



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 Licenciado(a)
en Comunicación Social,
Mención Periodismo**

TEMA:

**Twitter.- Su aporte en información en la web para el área deportiva de
Unión TV**

AUTOR:

Xavier Adrian Torres Baho

TUTOR:

Máster Geovanny Walter Narváez Narvaéz

Cuenca-Ecuador

2013

AUTOR:

Xavier Adrian Torres Baho



UNIVERSIDAD DE CUENCA

RESUMEN

Twitter.- su aporte de información en la web, para el área de noticias y deportes de Unsión Tv.

Este estudio aborda la investigación de la utilización de Twitter en el área de noticias y deportes de Unsión Tv, su aporte de información en la Web de este medio de comunicación cuencano y su equipo de producción. A través de cuestionarios y entrevistas se investiga cómo manejan esta herramienta digital, los campos en los que lo utilizan y la influencia que ésta red social adquiere al momento de buscar y generar información en el trabajo periodístico. Las encuestas realizadas al personal de Unsión nos da la referencia de cómo se está manejando Twitter. La metodología utilizada para este trabajo ha sido una investigación de campo, realizada en los departamentos de noticias y deportes, también se trabajó con entrevistas al personal que está directamente vinculado con el Twitter del canal. El cuestionario aplicado fue de 23 preguntas basadas en la utilización y vinculación al Twitter del personal de Unsión, con el fin de poder obtener información, comprobar hipótesis y alcanzar los objetivos planteados en el presente trabajo. Con el debido proceso y análisis de la información obtuvimos gráficos estadísticos que nos permiten conocer con mayor claridad los porcentajes correspondientes con referencia de utilización de Twitter.

PALABRAS CLAVE:

Twitter, información, comunicación digital, Unsión Tv, televisión, Cuenca, periodismo, Web 2.0

AUTOR:

Xavier Adrian Torres Baho



UNIVERSIDAD DE CUENCA

ABSTRACT

Thesis Summary: Twitter. - Provision of information on the website, for news and sports area of Unsi3n Tv.

This research study addresses the use of Twitter in the Unsi3n TV area of news and sports, your provision of information on the website of this media in Cuenca and its production team. Through questionnaires and interviews the researcher investigates how they handle this digital tool, the fields in which they use it and the influence it acquires social network when seeking and generate information in the field of journalism. Surveys given to Unsi3n Tv staff gives us the reference of how Twitter is being handled. The methodology used for this study was a field investigation, carried out in the news and sports departments also worked with staff interviews which are directly linked to the Twitter channel. The questionnaire used was 23 questions based on the use and adherence to Twitter Unsi3n Tv staff, in order to obtain information, test hypotheses and achieve the goals outlined in this paper.

With all due process and analysis of information obtained statistical graphs allow us to know more clearly with reference percentages for use of Twitter.

KEYWORDS:

Twitter, information, digital communication, Unsi3n Tv, television, Cuenca, Journalism, Web 2.0

AUTOR:

Xavier Adrian Torres Baho



UNIVERSIDAD DE CUENCA

TEMA: TWITTER.- SU APOORTE DE INFORMACIÓN EN LA WEB, PARA EL ÁREA

DE NOTICIAS Y DEPORTES DE UNSIÓN TV.

TITULO: TWITTER EN PERIODISMO DE NOTICIAS Y DEPORTES

ÍNDICE DE CONTENIDOS

Resumen.....	2
Abstrac.....	3
Indice	4
Dedicatoria	8
Agradecimiento.....	9
Justificación.....	10
Delimitación del objeto de estudio.....	11
Objetivos.....	11
Metodología.....	12
Capítulo I. Comunicación y periodismo digital.....	13
1. Introducción.....	13
1.1 Las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación, NTICS.....	13
1.2 Periodismo digital.....	17
1.3 Internet, redes sociales.....	19
1.4 ¿Qué es Twitter?.....	22
Capítulo II. Unsión TV	26
2. Unsión TV.....	26
2.1 Historia, estructura, cobertura, programación y las NTICS.....	26

AUTOR:

Xavier Adrian Torres Baho



UNIVERSIDAD DE CUENCA

2.2 Noticias y Deportes en Unsión TV y sus redes sociales.....	30
3. Internet y Redes sociales en noticias y deportes.....	34
4. Twitter en Unsión TV.....	35
Capítulo III. Utilización de Twitter en los programas de noticias y deportes.....	38
5. Metodología.....	38
6. Equipo de producción de Unsión TV.....	39
7. Resultados de la investigación.....	40
Capítulos IV. Conclusiones y recomendaciones.....	54
Bibliografía.....	60
Anexos.....	62

AUTOR:

Xavier Adrian Torres Baho



UNIVERSIDAD DE CUENCA



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Fundada en 1867

Yo, XAVIER ADRIAN TORRES BAHO, 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 Licenciado en Comunicación Social, Mención Periodismo. El uso que la Universidad de Cuenca hiciera de este trabajo, no implicará afección alguna de mis derechos morales o patrimoniales como autor.

XAVIER ADRIAN TORRES BAHO

0105631519



UNIVERSIDAD DE CUENCA
FACULTAD DE FILOSOFIA, LETRAS
Y CIENCIAS DE LA EDUCACION
SECRETARIA

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



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Fundada en 1867

Yo, XAVIER ADRIAN TORRES BAHO, certifico que todas las ideas, opiniones y contenidos expuestos en la presente investigación son de exclusiva responsabilidad de su autor.

XAVIER ADRIAN TORRES BAHO
0105631519



UNIVERSIDAD DE CUENCA
FACULTAD DE FILOSOFIA, LETRAS
Y CIENCIAS DE LA EDUCACION
SECRETARIA

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

AUTOR:
Xavier Adrian Torres Baho



UNIVERSIDAD DE CUENCA

DEDICATORIA

A mi familia, mi mujer, mi hijo, madre y hermanos, quienes son el pilar y motivación permanente en todas las actividades que realizo.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

AGRADECIMIENTO

Doy gracias a Dios, por haberme dado la vida y encaminarme por el sendero correcto para terminar con éxito la carrera de Comunicador Social.

Enfatizo mi profundo agradecimiento al Máster Hugo Johnson Humala – Director del Curso de Graduación, por dar apertura a este curso; a la Econ. Laura Ortega por facilitarnos el material de todos los módulos de las distintas materias recibidas, a los profesores de las distintas materias realizadas en este curso, sus valiosos conocimientos; al Máster Geovanny Narváez, por su tiempo, paciencia, sus acertados comentarios, criterios y conocimientos que hicieron posible que hoy vea cristalizada mi meta.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

TEMA: TWITTER.- SU APOORTE DE INFORMACIÓN EN LA WEB, PARA EL ÁREA

DE NOTICIAS Y DEPORTES DE UNSIÓN TV.

TITULO: TWITTER EN PERIODISMO DE NOTICIAS Y DEPORTES

JUSTIFICACIÓN

El interés por el mundo de las noticias y del deporte hace que la gente busque información rápida y precisa, con las nuevas tecnologías el ser humano se vincula a este universo de información noticiosa y de entretenimiento deportivo. Si bien es cierto en el medio donde yo desempeño mis labores diarias, “UNSION TV”, ha evolucionado a medida de como se ha presentado las nuevas formas de mostrar y dar a conocer información, sobre todo en la web y su relación con Twitter. Es así que se busca saber qué tan beneficioso y útil es Twitter en este medio y cómo se maneja esta red en el área de producción al momento de emitir informaciones vía TV y On line; esa es una de las principales interrogantes que se plantea en este trabajo.

Luego de egresar de mis estudios en la Escuela de Comunicación Social, he tenido la oportunidad de laborar en un medio televisivo donde he aportado y aprendido muchas cosas más en las programaciones que este medio emite, enriqueciendo mis conocimientos y madurando a nivel profesional, durante varios años hasta la fecha.

Vivir de frente la realidad de Unsión TV y ver cómo evoluciona su forma de generar noticias frente al mundo inmenso de información que brinda Internet, en este caso el Twitter. El interés es el investigar cuál es el aporte que puede darse al momento de emitir información. De esta forma con el presente trabajo Unsión podrá evaluar de qué manera está influyendo su información emitida a través del Twitter y qué eficiencia tiene esta red social. Este trabajo es

AUTOR:

Xavier Adrian Torres Baho



UNIVERSIDAD DE CUENCA

pertinente ya que Internet va tomando fuerza a pasos agigantados y los medios tradicionales se ven en la obligación de involucrarse en este mundo ante la gran demanda que ésta genera.

DELIMITACIÓN DEL OBJETO DE ESTUDIO Y FORMULACIÓN DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

En el presente trabajo se analizará la red social Twitter para conocer el aporte que ésta da en el campo informativo; esta red social que se dio a conocer desde el 21 de marzo del año 2006. La información de los medios tradicionales como lo son radio, prensa, televisión, frente a las nuevas tendencias de información rápida como Twitter en el campo periodístico, están inmersos en la red. El Twitter sirve para la actualización inmediata de datos de manera continua y constante.

Mantener la relación entre emisor y receptor, es la base para tener a la audiencia pendiente del trabajo que se realiza en el canal, por esta razón es tan importante utilizar este red social. Unsión TV tras sus diez años de sintonía a nivel local se ha mantenido con su programación de noticias y deportes, con la necesidad de mantener informada a su teleaudiencia.

OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

- Conocer el manejo y utilización de Twitter para la recopilación y construcción de la información en los noticieros y en los deportes de Unsión TV.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Conocer la eficiencia de la información a través del Twitter.

AUTOR:

Xavier Adrian Torres Baho



UNIVERSIDAD DE CUENCA

- Descubrir el manejo de esta red social por parte de los periodistas de Unsión TV
- Analizar el aporte de la información emitida vía Twitter por los periodistas y por otras personas relacionadas con su cuenta.
- Observar el porcentaje de información, vía Twitter, que utiliza el equipo de producción del área de informativa y deportiva para el programa.

METODOLOGÍA

Los métodos a utilizar en la investigación sobre este tema serán, en primera instancia, la recopilación de información sobre la utilización de Twitter y su definición, bibliografía. Se realizarán entrevistas a profundidad a los integrantes del programa deportivo y noticiero de Unsión TV: Andrés Muñoz, productor, Liliana Llanes, reportera DTV; Guifor Trujillo; presentador DTV; así como también a Wilmer Prado, productor de noticias y sus colaboradores: Santiago León, reportero; Jammil Bustán, reportero; Adán Cabrera, camarógrafo editor; Katty Orellana, camarógrafa editora; Hugo Johnson Humala, presentador y Karyna Crespo, presentadora. Este proceso servirá de mucho para conocer los datos que manejan directamente con el programa. Se apoyará la investigación con entrevistas a periodistas que están relacionados con el periodismo 2.0.

También se realizará una investigación cualitativa y cuantitativa, a través de encuestas al personal administrativo y de campo de Unsión TV. Luego de obtener todos los datos necesarios a través de la investigación, antes señalada, se procederá a la elaboración de un informe de diagnóstico de las encuestas realizadas con sus debidas interpretaciones, conclusiones y sugerencias.

AUTOR:

Xavier Adrian Torres Baho



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Capítulo I

INTRODUCCIÓN

Las nuevas formas de adquirir información a través de las nuevas tecnologías hacen que el mundo ponga atención en ellas, haciendo que muchas personas tengan esta transición e involucramiento. Internet ha calado fondo en las nuevas tendencias comunicativas, dejando un poco relegados a los medios tradicionales: “La televisión es la práctica comunicativa que más ha sufrido el impacto de Internet, seguido por la práctica de leer libros y escuchar la radio” (Castells et al, 154).

Aquí se forja una brecha digital, es decir, a la idea de que la web esta cada vez creando un mundo dividido entre los que tienen y no tienen Internet. Antes se decía que mediocre es aquella persona que no sabe leer ni escribir, ahora se dice que mediocre es aquella persona que no sabe computación e inglés. Observamos que aquellas personas que no tienen acceso a la Web son cada vez más frágiles en el mercado del trabajo. Sucede también que los territorios no conectados a la Web pierden competitividad económica internacional que constituyen bolsas muy altas de pobreza incapaces de sumarse a este nuevo modelo de desarrollo.

1.1 LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y DE LA COMUNICACIÓN; NTICS

Existe un progreso considerable de conectividad, las tasas de crecimiento en la Web en todas partes son altísimas y la “divisoria digital” que divide fundamentalmente la falta de conectividad en ciertas sociedades, como las llamadas tercer mundo o en vías de desarrollo, está dejando de ser un problema en aspectos de involucramiento a estas nuevas tecnologías comunicativas de la Web.

