas en su información: documentos, fechas, sitios, nombres, testimonios. (José Hernández, 2004)

Todas estas recomendaciones que se dan en cuanto a mantener la ética del periodismo se traslada de la misma forma en las redes sociales. Sin embargo los periodistas de medios impresos, radiales y de televisión olvidan algunos de esos principios al momento que se publican en las redes sociales.

Por ejemplo en el caso de las víctimas por diferentes hechos como un atentado se publican de forma sangrienta, con los nombres y sin cuidar el respeto hacia las víctimas, en otras ocasiones en casos de noticias sobre asesinatos o temas vinculados con la crónica roja se puede observar que las fotografías de los asesinatos, de atropellos y otras situaciones de catástrofes mundiales.

Esta fotografía fue publicada en The Boston Globe y minutos más tarde se publicó en las diferentes redes sociales tras el atentado en Boston registrado el 15 de abril del 2013, en

¹⁹ José Hernández, periodista colombiano que trabaja actualmente en Diario Hoy como director adjunto.



donde detonaron explosivos en donde fallecieron tres personas y más de un centenar de heridos.

Tras este atentado circularon en diferentes medios de comunicación aquellas imágenes sangrientas en donde se evidenciaban la crueldad del atentado que se ejecutó durante una tradicional maratón que congrega a miles de atletas.

Este es uno de los hechos más recientes en donde se puso en evidencia la falencia del periodismo en las redes sociales. Así también varias noticias han sido dadas como inéditas a través de las redes sin embargo a pocos días después de difundida la noticia se ha corroborado que por el error en la inmediatez es el mayor pecado para perder la ética.

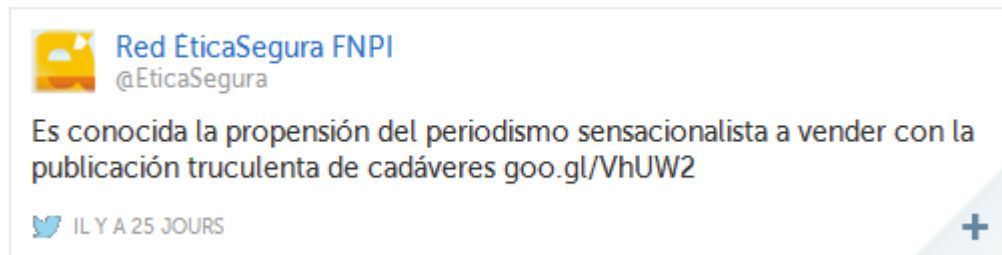
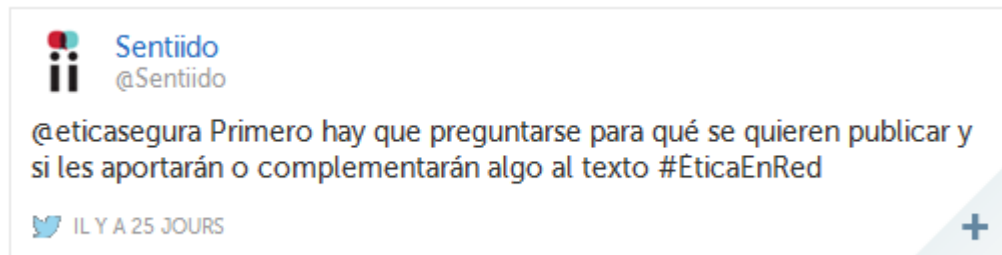
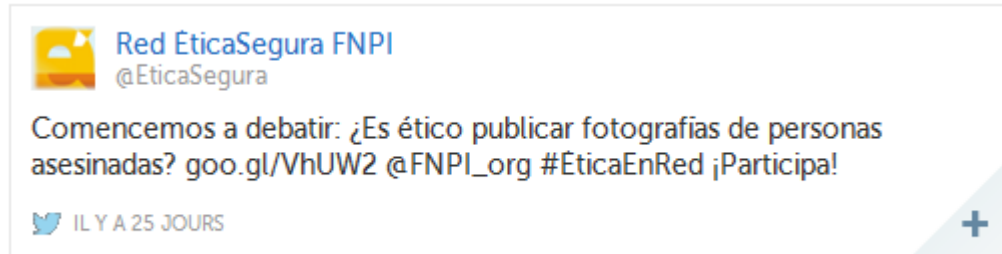
El pasado 7 de junio de 2013, la Red Ética Segura de la FNPI realizó un tuitdebate sobre si es ético o no publicar fotografías sangrientas, la FNPI se refería a aquellas fotografías en las que se en donde se muestren personas que han fallecido en hechos violentos .

