



UNIVERSIDAD DE ESPECIALIDADES ESPÍRITU SANTO

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

**TÍTULO: FORTALECIMIENTO DE LOS PRINCIPIOS DEONTOLÓGICOS
DEL PERIODISMO EN EL USO DE TWITTER COMO MEDIO
INFORMATIVO**

**TRABAJO DE TITULACIÓN QUE SE PRESENTA COMO REQUISITO
PREVIO A OPTAR EL GRADO DE LICENCIADA EN PERIODISMO
INTERNACIONAL**

NOMBRE DE LA ESTUDIANTE: MARÍA EMILIA KAYSER ROMERO

NOMBRE DEL TUTOR: SYLVIA POVEDA BENITES

SAMBORONDÓN, Octubre del 2014

FORTALECIMIENTO DE LOS PRINCIPIOS DEONTOLÓGICOS DEL
PERIODISMO EN EL USO DE TWITTER COMO MEDIO INFORMATIVO.

PÁGINA DE APROBACION DE TUTOR

En calidad de tutora de la estudiante: María Emilia Kayser Romero, perteneciente a la
Facultad de Comunicación de la Universidad Espíritu Santo.

CERTIFICO:

Que he analizado el trabajo de investigación con el título: Fortalecimiento de los
Principios Deontológicos del Periodismo en el uso de Twitter como medio
informativo, presentado por la estudiante María Emilia Kayser Romero con código
estudiantil 2006171077, como requisito previo para optar por su grado de
Licenciatura en Periodismo Internacional; considero que dicho trabajo investigativo
reúne los requisitos y méritos establecidos de carácter académico y científico, por lo
que expreso la aprobación correspondiente.

Muy atentamente,

TUTOR

.....
Msc. Sylvia Poveda Benites.

PÁGINA DE DEDICATORIA

Al culminar esta etapa universitaria, dedico en primer lugar el presente trabajo de investigación a Dios por haberme dado la fuerza, sabiduría y habilidades. Sin su protección divina nada hubiera sido posible.

A mis padres, quienes siempre han confiado en mí, brindándome su apoyo incondicional durante el transcurso de todo este ciclo estudiantil y en poder llegar a esta instancia; a pesar de haberseme presentado ciertos obstáculos por diversos factores.

Y de igual manera, no puedo descartar en reconocer a mi tutora, Msc. Sylvia Poveda, a un querido amigo, que a pesar de estar muy distante, con el aliento de sus consejos me ha motivado en seguir adelante. Y a la Decana de mi facultad de Ciencias de la Comunicación; Msc. Katherine Calero, que gracias a sus recomendaciones, orientación y experiencia pude llegar a cumplir esta meta que me la propuse hace algunos años atrás.

FORTALECIMIENTO DE LOS PRINCIPIOS DEONTOLÓGICOS DEL PERIODISMO EN EL USO DE TWITTER COMO MEDIO INFORMATIVO.

Fortalecimiento de principios deontológicos del periodismo en Twitter como medio informativo

María Emilia Kayser Romero

Universidad de Especialidades Espíritu Santo-Ecuador, mekayser@uees.edu.ec,
Facultad de Ciencias de la Comunicación Edificio E, Universidad Espíritu Santo, Km
2.5 Vía Puntilla Samborondón.

Resumen

La plataforma de microblogging de 140 caracteres maneja una reducción lingüística de la información, a consecuencia, de su rápida captación por ser transmitida y receptada de sus lectores. Sin lugar a duda, la inmediatez ha llegado a imponerse, la mayoría de veces también la rectificación de los mensajes escritos no se evidencia y se cometen errores en la redacción o en la información.

En las cuentas de Twitter de los diarios nacionales seleccionados para este estudio: El Universo, El Telégrafo y El Comercio por medio de la metodología de observación, recopilación, revisión y análisis de los tuits publicados, durante las fechas de abril a junio del 2013 contrastado con el año siguiente, existen errores de exactitud, precisión y gramática. El objetivo de este trabajo es proponer la elaboración de una nueva guía deontológica que sirva de referencia a los editores, periodistas web y seguidores en el momento de compartir una noticia en Twitter con el fin de que la publicación contenga información correcta y clara.

Palabras claves: deontología periodística, internet, periodismo digital, Twitter, redes sociales, noticias.

FORTALECIMIENTO DE LOS PRINCIPIOS DEONTOLÓGICOS DEL PERIODISMO EN EL USO DE TWITTER COMO MEDIO INFORMATIVO.

Abstract

The microblogging platform of 140 characters manages a linguistic information reduction as a result of its fast uptake for being transmitted and received by its readers. Without a doubt, the immediacy has come to be imposed, also most of the time the rectification of the written messages are not evidence what cause mistakes in drafting or in the information .

The Twitter accounts of the selected national newspapers for this research: El Universo, El Telégrafo and El Comercio through the observation methodology, review and analysis of published tweets; during april to june 2013 contrasted with 2014 there are following errors of accuracy, precision and grammar. The aim of this paper is to propose the development of a new deontological guideline as a reference to the editors, followers, and web journalists at the moment of reviewing news to ensure that the publication is correct and effective.

Keywords: journalistic ethics, internet, digital journalism, Twitter, social networks, news.

Introducción

Twitter se originó como una herramienta de comunicación directa, de crecimiento excesivo y rápido; tiene similitud en lo que en su momento fue la escritura del télex quien sería su predecesor. Actualmente se encuentra en formatos electrónicos de escritura rápida, a tiempo actual, con base en la información recibida por los usuarios (Fainholc, 2011).

FORTALECIMIENTO DE LOS PRINCIPIOS DEONTOLÓGICOS DEL PERIODISMO EN EL USO DE TWITTER COMO MEDIO INFORMATIVO.

La proyección de Twitter en Ecuador llega a partir del 2010 con la cobertura sobre el suceso del 30 de Septiembre en el que el país sobresalió entre los tuits más poderosos de ese año. Desde ese hecho, la red social aumentó su porcentaje del número de usuarios; actualmente la cifra oficial supera el millón de personas (Espinosa, 2014).

Los cálculos realizados por el bloguero José Miguel Parrella revelan que la cifra de seguidores ecuatorianos cuadruplicó a más de 800 mil para el 2013 (Espinosa, 2014).

Rivera - Costales menciona que dentro de los primeras identidades, en el medio digital se encuentran: Ecuador Inmediato y Ciudadanía Informada, ambos comenzaron en 2004 (CIESPAL, 2007). De acuerdo con el portal web Perint, los medios digitales en Ecuador ascendieron a un total de ocho proveedores, incluyendo la Oficina de Análisis y b10; este último no se ha actualizado desde abril 2012 (Funda-Medios, 2011).

Twitter es utilizado por un perfil selecto, como lo es en Estados Unidos, donde el 11 por ciento de los adultos utilizan esta herramienta u otras similares; aunque el estudio destaca en que el 10 por ciento de la cuenta de los usuarios de Twitter poseen más de 90 por ciento de mensajes. Nielsen Online subraya que el mayor grupo de tuiteros están entre las edades de 35 y 49 años, lo que representa alrededor del 42 por ciento del total del mes de febrero de 2009. Al mismo tiempo, el analista Andrew Lipsman explica que en Estados Unidos el usuario promedio de Twitter es dos a tres veces más propenso de visitar un sitio web de noticias líder, que la persona promedio. Esto significa que esta red social es la más popular en comparación con Facebook y MySpace (Farhi, 2009).

FORTALECIMIENTO DE LOS PRINCIPIOS DEONTOLÓGICOS DEL PERIODISMO EN EL USO DE TWITTER COMO MEDIO INFORMATIVO.

La ética periodística es manejada desde diferentes perspectivas, pero todas parten del periodismo formal que es establecido por los códigos de ética. Y a su vez es discernido a partir de un discurso informal (Hafez, 2002).

En una investigación el autor Kai Hafez hace la comparación de los códigos de ética en los países de Europa, África del Norte, Medio Oriente y Asia y llega a la conclusión de que los códigos del periodismo están siendo controlados por los medios de comunicación (Hafez, 2002).

Dentro de este estudio se estipulan tres objetivos específicos: primero, reconocer en qué tipo de noticias la información que se publica es incompleta; segundo, definir los principios deontológicos del buen periodismo en el uso de las redes sociales, primordialmente Twitter. Y concluye con el principal y el sugerido para este trabajo, crear una pauta deontológica que permita fortalecer el manejo ético de las redes sociales, en particular Twitter, para el buen uso de los periodistas y directores web.

Revisión literaria / Marco teórico / Formulación del problema

Esta investigación es contemplada por las siguientes variables que tienen relación con el tema expuesto. Las que llegarán a demostrar la parte teórica del interés de este trabajo. El periodismo digital, redes sociales: Twitter, internet, las noticias, la deontológica periodística y los artículos que se estipulan en la Ley Orgánica de Comunicación, publicada el 25 de junio de 2013, con el fin de que sean

FORTALECIMIENTO DE LOS PRINCIPIOS DEONTOLÓGICOS DEL PERIODISMO EN EL USO DE TWITTER COMO MEDIO INFORMATIVO.

estos los principios relevantes del periodismo con que prueben una buena utilización de la herramienta Twitter como canal noticioso.

Periodismo: medio de comunicación y difusión

El medio transmite la información hacia la sociedad, y a su vez aporta a la conservación de la memoria colectiva (Aguilar, D. 2011). Su atención es puesta en las personas y sucesos, con la peculiaridad de ser un investigador obsesivo, “la elaboración de palabras, donde por medio de esto, tiene entrada para intervenir dentro de la conciencia de la gente en mostrar la realidad” (García, G. 2011).

Las informaciones diarias son consideradas verdaderas y con ética, pero cuando sucede lo contrario es manipulada y falsa (Aguilar, D. 2011).

De acuerdo al nuevo concepto de periodismo llamado reportajes interpretativos, el profesor José Luis Martínez Albertos alude que el “periodismo o conocido como reportaje se diversifica en tres modalidades: periodismo interpretativo, investigativo y de precisión o científico” (Querejeta, A. 2011). José María Desantes, jurista y catedrático del derecho de la información, explica que la actividad periodística es una manera de hacer justicia, ya que el periodista permite al público el acceso a una información en la que puede desenvolverse con la sociedad.

El intercambiar ideas, opiniones y sentimientos a través de la prensa es muy importante dentro de la opinión pública (Orione, J. 2006).

En Roma es su origen, como también lo fue con el periódico que brindaba informaciones oficiales con ayuda de las personas que voceaban las noticias emitidas por los gobernantes, bandos de reyes o emperadores. Durante las primeras épocas, los

FORTALECIMIENTO DE LOS PRINCIPIOS DEONTOLÓGICOS DEL PERIODISMO EN EL USO DE TWITTER COMO MEDIO INFORMATIVO.

medios eran presa para la censura, pero luego se dio la derivación al periodismo contemporáneo; suscitado en un ataque en España en el 2004 (Orione, J. 2006).

En 1789 el Congreso de los Estados Unidos introdujo la Primera Enmienda en la Constitución, con el propósito que el Congreso no dictara ninguna ley que limite la libertad de palabra, la que permitió en Estados Unidos un periodismo estable (Orione, J. 2006).

Delli Carpini acentúa “la función primordial que desempeña el periodismo es proporcionar información en un contexto, al que no se podría acceder siendo un aficionado, es ahí donde el periodismo debería de apuntar” (Escapada, A. y Hernandez, E. 2009).

¿Estamos dentro de la nueva era?

Internet, nueva era tecnológica, nace como programa de investigación militar; aunque en realidad nunca fue aplicado de esta manera, lo que hubo es financiación militar en que los científicos necesitaban experimentar sus ideas. Consiste en ser el medio que interactúa con la sociedad. A pesar de ser tan reciente en la vida social, abarca con diferentes clases de individuos (Castells, M. 2001).

La conexión global es una forma de control y de movilización social en todo el mundo que se mantiene en un ambiente donde no es necesario modelos de especificación, más bien está expuesto a que el sistema se transforme en usuarios para satisfacer sus necesidades de interacción (Saad, E. 2005).

FORTALECIMIENTO DE LOS PRINCIPIOS DEONTOLÓGICOS DEL PERIODISMO EN EL USO DE TWITTER COMO MEDIO INFORMATIVO.

Antes del año 2000 se tenía conocimiento, de modo irregular, el avance de Internet, pero dado a un estudio realizado por los hermanos Petros, Christos y Michalis Faloutsos, quienes llamaron: *On Power-Law Relationship of the Internet Topology*, se dio a conocer que la red de routers que enlaza el Internet, es libre de escala. Este trabajo conllevó a una motivación de poder llegar a navegar por diferentes paginas o buscar otro tipo de intereses (Piscitelli, A. 2005).

El número de usuarios aumentó dramáticamente, en diciembre de 2002, alrededor de 665 millones de personas utilizaron el Internet. Por otro lado en Korea, el sexto país con más acceso a la red en el mundo, el número de consumidores llegó a un total de 26,9 millones de dólares; casi el 60% de toda la población (Kim, S. Kim, R. 2002).

El espacio virtual es el corazón de un nuevo paradigma; base material de nuestras vidas y de nueva formas de relación, trabajo y de comunicación. Justamente el propósito de este espacio cibernético es de procesar y transformar la virtualidad en la realidad, constituyendo la sociedad red en que el mundo vive (Castells, M. 2001).