AUTOR:

Xavier Adrian Torres Baho



UNIVERSIDAD DE CUENCA

En una conferencia dictada por el periodista y catedrático Enso Resende de Melo en la Universidad Estatal de Cuenca, hace hincapié de lo que es Internet y los medios tecnológicos; de esta manera señalaba que los hombres crean las herramientas y las herramientas crean al hombre; Internet crea su propio lenguaje; los medios digitales están presionando a los medios tradicionales. Por lo tanto, decía Resende de Melo que Internet es un gigantesco banco de datos, un recurso fundamental para los nuevos medios de información.¹

En Ecuador se ve reflejado también este campo que va ganando terreno en la web, muchas escuelas y colegios implementan en sus materias computación y todo lo que abarca dentro de ella; además no sólo en las zonas urbanas sino también en las rurales. Las políticas del estado, en este caso el Ministerio de Educación, está trabajando en todo esto, falta mucho pero es un paso gigante hacia estas nuevas tecnologías comunicativas.

INTERNET EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Cada vez las coberturas para Internet son más amplias y los costos de sus paquetes están al alcance de todos; se ve la creciente demanda y muchos hogares ya cuentan con este servicio. Además hay varias zonas donde hay señal gratis como parques, supermercados, bibliotecas, instituciones educativas, etc., que con los nuevos aparatos tecnológicos como el celular, tablets, laptops, etc., vienen adaptados sistemas wireless.

Para conectarse en estos lugares no hay la necesidad de cables y es de forma gratuita, haciendo que la persona que tiene estos aparatos estén siempre conectados, informándose de múltiples cosas que Internet ofrece en sus

¹ Apuntes personales de la conferencia sobre el tema "Internet y Medios Digitales", dictada por el Máster y catedrático Enso Resende de Melo en la Universidad de Cuenca, enero 2013



UNIVERSIDAD DE CUENCA

innumerables contenidos de sus redes. Un ejemplo muy significativo que ha dado paso con estas nuevas tecnologías de información y comunicación (NTICS) son las formas de relacionarnos unos con otros. La tecnología ha evolucionado de una manera increíble, pues se necesita de un computador con señal para hacerlo en tiempo real y no sólo en el computador, ahora los mismos teléfonos móviles nos brinda esta opción de comunicarnos y vernos con otras personas en tiempo real y en cualquier parte donde nuestro teléfono tenga conexión inalámbrica.

INTERNET EN EL DESARROLLO ECONÓMICO Y EMPRESARIAL

Con el surgimiento de las nuevas tecnologías comunicativas hay una relación entre Internet y la nueva economía: “Lo esencial aquí es que la nueva economía no es la economía de las empresas que producen o diseñan Internet, es de las empresas que funcionan con y a través de Internet. Ésa es la nueva economía y eso es lo que está ocurriendo en todo el mundo” (Moraes, 212).

Cabe recalcar que el desarrollo de los usos de Internet comienza primero en aquellas empresas de alta tecnología, aquellas que crean equipos de Internet y programas de software que lo aplican a su propia organización, desde allí parten y se difunden rápidamente a todo tipo de empresas; esto hace que se cree un nuevo modelo de organización empresarial.

Ahora hay más diseñadores gráficos que forman sus propias empresas que a través de programas de computación y con Internet ayudan a otras empresas o negocios a que sus locales sean más vistosos creando otra imagen donde llame más la atención de los clientes. Y es que con las nuevas tecnologías de comunicación se abren muchas puertas de empleo, nuevos métodos de generar economía, ya no es sólo de información o entretenimiento. Internet y las nuevas tecnologías de comunicación va mas allá y esto es sólo el inicio de muchas cosas que se pueden hacer por este medio y que países como el nuestro ya le

AUTOR:

Xavier Adrian Torres Baho



UNIVERSIDAD DE CUENCA

han dado la importancia que ésta implica por todo lo que puede generar en la parte local, nacional e internacional.

Desde sus inicios y durante toda la evolución que ha tenido Internet se ha visto inmersa a muchas críticas positivas y negativas sobre su servicio, la mismas críticas se han dado sobre el rol del periodista sobre estos nuevos métodos de comunicación con relación a la nuevas tecnologías comunicativas.

Aquí se ha hablado de que Internet aliena, aísla, lleva a la depresión, al suicidio, a toda clase de cosas horribles; o bien, por el contrario, que Internet es un mundo extraordinario, de libertad, de desarrollo en el que todo el mundo se quiere, en el que todo el mundo vive en comunidad. ¿Qué sabemos empíricamente de esto? Sabemos bastantes cosas. Sabemos, por ejemplo, por un estudio que acaba de hacer British Telecom, un gran estudio de observación realizado a lo largo de un año en una serie de hogares en los que se utilizaba Internet, que no cambia nada. Es decir, que la gente que hacía lo que hacía, lo sigue haciendo con Internet y a los que le iba bien, le va mucho mejor, y a los que le iba mal les va igual de mal; el que tenía amigos, los tiene también en Internet, y quien no los tenía, tampoco los tiene con Internet. (Moraes, 217)

Muchos estarán en desacuerdo, al igual que otros le darán visto bueno a estas tendencias, ya lo dijo en su charla Enso Resende de Melo que hay que apostar al cambio, el periodismo se va dando con los recursos disponibles, argumenta que es una forma de hacerle frente a los medios informativos, estos son

AUTOR:

Xavier Adrian Torres Baho



UNIVERSIDAD DE CUENCA

dispositivos, para algunos novelorías para otros instrumentos de dar información.²

Los comunicadores sociales son partícipes de este tipo de comunicación en la Web, ejerciendo el periodismo digital como una nueva opción de adquirir y transmitir su información, “es el entorno tecnológico, y no los medios tradicionales, el que esta redefiniendo el perfil y las habilidades de los periodistas” (Briggs, 4).

1.2 ¿QUÉ ES PERIODISMO DIGITAL?

Al hablar de Web 2.0 se hace referencia a estas nuevas maneras de dar a conocer la información que se da en el globo terráqueo, mediante las nuevas tecnologías, su relación con sus usuarios que en ella navegan y la importancia que tiene la otra persona a quien va dirigida, pues puede tener un papel protagónico en el desarrollo de la misma, su opinión o el hecho de dar seguimiento vale mucho. Hay que tomar en cuenta que todo lo planteado debe ir encaminado en el rol que cumple el periodista, es decir, que lo escrito sea entendible y mantenga la veracidad en sus contenidos.

Todo se trata de apertura – software de código abierto que permite a los usuarios control y flexibilidad, estándares abiertos para permitir la nueva creación. Los editores Web están creando plataformas en lugar de contenido. Los usuarios están creando el contenido, ya no son más silos aislados de información con canales de comunicación de una sola vía (uno a muchos), sino más bien fuentes de contenido y funcionalidad. (Briggs, 33).

² Apuntes personales de la conferencia sobre el tema “Internet y Medios Digitales”, dictada por el Master y catedrático Enso Resende de Melo en la Universidad de Cuenca, enero 2013



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Para el periodismo de hoy tiene un significado muy importante: los lectores ya no son los receptores pasivos de nuestros mensajes como se lo hacían en épocas pasadas, ellos tienen la posibilidad de crear, compartir y comentar, este cambio a puesto fuera de lugar la lección que la mayoría de estudiantes de periodismo recibían en su aula de clase: “Nosotros enviamos, ellos reciben”.

Hace no mucho tiempo ¿quién de nosotros no se quedó con alguna duda o interrogante cuando veíamos alguna noticia por la televisión, leer el periódico y/o al escuchar algo por la radio?, generalmente preguntábamos al que estaba a lado nuestro y si estábamos solos nos quedaba esa duda, hasta saber si el medio lo difundía posteriormente. “Muchas organizaciones periodísticas tradicionales incluyen enlaces a correos electrónicos en las historias noticiosas para facilitar a los lectores establecer contacto con los reporteros y formular preguntas o comentarios sobre las historias” (Briggs, 40).

Generalmente, los canales de televisión que generan información manejan su propia página web para mantener al tanto de su programación a sus televidentes, sobre todo de los programas en vivo, de ahí para mantenerlos actualizados, se manejan con redes sociales como el Facebook, Twitter y YouTube, ya que el periodismo digital comprende nuevas formas de dar a conocer la información. La empresa busca siempre estar actualizada con la tecnología debido a que esto es lo nuevo en nuestra cultura y deben adaptarse para estar a la par de este nuevo mundo y periodismo digital.

Lo que sobresale en el periodismo digital y todas estas redes sociales es la “retroalimentación” que existe entre el televidente y el canal, es más, este medio le sirve a sus productores para obtener información para sus diferentes emisiones de noticias y demás programas, podríamos decir que una de las ventajas que brinda el Twitter, es justamente poder obtener información de última hora.

AUTOR:

Xavier Adrian Torres Baho



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Los internautas se enteran de varias noticias -accidentes, incendios, asesinatos, etc.-, a través de las redes sociales y en especial en Twitter. Es por esto que el periodismo digital ha transformado este medio y razón por la cual todo periodista debe estar actualizado y de la mano con todas las redes sociales.

se puede aprovechar la tecnología Web 2.0 . Sitios que emplean etiquetados, por ejemplo, son útiles en reportería en temas de nicho. Úselos para organizar sus búsquedas y ver qué otras etiquetas relacionadas con su tema son populares.” (Briggs, 2007d, 40),

Podemos enterarnos de noticias en minutos, pero lo más importante es que no necesariamente nos la ponemos a buscar, sino que como dice el autor, nos las etiquetan y la tenemos a la mano en instantes, noticias que posteriormente ayudan al desarrollo del noticiero.

1.3 INTERNET, REDES SOCIALES E INFORMACIÓN

El Internet nace en el año de 1969 y desde los 90 empieza a ampliarse en el mundo, es un medio que interactúa con la sociedad, se constituye de una red de ordenadores con la capacidad de comunicarse entre ellos. Es un medio de comunicación, de interacción y organización social que en sus inicios tuvo algunas dificultades, pero con el pasar de los años desde su creación fue creciendo de menos a más entre todas las masas.

Moraes en su libro, *Por otra comunicación*, nos da algunas lecciones sobre el origen y evolución de internet y sus métodos de comunicación:

Primera lección: Internet se desarrolla con la interacción de la ciencia, la investigación universitaria y los programas de

AUTOR:

Xavier Adrian Torres Baho



UNIVERSIDAD DE CUENCA

investigación militar. Segunda lección: Internet no nació como un proyecto de lucro empresarial, este no fue la fuente de internet.

Tercera lección: Internet se va desarrollando gratuitamente en base de “una arquitectura informática abierta y de libre acceso desde el principio”.

Cuarta lección: los usuarios fueron los productores de la tecnología de Internet, aquí hubo una modificación constante de aplicaciones, en un proceso de “feed back”.

Quinta lección: En los Estados Unidos EEUU internet se abre partir de una red internacional de científicos y técnicos que comparten las tecnologías en forma de cooperación.

Sexta lección: Desde sus inicios internet se auto gestiona de forma informal.

Finalmente la última lección que da Moraes es la observación que hace sobre la historia de Internet es que el acceso a los códigos de Internet, el acceso a los códigos del software que gobierna Internet, es, ha sido y sigue siendo abierto (Moraes, 205).

El Internet es un invento que ha evolucionado la manera de como las personas nos comunicamos. Actualmente, casi todas las personas han navegado en este nuevo medio en donde no sólo buscan información sino también diversión; “Internet se refiere a una serie de computadores que están conectados y comparten información”. (Briggs, 20), Moraes nos expone que internet es una fuente abierta, las personas tomamos esta tecnología de la forma que más no convenga, tecnología que ayudado a evolucionar el mundo, incluso nuestro entorno periodístico.

En este aspecto es obvio que los comunicadores, con más razón aún, estén al tanto de todo el mundo tecnológico y digital, tratando siempre de estar a la par

AUTOR:

Xavier Adrian Torres Baho



UNIVERSIDAD DE CUENCA

de la tecnología, con el fin de llegar a ser un buen periodista, utilizando éstas como alternativas de información constante, como dice Migue Ángel Bastenier en su libro, *Cómo se escribe un periódico*:

¿el periodista nace o se hace? Cuestiones todas debatidas en general a la luz de una nueva visión romántica, esencialista de las cosas, que si el transcurso del tiempo y el progreso humano no han liquidado todavía, nada lo hará. Nacen los niños, no los periodistas (Bastenier, 241).

Unión, objeto de estudio de nuestra investigación, como medio de comunicación no se ha quedado atrás, sus productores y demás colaboradores están a la par de estas nuevas tendencias razón por la cual también manejan Twitter y demás redes sociales que les permiten mantener más informados a sus televidentes.