Bajo el hashtag #Éticaenred también se hizo eco de este tema ¿Es ético publicar imágenes sangrientas?

Cada día surgen nuevos dilemas éticos que están relacionados con la vinculación del periodismo, la ética en tiempos de Internet. Supone entonces al periodista repensar que la ética en ningún momento ha cambiado, simplemente está en el periodista aplicar los mismo principios para que la información sea útil.

De aquí surge también que la ética de un medio siempre será la clave principal para la credibilidad aquella credibilidad que es sinónimo de responsabilidad y de respeto no solo hacia quienes son los actores de la noticia sino también a quienes nos escuchan, leen y ven la noticia en los diferentes medios.

Hugo Aznar, redactó que los códigos de ética suelen estar aprobados por quienes directamente están relacionados con la actividad de los medios, en este caso por los periodistas que laboran en los medios de comunicación.



3.5 Ética y reputación en línea

Con el pasar de los días y la vertiginosa evolución del periodismo digital el periodista se enfrenta cada día a cuidar su reputación en las diferentes redes sociales puesto que se ve involucrado su nombre, apellido y la credibilidad le otorga el trabajar por transmitir información cercana a la realidad, a la colectividad, a las masas.

Por esta razón en medida de lo posible el periodista, el comunicador, debe asumir la responsabilidad de que a diario los cientos y miles de personas que nos siguen a través de las redes sociales requieren que seamos éticos y responsables en nuestros espacios personales.

Con esto no quiero decir que los periodistas únicamente debemos limitarnos a parecer una máquina que reproduce informaciones sino también debemos mostrar parte de



nuestros intereses, gustos y compartir diálogos, fotografías siempre y cuando sea de valor o que sea responsable y bien manejado.

En este espacio de 140 caracteres que nos da el campo de texto de Twitter, nos lleva a que cada día más personas se interesen por seguir nuestra cuenta y que requieren de nuestra parte un cierto grado de reciprocidad.

Incluso se puede pensar que los periodistas estamos prohibidos de hacer una vida pública a través de las diferentes redes sociales o aplicaciones que nos permiten usar la tecnología como Pinterest, Flickr, Instagram, entre otros, pero reitero todo está en el uso que cada persona le da a este espacio siempre y cuando no se cruce la línea de la falta de respeto, herir susceptibilidades, vaya en contra de los derechos humanos y sobretodo el periodista se muestre en escenas desagradables, por ejemplo en donde se le observe en fotografías de su vida privada.

Sin embargo cuanto el periodista cuida su reputación en la red, ¿Hasta qué límite puede compartir información de la vida personal?, se abre una interrogante sin embargo estos mismos principios también se pueden aplicar para las cuentas de aquellos personajes públicos que también requieren cuidar su reputación.

A diario cientos y miles de portales en la web hacen eco de noticias que circulan en la Internet a través de las redes sociales que muchas veces no son confirmadas y sin embargo se publican, carecen de comprobación, crean falsas expectativas, han causado nerviosismo, y generalmente se limitan a copiar lo que otros medios comparten en las redes sociales.

Una imagen falsa de Bin Laden circuló por la red en mayo del 2011. Fue difundida poco tiempo después de que el presidente de Estados Unidos, Barack Obama, anunciara el éxito del operativo en Paquistán, donde murió el hombre más buscado por el país norteamericano.