Una de las ventajas del Internet es que permite trabajar de forma independiente, sin tener la obligación de estar en un lugar físico, ya que es reconocido como un sistema operativo que permite interactuar y canalizar la información de todo lo que pasa, desde cualquier sitio.

Los datos de la Asociación para la Investigación en Medios de Comunicación expresan que la mayoría de usuarios ingresan a la red desde el hogar, el 59.3%, mientras que otros accesos más frecuentes son la universidad o centros de estudios, con un promedio de 18.2 % (Anuario El País, 2000).

FORTALECIMIENTO DE LOS PRINCIPIOS DEONTOLÓGICOS DEL PERIODISMO EN EL USO DE TWITTER COMO MEDIO INFORMATIVO.

El sociólogo Duncan Watts entiende que el ciber mundo es el que permite analizar la física, estadística o sociología, por lo que Internet es un organismo vivo (Flores, J. 2009).

El periodismo digital en el mundo Twitter

Internet es utilizado en su totalidad al mismo tiempo que el periodismo, sea por medio de un diario, revista o noticiero de la radio o televisión.

Las dos maneras que existen para hacer periodismo digital son: dominar las técnicas de la escritura y edición periodística: la redacción, ortografía y gramática de escritos y el cómo saber utilizar correctamente las técnicas de escritura y la edición específica para Internet, es decir los programas de software periodísticos (Orione, 2006).

Por otra parte, el periodismo digital es conocido como una información periodística pero en un ambiente virtual, con la necesidad de recurrir a un ciberespacio organizado de forma hipertextual, multimediático e interactivo (Pena, F. 2009). El periodismo web incluso necesita de una profunda investigación, además de ser escrito y editado para un nuevo soporte siempre debe tenerse en cuenta el día y fecha en que ocurra la noticia, debido a su fugacidad y permanencia (Orione, J. 2006).

Solo 101,518 personas siguen los diarios a través de Twitter, mientras que 8,949 en Facebook. Ecuador cuenta con 7,320.206 personas con acceso a Internet, pero un porcentaje del 1,51% utilizan los diarios digitales por intermedio de estas dos redes sociales importantes: Facebook y Twitter (Hernández, H. 2007).

FORTALECIMIENTO DE LOS PRINCIPIOS DEONTOLÓGICOS DEL PERIODISMO EN EL USO DE TWITTER COMO MEDIO INFORMATIVO.

Entre 1994 y 1998 los diarios digitales crecieron de 20 a 5,700 sitios, redactados en lengua inglesa y posteriormente publicados en el idioma español (Hernández, H. 2007). Sin embargo, Rupert Murdoch afirma en una entrevista que podrían pasar de 10 a 15 años para que los lectores se acostumbren de forma completa a la era digital”. A pesar que Internet ya se está convirtiendo, cada vez más, en la sociedad moderna (Rivera, 2010) (CIESPAL).

Redes sociales

Es el conjunto delimitado de actores individuales, grupos, organizaciones, comunidades y sociedades globales que estén vinculadas a través de una relación (Mitchell, 1969).

El socio-director de la compañía Alianzo declara: “Las redes sociales en Internet son sistemas que permiten establecer relaciones con otros usuarios, en los que se pueden o no conocer en la realidad” (Del Moral, J. 2007).

En noviembre de 2004 las redes sociales tenían como propósito de llegar a convertirse en un fenómeno de masas, como en su momento fue la blogosfera. Y así mismo ocurrió cuando los blogs recién cumplieron diez años de existencia. La creación de las redes sociales pasaba por el filtro de la era del Internet, donde la red social tenía como objetivo el punto de encuentro de amigos, intervenciones, publicaciones de noticias, entre otras. Es cierto que encierra peligro, sobre todo para jóvenes, puesto que mayormente son propensos a caer en redes pornográficas o pederastia (Del Moral, J. 2007).

FORTALECIMIENTO DE LOS PRINCIPIOS DEONTOLÓGICOS DEL PERIODISMO EN EL USO DE TWITTER COMO MEDIO INFORMATIVO.

Dentro de las bondades que ofrecen las redes sociales constan la actualización automática de libreta de direcciones, perfiles visibles y la capacidad de crear nuevos enlaces, mediante servicios de presentación (Zamora, M. 2006).

En particular, las redes hispanas que inciden son: Networking Activo, Neurona, Tuenti, eConozco, Cielo, Dejaboo.net, Gazzag, Cielo.com (Zamora, M 2006).

Marco Conceptual

La importancia de los 140 caracteres

El 14 de marzo de 2006 Jack Dorsey, estudiante de la Universidad de New York, dio la iniciativa de la programación a la nueva herramienta de comunicación online más interesante de los últimos tiempos, Twitter, aunque su nombre inicial fue Twtr: entusiasmado en lo que ya era la aplicación Flickr; un servicio inspirado en fotografías.

En tal solo cinco años después, la red social de 140 caracteres hoy es reconocida como una de las más importantes de este mundo.

"Twitter se ha convertido en la red favorita de los periodistas para uso profesional en la manera de distribuir contenidos, seguida de la investigación de tendencias y en viralizar las informaciones del medio en el que trabajan" (Cobo, 2012). El llegar a conocer la difusión sobre el resto de cuentas de Twitter, se consideran los resultados de: número de usuarios que han sido leído y/o "retuiteado" el mensaje, el objeto, los 140 caracteres (Cohen, 1996) o las acciones que sobrellevan a lograr los fines deseados (Ribes& López, 1985).

FORTALECIMIENTO DE LOS PRINCIPIOS DEONTOLÓGICOS DEL PERIODISMO EN EL USO DE TWITTER COMO MEDIO INFORMATIVO.

El objetivo es captar en 140 caracteres a cuantos más usuarios mejor, cumpliendo con los parámetros básicos: contenido, contexto, profundidad, presentación, forma y estilo. Teniendo como prioridad que la comunicación debe ser recíproca, de tal manera se reciba un mensaje claro. Estos principios se priorizan para medir la efectividad del tuit (Murray, 2009).

A marzo de 2011, de acuerdo a los resultados de la investigación de comScore, los países con mayor penetración de la herramienta Twitter son: Holanda, Japón y Brasil.

Murray manifiesta, que la herramienta pareciera de fácil manejo porque se piensa que es de prioridad y de mayor acogida por los adolescentes, pero la audiencia es un target de personas en el rango de edad de 45 a 54 años; luego quienes le siguen son personas de 65 años (Murray, 2009).

José L. Orihuela enumera las diferentes funciones que genera Twitter: familiaridad ambiental, intervención por medio de experiencias y opiniones, detector de tendencias, transmisión de noticias de última hora y el valor de fomentar como canal de negocios (Orihuela, 2011).

Para fines de esta investigación se tomará como definición de Twitter aquello que expresa el autor Orihuela:

“Solo quienes tienen una visión romántica de innovación y creatividad, pueden sorprenderse de que una herramienta tecnológica cuente con la posibilidad de condensar una idea en limitado caracteres. Y es la que ha convertido en ser uno de los mecanismos de comunicación más poderosos de la historia” (Orihuela, 2011).

FORTALECIMIENTO DE LOS PRINCIPIOS DEONTOLÓGICOS DEL PERIODISMO EN EL USO DE TWITTER COMO MEDIO INFORMATIVO.

Nativel Preciado utiliza Twitter como una forma de expresar todo lo que uno siente, de igual manera, deja su visión de la actualidad.

Reflexiona: “Llegada la edad de los abuelos, el mundo en el que se vive ahora se enganchará a Twitter, a Internet y a todo lo tecnológico; porque está convencida de que los que resisten y se adaptan triunfarán al final” (Preciado, 2012).

María Irma Hernández expone en su tesis de posgrado, Comunicación Política en Redes Sociales, que Twitter como red social tiene un beneficio político durante las campañas electorales; ya que sirve para interactuar, promover la deliberación e incentivar a los usuarios a participar de los procesos que invitan a generar ciberdemocracia. (Hernández, M. 2013)

La deontología periodística

Tiene la responsabilidad de que la persona cumpla con su tarea moral que le compete en su profesión (Ocampo, M 2002). No obstante, Richard cita que “quienes violen el código deberían sufrir el castigo de que se les quitara del registro profesional” (Keeble, 2001).

Los códigos deontológicos son los que se utilizan y los que tienen relación con los deberes, así no esté estrictamente ligado al consecuencialismo que se preocupa de los resultados de la acción. Obligaciones profesionales o de actividad social que contribuyen en sus valores (Jareño, 2009 & Aznar, 1999).

De igual manera sucede entre un profesional con la deontología en su trabajo, es decir, el periodista asuma sus deberes éticos como parte de su compromiso íntegro (Jareño, 2009 & Aznar, 1999).

FORTALECIMIENTO DE LOS PRINCIPIOS DEONTOLÓGICOS DEL PERIODISMO EN EL USO DE TWITTER COMO MEDIO INFORMATIVO.

Tanto Reuters como BBC (2011), The Washington Post (2010), The New York Times (2005), The Angeles Times (2009), The Radio Television Digital News Association (2011) y The American Society of News Editors (2011) poseen códigos de ética que insisten en aplicar en todos sus contenidos. En cierto modo la mayoría no definen si los lineamientos éticos son extensivos al uso de las redes sociales (Claro, C., López-Hermida, A. 2011).

Hechos periodísticos

Alsina menciona en la primera prensa popular del siglo XIX: “el paradigma del acontecimiento, es el suceso” (Alsina, 1988). Mientras que Gomis señala que la noticia ya no es como hasta ese entonces “el relato de eventos políticos y sociales de reconocida importancia, sino ahora, es la narración de un crimen o de una catástrofe” (Gomis, 1989).

El uso de información que aparece a través de los titulares o textos, pone en funcionamiento la memoria semántica, es decir, la recuperación informativa previamente conocido por el lector para dar a conocer mejor la noticia actual (Fontcuberta, 1981). Lo que es producido por la noticia y receptada por los lectores, llega a ser vendible y consumible, como el acontecimiento que involucra el relato que precisamente es la sustancia del suceso.

La teoría de Martín-Barbero refiere: tanto mayor acontecimiento sea, cuanto más raro sea, es cuánto más extraño resulte. Explica que no cómo la sociedad vea el hecho de una manera natural, sino más bien, de cómo la cultura se deja llevar por el consumismo (Martín- Barbero, 1987).

FORTALECIMIENTO DE LOS PRINCIPIOS DEONTOLÓGICOS DEL PERIODISMO EN EL USO DE TWITTER COMO MEDIO INFORMATIVO.

La noticia se mueve por dos lados: la censura que hace más interesante la situación, y la tolerancia que muestra una ética falsa rescatando el momento de un discurso (Martín-Barbero, 1987).

En Twitter, las diferentes cuentas de los diarios digitales, al terminar la última palabra del tuit al publicarse, presenta un hiperenlace que traslada hacia la noticia de manera más amplia.

Gouldner afirma que la noticia se presenta a sí misma como lo no rutinario, no sucede de forma necesaria y obligada (Gouldner, 1978).

Marco Legal

El estudio es sustentado por la Asamblea Nacional que aprobó La Ley Orgánica de Comunicación, publicada en el Registro Oficial el 25 de junio del 2013. Los fundamentos legales están respaldados en el siguiente artículo:

Art.-10.- Normas deontológicas.- Todas las personas naturales o jurídicas que participen en el proceso comunicacional deberán considerar las siguientes normas mínimas, de acuerdo a las características propias de los medios que utilizan para difundir información y opiniones:

1. Referidos a la dignidad humana:
2. Relacionados con los grupos de atención prioritaria
3. Concernientes al ejercicio profesional
4. Relacionados con las prácticas de los medios de comunicación social

(La Ley Orgánica de Comunicación, 2013)

FORTALECIMIENTO DE LOS PRINCIPIOS DEONTOLÓGICOS DEL PERIODISMO EN EL USO DE TWITTER COMO MEDIO INFORMATIVO.

Metodología

El diseño de este trabajo es exploratorio y descriptivo. Desde un inicio es exploratorio, ya que se hará un estudio de campo de todos los temas a tratarse dentro de la investigación.

Y tiene como objetivo documentar ciertas experiencias, examinar temas pocos estudiados o nuevos, en que simplemente no hay mayor trabajo de investigación sobre el tema planteado para con esto poder establecer prioridades para investigaciones posteriores o sugerir afirmaciones verificables.

El segundo paso es una investigación descriptiva cualitativa, en el que es necesario realizar entrevistas, encuestas, revisión de las cuentas de Twitter de los diarios seleccionados y el detalle de la Ley Orgánica de Comunicación, específicamente el artículo donde habla sobre los códigos deontológicos. También la correspondencia, análisis de literaturas relacionada al buen periodismo y empaparse más con información sobre el tema, con ayuda de los directores web de estos diarios digitales.