1.3 REDES SOCIALES

Desde hace varios años atrás se ha creado diversas redes que buscan mantener comunicadas entre sí a las personas que principalmente tiene en común la amistad o afinidad. Algunas de estas redes están en pleno apogeo, mientras que otras han perdido interés o han desaparecido, entre estas tenemos: Hi5, Facebook, Twitter, Pinterest, MySpace, Skype, Flickr, Flixter, etc. Todas estas con el mismo fin, de ahí su objetivo varía según como la persona incline su perfil o según la información que publique, aunque entre estas redes unas son más sociales que otras, algunas están dirigidas al trabajo o a emitir información más seria.

AUTOR:

Xavier Adrian Torres Baho



UNIVERSIDAD DE CUENCA

1.4 ¿QUÉ ES TWITTER?



La red Twitter nace para ofrecer un servicio donde grupos sociales puedan comunicarse y estar conectados a través de mensajes cortos. Se trataba de crear un sistema sencillo que permitiera enviar un sms con cualquier información no a un solo usuario sino a varios a la vez.

Es la herramienta de microblogging más popular en la actualidad por su número de usuarios que utiliza, aquí se maneja la mensajería instantánea, sistemas de comunicación que se nos presenta en Internet la cual nos permiten mantenernos comunicados en tiempo real con otros usuarios que se han visto interesados en este modelo, y su manera de transmitir informaciones en torno a este servicio.

Su génesis, el 21 de marzo de 1996 de la mano de Jack Dorsey en los Estados Unidos, nace con la finalidad de intercambiar información con sus usuarios, su significado es la combinación de Jitter y twitch quedando finalmente como Twitter que quiere decir “estar nervioso y también pequeña cantidad de información intrascendente”, su logotipo es muy conocido un ave de color turquesa hace que Twitter esté bien posesionado en el mercado.

Desde ese instante se inició un crecimiento exponencial del servicio llegando a convertirse en la principal plataforma de nanoblogging hasta el momento, tanto en uso como en número de usuarios. Actualmente se estima que dispone de más de 22

AUTOR:

Xavier Adrian Torres Baho



UNIVERSIDAD DE CUENCA

millones de usuarios únicos y casi 50 millones de cuentas dadas de alta (aunque este dato es una estimación dado que Twitter no ofrece datos públicos). El 4 de noviembre de 2009, se puso en marcha el servicio traducido al español (traducción realizada por los propios usuarios del servicio) (texto digital³).

¿CÓMO FUNCIONA TWITTER?: PASOS FUNDAMENTALES

Para registrarse se debe crear una cuenta en la página de Twitter asignando un nombre de usuario y un password o clave. Una vez ya ingresado en este sistema podemos agregar una breve descripción personal, un avatar o fotografía y una dirección de otra página web, por ejemplo un blog o la página de la empresa, negocio, medio de comunicación, etc.

MENSAJES: SU ESTRUCTURA Y FUNCIONALIDAD EN TWITTER

Aquí se encuentra un recuadro donde se puede escribir los textos (llamados twitts), con un máximo de 140 caracteres. En este mensaje también podemos incluir hipervínculos, enlaces para videos, fotos y hashtag que nos llevan a informaciones más amplias de lo expuesto en el los tuits. Tanto nuestros mensajes como los escritos por otros usuarios aparecen en la pantalla en orden cronológico.

Cada mensaje enviado desde una cuenta personal o la de otra persona, tiene referencia de tiempo, minutos, horas, días, además el lugar desde donde se ha escrito que puede ser desde Internet o un teléfono móvil.

PRIVACIDAD Y SEGURIDAD EN TWITTER

Para leer otros mensajes y saber los contenidos que exponen otros usuarios o empresas hay que ser seguidores de estas personas, por medio del buscador

³ *<http://www.interactividad.org/2010/01/26/twitter-%C2%BFque-es-y-para-que-sirve/>



UNIVERSIDAD DE CUENCA

se puede encontrar a otros usuarios de Twitter, observar su perfil y descripción y dando un click sobre el botón “Follow” se puede ver, desde ese momento, todos los comentarios que publique.

Para garantizar una cierta intimidad y privacidad se encuentra dos formas de seguridad: la primera es bloqueando a un usuario de forma que no pueda ver nuestros comentarios; y en segundo lugar, es posible bloquear nuestra cuenta de manera que cuando otro usuario quiera ser “seguidor” se recibe un correo electrónico solicitando una autorización. Una facilidad que da Twitter es que se puede seguir usuarios a nuestra cuenta, sin la necesidad de seguirlos a ellos y viceversa.

OTRAS FUNCIONALIDADES INTERESANTES DE ESTA PLATAFORMA

Da paso a mensajes directos, un usuario puede enviar mensajes sólo a sus seguidores que únicamente lo podrán leer si se envía a través de Twitter y se recibe en la cuenta del correo electrónico del “seguidor”.

Se puede contestar a los tuits publicados mediante la opción de respuesta, estableciendo conversaciones por medio de la pestaña de respuestas, se pueden ver todos los contenidos de los mensajes emitidos.

Una sección de favoritos que se marca a través de una estrella situada al lado del mensaje y los otros usuarios también lo puedan consultar.

El propósito fundamental de Twitter es compartir información que uno considere interesante, así esta herramienta se convierte en una fuente primaria de obtención de datos, aquí se identifica a usuarios expertos en temáticas concretas, como es el caso de estudio del tema Twitter en el área de noticias y deportes en Unsión TV, que siguiéndolos se obtendrá información relevante sobre temas que ellos tratan en su área de producción.

resultan saludables los experimentos de algunos periodistas y medios que van más allá y que intentan aprovechar las

AUTOR:

Xavier Adrian Torres Baho



UNIVERSIDAD DE CUENCA

características de Twitter y similares, con usos como transmisión en línea y en directo de eventos, conferencias o sucesos, intercambio de opiniones entre asistentes a eventos y discusiones de hechos de la actualidad (Franco, 159).

Generar comunidad, gestión de la reputación personal y promoción de contenido propio, entre otros, son unos de los varios servicios que ofrece el mundo Twitter para todos aquellos usuarios que han adquirido esta plataforma de información interesante y relevante, sobre todo lo que acompaña a la Web 2.0 en la actualidad.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Capítulo II

2. UNSIÓN TV



Este un trabajo para el tema "TWITTER, SU APOORTE DE INFORMACIÓN EN LA WEB PARA EL ÁREA DE NOTICIAS Y DEPORTES DE UNSIÓN TV ", enfocándome especialmente en el manejo de esta red social por parte del personal de producción, en el departamento de noticias y deportes, dándonos una visión de la información que emiten y reciben de la red Twitter, destinada al público masivo que sigue este medio de comunicación cuencano.

Unsión canal 25, es un medio de valores, que se ha creado pensando en brindarle al público televidente, una programación positiva, sana y entretenida para unir a toda la familia.

2.1 HISTORIA Y ESTRUCTURA



Unsión Tv nace en Cuenca, en abril de 2003, gracias a la iniciativa del norteamericano Bill McDonald; se crea por la preocupación de entregar a la ciudad y al país un medio para rescatar y promover los valores Cristianos en el Ecuador y en la Comunidad Hispana alrededor del mundo, a través de una programación educativa, sana

AUTOR:

Xavier Adrian Torres Baho



UNIVERSIDAD DE CUENCA

y de calidad.⁴

Visión: Ser un agente de influencia comprometido a impactar a la comunidad hispana mundial a través de una programación basada en valores cristianos.

Misión: Nuestra misión es influir en las culturas de habla hispana de todas las edades con el mensaje de Jesucristo para lograr una transformación en la sociedad⁵

Unión es un canal de valores, como lo afirma su misión y visión, que lleva desde sus inicios, el influir en la sociedad positivamente, como medio de comunicación están conscientes de la responsabilidad que esto conlleva.

Su programación está pensada para la familia dejando de lado la violencia, discriminación de cualquier tipo, uso de imágenes que degraden a la mujer, etc. Unión Tv es parte de la Fundación Unión Internacional cuya matriz radica en los Estados Unidos.

Un hecho que marcó en el año 2006, fue el incendio que sufrió sus instalaciones, quedando afectado casi en su totalidad, sin duda un golpe emocional entre todos sus empleados y dirigentes, pero con la perseverancia y con la ayuda de la Fundación Unión Internacional se pudo levantar en poco tiempo. Parte de su historia es que en sus inicios la señal de este canal cubría también la ciudad de Quito pero debido a

⁴ Información obtenida por parte de la empresa, NANCAL S.A., a través de material institucional. 07/06/13

⁵ Material obtenido por parte de la empresa NANCAL S.A. a través de material institucional. 15/06/13



UNIVERSIDAD DE CUENCA

situaciones de cobertura su sede se centró sólo en la ciudad de Cuenca, señal que ya lleva una década al aire.



COBERTURA

Unsión tv es un canal local, con aspiraciones de agrandar su cobertura no solo en el país sino también en América y Europa. Desde sus inicios además de Cuenca su señal cubría Quito a través de operadoras de cable de esta ciudad. En la capital la cobertura se mantuvo por el lapso de 3 años, luego de eso su sus operaciones se centraron solo en el Austro, netamente en Cuenca. La señal satelital está presente en casi todo el territorio ecuatoriano, por medio de los principales operadores de cable, y la red de canales comunitarios, llegando a más de 30 ciudades.

Los que cuentan con el servicio de cable lo pueden sintonizar en las siguientes frecuencias: TVCABLE canal 25, UNIVISA canal 76 y SERVICABLE canal 25. Hace un año, su presidente ha hecho gestiones para que Unsión TV sea parte de TCT (Operadoras de cable que se manejan en ciertas regiones de los Estados Unidos), mandando programaciones propias del canal como la revista “En Familia”.

AUTOR:

Xavier Adrian Torres Baho

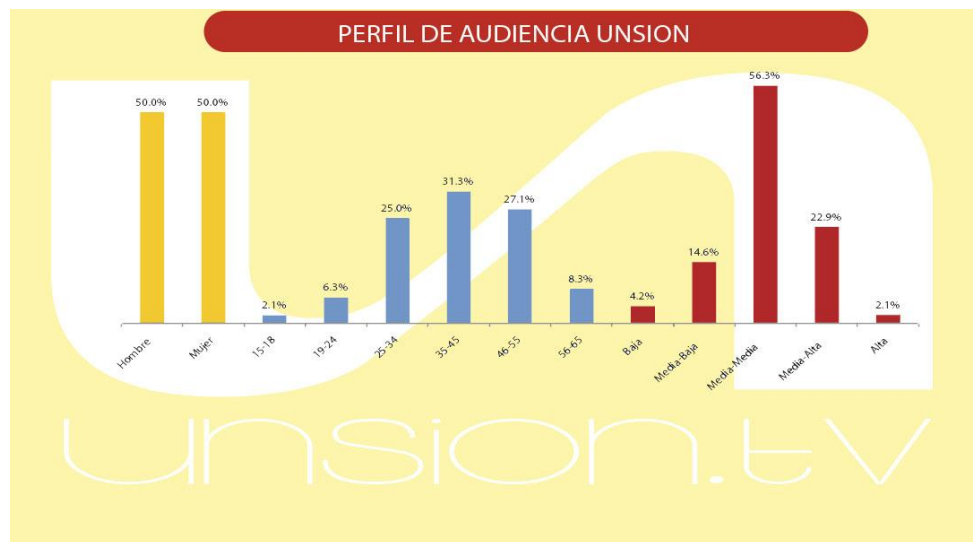


UNIVERSIDAD DE CUENCA

En estos meses la señal se abrió al satélite que cubre Canadá y algunos países del centro y Sur América, haciendo que la programación mejore día a día. Su objetivo es llegar a cubrir el mercado local, nacional, hispanoamericano y Estados Unidos, siendo una ventana del Ecuador al mundo, y la conexión para un gran número de migrantes ecuatorianos que radican en suelo estadounidense y muchos más en Europa.

PROGRAMACIÓN Y LAS NTICS

La programación de Unsión va dirigida a cuatro sectores definidos: niños, jóvenes, mujeres y hombres:



- Niños: La gran carrera, el club del Arca, Héroes de la Biblia.
- Jóvenes: el programa musical de 6 a 7, Holy City, One Cube.
- Para ellas: En Familia, Cocinemos, Vida Sana, Spacios.
- Para ellos: Informativo, DTV, Rutas del Viajero, Que tiempos aquellos.

AUTOR:

Xavier Adrian Torres Baho



UNIVERSIDAD DE CUENCA



La mayoría de estas programaciones se manejan con tres redes sociales como son Twitter (@unsiontv), Facebook (/unsion), Youtube (unsiontv) que forman parte de las nuevas tecnologías en las que Unsión Tv está involucrado. Es importante acotar que Unsión maneja su propia página web, www.unsion.tv, donde abarca toda la información referente al canal, sus proyecciones, su agenda comunitaria,

últimas noticias, entre otras.