Los medios de todo el mundo, por el afán de obtener la primicia, no se tomaron el tiempo de verificar la autenticidad de la imagen que mostraba el rostro desfigurado de Bin Laden, cambiado con el uso de Photoshop. Otra muestra de lo fácil que resulta caer en el error cuando no se investiga bien. (Fotos falsas, un engaño recurrente en Internet, DigitalUCuenca <http://bit.ly/11RHZlg> <http://bit.ly/11RHZlg>)



El anuncio de la muerte de Osama bin Laden creó un alboroto en las redacciones. Tanto así que algunos medios coincidieron en un error: ll...

@cdperiodismo March 26, 2013 at 14:26

Javier Darío Restrepo, manifiesta que “El Internet crea la necesidad de hacer periodismo de mayor calidad”. Ante esto Ética segura de la Fundación Nuevo Periodismo, el pasado 25 de junio de 2013 recopiló ²⁰17 respuestas para un periodismo en Internet más ético.

El fin de comunicar solamente con brillo enseguece éticamente para abusos como estos: utilizar a las fuentes, violar su privacidad, desaparecer la dignidad y los derechos de las personas. De manos de una tecnología poderosa y generadora de resultados, se puede llegar a ese abismo de que el fin justifica los medios. Quizás el peor es la pérdida de derechos de autor en los individuos que creen que Internet es un territorio sin dueños y todo es de quien lo necesite para sus fines.

Manuel Castells describe que se trata de un sentimiento personal de pérdida de control, de aceleración de nuestras vidas, en una carrera sin fin hacia una meta desconocida. Los viejos tenemos estos sentimientos frente a las tecnologías. Creemos que se salen de nuestro control. Por eso a veces no cabe en nuestras vidas lo que parece lógico en Internet. Se trata de un sentimiento de pérdida de control, que además es el nacimiento de otros dilemas éticos: Se privilegia la acción por encima de la reflexión, espacio donde es más difícil tomar decisiones.

Los volúmenes oceánicos de información que abruman al receptor con la idea de que es imposible abarcarlo todo, lo limita a atender lo más llamativo y evidente. Eso puede ser un llamado a la resignación y a la mediocridad. Se opone al reclamo ético de la búsqueda de la excelencia. La velocidad en Internet, entonces, es punto de partida para otros conflictos. Para Cebrián, los cambios vienen determinados por los cambios con los que se producen, la velocidad es una

²⁰ 17 respuestas para un periodismo en Internet más ético. El 25 de junio del 2013 Ética Segura de la Fundación Nuevo Periodismo Iberoamericano organizó un tuitdebate de donde se obtuvo las 17 mejores preguntas sobre el tema. Acá el enlace <http://bit.ly/12no2Xs>



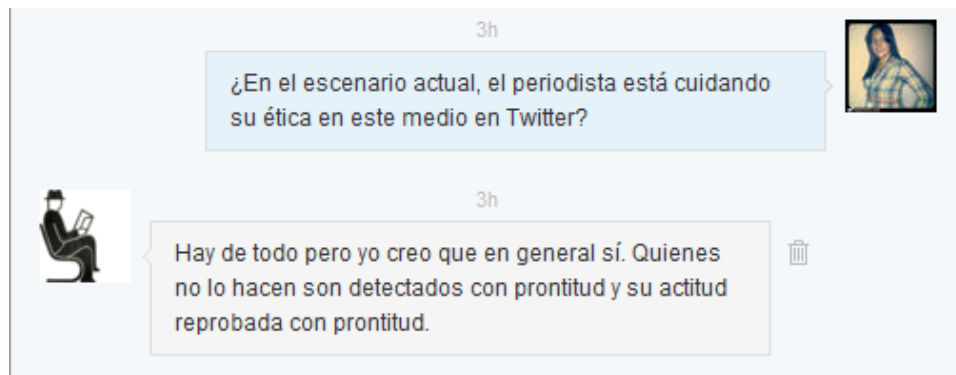
constante que impone un ritmo a las cosas cercana a la improvisación, cuando no al atolondramiento. (Restrepo, 2013)

Ante estos acelerados procesos de aprendizaje y retos que se vienen de la mano del periodismo digital, crea la necesidad de construir un marco que se podría considerar como el manual de estilo que utilizan los medios de comunicación.