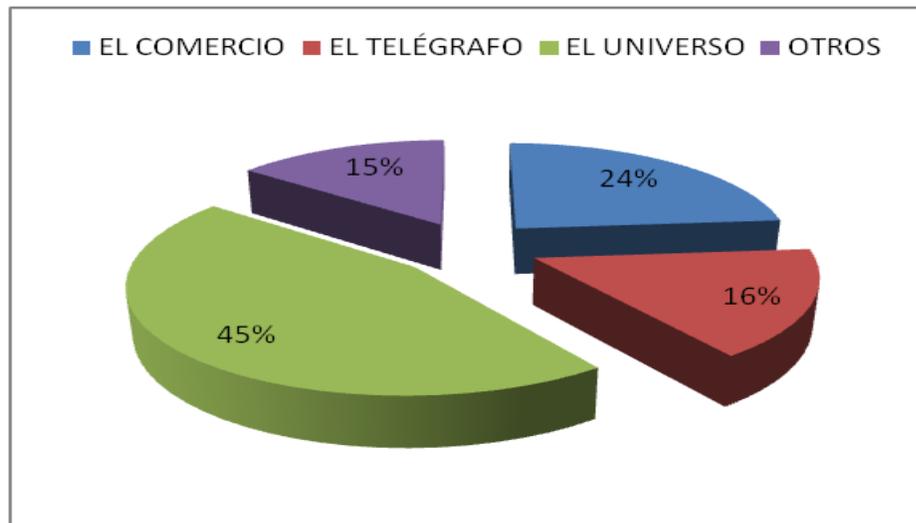
Resultados

A continuación en las siguientes 8 tablas se explicarán cómo es interpretado el porcentaje de interés, de menor a mayor afluencia, de los estudiantes de las materias de Periodismo de la UEES cursando en el período: mayo a agosto del presente año 2014. Basándose de las preguntas planteadas, que servirán de apoyo en poder llegar con el análisis y una posible propuesta de este estudio, puesto que son los

FORTALECIMIENTO DE LOS PRINCIPIOS DEONTOLÓGICOS DEL PERIODISMO EN EL USO DE TWITTER COMO MEDIO INFORMATIVO.

más allegados e interesados sobre los diversos factores que contemplan las interrogantes expuestas.

DIARIOS DIGITALES



Figura# 1: ¿Cuál de estos diarios sigues en Twitter?

CREDIBILIDAD Y PRECISIÓN

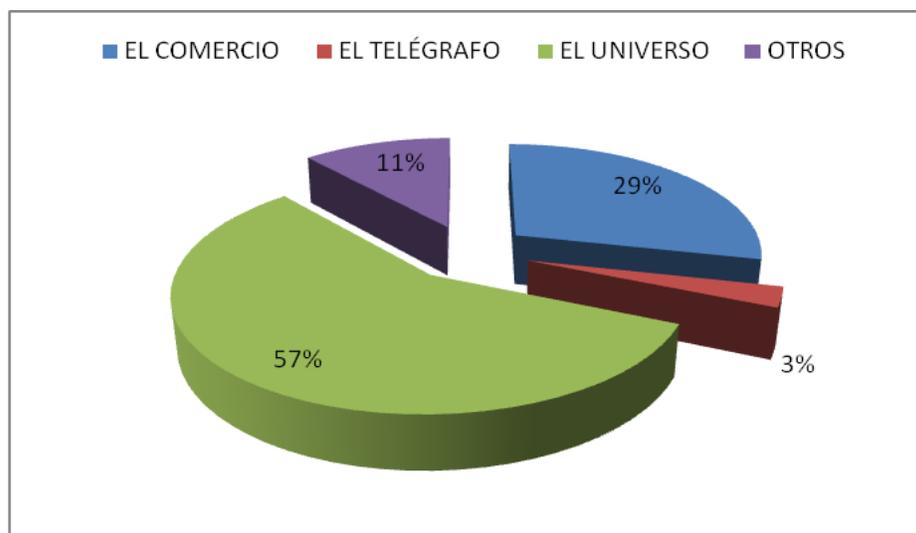


Figura #2: ¿Qué diario considera que tiene credibilidad y precisión al publicar una noticia en Twitter?

FORTALECIMIENTO DE LOS PRINCIPIOS DEONTOLÓGICOS DEL PERIODISMO EN EL USO DE TWITTER COMO MEDIO INFORMATIVO.

ERRORES Y RECTIFICACIONES

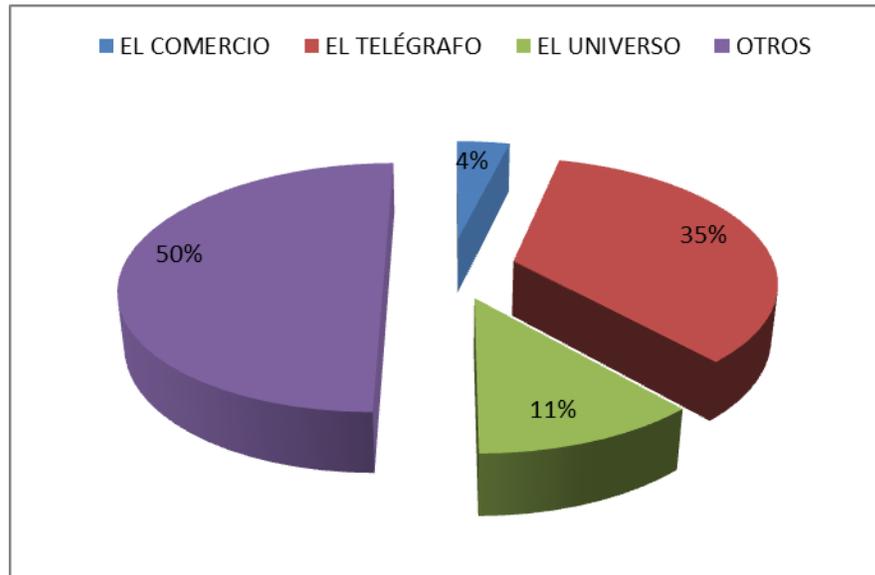


Figura #3: ¿Qué diario considera que tiene más errores y rectificaciones en Twitter?

TIPOS DE NOTICIAS

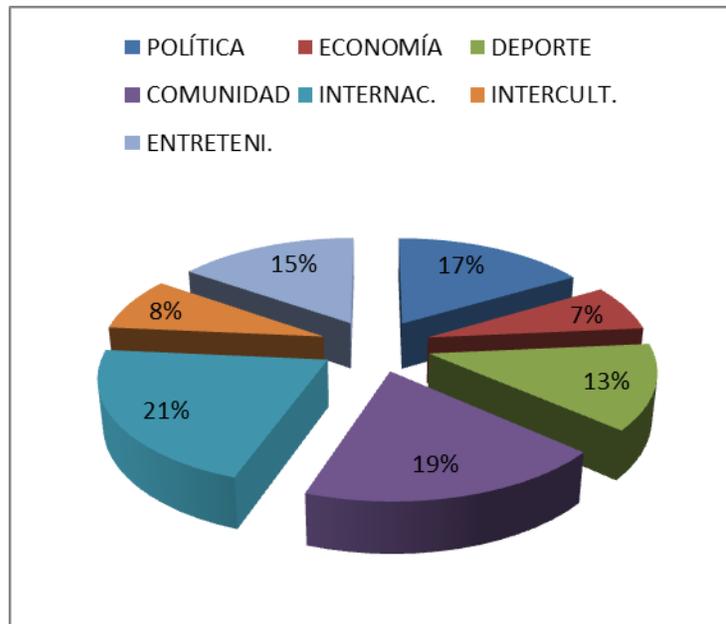


Figura #4: ¿Qué tipo de noticia suele leer con mayor frecuencia?

FORTALECIMIENTO DE LOS PRINCIPIOS DEONTOLÓGICOS DEL PERIODISMO EN EL USO DE TWITTER COMO MEDIO INFORMATIVO.

. DIARIOS INTERNACIONALES

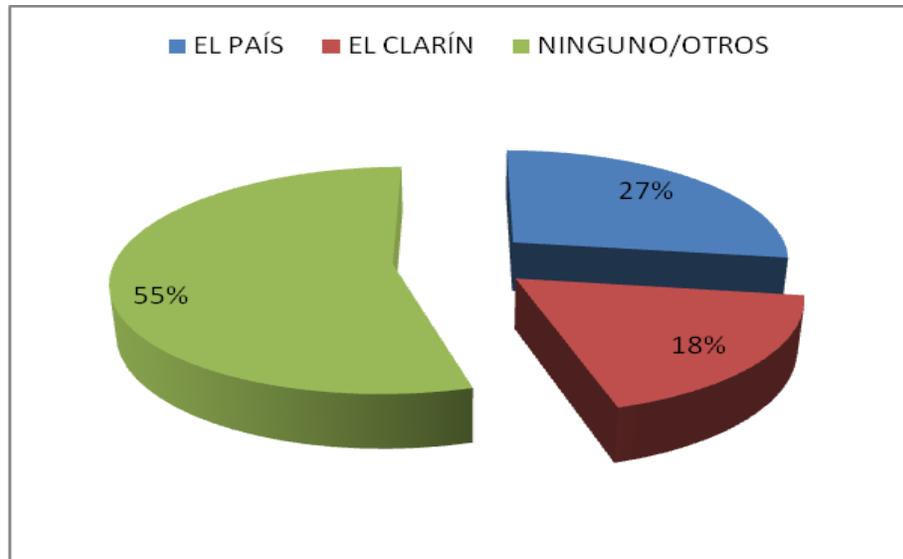


Figura #5: ¿Cuál de estos diarios internacionales sigue en Twitter?

EL PAÍS / EL CLARÍN

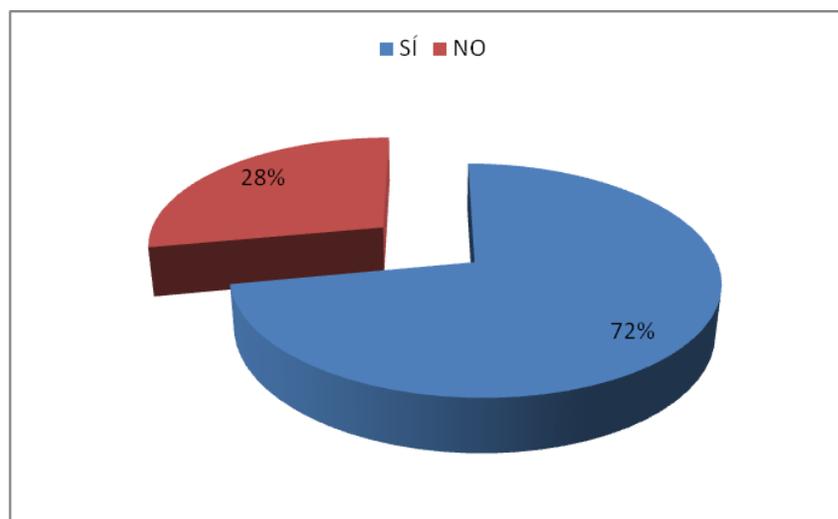


Figura #6: ¿Considera que estos diarios: El País o El Clarín tienen credibilidad?

FORTALECIMIENTO DE LOS PRINCIPIOS DEONTOLÓGICOS DEL PERIODISMO EN EL USO DE TWITTER COMO MEDIO INFORMATIVO.

LA INMEDIATEZ

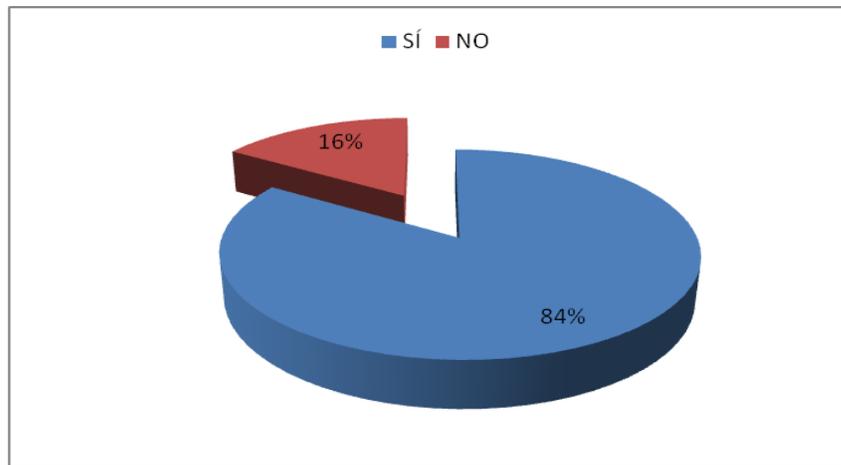


Figura #7: ¿Cree que la inmediatez al publicar una noticia afecta a la precisión de sus datos?

PRINCIPIOS DEONTOLÓGICOS DEL BUEN PERIODISTA

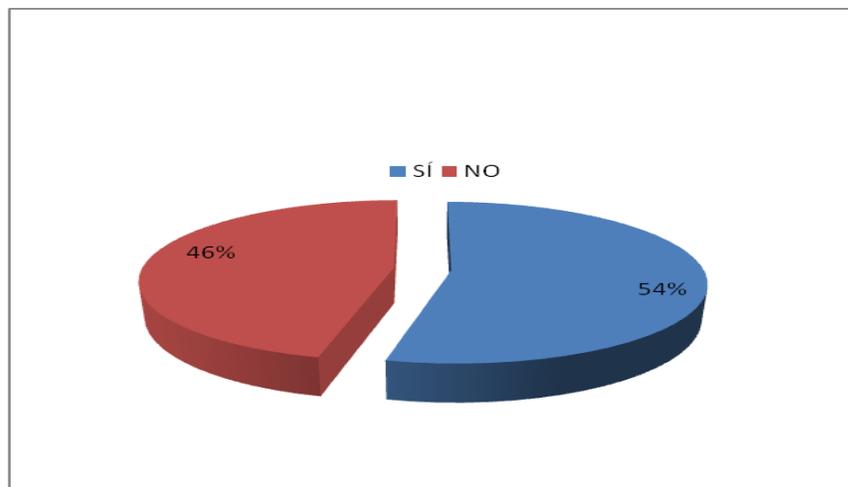


Figura #8: ¿Estos 3 principios se respetan en Twitter? Sí, No, ¿Por qué?