En la actualidad el canal genera 9 programas de producción propia, en las cuales destacan las transmisiones de noticias, deportes y de entrevistas; en la parte de coproducción, hay 2 programas que salen en vivo. Además hay programaciones que compran su espacio y otros que el canal tiene en su parrilla. La programación de Unsión funciona de una manera ininterrumpida durante las 24 horas.

2.2 NOTICIAS, DEPORTES EN UNSIÓN TV Y SUS REDES SOCIALES





UNIVERSIDAD DE CUENCA

INFORMATIVO

Este programa de carácter informativo con 9 años de experiencia, trata de dar a conocer a toda la ciudadanía los hechos más relevantes de la localidad, además de tener convenios con otros canales para obtener noticias en el ámbito nacional e internacional. Tiene cuatro emisiones, de lunes a viernes.

Desde muy temprano a las 6h30 comienza el informativo “Primera Hora” donde se da a conocer noticias locales, nacionales e internacionales. El presentador o presentadora también da información de los mensajes emitidos vía Twitter por entidades gubernamentales que dan avisos y prevenciones, el más concurrido es el ECU 911 sobre información de tránsito o hechos que han cubierto. Además de tener entrevistas con invitados que tocan diversos temas de interés general.

Desde las 8h00 de la mañana se maneja un segmento llamado “En la Comunidad”, esta ventana es un espacio para recibir llamadas en vivo de la ciudadanía que hace uso de este medio para denunciar o dar una opinión de lo que sucede en sus parroquias, sectores donde viven, lo que han vivido o visto en la ciudad, pidiendo al medio de información que hagan las gestiones necesarias con las autoridades pertinentes. Este segmento además de recibir llamadas en vivo, tiene también entrevistas semanales con invitados o autoridades con el objetivo de tratar temas de la colectividad.

El presentador maneja en este segmento una cuenta Twitter, que da a conocer mediante una banda o sobre imposición (@unsiondenuncias), para que la gente desde ahí dé a conocer sus peticiones o suban fotos de casos que se quisieran tratar, ya que este segmento dura sólo 30

AUTOR:

Xavier Adrian Torres Baho



UNIVERSIDAD DE CUENCA

minutos y no se pueden atender todas las llamadas que se generan en este espacio.

A partir de las 13H00 es la segunda emisión de noticias, “Cuenca en Directo”, aquí se da a conocer información de la localidad, noticias nacionales e internacionales, además de entrevistas en el set. Este programa tiene una duración de 40 minutos para luego dar paso a deportes y farándula. Luego de estos programas empieza la otra emisión del noticiero, con la característica de que trata solamente noticias internacionales, éste tiene una duración de 30 minutos. Antes de salir al corte en estos espacios se presenta una pizarra que da a conocer sus redes sociales de facebook, youtube y Twitter.

Finalmente a partir de las 19:00 se transmite el “Informativo Nacional” donde se recopila todos los hechos generados durante el día.

El Twitter es la red que más influye en las cuatro emisiones, después de presentar cada nota de la localidad, sale la cuenta Twitter del reportero que cubrió la noticia, esto con la finalidad de ampliar la información emitida y que la gente conozca información que éste trasmite por la red.





UNIVERSIDAD DE CUENCA

DEPORTV

Este programa deportivo ofrece a su público las últimas noticias del Deportivo Cuenca, campeonato nacional, del deporte local, nacional e internacional, junto a Guiffor Trujillo y Andrés Muñoz, un nuevo concepto en información deportiva que se trasmite de lunes a viernes en tres emisiones.

El programa deportivo lleva al aire ya 9 años, éste es uno de los primeros programas que Unsión produjo el cual empezó con la conducción de Guiffor Trujillo, presentador que sigue en éste espacio. Luego tuvo la colaboración de Lorena Arévalo, Andrés Campoverde y actualmente Andrés Muñoz. Trujillo fue una de las personas que pasó por el incendio que sufrió Unsión, pero eso no impidió, tanto al canal como ha Guifor, seguir informando a sus televidentes con lo mejor del deporte profesional y amateur.

Su primera emisión es a partir de la 7:30 am con una duración de 30 minutos aquí se tocan temas de la localidad, nacional e internacional con relación a todas las disciplinas que han generado noticia.

La segunda emisión es a la 13h40, tiene un tiempo corto de 10 minutos donde su presentador destaca lo sucedido en la localidad más que en el campo nacional e internacional.

Su última emisión, es a partir de las 20H00, luego de las noticias, su tiempo es de 60 minutos en vivo, donde presentan notas locales, nacionales e internacionales, en este espacio hay días que tienen entrevistas en vivo con deportistas o dirigentes deportivos que han generado noticia.

AUTOR:

Xavier Adrian Torres Baho



UNIVERSIDAD DE CUENCA

DEPORTV Y TWITTER

Como todo buen periodista Guifor Trujillo está al tanto de las nuevas tecnologías, sobre todo de la red social Twitter, Trujillo indica, en una entrevista personal realizada para esta investigación que antes, durante y después de estar al aire, usa información emitida en Twitter para darla a conocer a sus televidentes y también para enriquecer datos que él ya conocía. Twitter es una gran herramienta para el departamento de Deportes debido a que les aporta un 60% de información local, un 30% de datos de noticias nacionales y de un 10% de noticias internacionales.⁶

Andrés Muñoz, director de deportes de Unsión, quien es la persona encargada de manejar la información en el Twitter, nos comenta que al momento de realizar agenda o guiones, revisa su Twitter tanto personal como de la empresa para poder obtener y brindar información para sus seguidores, alimentando así el feed-back que existe entre los dos y utilizando Twitter como una herramienta importante de trabajo.⁷

3. INTERNET Y REDES SOCIALES EN NOTICIAS Y DEPORTES

Internet es una herramienta fundamental para los programas de noticias y deportes, por esta vía dan a conocer información y también la extraen, sobre todo la información en el campo internacional. Las redes más utilizadas son Twitter, Facebook y You tube. Unsión maneja su propia página web, incluyendo su televisión en la red, que sigue su programación en momento real (streaming). Con esta herramienta Unsión, como medio de comunicación, se muestra más allá del campo

⁶ Entrevista realizada a Guifor Trujillo, presentador de DeporTv, el jueves 20 de junio de 2013

⁷ Entrevista realizada a Andrés Muñoz, director de deportes, el día martes 18 de junio de 2013

AUTOR:

Xavier Adrian Torres Baho



UNIVERSIDAD DE CUENCA

local, haciendo que su información recorra todo el mundo, creciendo así sus seguidores.

Los presentadores de noticias y deportes siempre están mencionando a sus televidentes que sigan a Unsión a través de la pagina web y las redes sociales todo esto con la finalidad de familiarizarlos con Unsión para que conozcan más de este medio, así como la información que ellos cuelgan en la página web y las redes sociales.

4. TWITTER EN UNSIÓN TV



En Unsión, la red social Twitter, se implementó desde el 2009 para los departamentos de noticias y deportes y posteriormente en todos los programas que se realizan en vivo, con el objetivo de estar a la par con la tecnología y de mantener mucho más informados a sus televidentes. También para usar esta red como una herramienta para obtener información que se pueda utilizar en sus programas porque una de las ventajas de Twitter es adquirir información de manera inmediata y actualizada en cada instante.

@unsiontv

Varias entidades gubernamentales como el ECU 911, al igual que otros medios de comunicación, como son canales nacionales e

AUTOR:

Xavier Adrian Torres Baho



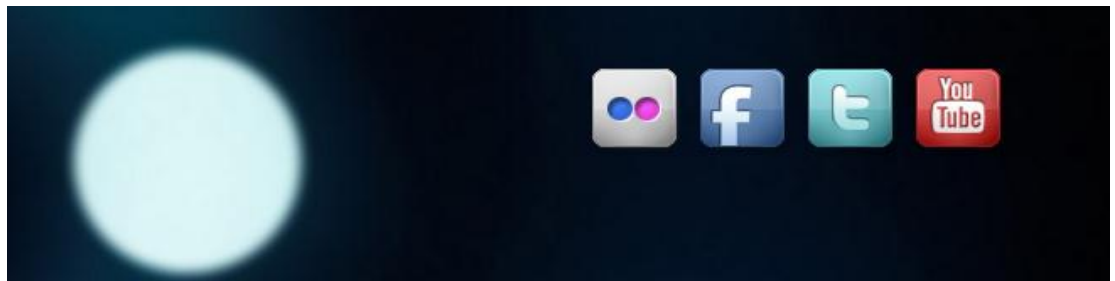
UNIVERSIDAD DE CUENCA

internacionales, manejan la cuenta de la red Twitter para generar noticias, Unsión Tv ha creado su propia cuenta para brindar información para sus televidentes y gente interesada en este medio de comunicación, además de seguir a entidades, medios, periodistas, entre otros, para dar seguimiento a sus informaciones.

Hasta el momento la cuenta de Twitter de Unsión (@unsiontv) ha generado 19.225 tweets, con 9.917 seguidores y 849 siguiendo; su representación de portada es: trasmitimos nuestra señal desde Cuenca, Ecuador. Tenemos programación para toda la familia, Unsión te llena.

En el caso de Unsión TV, al ser un canal de comunicación y tener una programación diferente, los datos publicados en su Twitter varían dependiendo de quién suba esta información. La clave de acceso está disponible para el área de producción que la utilizan para dar datos del programa, información relevante que genera importancia de manera jerárquica, estas informaciones se publican durante todo el día o en el horario que está saliendo dicho programa en vivo.

Wilmer Prado al igual que Andrés Muñoz comparten que si hacen un periodismo responsable el Twitter como medio de información es una pauta para personas que buscan estar más informados del acontecer diario; además, Unsión maneja Twitter con imparcialidad y credibilidad, dando hasta ahora la confianza a sus seguidores.



AUTOR:

Xavier Adrian Torres Baho



UNIVERSIDAD DE CUENCA





UNIVERSIDAD DE CUENCA

Capítulo III

UTILIZACIÓN DE TWITTER EN LOS PROGRAMAS DE NOTICIAS Y DEPORTES

METODOLOGÍA UTILIZADA

La metodología utilizada para este trabajo ha sido una investigación de campo a través de encuestas realizadas al personal de Unsión Tv. También se trabajó con entrevistas al personal que está directamente vinculado con el Twitter del canal. El cuestionario aplicado fue de 23 preguntas basadas netamente en la utilización y vinculación al Twitter del personal de NANCAL, con el fin de poder obtener información, comprobar hipótesis y alcanzar los objetivos planteados en el presente trabajo.

Esta investigación tuvo una duración de cinco días laborables para la aplicación de encuestas, pero también se realizaron entrevistas a la gente de producción a lo largo de un mes (de mayo a junio de 2013).

Con las encuestas realizadas y con el debido proceso y análisis de la información obtuvimos gráficos estadísticos que nos permiten conocer con mayor claridad los porcentajes correspondientes con referencia a la utilización de Twitter.

Parte de la metodología vale la pena mencionar que se hizo un trabajo de observación a través de las redes que utiliza Unsión, sobre todo de Twitter, y también del movimiento que produce la gente de producción con respecto a las nuevas tecnologías de comunicación. A continuación se graficarán los datos obtenidos con sus respectivos análisis.