Para una adecuada redacción en los 140 caracteres una buena opción es usar la estructura de la oración con sujeto, verbo y predicado, no alejarse de la verdad periodística, contar con más de una fuente para que la información que se publica sea útil para el lector y no se convierta en una copia de los cientos de tuits que se publican segundo a segundo.

En una entrevista con Mario Tascón realizada el pasado el 1 de julio de 2013 a través de mensajes directos con su cuenta @mtascon señala que al ser Twitter un espacio público, directamente está relacionado con la reputación. Expresó que “no es nuevo el fenómeno, ya sucedía con las agencias, en la televisión y radio. Ahora hay muchos más competidores por el premio de la primicia”.

Agregó que “Quien pierde la ética, lo pierde todo. De manera originaria como ya venía haciendo en su medio originario (el periodista). En Twitter hay que cuidar la reputación y que sea útil para el resto”.



Paulina Trujillo, periodista ecuatoriana con 20 años de trayectoria, cree que se debe distinguir entre “un error y una mala práctica”, porque son dos cosas muy distintas. “El periodista debe conocer sus límites y manejar el sentido común”, recomienda Paulina Trujillo.

Hay que actuar de inmediato y dejar de lado esa equivocada idea de que por la inmediatez se puede plagiar o no atribuir todo lo que está en la red, dejar esa práctica de copiar y pegar, de tomar fotos y subir al Twitter sin cuidar los rostros.



3.6 Manual de reputación en redes sociales

Con las redes sociales efectivamente el periodismo está cambiado hacia una transformación del periodista tradicional al periodista 2.0, el periodista digital ya no tiene que limitarse a llevar la grabadora, esferográfico y la cartilla para apuntes.

En la actualidad se hace necesario el uso de nuevas tecnologías que permitan enviar y transmitir las noticias incluso en tiempo real que incluye texto, video y audio para una transmisión a través de Twitter.

Pero para ello es necesario proponer un manual para que en los diferentes medios de comunicación se trabaje de acuerdo con un mismo etilo con el apoyo de sus colaboradores, los reporteros, fotógrafos, editores, coordinadores y por qué no con el apoyo desde la cuenta del mismo director del medio de comunicación de tal manera que todos trabajen en equipo de forma coordinada para dar un excelente resultado en las redes sociales y así también posicionar la marca y mantener el prestigio del medio de comunicación.

Con esto además marca la responsabilidad del periodista de seleccionar al grupo de cuentas a las que sigue y qué informaciones son prioridad compartir en este espacio. Debe además saber cuándo y cómo contestar las interrogantes de quienes siguen sus informaciones y también cómo hacer uso de aquellos aportes de los ciudadanos que aportan con informaciones útiles a través de los 140 caracteres, los llamados periodistas ciudadanos, tuitreporteros o reporteros ciudadanos.

“Puesto que internet es un medio poderoso, su manejo debe estar guiado por principios y valores éticos que lo deben convertir en instrumento útil para las personas y para la sociedad.

Siempre estuvo abierto el hombre a este mundo de los valores, pero nunca tuvo a su disposición instrumentos tan eficaces y poderosos para hacer posible su florecimiento como persona. Enrique Augüero²¹, estudiante de Asunción en España. (Javier Darío Restrepo, Ética Segura)

²¹ Enrique Augüero, estudiante de periodismo de Asunción Uruguay participación en una de las conferencias de Ética Segura de la Fundación Nuevo Periodismo Iberoamericano, FNPI, efectuado el pasado 8 de noviembre de 2010. Esta fue la mejor respuesta seleccionada en el tuitdebate de la pregunta ¿Por qué es necesaria la



3.7 Guía de redacción para periodistas en Twitter y cómo conservar una buena reputación

Surge entonces un espacio que aún está en borrador pero también es un espacio para crear una guía para que los periodistas que recientemente se están asociando con los nuevos retos tengan un documento que pueda evitar algunos errores comunes.