1. "Contrastar los datos con cuantas fuentes periodísticas sean precisas".
2. "Rectificación de las informaciones erróneas".
3. "Enfrentar, cuando existan, las versiones sobre un hecho".

FORTALECIMIENTO DE LOS PRINCIPIOS DEONTOLÓGICOS DEL PERIODISMO EN EL USO DE TWITTER COMO MEDIO INFORMATIVO.

Análisis de los cuadros

Según las encuestas realizadas a 25 estudiantes, la gran parte del número de alumnos, 45% de ellos siguen al diario El Universo; asimismo aciertan que este es el medio con mayor credibilidad. El director web, Fernando Astudillo, también confirma este dato por medio de una entrevista realizada para esta investigación. “Ya tenemos un posicionamiento fijo, y somos uno de los diarios más grandes en Guayaquil y nacionalmente”. El diario que le sigue con preferencia es El Comercio con un 24% de tuiteros que lo leen.

Por otra parte el sondeo indica que otros son los diarios con más errores y rectificaciones en Twitter. Así lo refleja el cuadro comparativo de la publicación de tuits por el diario El Universo, El Comercio y El Telégrafo, los cuales no presentan un número elevado de errores en la ortografía, exactitud y precisión. Sin embargo, se comprueba que hay reiteradas faltas de precisión y exactitud en El Telégrafo, durante el rango de fecha que se toma en consideración para la investigación, abril a junio de 2013 contrastado con el año siguiente, a través de la revisión de sus tuits. Y justamente diario El Telégrafo es el que muestra mayores noticias de tipo internacional; las que son comúnmente percibidas por nuestros encuestados.

Las conclusiones del diario El Telégrafo, profundizadas con dos directores web en un lapso de 2 años de diferencia, manifiestan que se sigue respetando el mismo “prime time” de visita de lectores en la cuenta de Twitter

FORTALECIMIENTO DE LOS PRINCIPIOS DEONTOLÓGICOS DEL PERIODISMO EN EL USO DE TWITTER COMO MEDIO INFORMATIVO.

durante el lapso de la mañana, desde las 08H00 hasta aproximadamente las 13H00. Como en las noticias extensas se notifica advirtiendo que es una “noticia en desarrollo” y que continúa en otro párrafo.

El factor de la inmediatez comparada con la precisión influye al publicar la noticia en la red social Twitter.

El director web del Diario El País de España, Pedro ZuaZua, menciona para comprobar lo antes mencionado:

La prisa ha sido muy mal vista por otros diarios. Es cierto que a mayor inmediatez, menor profundidad, y menor interacción. Lo ideal es tener la sangre fría para esperar a confirmar una noticia, antes que darle al botón de publicar (ZuaZua, 2013).

Esta aseveración es respaldada con las respuestas de los estudiantes de las materias de la carrera de periodismo, el 84% cree que la inmediatez al publicar una noticia, influye en la claridad de los datos.

Con base en los diarios reconocidos internacionalmente, otros, son los diarios que hacen el seguimiento en la web. Diario El Clarín ni El País son tomados como los sucesores, si bien la encuesta demuestra que igual manera sí existe un grado de confianza; a consecuencia de su innovación en la estructura y corroboración al publicar la información.

FORTALECIMIENTO DE LOS PRINCIPIOS DEONTOLÓGICOS DEL PERIODISMO EN EL USO DE TWITTER COMO MEDIO INFORMATIVO.

Cuadro de comparación de los diarios

<i>DIARIOS</i>		
El Universo	El Telégrafo	El Comercio
<i>TIPOS DE NOTICIAS CON ERRORES</i>		
01-04-2013 AL 30-06-2013		
2 tuits Deporte	3 tuits Política	2 tuits Deporte
1 tuit Política	1 tuit Internacional	1 tuit Política
	2 tuits Sociedad/Comunidad	
Total= 3	Total = 6	Total = 3
01-04-2014 AL 30-06-2014		
	1 tuit Internacional	1 tuit Deporte
		1 tuit Política
		1 tuit Entretenimiento
	Total= 1	Total= 3
TOTAL 3	TOTAL 7	TOTAL 6

Figura # 9: Cuenta de Twitter de los diarios digitales nacionales

En la sección de Deporte se demuestra la falta de exactitud en la noticias del año 2013 durante los meses de abril a junio. El que menciona el titular en diario El Comercio: “Más de 4 horas le tomó a Nadal derrotar a Djokovic”. Es información que se interpreta de forma equivocada; inmediatamente un tuitero clarificó este dato: “Más de 4 horas Djokovic pudo resistir a Nadal”, que dejó tranquilo al lector. La precisión y exactitud son identificadas en su mayoría en noticias de tipo Político por los diarios nacionales: El Universo, El Telégrafo y El Comercio, que son los que tiene afluencia de ser leído por estudiantes de comunicación de la UEES. Aunque sí lo es inexplicable cómo antes de publicar una noticia no se realiza una investigación más profunda del tema, se identifica en un titular por el diario El Telégrafo: “Recordamos 38 años de recobrar la democracia y la muerte del Presidente Jaime Roldós Aguilera”. El dato es erróneo y sin ser corregido en el momento, en algunos

FORTALECIMIENTO DE LOS PRINCIPIOS DEONTOLÓGICOS DEL PERIODISMO EN EL USO DE TWITTER COMO MEDIO INFORMATIVO.

usuarios ocasionó preocupación: @CMIGRANA “se equivocó el Mashi! No son 38 sino 32 años!! “.

Pese que la sección Internacional y de Sociedad/Comunidad sólo se perciben errores en el diario El Telégrafo; debido a la falta de verificación, exactitud y gramática, estas falencias quedaron expuestas en los tuits, incrementando discusión entre los seguidores y aun así no fueron reformuladas enseguida.

Según los resultados demostrados en el cuadro, considerando los diarios nacionales anteriormente mencionados, se observa reincidencia de errores en ciertos tipos de noticias del Diario El Telégrafo, y si bien es cierto, en el siguiente ejemplo no se da una rectificación por parte del diario, mencionada en el tuit: “Desmienten recompensa por información sobre presunto autor de muerte de cóndor”. Uno de los usuarios, es quien personalmente responde en otro tuit, desmintiendo lo antes expuesto.

En el año 2014, durante los meses que se analizan, se identifica que el diario El Universo no tiene errores, contrastados con los demás dos diarios, con base en el sondeo realizado a los estudiantes de las materias de la carrera de Periodismo de la UEES en el período: mayo a agosto de 2014. Se comprueba que es el diario con mayor fidelidad y el que con frecuencia leen los alumnos.

En este mismo año, Diario El Comercio reitera con falencias en sus titulares y exactitud, a pesar que en esta investigación los estudiantes señalan lo contrario, pues alegan que es el diario con menor error y rectificaciones en sus tuits.

FORTALECIMIENTO DE LOS PRINCIPIOS DEONTOLÓGICOS DEL PERIODISMO EN EL USO DE TWITTER COMO MEDIO INFORMATIVO.

Posteriormente, en la sección de anexos se presentará la propuesta de una nueva pauta deontológica creada para el buen uso de los periodistas en la herramienta virtual Twitter.

Conclusiones y recomendaciones

Una vez culminado con el análisis de este trabajo por medio del método requerido: exploratorio y descriptivo, podemos indicar que los objetivos definidos se cumplieron en su totalidad. Se concluyó que estos diarios seleccionados, como muestra de estudio, en algunos casos no se rigen bajo el código deontológico; y en ocasiones las noticias de Deporte y Política son las que registran mayores errores de exactitud, precisión y gramática.

Quiere decir que son este tipo de noticias las que los lectores más tienden a revisar en Twitter, y por lo tanto, en que los seguidores exigen mayor control de la fuente.

Los principios deontológicos que deben normar para el manejo de esta red social son: la exactitud, precisión, verificación y la inmediatez. Resulta necesario también cuidar el estilo de redacción y la claridad.

Así, ante la hipótesis que se tenía enfocada desde un principio cuyo enunciado es si “los medios nacionales seleccionados no ofrecen información completa en los tuits emitidos”, se obtuvo la respuesta mediante un proceso de segmentación y clasificación de tuits. Esto fue con el fin de comparar y evaluar los avances del periodismo de redes sociales.

Una sugerencia sería rediseñar el perfil de las personas a cargo de redactar noticias en esta red social debido a que es necesario contar con los principios del

FORTALECIMIENTO DE LOS PRINCIPIOS DEONTOLÓGICOS DEL PERIODISMO EN EL USO DE TWITTER COMO MEDIO INFORMATIVO.

periodismo. Posteriormente, y con base en sus necesidades, los medios deberán desarrollar códigos que contemplen el estilo del medio, la apreciación del community manager o director web para establecer procesos y normas de publicación.

Las entrevistas a los especialistas, entre ellos directores web, nos permitió conocer sobre el trabajo que realizan a diario y en que se destacan o deben mejorar. Por otra parte, el sondeo realizado a los estudiantes que cursan las materias de la carrera de Periodismo también es de participación significativa para esta investigación, por lo que se pudo corroborar con lo sostenido por los especialistas.

Una información verificada será reflejo de la interactividad con los seguidores de las cuentas de los diarios. Este trabajo puede ser válido, a futuro, para nuevas profundizaciones relacionadas con el tema, como es el comportamiento de los community managers, frente a esta herramienta digital.

FORTALECIMIENTO DE LOS PRINCIPIOS DEONTOLÓGICOS DEL PERIODISMO EN EL USO DE TWITTER COMO MEDIO INFORMATIVO.

Referencias bibliográficas

Libro

Aznar, H. (1999). *Ética y periodismo: códigos, estatutos y otros documentos de autorregulación*. Barcelona: Paidós Ibèrica.

Di Palma, G. (2010). *Introducción al periodismo: internet y tecnología digital prensa grafica-radio y tv*. Córdoba: Brujas.

Espada A., Hernandez B. (2009). *El fin de los periódicos*. Barcelona: Duodomo

Flores, J. (2009). *Nuevos perfiles de comunicación, perfiles y tendencias en las redes sociales*. Madrid, España: Comunicar.

Jareño, J. (2009). *Ética y periodismo*. España: Desclée de Brouwer S.A

López, G. (2005). *El Ecosistema Digital: Modelos de comunicación, nuevos medios y público en Internet*. Valencia: Servei de Publicacions de la Universitat de València.

Orione, J. (2006). *Introducción al periodismo: el oficio de informar periodismo en internet*. B. Aires: Ediciones de la flor.

Orihuela, J. (2011). *Mundo Twitter*. Barcelona: Alienta

FORTALECIMIENTO DE LOS PRINCIPIOS DEONTOLÓGICOS DEL PERIODISMO EN EL USO DE TWITTER COMO MEDIO INFORMATIVO.

Pena,F. (2009). *Teoría del periodismo*. Sevilla, España: Comunicación Social.

Piscitelli, A. (2005). *Internet, la imprenta del siglo XXI*. Barcelona: Gedisa.

Preciado, N. (2012) *Si yo tuviera 100.000 seguidores*. Madrid: Planeta

Querejeta, A. (2011). *Periodismo de Investigación*. Pichincha, Quito: Paradiso.

Restrepo, J. (2011). *Periodismo y pasión: interrogantes sobre el ejercicio, y la ética profesional*. B.aires: La Crujia.

Roma, R., Domizi, J., Fiandesio, C., Lanteri, J., Montesanto, Diego ., Ripoli, N., Mospan, L., Di Vincenzo, H., De Laurentiis, J., Araya, E. (2011). *Libro de Twitter conectados en 140 caracteres*. Argentina: Genes.

Serrano, H. (1997). *Técnicas de enseñanza del periodismo*. México: Trillas.

Zamora, M. (2006). Redes sociales en internet. *Maestro de la Web*. Medellín.

Artículos de revistas científicas

Abril, G. (1996). *La noticia, lo cotidiano y el espejo de la ficción*. Revista Cuaderno de información y comunicación, 1 (2), 57-62.

FORTALECIMIENTO DE LOS PRINCIPIOS DEONTOLÓGICOS DEL
PERIODISMO EN EL USO DE TWITTER COMO MEDIO INFORMATIVO.

Aladro, E. (1996). La recepción de la noticia. Revista Cuaderno de información y comunicación, 1 (2), 47-56.

Castells, M. (2001). Internet y la sociedad red. *Revista La Factoria.* 14-15.

Claro, C., López-Hermida, A. (2011). Medios y periodistas en Twitter: el caso chileno I. Revista Correspondencias & Análisis, 1 (1), 17-33.

Espinosa, C. (2014). Twitter en Ecuador ya sobrepasa la cifra del millón de usuarios. *Revista Cobertura Digital,(48),103-126.*

Fainholc, B. (2011). Un análisis contemporáneo del Twitter. *RED, Revista de Educación a Distancia,1(26),1-12.*

Farhi, P. (2009). The Twitter Explosion. *American Journalism Review, 31(3),26-31.*

Fernandez, S. (2008). Redes sociales: fenómeno pasajero o reflejo del nuevo internauta. *Revista Telos, (76),118-120.*

Gronemeyer, María Elena. (2003). El periodismo como vocación y opción creyente. *Revista Teología y vida, 44(1), 48-67.*

Hafez, K. (2002). A Comparison of Ethics Codes in Europe, North Africa, the Middle

FORTALECIMIENTO DE LOS PRINCIPIOS DEONTOLÓGICOS DEL
PERIODISMO EN EL USO DE TWITTER COMO MEDIO INFORMATIVO.