AUTOR:

Xavier Adrian Torres Baho

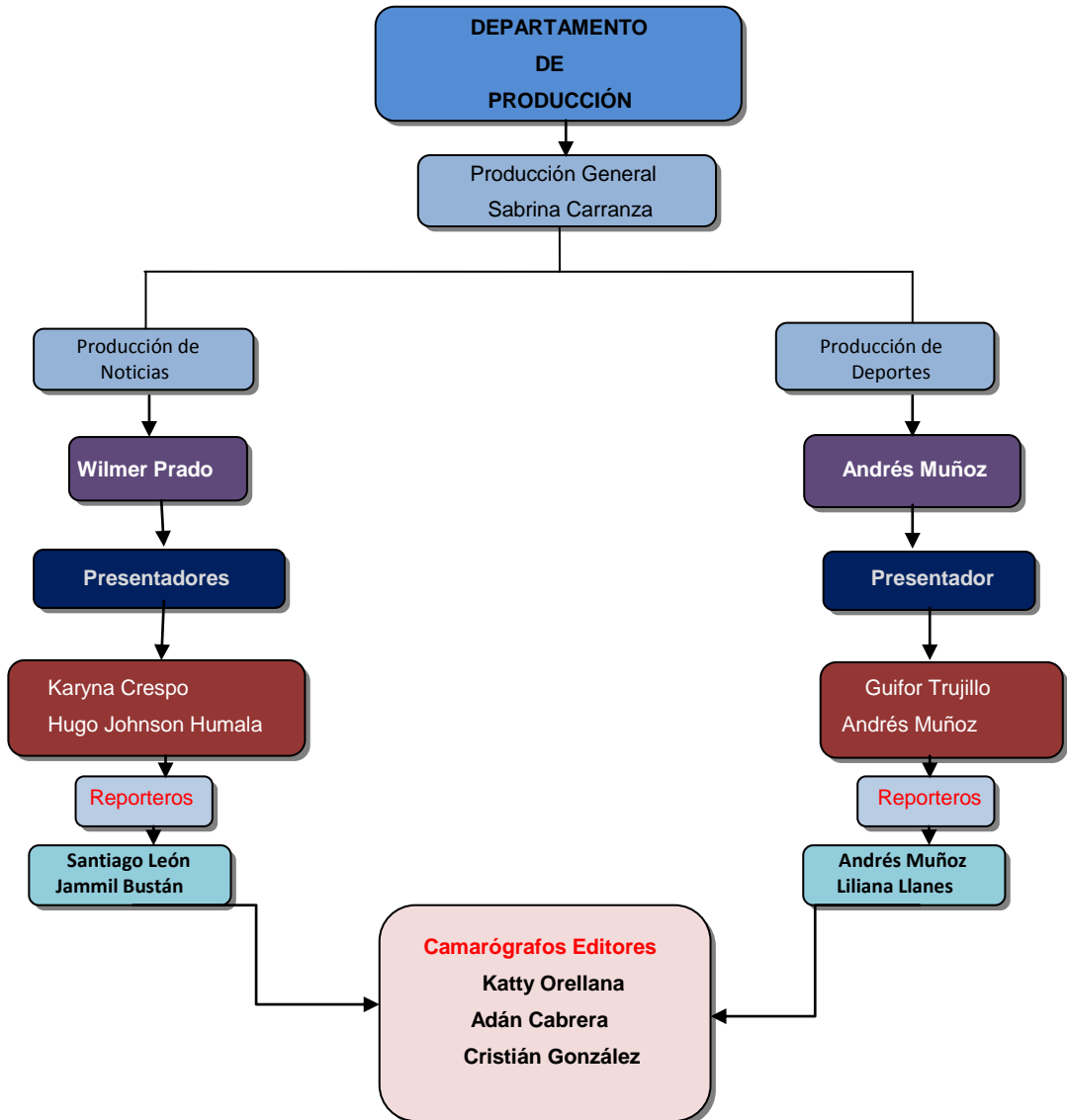


UNIVERSIDAD DE CUENCA

7.1 EQUIPO DE PRODUCCIÓN DE UNSIÓN TV

El equipo de producción de Unsión TV está conformado por varias personas con diferentes cargos: la producción general que supervisa los contenidos, los productores de cada programa que son los encargados de hacer la estructura para que estos salgan en vivo o pregrabado si fuera el caso, camarógrafos editores, presentadores y reporteros. Todos ellos son parte fundamental de Unsión tv.

A continuación se detalla un organigrama del departamento de noticias y deportes:



AUTOR:
Xavier Adrian Torres Baho



UNIVERSIDAD DE CUENCA

6. APLICACIÓN DE ENCUESTAS A PRODUCTORES, CAMARÓGRAFOS EDITORES, PRESENTADORES Y REPORTEROS

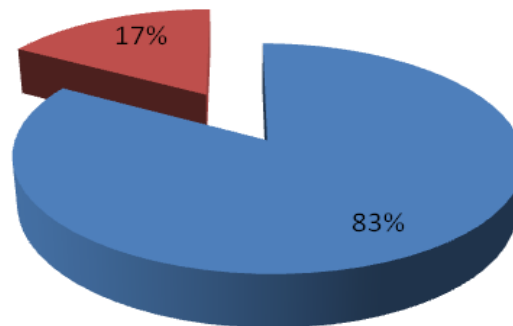
Para el presente trabajo se contó con la colaboración del departamento de producción de noticias y deportes de Unsión TV que a través de encuestas y entrevistas se conoció la forma de utilización de Twitter como herramienta en el campo laboral.

6.1 RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN:

Los resultados están basados en la muestra que tuvimos para la investigación, en este caso la gente que labora en los departamentos de noticias y deportes.

Tiene Twitter

■ Tiene Twitter SI ■ Tiene Twitter NO



Como podemos ver en la gráfica el 83% del personal tienen Twitter. De esta manera podemos constatar que Unsión labora en un ambiente en donde su gente se ha adaptado a las NTICS para estar a la par de la evolución del nuevo periodismo digital, obteniendo información de otra fuente para sus televidentes.

AUTOR:

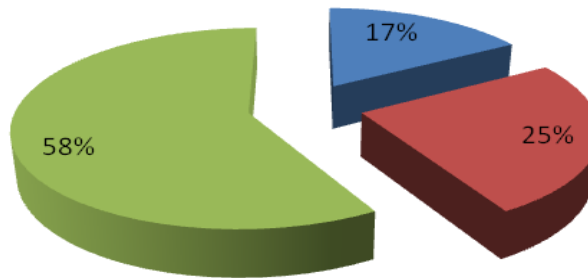
Xavier Adrian Torres Baho



UNIVERSIDAD DE CUENCA

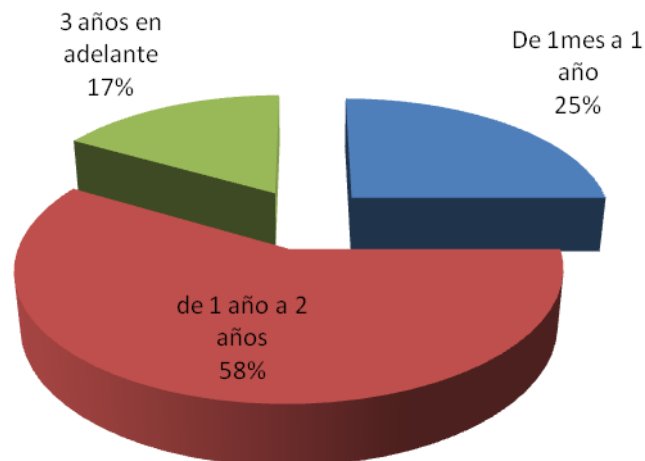
¿Cómo utiliza su cuenta twitter?

■ Personal ■ Profesional ■ Las Dos



En segunda instancia, dentro de la encuesta se preguntó que de ese 100% de personas que tienen Twitter, cuántas ocupan esta red para lo laboral. En este cuadro vemos que el 58% lo ocupa tanto para lo laboral como para lo personal y apenas un 17% de personas lo ocupan de manera personal.

¿Qué tiempo maneja Twitter?



Si bien es cierto el personal de Unsión está a la par de las nuevas tecnologías, podemos observar en el presente gráfico estadístico que el 25% del talento humano tienen su cuenta Twitter hace apenas 3, 5 o

AUTOR:

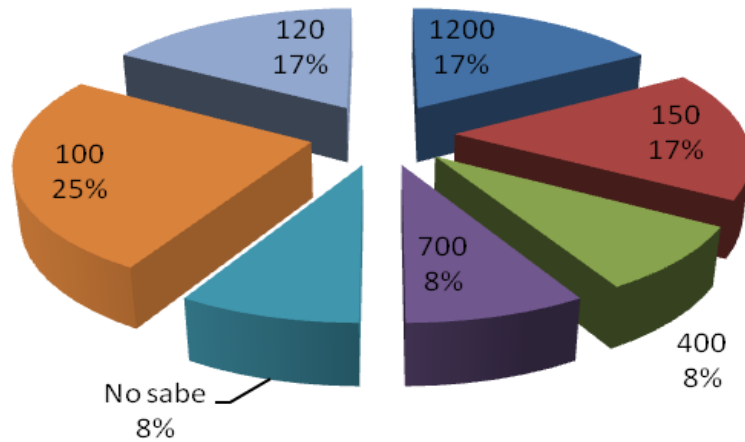
Xavier Adrian Torres Baho



UNIVERSIDAD DE CUENCA

12 meses; mientras que el 58% de personas lo maneja ya más de un año. El 17% de personas maneja más de un dos años.

¿Cuántos seguidores tiene?

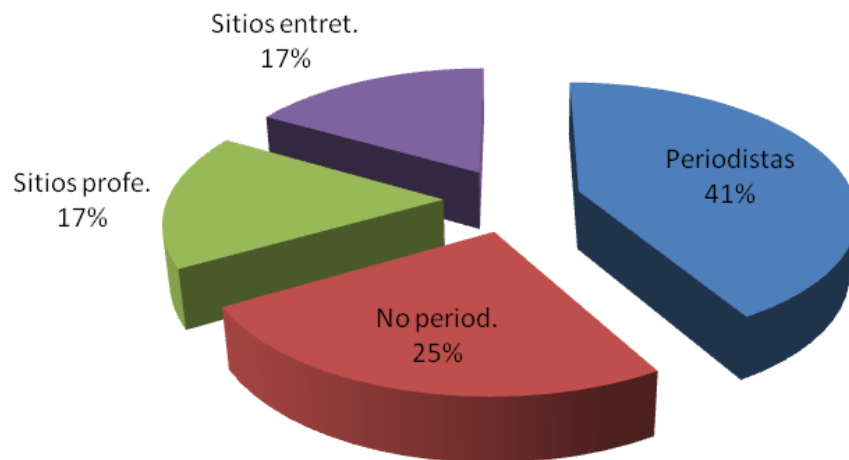


El Twitter de gráfico que ve

pero el dores

que el equipo de producción tiene. En este cuadro estadístico nos indica que la mayoría del personal tiene entre 100 y 150 seguidores, pero un porcentaje considerable es ese 17% que tiene más de 1000 seguidores.

¿Qué porcentaje de seguidores tiene?

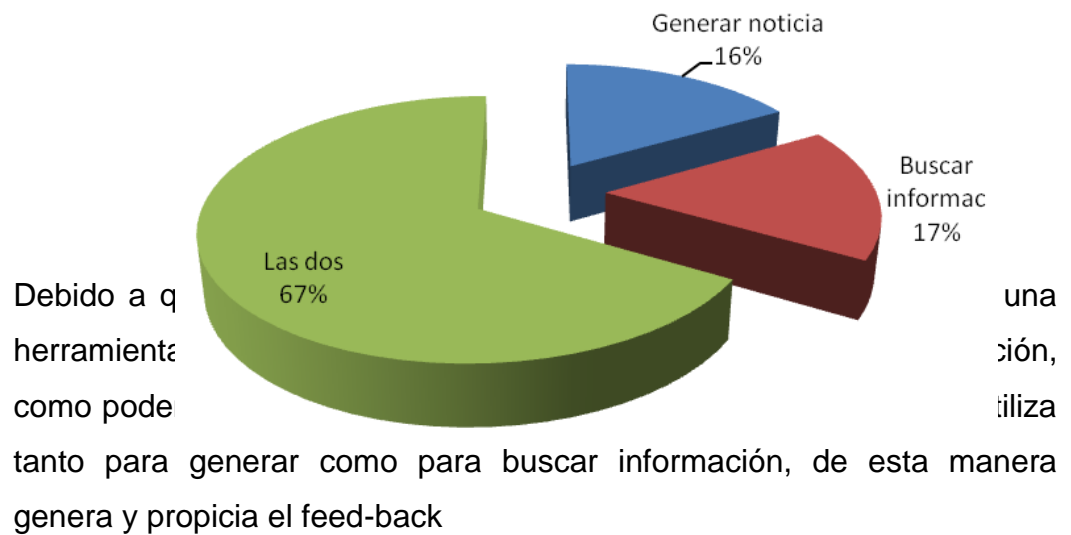




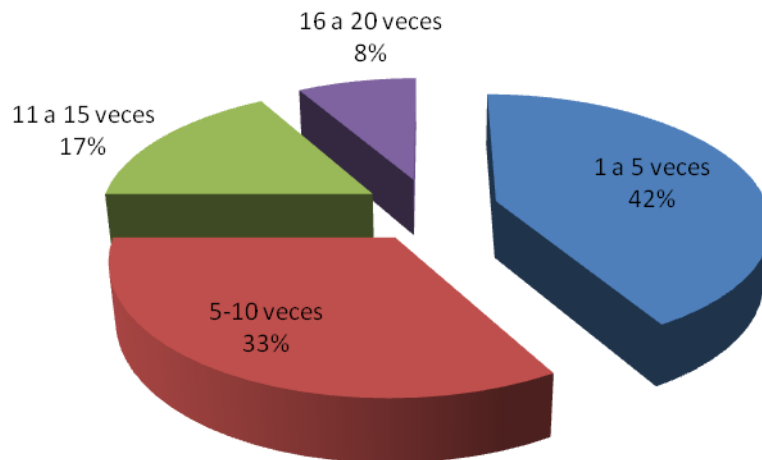
UNIVERSIDAD DE CUENCA

Este cuadro estadístico es importante, porque es la continuación del gráfico anterior, debido a que entre el número de seguidores que tienen en el Twitter, el personal de Unsión, un 41% tienen como sus amigos a Periodistas; el 25% no son periodistas; y el 17% son sitios profesionales y de entretenimiento.