1. Primero al momento de abrir una cuenta en Twitter es necesario saber que la cuenta no se alimenta sola y que por lo tanto requiere de una participación activa del periodista para que su cuenta sea útil y que aquellos seguidores puedan nutrirse con constante información en los 140 caracteres.
2. Luego de creada la cuenta de Twitter, José Luis Orihuela recomienda para una adecuada biografía es importante conocer lo más importante que quiera transmitir a su lector en los 140 caracteres que permite Twitter. El periodista debe incluir su profesión, el medio al que representa y resumir sus capacidades.
3. Elegir correctamente un nombre para presentarse ante el mundo 2.0. Es recomendable el uso del nombre y apellido para que sea fácil de identificar. No se recomienda el uso de los apodos o mote. José Luis Orihuela, señala que el nombre debe ser no más de 15 caracteres, un nombre fácil de recordar y que lo identifique en el mundo físico, fácil de pronunciar y que sea fácil de entender de forma oral.
4. Es necesario también elegir una buena fotografía, lo que recomienda Orihuela es una centrada al rostro. Además considero que es necesaria una fotografía que no sea editada, que no esté forzada, que sea una imagen clara de identificar, nítida. El periodista debe cuidar su reputación por lo tanto no debe incluir una fotografía por ejemplo en donde esté semidesnudo por ejemplo en vacaciones en la playa, en la imagen no debe estar junto a botellas de licor, no colocarse junto a marcas y cuidar su vida íntima aquellas fotografías de besos por ejemplo. La fotografía a igual que la biografía es la puerta de presentación del periodista ante el mundo.
5. En esta lógica también es importante saber qué publicar y a quién seguir. Luego de abrirla cuenta de Twitter el periodista deberá seguir una lista en primer lugar de

existencia de un código ético en el periodismo electrónico? ¿Qué principios deben regir la labor de estos medios?



medios de comunicación y periodistas locales, posteriormente a medios y periodistas nacionales, medios internaciones como por ejemplo BBC de Londres en su cuenta oficial @bbcmundo, la CNN @CNN, entre otros además estar pendiente de aquellas cuentas de los usuarios de Twitter los reporteros ciudadanos que contribuyen a la información en la red.

6. Al momento de redactar es importante cuidar la ortografía, evitar el uso de las medias palabras, eliminar las letras, por ejemplo escribir Grax en lugar de Gracias, ksa en lugar de casa, es necesario completar las frases, poner los nombres y apellidos de forma correcta respetando la ortografía, como por ejemplo hay que evitar escribir de la siguiente forma Esta mañana lo correcto sería: Esta mañana n 1 asalto n la Simón Bolívar mataron a 1 niño. El asesino Luis Pérez ira a la cárcel según informan los policías n la ciudad de Cuenca el murió en ksa.

Lo correcto y una información precisa sería: Hoy a las 09:30, en las calles Simón Bolívar desde y la calle Padre Aguirre falleció un menor. El supuesto culpable será investigado, afirmó Pedro Pérez, fiscal de turno.