East, and Muslim Asia. *Journalism Ethics Revisited*,19(2),225-250.

Hermida, A. (2010). Twittering the News. *Journalism Practice*, 4(3), (297-308).

Kim, S., & Kim, R. (2002). A study of internet addiction: Status, causes, and remedies. *Journal of Korean Home Economics Association*, 3,(1),1-19.

Kiss, D. (2006). Niveles de interacción en la comunicación en Internet. Ambitos: Revista internacional de comunicación, 1 (15), 45-57.

Lozares, C. (1996). La teoría de las redes sociales, (48),103-126.

Mena, S. (2013). Medición del tiempo de efectividad de los tuits: Interés y vida de la información en la era de las redes sociales. Investigar la comunicación hoy,1 (1), 173-184.

Montaner, M. (2011). La gestión de las PR a través de Twitter. *Cuad. Cent. Estud. Diseño Comun., Ens.*, (35), 31-42.

FORTALECIMIENTO DE LOS PRINCIPIOS DEONTOLÓGICOS DEL PERIODISMO EN EL USO DE TWITTER COMO MEDIO INFORMATIVO.

Moral, F. (2013). Analizando comportamientos. Riesgos en el uso de las redes sociales. Revista Telos, 2 (95), 35-45.

Moreno, P. (1998). Las formas de expresión en el periodismo actual. Revista Latina de Comunicación Social, 12 (3).

Punin, M., Martinez, A., Rencoret, N. (2013). Digital Media in Ecuador-Future Perspectives. Revista Comunicar, 42(1), 199-207.

Rospir, Juan Ignacio. (2010). Opinión Publica. El tránsito hacia el oeste: Los estados unidos. Una introducción 1787-1800. Revista Brocar, 1 (34), 11-32.

Artículo de una revista exclusiva en internet

Zepeda, Y. (2013, 21 de mayo). Martin Babero: De Cómo el acontecimiento se convierte en suceso, en narración-leyenda. *Scrid*, Artículo 1. Recuperado el 14 de septiembre del 2014, de es.scribd.com/doc/142698144/MARTIN-BARBERO

Documentos en internet

Del Moral, J. (2007). Algunos datos sobre las redes sociales. Disponible en:

<http://blogs.alianza.com/redessociales/2007/08/04/algunos-datos-sobre-las-redes-sociales>

FORTALECIMIENTO DE LOS PRINCIPIOS DEONTOLÓGICOS DEL PERIODISMO EN EL USO DE TWITTER COMO MEDIO INFORMATIVO.

Rivadeneira, G. (2013). Proyecto de la Ley Orgánica de Comunicación aprobada por la asamblea: Normas deontológicas. Quito: SUPERCOM. Disponible en: www.supercom.gob.ec/sites/default/files/document/ley_organica_comunicacion.pdf

Rivadeneira, G. (2013). Proyecto de la Ley Orgánica de Comunicación aprobada por la asamblea: Normas deontológicas. QUITO: SUPERCOM. Disponible en: www.supercom.gob.ec/sites/default/files/document/pdf-decreto_214-21-ene-2014.pdf

Trabajos de grado publicados

Hernandez, M. (2013). *Comunicación política en redes sociales. Caso: Paginas en Facebook y Twitter de norman Quijano, Oscar Ortiz y Will Salgado como candidatos a alcaldes durante la campana electoral 2012 en el Salvador*. Tesis de posgrado para la maestría en comunicación publicada, Universidad CentroAmericana José Simeón Cañas, Antiguo Cuscatlán, El Salvador.

López, G. (2011). *Utilización del twitter como herramienta periodística de reportería y publicación en el Ecuador*. Tesis de grado de licenciatura publicada, Pontifica Universidad Católica del Ecuador, Pichincha, Quito.

FORTALECIMIENTO DE LOS PRINCIPIOS DEONTOLÓGICOS DEL PERIODISMO EN EL USO DE TWITTER COMO MEDIO INFORMATIVO.

Román-Graván, P. (2002). *El trabajo colaborativo en redes. Análisis de una experiencia en la R.A.C.S.* Tesis para obtener el título de Doctor en Didáctica y Organización Escolar y M.I.D.E., Universidad de Sevilla, Sevilla.

Ufarte, Ma. (2011). *El periodista acosado: entre la precariedad laboral y el mobbing.* Tesis para obtener el título de Doctor en Periodismo y Sociedad: Perspectivas, Estrategias y Tendencias, Universidad de Sevilla, Sevilla.

Artículos de internet basados en una fuente impresa

Ramonet, I. (1999) *El periodismo del nuevo siglo*.1-14. Recuperado el 6 de Julio de 2014, de http://www.cabuenes.org/03/documentos/ cursos/globalización/bloque2/glob_blq2_04.pdf

Artículos en prensa escrita (diarios) sin autor

Bloguero detenido en Riobamba por difundir supuesta falla en sistema del sitio Dato Seguro. (2012, 30 de noviembre). *La Hora*, p. 4.

Comunicaciones personales

M., Arce (comunicación personal, 23 agosto, 2012)

F., Astudillo (comunicación personal, 03 agosto, 2012)

O., Jaen (comunicación personal, 16 julio, 2014)

FORTALECIMIENTO DE LOS PRINCIPIOS DEONTOLÓGICOS DEL PERIODISMO EN EL USO DE TWITTER COMO MEDIO INFORMATIVO.

S., Morán (comunicación personal, 03 septiembre, 2012)

J.Pablo., Sotomayor (comunicación personal, 08 octubre, 2012)

M., Vaca (comunicación personal, 21 julio, 2014)

P., ZuaZua (comunicación personal, 25 septiembre, 2012)

Apéndice

Índice

1. Guía deontológica
2. Impresión de pantallas de los errores de los tuits de los 3 diarios: El Universo, El Comercio y El Telégrafo en el periodo de abril a junio de 2013 contrastado con el año 2014 por el mismo rango de meses.
3. Encuesta de estudiantes de la facultad de comunicación UEES realizadas en el periodo de mayo a agosto de 2014.
4. Entrevistas a los directores web de los 3 diarios: El Universo, El Comercio y El Telégrafo, contrastado con los diarios El Clarín y El País para tener como referencia el trabajo que ellos realizan (ambos reconocidos como grandes diarios).

PAUTA DEONTOLÓGICA

MANUAL PARA LA RED SOCIAL TWITTER: GUIA DE ÉTICA Y DE ESTILO

ÍNDICE

Título 1. Terminología de Twitter	
Subtítulo 1.1 Imagen del medio	Página 4
Subtítulo 1.2 Etiquetas o hashtags	Página 4
Subtítulo 1.3 Siglas o términos	Página 4
Subtítulo 1.4 Menciones	Página 5
Subtítulo 1.5 Respuestas	Página 5
Subtítulo 1.6 Retweet	Página 6
Subtítulo 1.7 Link o sitio web de la noticia	Página 6
Título 2. Inmediatez	Página 7
Título 3. Estilo de redacción	
Subtítulo 3.1 Número de caracteres en el tweet	Página 8
Subtítulo 3.2 Ortografía	Página 8
Título 4. Claridad	Página
Subtítulo 4.1 Gramática	Página 8
Subtítulo 4.2 Declaraciones textuales	Página 8
Subtítulo 4.3 Concordancia de verbos	Página 9
Subtítulo 4.4 Subordinadas	Página 9
Subtítulo 4.5 El plural/El singular	Página 10

FORTALECIMIENTO DE LOS PRINCIPIOS DEONTOLÓGICOS DEL
PERIODISMO EN EL USO DE TWITTER COMO MEDIO INFORMATIVO.

Título 5. Principios Generales Éticos

Subtítulo 5.1 Exactitud

Página 10

Subtítulo 5.2 Precisión

Página 10

Subtítulo 5.3 Verificación

Página 10-11-12

FORTALECIMIENTO DE LOS PRINCIPIOS DEONTOLÓGICOS DEL PERIODISMO EN EL USO DE TWITTER COMO MEDIO INFORMATIVO.

1 Imagen del medio

- 1.1 Imagen del medio: Imagen cuadrada de excelente calidad, el tamaño no debe ser más de 700k y a su vez llame la atención. Será el rostro del usuario en caso de ser una persona o si es una institución es el icono que lo identifica.

Ejemplo: El Universo



- 1.2 Etiquetas o hashtags: Siempre son precedidas del signo # para identificar un tema específico, a manera de etiquetas. Cuando determinado HT genera cientos o miles de tuits pueden llegar a ser tendencia local; nacional o internacional. Y a esto se lo denomina trending topic TT.

Ejemplo:



- 1.3 Siglas o términos: Se emplea siglas para acortar ciertas palabras que usualmente se nombra dentro de la red social.

Ejemplo:

RT= Retuit

FB= Facebook

FF= Follow Friday

FORTALECIMIENTO DE LOS PRINCIPIOS DEONTOLÓGICOS DEL PERIODISMO EN EL USO DE TWITTER COMO MEDIO INFORMATIVO.

1.4 Menciones: Hace referencia a otro usuario y se lo indica con el signo @ para identificarlo, seguido del nombre. Del mismo modo se utiliza para identificar de qué fuente proviene y verificar la fuente de la mención; así no se emita una información que no sea comprobada.

Ejemplo:

@el_telegrafo @AiditaMoreira

1.5 Respuestas: Todo mensaje puede ser respondido y visto de forma pública. Siempre mencionando al usuario seguido del signo @ y este puede ser leído por todos los seguidores en común.

Ejemplo:



1.6 Retweet: Consiste en reenviar un mensaje de la misma manera que fue publicado, considerando la citación de la fuente de donde es extraída la información.

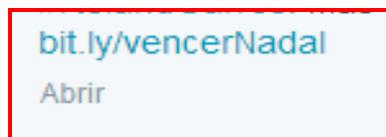
FORTALECIMIENTO DE LOS PRINCIPIOS DEONTOLÓGICOS DEL PERIODISMO EN EL USO DE TWITTER COMO MEDIO INFORMATIVO.

Ejemplo:



1.7 Link o sitio web de la noticia: Es necesario para garantizar la credibilidad de la noticia acceder a un URL para una amplia información.

Ejemplo:



2 Inmediatez

Dar a conocer públicamente una noticia en un tiempo prudencial, de manera breve, considerando como primicia por ese medio. Siempre y cuando cumpla con todos los principios deontológicos del periodismo. Además de la investigación y profundidad.

FORTALECIMIENTO DE LOS PRINCIPIOS DEONTOLÓGICOS DEL PERIODISMO EN EL USO DE TWITTER COMO MEDIO INFORMATIVO.

Ejemplo:

La tragedia ocurrida durante la maratón de Bostón en el 2013, New York Post publicó en la portada del diario una foto de dos jóvenes a quienes acusaron de ser los autores de las explosiones. El medio se basó en la información de la policía sin tener certeza de las identidades. Horas después, la cadena CBS se encargó de desmentir lo antes mencionado (Vargas, 2013).



3 Estilo de redacción

3.1 Número de caracteres en el tweet: Es 140 caracteres el número máximo que se puede escribir una noticia para luego ser difundida por un medio (menos es más). La mayoría de los usuarios no ocupan todo el límite de caracteres permitidos, ya que solo anuncian el titular o la información importante.

FORTALECIMIENTO DE LOS PRINCIPIOS DEONTOLÓGICOS DEL PERIODISMO EN EL USO DE TWITTER COMO MEDIO INFORMATIVO.

Ejemplo:



3.2 Ortografía: El conjunto de reglas que rigen el sistema de la escritura. Como los signos de acentuación y de puntuación y los que deben ser respetados en la apertura y cierre del tuit.

Ejemplo:

-coma, punto y coma, como, comillas, exclamación e interrogación y punto.

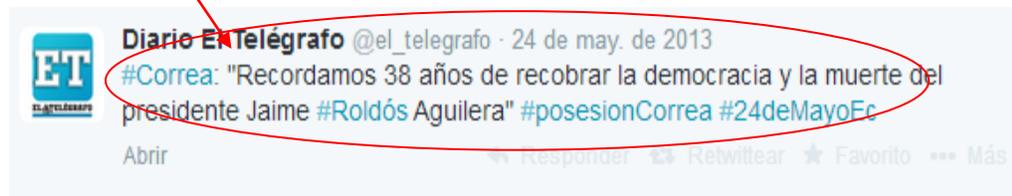
4 Claridad

4.1 Gramática: El conjunto de normas gramaticales de una lengua que se enlazan para formar textos y luego analizar los significados de estas combinaciones para escribir correctamente.

4.2 Declaraciones textuales: Son citas textuales realizadas propiamente por la persona, se escriben siempre entre comillas. En el estilo directo. Las comillas distinguen gráficamente el discurso referido del discurso del redactor.

FORTALECIMIENTO DE LOS PRINCIPIOS DEONTOLÓGICOS DEL PERIODISMO EN EL USO DE TWITTER COMO MEDIO INFORMATIVO.