¿Para qué utiliza el twitter?



¿Cuántas veces tuitea al día?

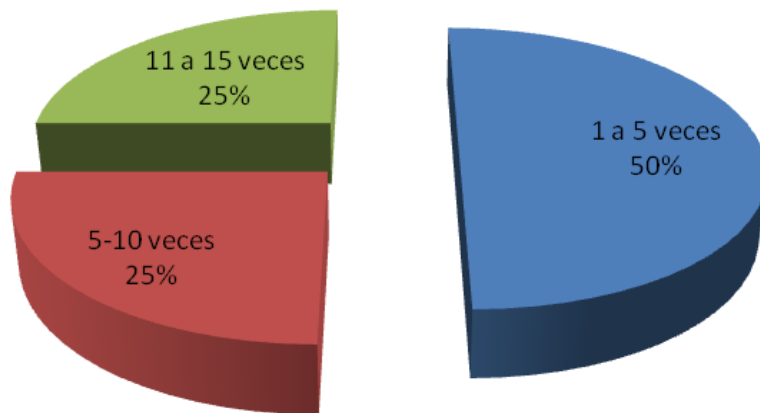




UNIVERSIDAD DE CUENCA

El 42% de las personas tuitean de 1 a 5 veces al día, este dato se toma como una actualización de datos básicos del día. Mientras que el 33% tuitean de 5 a 10 veces. El 17% lo hace de 11 a 15 veces al día, mientras que el 8% tuitea de 16 a 20 veces al día.

¿Cuántas veces retuitea otros sitios?

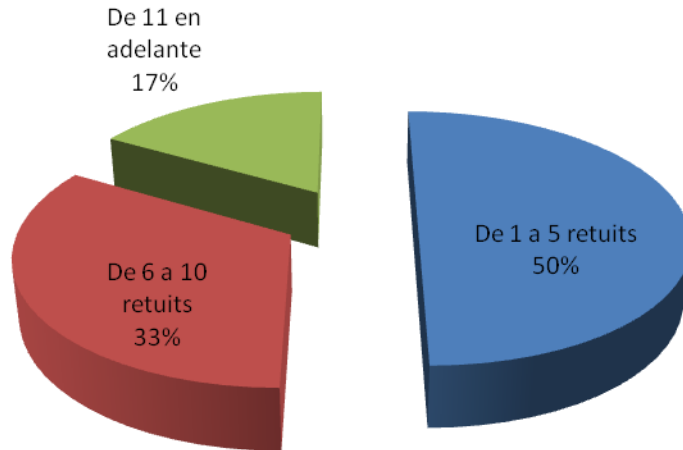


Por otro lado, es importante saber cuántas veces **retuitean** al día, en el presente cuadro vemos que: el 50% del personal los hace de 1 a 5 veces al día, pero el porcentaje que más relevancia tiene, en este caso, es el 25% que podemos ver en la parte roja y verde, ya que son las personas que más flujo de información generan.

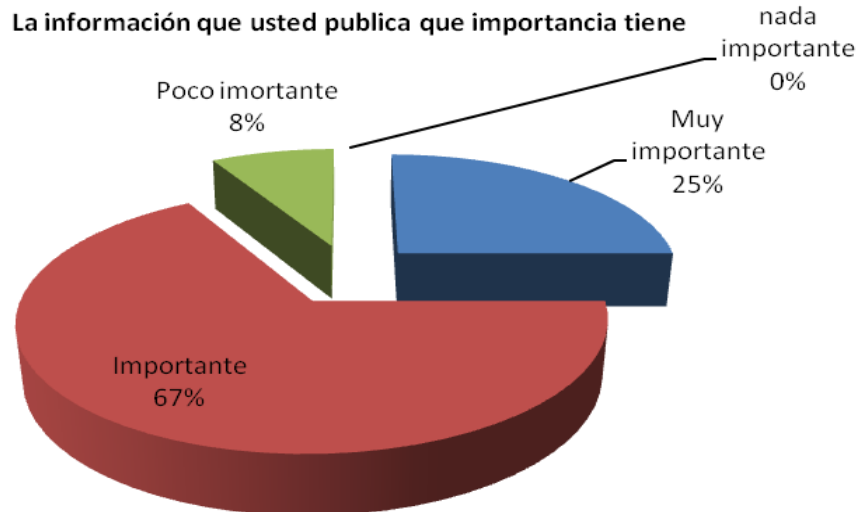


UNIVERSIDAD DE CUENCA

¿Cuántos retuits de su información obtiene?



Al obtener un 50% de retuits en la información que los periodistas, como vemos en la ilustración, se puede decir que tanto noticias como deportes están publicando de manera correcta la información que es considerada importante para la colectividad.

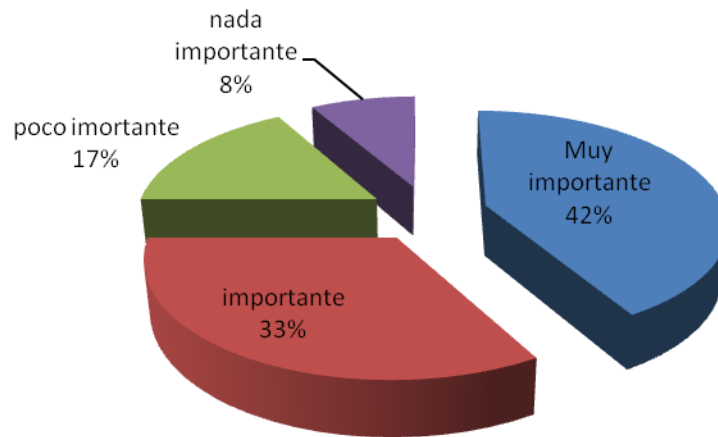




UNIVERSIDAD DE CUENCA

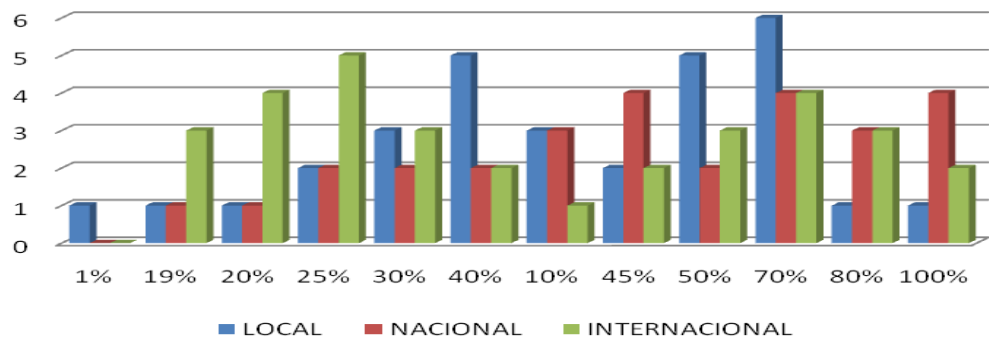
Para las personas encuestadas, el 67% dice que su información es importante, pero el 25% indica que es muy importante, dato significativo debido a que el tema de noticias tiene un contenido serio y delicado.

¿Qué tan importante cree que es el twitter para su trabajo?



Con el presente cuadro podemos observar una de la hipótesis que se plantearon al inicio del trabajo, el hecho de incursionar en las nuevas tecnologías y de estar al tanto de las nuevas redes sociales, es decir Twitter es una herramienta Muy Importante (42%) en el ámbito profesional, ya que solamente para el 8% no es importante el uso de Twitter.

¿Cuál es el porcentaje de información que emite?

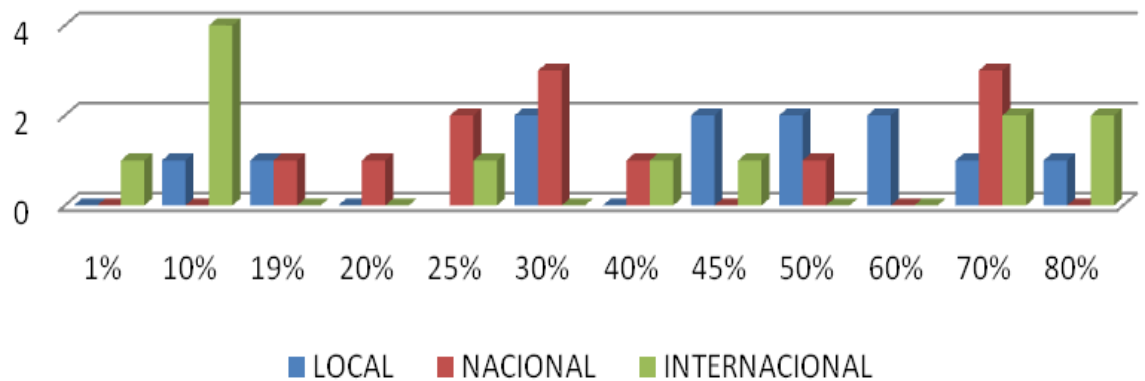




UNIVERSIDAD DE CUENCA

Noticias como Deportes, en sus diferentes emisiones, transmiten diferentes notas de ámbito local, nacional e internacional, es entonces importante conocer qué porcentaje de esta información consigue en Twitter el personal de Unsión para aportar a sus datos al momento de generar noticia. Como vemos en el cuadro los porcentajes varían dependiendo de lo que buscan, en este caso el 60% del personal emite un 40% de información local; el 30% emite datos de ámbito nacional mientras que el 10% es de información internacional.

¿Cuál es el porcentaje de información que recibe en los diferentes campos?



Los datos estadísticos varían según la persona encuestada. En el presente cuadro podemos ver cómo nos respondieron: el 16,6% de las personas reciben entre el 30% y 50% de información local; el 33,3% de las personas recibe el 10% de información internacional; y el 25% de encuestados obtiene entre el 50% y el 70% de noticias nacional.

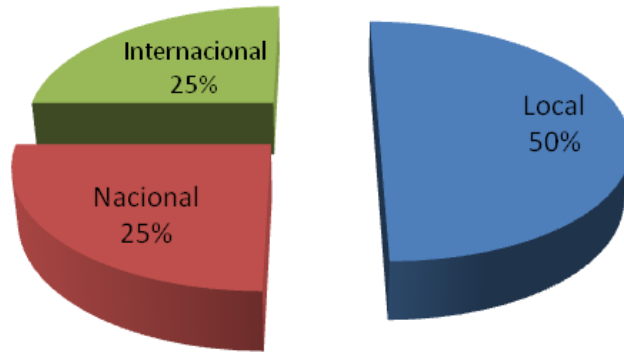
AUTOR:

Xavier Adrian Torres Baho



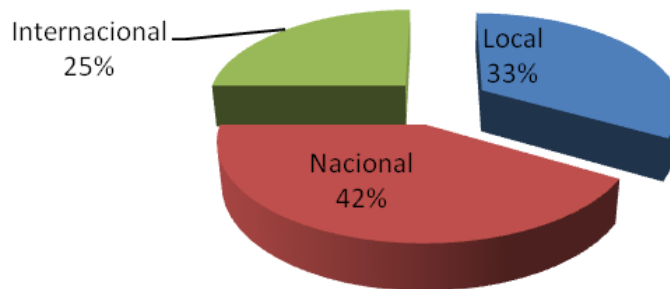
UNIVERSIDAD DE CUENCA

¿Cuál es la información que busca en Twitter?



La información que más busca el equipo de producción en el Twitter es la local con un 50%, y tanto las noticias nacionales como internacionales es de un 25%. Datos importantes porque así conocemos cuáles son las noticias que más flujo tienen en el Twitter para los departamentos de noticias y deportes.

¿Qué tipo de información consulta de los hashtag?