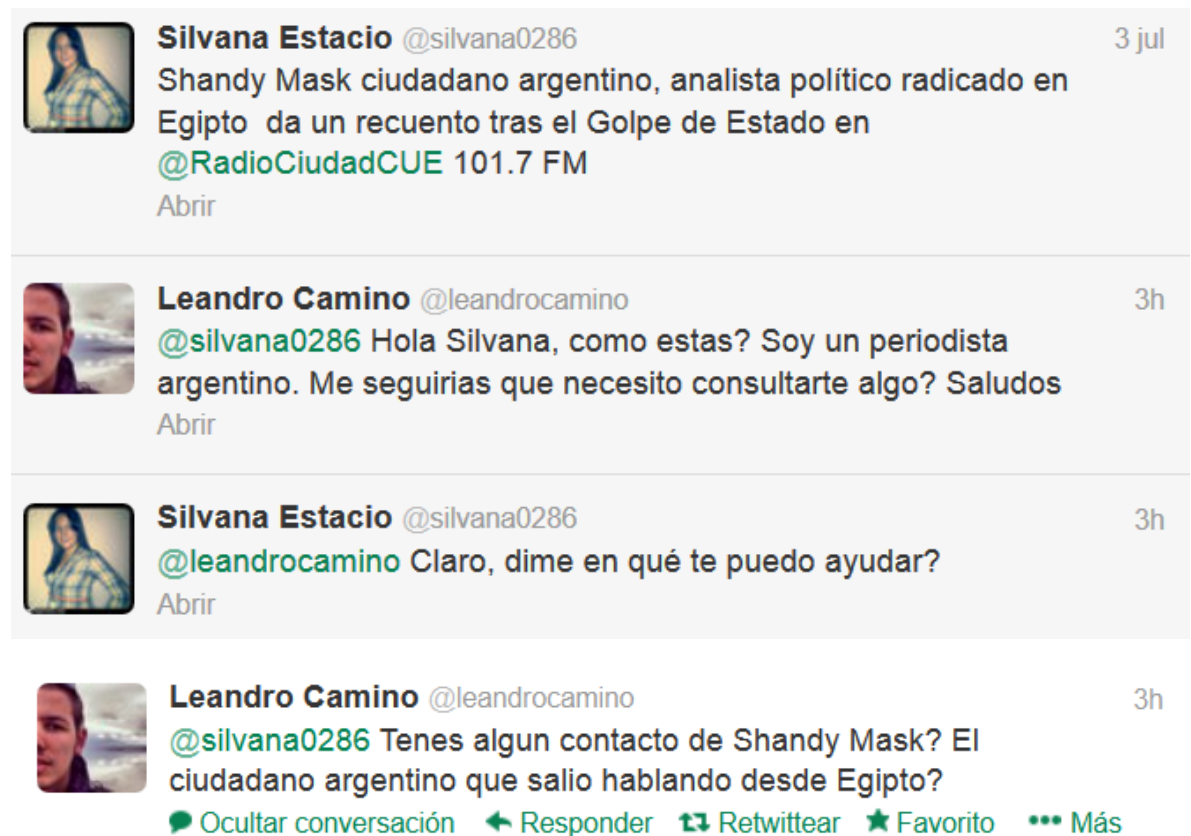
Errores del primer ejemplo: Esta mañana n 1 asalto n la Simón Bolívar mataron a 1 niño. El asesino Luis Pérez ira a la cárcel según informan los policías n la ciudad de Cuenca el murió en ksa.

Es importante escribir las palabras completas: Esta mañana en un asalto. En la calle Simón Bolívar murió un menor. Además se debe cuidar los nombres de aquellas personas que están siendo acusadas del delito, en este caso sería lo correcto escribir: El supuesto culpable sería Luis P., además en el mismo tuit cae en el error común que es generalizar: según informan los policías. Y finalmente el error de escribir como está de moda entre las quinceañeras: En la ksa.

7. No por la inmediatez se debe descuidar los errores de tipeo, el contraste de las fuentes, las cifras incorrectas, cambiar el nombre a los entrevistados. Es necesario consultar a la fuente como redactar el nombre o apellido en caso de que oralmente suene difícil de redactar; en caso de accidentes evitar tomar fotografías sangrientas o involucrar a otras personas que son testigos del hecho.
8. Se requiere que el periodista esté constantemente preparado e instruido sobre los nombres y apellidos además del cargo de los funcionarios públicos además de la cuentas de Twitter oficial que pueda reemplazar incluso el nombre, por ejemplo: Esta mañana el Ministro del Interior, José Serrano @ppsesa, informó que se

capturó a uno de los más buscados que se fugaron de la cárcel de máxima seguridad.

9. Si el espacio de los 140 caracteres resulta demasiado pequeño, se recomienda detallar el número de tuit que se publica, con el objetivo de evitar la economía de las palabras. Se recomienda el uso del sistema 1 de 3; 1-3; 1/3
10. Para mantener la interacción con los seguidores es importante responder con información necesaria a aquellas interrogantes que en ocasiones se consultan a través del Twitter. Se recomienda responder en medida de lo posible de inmediato puesto que ese es el objetivo de Twitter es la rapidez y fluidez de la información. Por citar un ejemplo, a continuación las imágenes en donde un colega periodista consulta sobre una entrevista anterior. Las capturas de imágenes son de la conversación del 5 de julio de 2013.