Ejemplo:



4.3 Concordancia de Verbos: El verbo concuerda con el núcleo del sujeto en número y persona.

Ejemplo:



4.4 Subordinadas: Es recomendable evitar el uso de nexos (que, y, entonces, después, etc.). Se reemplaza por expresiones o verbos equivalentes; así se elaboran oraciones cortas y separadas por punto o coma. De esta manera se evita la repetición innecesaria de conectivos y la dispersión del sentido del texto.

FORTALECIMIENTO DE LOS PRINCIPIOS DEONTOLÓGICOS DEL PERIODISMO EN EL USO DE TWITTER COMO MEDIO INFORMATIVO.

Ejemplo:



4.5 El plural/singular: Es la flexión verbal correspondiente al sustantivo o pronombre que tenga todo un sentido la oración.

Ejemplo:



5 Principios Generales Éticos

5.1 Exactitud: La obtención del material con fuentes de primera mano, creíbles o confirmadas siempre que sea posible. Y debe existir puntualidad con los datos.

5.2 Precisión: El lenguaje debe ser claro y preciso: evitando la especulación infundada.

5.3 Verificación: Se trata de la comprobación y contraste de los hechos, atribuciones y aseveraciones hechas por los tuiteros. Igualmente la rectificación de los errores reflejados en los tuits que son publicados.

Ejemplo:

La periodista ecuatoriana Tania Tinoco transmitió un eco sobre la investigación realizada por Univisión y la información divulgada por el periodista Emilio Palacio, respecto a que tres aviones de la compañía fueron retenidos para la investigación por la agencia anti-narcóticos de Estados Unidos; como un supuesto viaje en jet privado que habría realizado el Jefe de Estado a Nueva York en abril pasado 2013. Sin haber contrastado fuentes, como lo que manda la Constitución. Esto provocó en llamarse un supuesto ilícito denunciado en la Fiscalía (Ricaurte, 2014).

Ejemplo:

El diario El País de España publicó el 24 de enero del 2013 una fotografía que supuestamente correspondía al ex presidente Hugo Chávez. La imagen de un hombre muy similar al fallecido mandatario dio la vuelta al mundo, debido a que en ese momento la salud de Chávez estaba en discusión.

Luego de la publicación, se verificó que la foto era falsa y que había sido extraída de un video de YouTube. El diario tuvo que cubrir el costo de la reimpresión del diario, aproximadamente unos 225,000 euros (Vargas, 2013).

FORTALECIMIENTO DE LOS PRINCIPIOS DEONTOLÓGICOS DEL PERIODISMO EN EL USO DE TWITTER COMO MEDIO INFORMATIVO.

The image is a screenshot of the EL PAÍS website. At the top, there are several banners: one for 'Viajes a Israel Tierra Santa Peregrinaciones Cristianas EXTRA 1 Noche Más en el Mar Muerto' with a 'Más de 45%' discount, and another for 'Expansión Wi-Fi gratis'. Below these, the date 'jueves, 24 enero 2013' and 'Actualizado 03:59' are visible. The main navigation bar includes 'INTERNACIONAL', 'POLÍTICA', 'ECONOMÍA', 'CULTURA', 'SOCIEDAD', and 'DEPORTES'. A secondary navigation bar lists 'ESTÁ PASANDO' with sub-items like 'Declaración soberanista Cataluña', 'Caso Bárcenas', 'Provisiones del FMI', and 'Destitución en el PSOE'. The main article features a large image of Hugo Chávez with the text 'LA SALUD DEL PRESIDENTE DE VENEZUELA' overlaid. The article title is 'La enfermedad de Chávez'. To the right, there is a sidebar with a 'OPINIÓN' section titled 'Kim Dotcom, querido villano', a 'SIGUENOS EN' section with social media icons, and a list of international regions including Europa, Estados Unidos, México, América Latina, Oriente Próximo, Asia, and África. Below that, there are sections for 'ESPAÑA' (Andalucía, Cataluña, Comunidad Valenciana, Galicia, Madrid, País Vasco) and 'MÁS COMUNIDADES'. The word 'POLÍTICA' is also visible at the bottom of the sidebar.

FORTALECIMIENTO DE LOS PRINCIPIOS DEONTOLÓGICOS DEL PERIODISMO EN EL USO DE TWITTER COMO MEDIO INFORMATIVO.

DIARIO EL UNIVERSO

Abril a jun 2013

1 deporte---- error de exactitud

EU **El Universo** @eluniversocom · 16 de jun. de 2013
#Emelec pierde la punta luego de 19 fechas tras victoria del Dep. Quito.
unvrso.ec/0008S2G
Ocultar resumen Responder Retwittear Favorito Más

M Marcador

Emelec pierde la punta luego de 19 fechas tras victoria del Dep. Quito

Los chullas vencieron 2-1 a El Nacional y con 35 puntos y mejor gol diferencia (+18) son los nuevos líderes del campeonato ecuatoriano.

Ver en web

RETWEETS 51 FAVORITOS 4

16:32 - 16 de jun. de 2013 · Detalles Reportar archivo

Seguido por El Universo

Carlitos Knezevich @c_knezevich · 16 de jun. de 2013
@eluniversocom ya no mientan mas, ante igualdad de puntos y un partido menos @CSEmelec sigue puntero, dejen de dar mala informacion

RETWEETS 2

16:47 - 16 de jun. de 2013 · Detalles

Henry @No_AI_Dictador · 16 de jun. de 2013
@c_knezevich @pi_rulo @eluniversocom YA QUE EL TELEGRAFO DICE LO MISMO ...SERA QUE TAMBIEN SE EQUIVOCARON ?
Reducir Responder Retwittear Favorito Más

17:15 - 16 de jun. de 2013 · Detalles

Carlitos Knezevich @c_knezevich · 16 de jun. de 2013
@No_AI_Dictador si tienen igual pts y menos partidos jugados se pone primero el que tienes menos partidos

Abrir Responder Retwittear Favorito Más

FORTALECIMIENTO DE LOS PRINCIPIOS DEONTOLÓGICOS DEL PERIODISMO EN EL USO DE TWITTER COMO MEDIO INFORMATIVO.

2 deporte--- error de precisión



1 política----- error de precisión



FORTALECIMIENTO DE LOS PRINCIPIOS DEONTOLÓGICOS DEL PERIODISMO EN EL USO DE TWITTER COMO MEDIO INFORMATIVO.

DIARIO EL COMERCIO
Abril a jun 2013

1 deporte--- error de exactitud



ElComercioEcuador @elcomerciocom · 18 de jun. de 2013
Luis Checa y Jorge Guagua faltaron al entrenamiento del #DQuito:
bit.ly/faltoQuito
Abrir Responder Retwittear Favorito Más

Fernando Calderon @Unavezmas86 · 18 de jun. de 2013
@elcomerciocom nota mentirosa no faltaron... estaban reunidos con la dirigencia..... se te acabo el amarillismo periodico barato
RETWEETS: 3 FAVORITO: 1
22:18 - 18 de jun. de 2013 · Detalles
Ocultar conversación Responder Retwittear Favorito Más

Responder a @Unavezmas86 @elcomerciocom

1 política--- error de exactitud y precisión



ElComercioEcuador @elcomerciocom · 17 de jun. de 2013
SIP: #LeydeComunicación de #Ecuador significa un grave retroceso
bit.ly/graveRetro
Abrir Responder Retwittear Favorito Más

Fredy Ordóñez @VeeOrm · 17 de jun. de 2013
@elcomerciocom Cite un artículo donde se afirme ese retroceso. Yo más bien bien pensaría lo contrario: alainet.org/images/Ley_Com...
18:25 - 17 de jun. de 2013 · Detalles
Ocultar conversación Responder Retwittear Favorito Más

Responder a @VeeOrm @elcomerciocom

2 deporte---- error de exactitud



ElComercioEcuador @elcomerciocom · 7 de jun. de 2013
#RolandGarros: Más de 4 horas le tomó a #Nadal derrotar a #Djokovic:
bit.ly/vencerNadal
Abrir Responder Retwittear Favorito Más

M. A. Bastenier @MABastenier · 7 de jun. de 2013
@elcomerciocom No. Más de cuatro horas pudo resistir Djokovic a Nadal, que no es lo mismo.
11:52 - 7 de jun. de 2013 · Detalles
Ocultar conversación Responder Retwittear Favorito Más

Responder a @MABastenier @elcomerciocom

FORTALECIMIENTO DE LOS PRINCIPIOS DEONTOLÓGICOS DEL PERIODISMO EN EL USO DE TWITTER COMO MEDIO INFORMATIVO.

abril a jun 2014

3deporte---- error de precisión y exactitud



2 política---- error de precisión y exactitud



FORTALECIMIENTO DE LOS PRINCIPIOS DEONTOLÓGICOS DEL PERIODISMO EN EL USO DE TWITTER COMO MEDIO INFORMATIVO.

1 internacional/entretenimiento—error de error de exactitud y precisión



COMPARTIR

· 13 de May de 2014 12:49



VALORAR ARTÍCULO

La viuda del fallecido actor estadounidense **Paul Walker** ha interpuesto una demanda contra **Porsche** responsabilizando al fabricante de automóviles del letal accidente, informa '**The Hollywood Reporter**'.

Según **Kristine Rodas**, varios problemas en el diseño y determinados componentes del modelo deportivo **Carrera GT** hicieron que éste no fuera lo suficientemente seguro, señala la publicación.

FORTALECIMIENTO DE LOS PRINCIPIOS DEONTOLÓGICOS DEL PERIODISMO EN EL USO DE TWITTER COMO MEDIO INFORMATIVO.

DIARIO EL TELÉGRAFO

Abril a jun 2013

1 politica----error de exactitud



1 internacional---- error de precisión y exactitud



FORTALECIMIENTO DE LOS PRINCIPIOS DEONTOLÓGICOS DEL PERIODISMO EN EL USO DE TWITTER COMO MEDIO INFORMATIVO.

1 Sociedad/comunidad---- error de exactitud

Diario El Telégrafo @el_telegrafo · 30 de may. de 2013
El tren de Eloy Alfaro vuelve a unir a la Costa con la Sierra (de #Quito hasta #Durán) telegrafo.com.ec/noticias/socie...
Abrir Responder Retwittear Favorito Más

Seguido por El Universo y otros 2

Andrés Alejandro @aalejandro1986 · 30 de may. de 2013
@el_telegrafo @AiditaMoreira Eloy Alfaro? Pero si esto fue idea de Gabriel García Moreno y de otros también. duran.gob.ec/municipio/imd/...
9:29 - 30 de may. de 2013 - Detalles
Ocultar conversación Responder Retwittear Favorito Más

Responder a @aalejandro1986 @el_telegrafo @AiditaMoreira

Aida Moreira @AiditaMoreira · 30 de may. de 2013
@aalejandro1986 pero Eloy Alfaro llegó al poder y lo concretó..
Abrir Responder Retwittear Favorito Más

Andrés Alejandro @aalejandro1986 · 30 de may. de 2013
@AiditaMoreira por eso dicen que las buenas ideas siempre son copiadas. Veas los casos Apple-Samsung, jaja
Abrir Responder Retwittear Favorito Más

Aida Moreira @AiditaMoreira · 30 de may. de 2013
@aalejandro1986 lo importante es que son buenas iniciativas... jajajaja

2 política---- error de exactitud y precisión

Diario El Telégrafo @el_telegrafo · 24 de may. de 2013
#Correa: "Recordamos 38 años de recobrar la democracia y la muerte del presidente Jaime #Roldós Aguilera" #posesionCorrea #24deMayoEc
Abrir Responder Retwittear Favorito Más

Seguido por Hunter Ecuador y 1 más

Chica Migraña @CMIGRANA · 24 de may. de 2013
@el_telegrafo se equivoco el Mashi! no son 38 sino 32 años!!!
12:01 - 24 de may. de 2013 - Detalles
Ocultar conversación Responder Retwittear Favorito Más

Responder a @CMIGRANA @el_telegrafo

FORTALECIMIENTO DE LOS PRINCIPIOS DEONTOLÓGICOS DEL PERIODISMO EN EL USO DE TWITTER COMO MEDIO INFORMATIVO.

2 sociedad/comunidad--- error de exactitud

 **Melissa Reyes C** @MeliReyesC · 20 de may. de 2013
@el_telegrafo dice que concentración no sumo mas de mil personas?? Vean fotografías y confirmen información srs :) pic.twitter.com/9FOjZC8jkr



 Abrir  Responder  Retwittear  Favorito  Más

 Seguido por Claudia Romero

 **Martín Vásquez** @martin_vasquez · 19 de may. de 2013
@el_telegrafo 400 personas en Quito??? pic.twitter.com/9v94BUHmgT



 Abrir  Responder  Retwittear  Favorito  Más

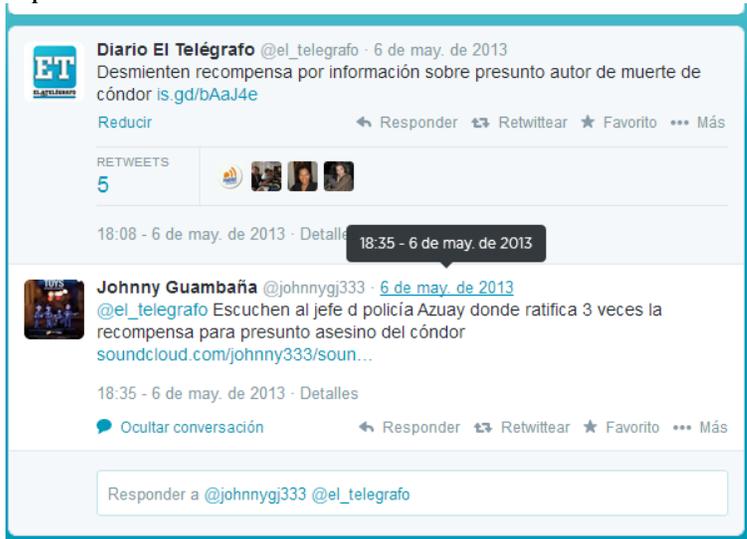
 Seguido por EIComercioEcuador y otros 2

 **Fernando Salcedo** @salcedofermando · 19 de may. de 2013
@el_telegrafo trata de minimizar la concentración de @14Millones tomando fotos desde los costados para decir que hay poca gente

 Abrir  Responder  Retwittear  Favorito  Más

FORTALECIMIENTO DE LOS PRINCIPIOS DEONTOLÓGICOS DEL PERIODISMO EN EL USO DE TWITTER COMO MEDIO INFORMATIVO.