Con el Hashtag los resultados son más relevantes, esto es muy útil para los usuarios de Twitter ya que permite obtener resultados de manera muy rápida y bajo un mismo tema. Además reduce el espacio entre los 140 caracteres que aquí se utiliza, es como un hipervínculo que nos

AUTOR:

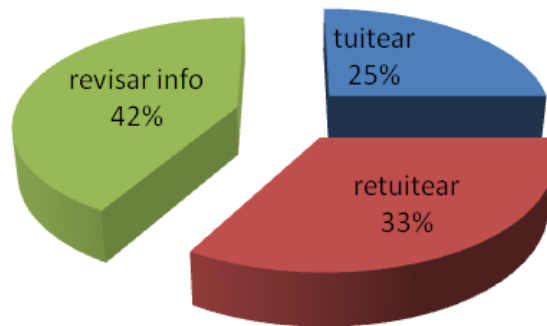
Xavier Adrian Torres Baho



UNIVERSIDAD DE CUENCA

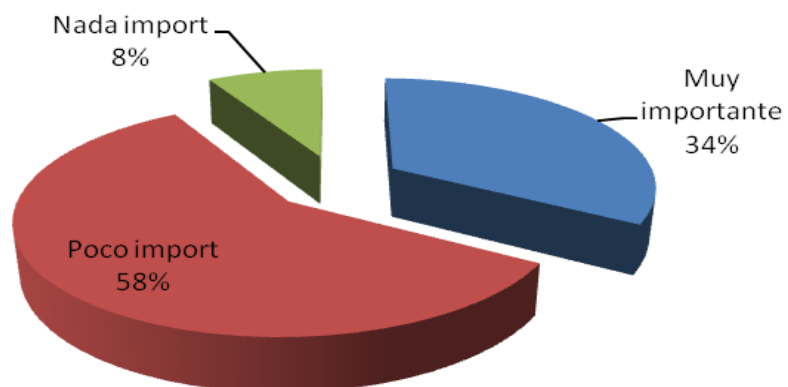
llevan a completar la información de una manera más detallada. En este caso es muy utilizada por el personal de Unsión, como vemos la gráfica, se consulta un 42% de información a nivel nacional, un 33% a nivel local y un 25% a nivel internacional.

¿Cuál es su participación de información en los hashtag?



Así como el equipo de producción busca información a través de los hashtag, también tiene una importante participación a través de estos, la gráfica nos indica claramente que el 42% revisa información de diversa índole, pero el 33%, que es el dato más relevante, retuitea y el 25% tuitea.

¿Qué importancia tiene el hashtag al momento de buscar información?

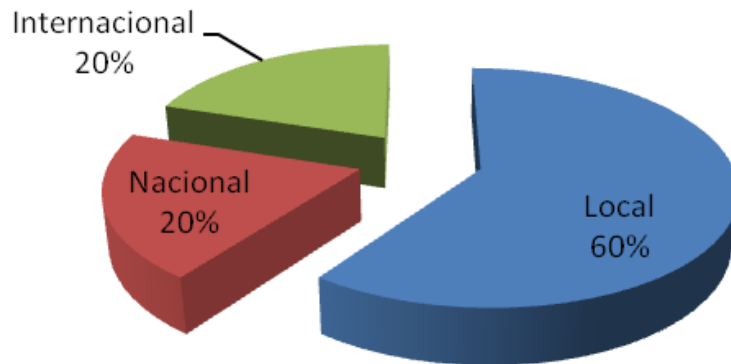




UNIVERSIDAD DE CUENCA

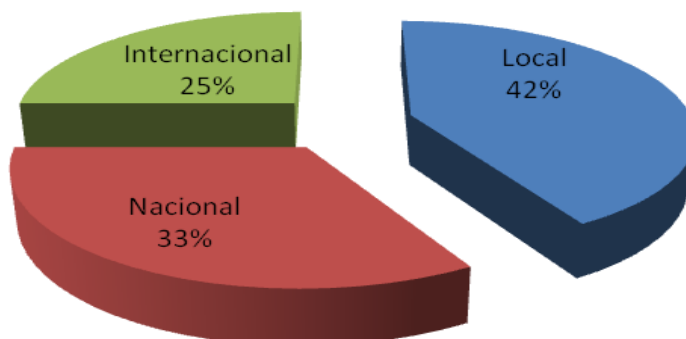
Los hashtag son un complemento importante en Twitter al momento de buscar información completa y clara. En este caso es aprovechado en un 34% ya que el personal lo considera muy importante, pero para el 58% es poco importante.

¿Qué tipo de información busca en el Twitter de Unsión?



Es importante la información a nivel local con un 60%, y solo un 20% tanto de lo nacional y otro 20% de lo internacional.

¿Qué tipo de información publica en el twitter de Unsión TV?

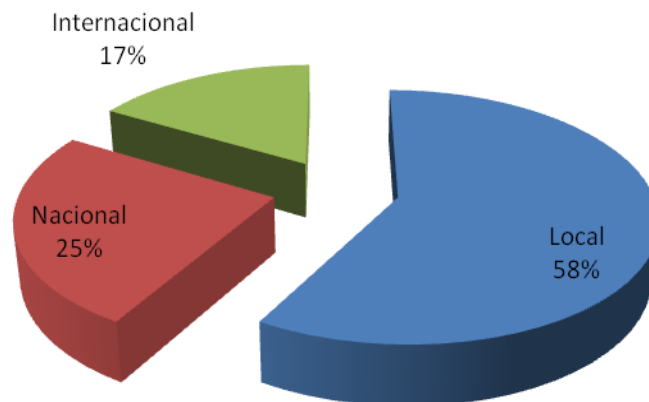




UNIVERSIDAD DE CUENCA

Los encargados de manejar la información en el Twitter de Unsión en sus respectivos campos publican un 33% de noticias nacionales; un 42% de locales; y un 25% de internacionales. Reforzando lo que vimos en el cuadro anterior sobre las noticias de Cuenca, ya que en pantalla no se pueden extender en las notas realizadas debido a factor tiempo, complementan esa información publicándola en Twitter con su respectivo hashtag.

¿Qué tipo de información retuitea en Twitter de Unsión?

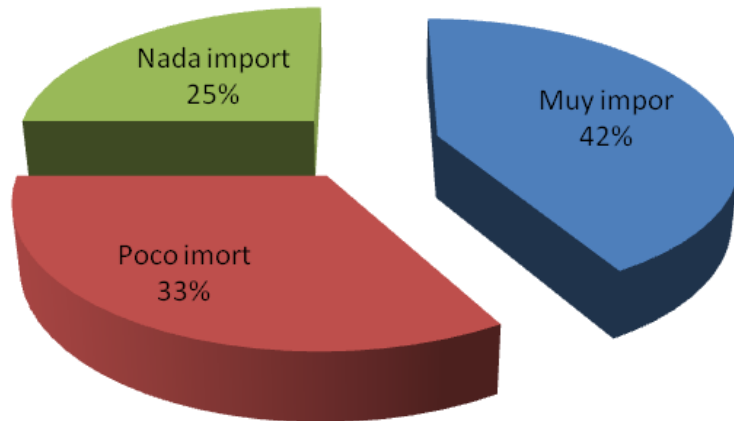


Todo va de la mano y lo podemos ir confirmando en cada cuadro estadístico que a la gente de Cuenca, público al que va dirigido Unsión TV, le interesa mucho el acontecer de su ciudad y lo demuestran al retuitear la información que el personal publica en su cuenta. Aquí vemos que el 58% retuitea en el ámbito local, el 25% en lo nacional y el 17% en lo internacional.



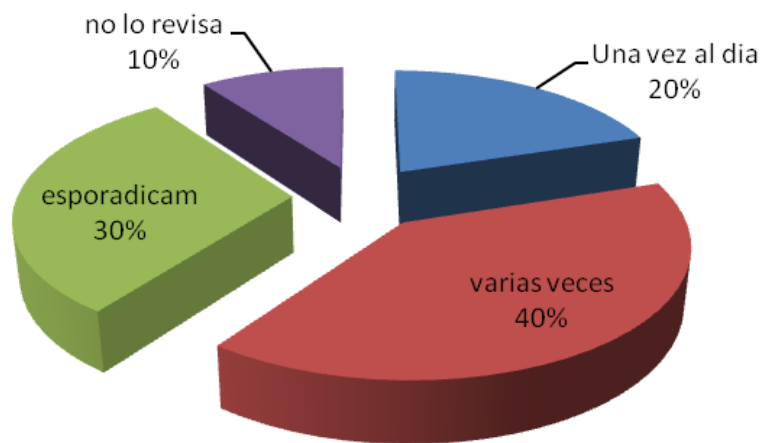
UNIVERSIDAD DE CUENCA

¿Cuán importante es para Ud. la información que encuentra en el Twitter de Unsión para su trabajo?



El presente gráfico indica que el 42% de la información es Muy importante para sus seguidores, el 33% es poco importante y para el 25% es nada importante.

¿Con qué frecuencia revisa la cuenta de Twitter de Unsión TV?

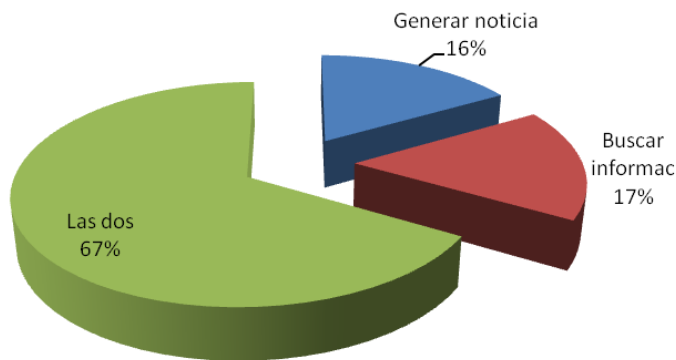




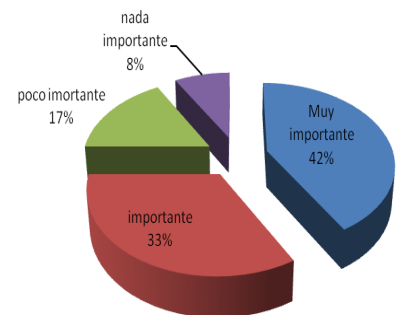
UNIVERSIDAD DE CUENCA

La frecuencia con que revisan el Twitter de Unsión es de: 40% varias veces al día, el 30% lo hace esporádicamente mientras que el 20% lo hace sólo una vez y el 10% no lo revisa, como la mayoría si lo hace la retroalimentación que existe en esta red social es alta.

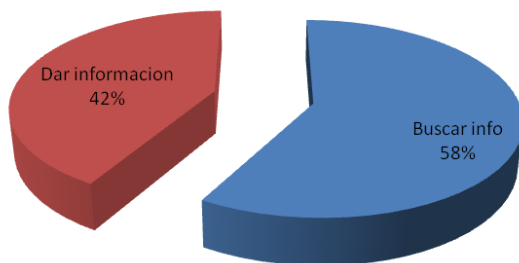
¿Para qué utiliza el twitter?



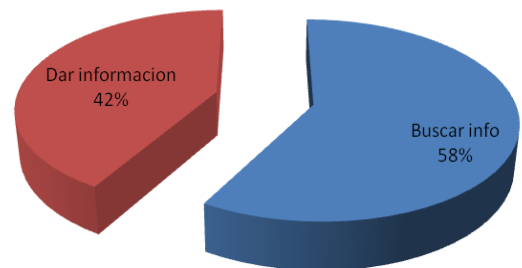
¿Qué tan importante cree que es el twitter para su trabajo?



¿Para qué utiliza el twitter de Unsión TV?



¿Para qué utiliza el twitter de Unsión TV?



AUTOR:

Xavier Adrian Torres Baho



UNIVERSIDAD DE CUENCA

CAPITULO IV

1. CONCLUSIONES

- Basados en los resultados obtenidos en las encuestas realizadas en los departamentos tanto de noticias como de Deportes de Unsión TV se puede observar que están trabajando de una manera positiva con Twitter, ya que lo están utilizando como una herramienta importante al momento de trabajar, debido a que el 67% del equipo lo utiliza tanto para trabajar como de manera personal, como lo podemos ver en el gráfico.
- Los noticieros han tenido una aceptación en lo que se trata de las publicaciones de información a nivel local, fomentando la relación que hay con el televidente y sus seguidores y fortaleciendo su posicionamiento como un canal local, debido a que es un 58% de personas que buscan información del Twitter de Unsión.
- Es importante destacar que el Twitter de Unsión es revisado por un 58% de personas para buscar información; esto implica que cada vez el personal debe ser más cuidadoso y veraz con la información que es publicada, porque de eso dependerá que la gente siga confiando en ellos y que los continúe siguiendo.
- Buena aceptación entre el personal de Unsión con relación a Twitter hace que los porcentajes sean favorables relacionándose con las NTICS en el campo del periodismo digital.
- Unsión tiene un personal capacitado y vemos que la eficiencia que Twitter tiene hasta el momento es importante, puesto que la

AUTOR:

Xavier Adrian Torres Baho



UNIVERSIDAD DE CUENCA

mayoría de los integrantes del departamento de noticias y deportes usa esta red como una herramienta esencial de trabajo. Y al tener tan alta aceptación entre sus empleados y televidentes podemos confirmar que su eficiencia correcta.