The screenshot shows a Twitter thread with four tweets. The first tweet is from Silvana Estacio (@silvana0286) dated 3 jul, mentioning Shandy Mask and RadioCiudadCUE. The second tweet is from Leandro Camino (@leandrocaminos) asking Silvana for help. The third tweet is from Silvana Estacio (@silvana0286) replying to Leandro Camino. The fourth tweet is from Leandro Camino (@leandrocaminos) asking Silvana for contact with Shandy Mask. The interface includes profile pictures, names, handles, timestamps, and interaction icons like 'Ocultar conversación', 'Responder', 'Retwittear', 'Favorito', and 'Más'.

Silvana Estacio @silvana0286 3 jul
Shandy Mask ciudadano argentino, analista político radicado en Egipto da un recuento tras el Golpe de Estado en @RadioCiudadCUE 101.7 FM
Abrir

Leandro Camino @leandrocaminos 3h
@silvana0286 Hola Silvana, como estas? Soy un periodista argentino. Me seguirias que necesito consultarte algo? Saludos
Abrir

Silvana Estacio @silvana0286 3h
@leandrocaminos Claro, dime en qué te puedo ayudar?
Abrir

Leandro Camino @leandrocaminos 3h
@silvana0286 Tenes algun contacto de Shandy Mask? El ciudadano argentino que salio hablando desde Egipto?
Ocultar conversación ← Responder ↻ Retwittear ★ Favorito ⋮ Más



11. Hay que tener una lista de las autoridades locales quienes también trabajen con una cuenta activa de Twitter en la cual actualice constantemente sus trabajos, recorridos e importantes declaraciones que en principio puedan ser útiles para que sea el principio de una amplia investigación ejecutada por el periodista.
12. El periodista debe cuidarse de responder aquellos tuiteros llamados los troll que generalmente se dedican a enviar insultos, ofensas y otros tipos de preguntas que en general el único objetivo de causar molestia o discutir sin fundamento. Una cuenta de usuario que se alimenta molestando a otras personas o entidades en la red social Twitter.
13. En cuanto a las conversaciones personales con amigos, familiares o compañeros del trabajo debe cuidar la responsabilidad, evitar ante todo escribir una mala palabra en el contexto dentro de un país, no escribir mensajes sexistas, discriminatorios u ofensivos que puedan herir las susceptibilidades de los seguidores, que ocasiones asumen como personal una postura que se toma en Twitter. Para las bromas se recomienda escribir los mensajes directos para conservar la privacidad.
14. El periodista tiene que tener respeto de la institución en la que está trabajando. Por ejemplo en una fiesta o reunión entre compañeros que se realice al interior de un medio de comunicación evite tomarse fotos con copas o botellas de licor en donde se vea la marca de la empresa, puesto que esto puede formar un criterio



equivocado del periodista y del medio de comunicación al que representa. Un reciente caso cercano a la reputación en línea fue aquella foto que circuló en las redes sociales del equipo de comunicación de la Gobernación del Azuay, durante la despedida de una compañera se fotografiaron con una botella de licor y en la mitad el identificativo de la Gobernación del Azuay, horas más tarde tres personas que estaban en la fotografía fueron despedidas tras este bochornoso incidente que circuló por las redes sociales.