3 política--- exactitud



Abril a jun 2014

2 internacional --- error de gramática, exactitud



FORTALECIMIENTO DE LOS PRINCIPIOS DEONTOLÓGICOS DEL PERIODISMO EN EL USO DE TWITTER COMO MEDIO INFORMATIVO.

Encuesta a estudiantes de las materias de la carrera de periodismo de la UEES: mayo- agosto 2014

- 1- ¿Cuál de estos diarios digitales sigue en Twitter?
 - El Comercio
 - El Telégrafo
 - El Universo
 - Otros

- 2- ¿Qué diario cree que tiene credibilidad y precisión al publicar una noticia en Twitter?
 - El Comercio
 - El Telégrafo
 - El Universo
 - Otros

- 3- ¿Qué diario cree que tiene más errores y rectificaciones en Twitter?
 - El Comercio
 - El Telégrafo
 - El Universo
 - Otros

- 4- ¿Qué tipo de noticias suele leer con mayor frecuencia?
 - Política
 - Economía
 - Deporte
 - Comunidad
 - Internacional
 - Intercultural
 - Entretenimiento

- 5- ¿Cuál de estos diarios internacionales sigue en Twitter?
 - El País
 - El Clarín
 - Ninguno/ Otros:

- 6- ¿Cree que estos diarios: El País y El Clarín, tienen credibilidad? Sí, No ¿por qué?

- 7- ¿Cree que la inmediatez al publicar una noticia, afecta a la precisión de sus datos? Sí, No ¿por qué?

- 8- Estos 3 principios deontológicos del bueno periodista se respetan en Twitter? Sí, No ¿por qué?
 - “Contrastar los datos con cuantas fuentes periodísticas sean precisas”
 - “Rectificación de las informaciones erróneas”.
 - “Enfrentar, cuando existan, las versiones sobre un hecho”.

MARIA ARCE- DIARIO EL CLARÍN

- **¿Cuál cree que es el "prime time-horario ideal" de visitas de lectores hacia los medios impresos (nacionales/internacionales) en su portal de web site y la cuenta de red social Twitter del diario El Clarín?**

El primer time de Clarín.com ha sido y es el de 10 a 18. Ese es el horario de oficina tradicional en Argentina. La mayoría de la gente se conecta desde su trabajo. A medida que las audiencias van accediendo a Internet desde otros lugares y dispositivos, el tráfico aumenta en otros horarios también y expande el prime time.

- **Se recalca que, el factor tiempo, es el impide en seguir avanzando en la profundización de la redacción de la noticia. Aunque así, se podría llegar a una mejor reciprocidad con el lector, ¿es correcto o no? ¿Ya ha tenido alguna experiencia en ello?**

No creo que el factor tiempo impida profundizar una noticia. La urgencia por publicar rápidamente las noticias, sobre todo cuando se trata de casos conocidos como "breaking News" hace que en un principio las noticias tengan una producción moderada. Pero luego, con el correr de los minutos primero y de las horas después, las noticias no solo crecen en profundidad sino que además suman contenidos como audios, videos, textos relacionados, fotos, galerías, lo que hace que sean mucho más completas y profundas que en los medios tradicionales. El diario impreso tiene una cantidad limitada de espacio, la radio y la TV, de tiempo. A la web no la limita nada.

- **¿Por qué razón se subraya que "menos es más " en el momento de redactar una noticia? ¿A qué se refiere?**

Esta respuesta está vinculada en cierta manera a la pregunta anterior. Que las noticias en internet puedan tener información ilimitada no significa que por agregar y agregar información vayan a ser mejores. Creo que el "menos es más" se refiere a eso. A encontrar un equilibrio entre "todo" lo que se puede contar y la cantidad información que presuponemos nuestros usuarios querrán.

- **¿De qué forma manejan su portal web del diario El Clarín? ¿Se trabaja con algún tipo de estructura?**

Clarín.com es administrado y manejado por lo que se llama "Mesa Web" es una mesa central de editores y redactores. Por lo general, un editor de portada publica en la home las noticias a medida de que están listas. Además, cada sección (Mundo, Espectáculos, Policiales) tiene su editor jefe que coordina el trabajo. Los redactores producen y escriben los materiales que les han aprobado los editores y una vez que están listos, los jefes deciden su publicación, el lugar y el despliegue. Tenemos además, una editora de fotografía, cuatro de videos y un jefe técnico de Web TV. Todos los periodistas están, además, en condiciones de producir y editar sus propios,

FORTALECIMIENTO DE LOS PRINCIPIOS DEONTOLÓGICOS DEL PERIODISMO EN EL USO DE TWITTER COMO MEDIO INFORMATIVO.

videos, audios y fotos.

- **¿Se preocupan por la retroalimentación (lector/medio) o solo el objetivo es de informar?**

Claro que nos preocupa. Por eso, hemos abierto las notas a comentarios y estamos llevando a cabo intensas campañas en redes sociales que ha demostrado ser el mejor modo de retroalimentarse.

- **En un futuro se eliminará el periodismo escrito y quedaría el periodismo digital. Hav ciertos rumores sobre el tema ¿usted cree sobre esta aseveración o que puede opinar?**

El periodismo digital es y seguirá siendo en su mayoría escrito. Incluso, los sitios de noticias de canales de TV o cadenas de noticias están fundados en el texto escrito. No creo que nunca se vaya a perder el periodismo escrito. Sí creo que los diarios sufrirán una enorme transformación a futuro. Que dejarán, dentro de muchos, muchos, muchos años de imprimirse en papel como hemos dejado de escribir cartas y hemos adoptado el correo electrónico. Pero eso no significa que se hayan dejado de enviar misivas en un 100%. El servicio de correo del Reino Unido sigue siendo fuertísimo. Lo mismo sucederá con los diarios. De a poco, irán pasando a formatos completamente digitales de la mano de dispositivos como las tabletas, las notes o el papel digital. Eso permitirá que una nota publicada por la mañana se actualice en el mismo dispositivo a lo largo del día. Imaginemos que el diario de papel tuviera esa capacidad: la de modificar sus títulos de portada con las horas. Sería realmente maravilloso. Algún lo veremos pero en otros soportes.

- **¿Se mantendrá la misma estructura que poseen actualmente en su cuenta de twitter y en el portal web del diario El Clarín, o desean realizar algún cambio en particular?**

La cuenta de twitter, Facebook u otras redes sociales dependen en gran parte de lo que permite o no hacer, precisamente, la red social. Siempre tratamos de acoplarlas y de que se mantengan activas y en crecimiento, pero no dependen 100% de nosotros. En cuanto a Clarín.com, en sus 16 años de vida, ha tenido casi un rediseño por año. Esperamos seguir del mismo modo, innovando y mejorando.

- **Indique los pro y contra que tiene su diario (El Clarín), en comparación a los demás diarios digitales internacionales (Ecuador).**

FORTALECIMIENTO DE LOS PRINCIPIOS DEONTOLÓGICOS DEL PERIODISMO EN EL USO DE TWITTER COMO MEDIO INFORMATIVO.

Relacionado con el tema de la redacción de las noticias.

Antes que nada, nuestro diario se llama "Clarín". Así a secas. Te lo aclaro porque siempre le dicen "el clarín" y no es ese su nombre. Es realmente muy difícil hacer una comparación de ese tipo. Sobre todo, cuando a los diarios del exterior los consulto como casi cualquier usuario del mundo. Te puedo decir que una de las grandes apuestas de Clarín.com son los contenidos audiovisuales, los videos, las fotos, las galerías y que queremos seguir explotándolos. Otra de las cualidades que podemos destacar es que todos nuestros periodistas web están capacitados para realizar coberturas sin ningún tipo de asistencia. Como te decía, pueden producir y editar en todos los formatos. Tienen conocimientos de edición de video, de foto y audio. Pueden manejar diferentes cámaras, dispositivos y software. Todo eso los hace muy versátiles y valiosos.

PEDRO ZUAZUA GIL- DIARIO EL PAÍS

- **¿Cuál cree que es el “prime time-horario ideal” de visitas de lectores hacia los medios impresos (nacionales/internacionales) en su portal de web site y la cuenta de red social twitter del diario El País?**

En el caso de EL PAÍS, al ser un periódico global, podríamos hablar de varios prime time, ya que notamos mucho las diferentes horas de entrada de los diferentes países de lengua española. Para la web, las 8 de la mañana es una hora clave, y para Twitter, las 9 de la mañana. Si hablamos de fines de semana, nos iríamos hasta las 11-12 de la mañana.

- **Se recalca que, el factor tiempo, es el que impide en seguir avanzando en la profundización de la redacción de la noticia. Aunque así, se podría llegar a una mejor reciprocidad con el lector, ¿es correcto o no? ¿Ya ha tenido alguna experiencia en ello?**

La necesidad de ser el primero, y el modo en que han cambiado las reglas del juego, ya que vivimos en un entorno casi líquido, en cambio permanente, ha hecho que la rapidez en dar la noticia se convierta en un factor importante para los lectores. Y es cierto que, a mayor inmediatez, menor profundidad y

FORTALECIMIENTO DE LOS PRINCIPIOS DEONTOLÓGICOS DEL PERIODISMO EN EL USO DE TWITTER COMO MEDIO INFORMATIVO.

menor interacción. Lo ideal es tener la sangre fría necesaria para esperar a confirmar una noticia, antes que darle al botón de publicar, ya que las prisas han jugado ya muy malas pasadas a algunos medios.

- **¿Por qué razón se subraya que “menos es más ” en el momento de redactar el contenido de una noticia? ¿A qué se refiere?**

Pues entiendo que se refiere a que hay que ir a lo concreto, dar información y abstenerse de meter “paja”. Hoy en día la gente tiene muy poco tiempo para la cantidad de información que se publica, y es necesario adaptarse a los lectores.

- **¿De qué forma manejan su portal web del diario El País? ¿Se trabaja con algún tipo de estructura?**

Por supuesto. Además de un importante equipo técnico, la redacción ya trabaja con el concepto Digital First desde hace tiempo. Hay dos subdirectores a cargo de la web, y por encima de ellos están el Director y el Director Adjunto. Además, hay un equipo de periodistas sólo para la última hora y, en cada sección, periodistas únicamente dedicados a la web.

- **¿Se preocupan por la retroalimentación (lector/medio) o solo el objetivo es informar?**

Sí, mucho. Para nosotros es importantísima la interacción con los lectores.

- **En un futuro se eliminará el periodismo escrito y quedaría el periodismo digital. Hay ciertos rumores sobre el tema ¿usted cree sobre esta aseveración o que puede opinar?**

No sé si el periodismo escrito desaparecerá al 100%, lo que sí es seguro es que quedará como un objeto más de reflexión y de élites culturales.

FORTALECIMIENTO DE LOS PRINCIPIOS DEONTOLÓGICOS DEL PERIODISMO EN EL USO DE TWITTER COMO MEDIO INFORMATIVO.

- **¿Se mantendrá la misma estructura que poseen actualmente en su cuenta de Twitter y en el portal web del diario El País, o desean realizar algún cambio en particular?**

Deseamos hacer buen periodismo, por lo que, si los tiempos así lo piden, haremos los cambios que sean necesarios para seguir haciéndolo.

- **Indique los pro y contra que tiene su diario (El País), en comparación a los demás diarios digitales internacionales (Ecuador). Relacionado con el tema de la redacción de las noticias.**

Los pros son la globalidad, la marca, la credibilidad que da el llevar siendo 36 años el diario más importante en español. Tal vez los contras sean que, en una sociedad tan globalizada, no podamos contar la realidad Ecuatoriana como lo hace un periódico local, y eso sería fantástico para nosotros.

JUAN PABLO SOTOMAYOR- EL TELÉGRAFO (2)

- **¿Cuál cree que es el “prime time-horario ideal” de visitas de lectores hacia los medios impresos (nacionales/internacionales) en el portal del web site y la cuenta de red social Twitter del diario?**

La página web de El Telégrafo tiene dos picos de visitas de lunes a viernes, a las 09:30 y a las 14:30. Esto se debe a que el 80% de nuestros lectores son de Ecuador.

El twitter en cambio es un poco más difícil de decir pero tiene mayor interactividad entre las 08:30 y 13:00.

- **Se recalca que, el factor tiempo, es el impide en seguir avanzando en la profundización de la redacción de la noticia. Aunque así, se podría llegar a una mejor reciprocidad con el lector, ¿es correcto o no?**

FORTALECIMIENTO DE LOS PRINCIPIOS DEONTOLÓGICOS DEL PERIODISMO EN EL USO DE TWITTER COMO MEDIO INFORMATIVO.