- Los periodistas de ambos departamentos comparten la opinión que de todas las redes que ellos manejan en el canal aparte de Facebook y YouTube, Twitter es la red más opcionada al momento de generar información rápida y oportuna de sus notas, en el ámbito profesional.
- Como se ha dado a conocer el Twitter de Unsión tiene 9995 seguidores de los cuales entran a buscar información 58%, y un 42% a dar información. Estos datos son interesantes porque podemos ver claramente que el Twitter de la empresa está en constante movimiento y que lo que publica es de interés para sus seguidores, información que vale la pena tuitear y retuitear.
- Por ser un canal cuencano quienes están detrás de los departamentos de noticias y deportes, dan mayor interés en sus tuits a la información generada en el campo local.

AUTOR:

Xavier Adrian Torres Baho



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Tweets

- Siguiendo
- Seguidores
- Favoritos
- Listas

Tweet para Wilmer Prado P.

Fotos y videos

A quién seguir · Actualizar · Ver todos

handtec.co.uk @handtec

Wilmer Prado P. @WILOPRADO 14h
Intenso tráfico en la vía Patamarca por feria de ganado sector cda. Uncovia
Abrir

Wilmer Prado P. @WILOPRADO 3 jul
"@FreddyNeiraZ: Ciudadela Simón Bolívar, "Parque de Los Murales" a beneficio de #bebedores; ausencia de niños pic.twitter.com/cPc3N6GApi"
Ver foto

Tweets

- Siguiendo
- Seguidores
- Favoritos
- Listas

Tweet para Unision Comunidad

Fotos y videos

A quién seguir · Actualizar · Ver todos

LIVE Live Tennis @livetennis

Unision Comunidad @unsiondenuncias 3 jul
Mañana 8:00 con imágenes mostramos trabajo de Intendencia. Operativos dejaron hostales, bares y tiendas clausuradas @UNSIONTV @WILOPRADO
Abrir

Unision Comunidad @unsiondenuncias 24 jun
"@vivotac: @WILOPRADO buenos Dias quisiera Que ayudaran mi hijo cumple 4 años 8 meses el 6 de septiembre yx 5Dias no le aceptan"@UNSIONTV
Abrir



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Inicio Conecta Descubre Cuenta

Buscar

Tweets

- Siguiendo
- Seguidores
- Favoritos
- Listas

Tweet para UNSIONTV

@UNSIONTV


Fotos y vídeos

A quién seguir · Actualizar · Ver todos

RadioPública Ecuador @rad...
Seguido por Elizabeth Cabrera y...

Seguir Promocionado

Hernán Samaniego @hemanan...



UNSIONTV
@UNSIONTV

Transmitimos nuestra señal desde Cuenca, Ecuador. Tenemos programación para toda la familia. Unión TE LLENA.
Cuenca Ecuador · unсион.tv

19.286 TWEETS 850 SIGUIENDO 10.050 SEGUIDORES

Seguir

Tweets

UNSIONTV @UNSIONTV 7h
Ante la pasión de los sueños del ser humano el elemento primordial es la disciplina. fb.me/2eEey5fGA
Abrir

UNSIONTV @UNSIONTV 9h
Robos nocturnos en el mercado El Arenal preocupa a comerciantes.... fb.me/1NrmcxNoE
Ver contenido multimedia

UNSIONTV @UNSIONTV 9h
Nuevo canal de Cuenca se podría construir en 2013.... fb.me/MsRv9HyT

Inicio Conecta Descubre Cuenta

Buscar

Tweets

- Siguiendo
- Seguidores
- Favoritos
- Listas

Tweet para Andrés Muñoz A.

@ANDRESMUNOZ25

Fotos y vídeos

A quién seguir · Actualizar · Ver todos

RadioPública Ecuador @rad...



Andrés Muñoz A.
@ANDRESMUNOZ25 TE SIGUE

Egresado en comunicación social, de la universidad de cuenca...ahora en busca del título de lco...Dedicado al periodismo deportivo
Cuenca

608 TWEETS 163 SIGUIENDO 101 SEGUIDORES

Siguiendo

Tweets

Andrés Muñoz A. @ANDRESMUNOZ25 30 jun
#CopaConfederaciones #Brasil se consagra campeón al derrotar 3 - 0 a #España...
Abrir

Andrés Muñoz A. @ANDRESMUNOZ25 29 jun
#4x4 en #Paute grandes emociones y velocidad vea este Lunes por la pantalla de @UNSIONTV #Deportv 7:30 y 20:00
Abrir

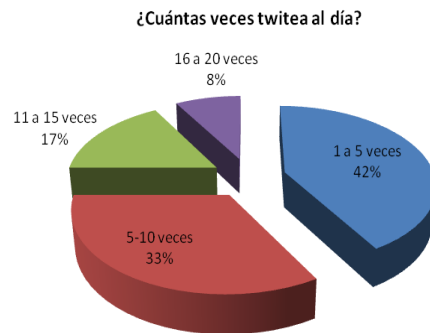


UNIVERSIDAD DE CUENCA

2. RECOMENDACIONES

Basado en los datos obtenidos, se recomienda al personal de Unsión lo siguiente:

- Realizar una capacitación, a todo el personal con respecto a la Ntics y en especial a la utilización de redes sociales.
- Trabajar y formar al personal que hasta el momento no tiene Twitter. Debe aplicarse al personal que está directamente vinculado con el periodismo de noticias y deportes.
- Es importante sugerir que cada persona del departamento de producción de noticias y deportes que tienen Twitter generen más tuits para brindar más información a sus seguidores.
- Generar más tuits para que la información que esta red sube en Unsión esté en continua actualización. (Véase la gráfica a continuación)



- Unsión tv como medio de comunicación, debería retomar sus promos de redes sociales, en este caso de Twitter, para que las personas que miran Unsión se familiaricen con la red Twitter del canal.
- Motivar a que el equipo de producción intensifique el uso de Twitter en sus horas de trabajo.

AUTOR:

Xavier Adrian Torres Baho



UNIVERSIDAD DE CUENCA

- Debe ser tomado en cuenta el gráfico (ver cuadro pág. 45) en el que el 25% le parece que no es importante la información de Twitter.
- Sugerir a las autoridades que dirigen la empresa que adopte como política de la misma la utilización de Twitter en el área de producción, para emitir y recibir información de una manera global y de esta manera caminar a la par de las nuevas tecnologías del periodismo digital.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

BIBLIOGRAFÍA:

Briggs, Mark. *Periodismo 2.0*, Editorial Jan Schaffer, Texas, 2007.

Schmuhl, Robert. *Responsabilidades del periodismo*, Editorial Mitre, USA, 1985.

Petersen, Richard. *LINUX Serie MC CRAW-Hill de informática, manual de referencia*, Editorial Interamericana de España S.A., Barcelona, 1997.

De Moraes, Denis. *Por otra comunicación*, editorial Icaria S.A., Barcelona, 2005.

Bastenier, Miguel Ángel. *Cómo se escribe un periódico*, Editorial Fundación nuevo periodismo Ibeoamericano, Bogotá, 2009.

Franco, Guillermo. *Cómo escribir para la Web*, editorial Knigh Center, Texas, 2007.

ENTREVISTAS REALIZADAS

Entrevista Wilmer Prado, productor de noticias.

Entrevista realizada a Guiffor Trujillo, presentador de DeporTv, el día jueves 20 de junio de 2013

Entrevista realizada a Andrés Muñoz, director de deportes, el día martes 18 de junio de 2013

Apuntes personales de la conferencia sobre el tema “Internet y Medios Digitales”, dictada por el Máster y Catedrático Enso Resende de Melo en la Universidad de Cuenca, enero 2013

MATERIAL INSTITUCIONAL EMPRESA NANCAL S.A. – UNSIÓN TV

Folletos

Trípticos

Información obtenida por parte de la empresa, a través de material institucional. 07/06/13

AUTOR:

Xavier Adrian Torres Baho



UNIVERSIDAD DE CUENCA

PÁGINAS WEB

<http://www.ecuaderno.com/mundotwitter/>

<http://www.interactividad.org/tag/cava-and-twitts/>

<http://www.trecebits.com/2013/03/21/twitter-cumple-7-anos-felicidades/>

<http://www.ecuaderno.com/2011/03/21/introduccion-del-libro-mundo-twitter/>

www.razonypalabra.org.mx

<http://www.interactividad.org/2010/01/26/twitter-%C2%BFque-es-y-para-que-sirve/>

<http://www.unsion.tv/>

AUTOR:

Xavier Adrian Torres Baho



UNIVERSIDAD DE CUENCA

CUESTIONARIO

“Twitter, su aporte de información en la web para el área deportiva de Unsión tv”

1. ¿Desde cuándo implementó el Twitter para el programa DTV?

2. ¿Qué le incentivó a utilizar esta red social?

3. Desde cuándo lo utiliza ¿Cuánto aporte informativo genera para el programa?

4. ¿Cuál es el porcentaje de información que emite y recibe en los campos nacional, internacional y local?
Nacional: _____
Internacional: _____
Local: _____
5. ¿Cuántos tuits genera al día?

6. Entre todos los integrantes de DTV y de su canal, ¿cuántos seguidores tienen?

7. ¿Qué beneficios ha tenido al utilizar esta red social en el programa DTV?

8. ¿Ha tenido algún inconveniente al utilizar el Twitter?



UNIVERSIDAD DE CUENCA

9. Programas deportivos de la televisión por cable utilizan el hashtag en sus notas ¿ha pensado implementar en su programa esta aplicación?

10. Hasta la fecha ¿cuántos tuits ha generado para el programa?

11. Desea realizar algún aporte extra con respecto al Twitter en su programa o producción en general.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

“Twitter, su aporte de información en la web para el área de noticias y de deportes de Unsión tv ”

Por favor ayúdenos con la siguiente encuesta que tiene que ver con la red social Twitter para una investigación de campo y confirmación de hipótesis.

1. ¿Usted utiliza Twitter? Si su respuesta es no, termina la encuesta.

SI: ____

NO: ____

2. ¿Cómo utiliza su cuenta Twitter?

Personal ____ profesional ____ las dos ____

3. ¿Qué tiempo maneja Twitter?

- De 1 meses a 1 año: ____
- De 1 año a 2 años: ____
- De 3 años en adelante: ____

4. ¿Cuántos seguidores maneja en el Twitter?

____ número de seguidores

5. ¿Qué porcentaje estima de seguidores tiene?

- Periodista
- No periodistas
- Sitios profesionales
- Sitios entretenimiento

6. ¿Para qué utiliza Twitter?

- Generar información
- Buscar información

AUTOR:

Xavier Adrian Torres Baho



UNIVERSIDAD DE CUENCA

- Las dos

7. ¿Cuántas veces al día escribe tuits?

___ veces

8. Cuántas veces retuitea de otro medio o sitio al día?

___ veces

9. De la información que usted publica diariamente ¿cuántos retuits obtiene de sus fuentes?

- De 1 a 5 retuits
- De 5 a 10 retuits
- De 10 en adelante

10. Generalmente de la información que Ud. publica en el Twitter, es de carácter

- Muy importante
- Importante
- Poco importante
- Nada importante

11. ¿Usted cree que Twitter es una herramienta importante para el desempeño de su trabajo?

- Muy importante
- Importante
- Poco importante
- Nada importante

12. ¿Cuál es el porcentaje de información que emite en los diferentes campos?

AUTOR:

Xavier Adrian Torres Baho



UNIVERSIDAD DE CUENCA

- Local
- Nacional
- Internacional

13. ¿Cuál es el porcentaje de información que recibe en los diferentes campos?

- Local
- Nacional
- Internacional

14. ¿Cuál es la información que más busca en esta red social?

- Local
- Nacional
- Internacional

15. ¿Qué tipo de la información consulta de los hashtag en esta red social?

- Local
- Nacional
- Internacional

16. ¿Cuál su participación de la información de los hashtag en esta red social?

- Tuitear
- Retuitear
- Revisar información



UNIVERSIDAD DE CUENCA

17. Marque con una X, ¿Qué importante es para usted el hashtag al momento de buscar información?

- Muy importante: _____
- Poco importante: _____
- Nada importante: _____

18. ¿Cómo utiliza el Twitter de Unsión?

Buscar información: _____

Dar información: _____

19. Qué tipo de información busca en el Twitter de Unsión

- Local
- Nacional
- Internacional

20. ¿Qué tipo de información publica en el Twitter de Unsión?

- Local
- Nacional
- Internacional

21. ¿Qué tipo de información retuitea en el Twitter de Unsión?

- Local
- Nacional
- Internacional

22. Marque con una X, ¿Qué importante es para usted la información que encuentra en el Twitter de Unsión Tv para su área labor profesional?

- Muy importante: _____
- Poco importante: _____

AUTOR:

Xavier Adrian Torres Baho



UNIVERSIDAD DE CUENCA

- Nada importante: _____

23. Con qué frecuencia revisa la cuenta de Twitter de unision tv

- Una vez al día
- Varias veces al día
- Esporádicamente durante la semana
- No lo revisa

GRACIAS