15. El periodista tiene que monitorear constantemente el trabajo del resto de medios de comunicación que trabajen en el mismo espacio geográfico. Para replicar el buen trabajo en las redes sociales.
16. Es importante que el periodista en caso de copiar un tuit de un periodista o medio de comunicación se escriba el derecho de autor de la fotografía o texto para evitar caer en el plagio para quedar con la supuesta primicia.
17. Si en la biografía de Twitter incluye el enlace de acceso para el perfil de Facebook, deberá entonces también ser responsable en esta red social.
18. Contribuir para abrir espacios de debate, de discusión con otras cuentas. Acordar un día específico para compartir aportes y por qué no abrir un tuit taller de periodismo en donde los profesionales que se quieran sumar puedan compartir sus experiencias con las demás personas que son parte del mundo 2.0
19. Finalmente no descuidar el trabajo del mundo físico por estar concentrados en su totalidad en las redes sociales, no olvidar tomar apuntes, grabar, solicitar documentación requerida para complementar la información, contrastar fuentes.
20. No por ser el más rápido en Twitter significa que es mejor periodista 2.0, para evitar caer en el error de la inmediatez es necesario dar ese algo más, lo complementario que no dan los demás periodistas, como por ejemplos cifras exactas, nombres correctos a igual que direcciones y no solo limitarse a copiar del resto sino acudir a la fuente. Si está en una rueda de prensa o un evento público revisar las cuentas de los compañeros de los demás medio para evitar ver en el Twitter el mismo discurso en unas 20 cuentas diferentes.

Recomendaciones



Tras este breve análisis del periodismo frente a la evolución de las nuevas tecnologías puedo recomendar a mis colegas periodistas a que se arriesguen y se unan a este reto que ofrece Twitter para compartir la información en tiempo inmediato. En este espacio la información además de ser inmediata también puede ofrecer audio, video e imágenes del hecho.

Antes de emitir una información en Twitter tomar en cuenta que una información completa, con varias fuentes y cifras concretas ofrece más que una noticia que intenta obtener la supuesta primicia.

Autoformación constante para continuar con el aprendizaje, investigar sobre las nuevas herramientas que están en la red para contribuir con un periodismo en línea.

Considero que sería una buena opción para las escuelas de Comunicación Social y de Periodismo incluir en sus mallas curriculares temas relacionados a las nuevas tecnologías y la aplicación de ellas para transmitir la información.

Conclusiones

En estos meses de seguimiento a las diferentes cuentas de los medios de comunicación y 20 periodistas locales, además de la constante lectura los periodistas debemos sumarnos de inmediato a la evolución del periodismo en tiempos de Internet para aprender más y servir mejor a las personas que no siguen en el periodismo 2.0.

El aprendizaje de las nuevas tecnologías es un nuevo reto para continuar en el avance del periodismo. Considero que no debería ser visto como una carga o como doble trabajo sino más bien como un reto.

Ante todos los cambios en la Internet el periodista cada vez más debe tener presente sus principios éticos para transmitir las noticias, tomando en cuenta los derechos humanos, la privacidad y el respeto por lo demás.

Bibliografía



Aznar, Hugo. Ética de la Comunicación y nuevos retos sociales. Barcelona-España: Paidós, 2005.

Orihuela, José Luis . «Mundo Twitter.» Orihuela, José Luis. Mundo Twitter. Barcelona : Alienta, 2011. 57.

Orihuela, José Luis. «Mundo Twitter (Tercera Edición).» Orihuela, José Luis. Mundo Twitter (Tercera Edición). Barcelona: Alienta, 2011. 22.

Piscitelli, Alejandro. «Mundo Twitter (Tercera Edición).» Orihuela, José Luis. Mundo Twitter (Tercera Edición). Vol. 3. Barcelona: Alienta, sello editorial del Centro de Libros PAPF, Grupo Planeta, 2011. 3 vols. 15.

Hernández, José. Periodismo ¿Oficio imposible? Quito-Ecuador : Quipus de la Ciespal, 2004.

KUKLINSKI, CRISTOBAL COBO ROMANÍ y HUGO PARDO. Planeta web 2.0. Barcelona-España/México DF. , 2007.

Restrepo, Javier Darío. Falta reflexión ética en el periodismo de internet: Javier Darío Restrepo. junio de 2011. 02 de julio de 2013 <<http://bit.ly/19mISur>>.

SANT, OSCAR DEL. s.f.

Seminario de Diseño e Información, SID. Internet crea la necesidad de hacer periodismo de mayor calidad. México, 12 y 13 de junio de 2013.