El diario que publique primero una noticia llega a captar la mayor cantidad de lectores para ese tema. Lo que se acostumbra en estos casos es que la noticia que está sucediendo sea redactada la poca información, y luego se posee a colocar en la parte final “noticia en desarrollo”, lo que le aclara al lector que puede agregarse más texto o cambiarlo.

- **¿Por qué razón se subraya que “menos es más ” en el momento de redactar una noticia, respecto al volumen del contenido? ¿A qué se refiere?**

La mayoría de lectores de internet no se detiene a leer una nota muy extensa. Por eso hay que redactar la nota lo más concisa posible.

- **¿De qué forma manejan el portal web del diario El Telégrafo? ¿Se trabaja con algún tipo de estructura?**

Tenemos una editora web que es la responsable de todo lo que se publique tanto en la página web como en las redes sociales. Se cuenta con dos grupos de periodistas, uno ingresa temprano en la mañana y otro después del mediodía. Aunque todos manejan el administrador de noticias y redes sociales, en cada grupo hay un encargado de redes sociales y otra de actualizar las noticias de la página web.

- **¿Se preocupan por la retroalimentación (lector/medio impreso) o el objetivo es solo informar?**

Sí, cuando respondemos sus requerimientos o atendemos sus sugerencias.

- **En un futuro se eliminará el periodismo escrito y quedaría el periodismo digital. Hay ciertos rumores sobre el tema ¿usted cree sobre esta aseveración? ¿qué nos puede decir?**

FORTALECIMIENTO DE LOS PRINCIPIOS DEONTOLÓGICOS DEL PERIODISMO EN EL USO DE TWITTER COMO MEDIO INFORMATIVO.

Creo que en países más desarrollados que el nuestro, este cambio está sucediendo mucho más rápido que en Ecuador. Sin embargo, creo que en algún momento si sucederá; aunque esto pueda estar ocurriendo en los próximos 5 años.

- **¿Se mantendrá la misma estructura que poseen, actualmente, en su cuenta de Twitter y en el portal web del diario el telégrafo, o desean realizar algún cambio en particular?**

Hay planes para cambiar un poco la forma en cómo se suben las noticias al portal. Cualquier periodista del diario, sea de la sección Web o no, podría subir noticias a la página web que están en desarrollo desde un dispositivo móvil.

- **Indique los pro y contra que tiene su diario (El Telégrafo), en comparación a los demás diarios digitales nacionales que circulan en nuestro país. Relacionado con el tema de redacción de noticias.**

Nosotros trabajamos noticias con pocos párrafos y eso es bueno porque permite que los usuarios puedan enterarse en poco tiempo sobre el hecho noticioso. También le damos noticias por redes sociales, no solo titulares, sino también datos, que es un plus de El Telégrafo.

FORTALECIMIENTO DE LOS PRINCIPIOS DEONTOLÓGICOS DEL PERIODISMO EN EL USO DE TWITTER COMO MEDIO INFORMATIVO.

SUSANA MORAN- DIARIO EL COMERCIO (1)

- **¿Cuál cree que es el “prime time-horario ideal” de visitas de lectores hacia los medios impresos (nacionales/internacionales) en el portal del web site y la cuenta de red social twitter del diario?**

En la web hay distintos horarios: entre las 8 y 9 de la mañana porque la gente de oficina llega a sus lugares de trabajo, también después del almuerzo por la misma razón y antes de salir de los trabajos, tipo 5 pm. En Twitter, no tengo estudios actualizados pero se conoce que entre las 11 y 12, y las 6 y 8 de la mañana son un buen horario para interactuar en redes sociales, así como en la noche.

- **Se recalca que, el factor tiempo, es el impide en seguir avanzando en la profundización de la redacción de la noticia. Aunque así, se podría llegar a una mejor reciprocidad con el lector, ¿es correcto o no?**

Si se entiende por reciprocidad la interacción, así es porque las noticias en internet tienen un ciclo más corto y los lectores esperan tener de inmediato información veraz. Sin embargo, el tiempo no es una excusa para publicar noticias sin contexto, sin contrastación y peor mal redactadas.

- **¿Por qué razón se subraya que “menos es más ” en el momento de redactar una noticia? ¿A qué se refiere?**

Porque lo conciso es un valor, saber sintetizar parte de la labor del periodista. Sin embargo, eso no quiere decir que debemos ‘precarizar’ la noticia o la información, es decir, sin dar una explicación suficiente al lector sobre un hecho. De lo contrario, eso sería pereza y no aportaría a la gente.

- **¿De qué forma manejan el portal web del diario el comercio? ¿Se trabaja con algún tipo de estructura?**

Hay un equipo que trabaja en horarios rotativos para cubrir la mayor parte del día. Su trabajo debe cubrir tanto la parte informativa como la interacción a través de las redes sociales.

FORTALECIMIENTO DE LOS PRINCIPIOS DEONTOLÓGICOS DEL PERIODISMO EN EL USO DE TWITTER COMO MEDIO INFORMATIVO.

- **¿Se preocupan por la retroalimentación (lector/medio impreso) o el objetivo es solo informar?**

Sí hay interacción, porque eso hay un equipo permanente de actualización de nuestras redes sociales.

- **En un futuro se eliminará el periodismo escrito y quedaría el periodismo digital. Hay ciertos rumores sobre el tema ¿usted cree sobre esta aseveración? ¿qué nos puede decir?**

El periodismo escrito jamás desaparecerá. En internet también hay periodismo escrito y del bueno. Lo que sí podría pasar es que los medios impresos reduzcan su alcance o se focalizan en públicos especializados. Como ha pasado en la evolución de los medios, todos se mantienen en un sentido paralelo. Me explico: el mismo temor apareció cuando empezó a funcionar la TV, la radio creyó que era su fin, sin embargo es un medio que se mantiene, pero que sus públicos son diferentes a los de TV.

- **¿Se mantendrá la misma estructura que poseen, actualmente, en su cuenta de twitter y en el portal web del diario el comercio, o desean realizar algún cambio en particular?**

Se mantendrá.

- **Indique los pro y contra que tiene su diario (el comercio), en comparación a los demás diarios digitales nacionales que circulan en nuestro país. Relacionado con el tema de redacción de noticias.**

Creo que en todos los medios digitales del Ecuador hay una falta de capacitación. No se entiende muy bien el medio y lo único que se ha hecho es trasladar los contenidos de papel a la web. En eso se ha concentrado El Comercio en los últimos años de que su contenido web tenga una mejor puesta en escena aprovechando los recursos web y ha innovados sus productos periodísticos como los reportajes y crónicas. La falta de capacitación también pasa por las Universidades que no están sacando profesionales para nuevos medios.

FERNANDO ASTUDILLO- EL UNIVERSO

- **¿Cuál cree que es el “prime time-horario ideal” de visitas de lectores hacia los medios impresos (nacionales/internacionales) en el portal del web site y la cuenta de red social Twitter del diario El Universo?**

No existe un tiempo ideal, ya que todas las visitas tienen un mismo horario. Obviamente el horario de oficina es donde se da mayor concurrencia. Siempre estamos con visitas, aunque realmente nosotros no medimos la cantidad exacta.

- **Se recalca que, el factor tiempo, es el impide en seguir avanzando en la profundización de la redacción de la noticia. Aunque así, se podría llegar a una mejor reciprocidad con el lector, ¿es correcto o no?**

El factor tiempo no lo consideramos mucho, ya que nos preocupamos más que la información sea real y completa. No tenemos algún límite; justamente porque no estamos frente a una TV. Aunque sí lo controlamos, pero no con mayor exageración.

Si se da un intercambio de opiniones con los usuarios, si solicitan alguna información es dada en el momento.

- **¿Por qué razón se subraya que “menos es más ” en el momento de redactar una noticia? Respecto al volumen del contenido ¿a qué se refiere?**

No en todos los esquemas. Por un lado si tiene razón el autor argentino, del libro ‘hackeando periodismo’ Mancini, no se puede racionalizar del todo. Si la lectoría quiere leer algo corto, no por eso el redactor va a elaborar 3 párrafos de noticia. Al contrario, el trabajo es de investigación y profundización para llegar a ser preciso y directo hasta transmitir de manera correcta el mensaje.

- **¿De qué forma manejan el portal web del diario El Universo? ¿Se trabaja con algún tipo de estructura?**

FORTALECIMIENTO DE LOS PRINCIPIOS DEONTOLÓGICOS DEL PERIODISMO EN EL USO DE TWITTER COMO MEDIO INFORMATIVO.

La estructura es la misma que los demás diarios, nos mantenemos actualizados vía online en caso que amerita algún noticia. Depende de la nota se cambia la foto en la portada y se la cambiaría la estructura

- **¿Se preocupan por la retroalimentación (lector/medio impreso) o el objetivo es solo informar?**

Claro es lo primordial, mantener monitoreando el trato del lector con el medio.

- **En un futuro se eliminará el periodismo escrito y quedaría el periodismo digital. Hay ciertos rumores sobre el tema ¿usted cree sobre esta aseveración? ¿qué nos puede decir?**

No soy partidario de eso. Yo creo que debe respetarse y permanecer la tradición. Así también decían de la radio y TV que se iba a terminar, pero ya han pasado 60 años y todo sigue igual.

Hay personas que quieren seguir leyendo lo impreso.

- **¿Se mantendrá la misma estructura que poseen, actualmente, en su cuenta de Twitter y en el portal web del diario el comercio, o desean realizar algún cambio en particular?**

Como lo mencioné anteriormente, la estructura cambia dependiendo de la noticia que se presente en el transcurso del día.

- **Indique los pro y contra que tiene su diario (El Universo), en comparación a los demás diarios digitales nacionales que circulan en nuestro país. Relacionado con el tema de redacción de noticias.**

FORTALECIMIENTO DE LOS PRINCIPIOS DEONTOLÓGICOS DEL PERIODISMO EN EL USO DE TWITTER COMO MEDIO INFORMATIVO.

El Universo fiscaliza la información que brindamos y la misma es comprobable. Además ya tenemos un posicionamiento fijo y somos uno de los diarios más grandes en Guayaquil y nacionalmente.

MARCOS VACA- EL COMERCIO (2)

- **¿Cuál cree que es el “prime time-horario ideal” de visitas de lectores hacia los diarios digitales (nacionales/internacionales) en el portal del web site y la cuenta de red social Twitter del diario El Comercio?**

En la web es desde las 8:30 hasta las 12:00. En las redes sociales depende la coyuntura noticiosa, si se toma en cuenta la mayoría de personas accede a las redes sociales desde sus dispositivos móviles.

- **Se recalca que, el factor tiempo, es el impide en seguir avanzando en la profundización de la redacción de la noticia. Aunque así, se podría llegar a una mejor reciprocidad con el lector, ¿es correcto o no?**

No entiendo la pregunta.

- **¿Por qué razón se recalca que “menos es más ” en el momento de redactar el tweet de una noticia? ¿A qué se refiere?**

.

En redes sociales debido a que existen miles de fuentes es necesario redactar la información de tal manera como para que el lector ingrese al link.

- **¿De qué forma manejan el portal web del diario El Comercio? ¿Se trabaja con algún tipo de estructura, parámetros ya establecidos por el diario?**

Nosotros no tenemos un portal todavía, tenemos un sitio web. El sitio web es manejado por un equipo y tiene las normas periodísticas básicas.

- **¿Se preocupan por la retroalimentación (lector/medio digital) o el objetivo es solo informar?**

FORTALECIMIENTO DE LOS PRINCIPIOS DEONTOLÓGICOS DEL PERIODISMO EN EL USO DE TWITTER COMO MEDIO INFORMATIVO.

Siempre, generamos información y nos preocupa generar comunidad con nuestras redes sociales. En el sitio no podemos tener mucha retroalimentación porque no tenemos comentarios.

- **En un futuro es posible, que de a poco, se reemplace el periodismo escrito por el periodismo digital. Hay ciertos comentarios y escritos sobre el tema. ¿usted cree esta aseveración? ¿qué nos puede decir?**

El periodismo Digital también es escrito, no entiendo la pregunta.

- **¿Se mantendrá la misma estructura de publicar las noticias, en su cuenta de Twitter, o es posible que realicen algún cambio?**

Seguramente lo cambiaremos.

- **Indique los pro y contra que tiene su diario (El Comercio), en comparación a los demás diarios digitales nacionales que circulan en nuestro país. Relacionado con el tema de publicación y redacción de las noticias.**

Prefiero no hacer comparaciones.

OMAR JAEN- EL TELÉGRAFO (2)

¿Cuál cree que es el “prime time-horario ideal” de visitas de lectores hacia los medios impresos (nacionales/internacionales) en el portal del web site y la cuenta de red social Twitter del diario?

En el portal web entre 7-10 am son horarios fijos en el que se sube toda la información del medio impreso, a la web.

Y en twitter de 8 a 11am son horario fijo. Al medio día hay descanso y luego se ve movimiento entre 3 a 5pm. En las mañanas el tema que se destaca es Política y en las noches Deportes.

FORTALECIMIENTO DE LOS PRINCIPIOS DEONTOLÓGICOS DEL PERIODISMO EN EL USO DE TWITTER COMO MEDIO INFORMATIVO.

Los sábados escuchamos el enlace sabatino del Presidente, al mismo tiempo es tuiteado por la red social.

- **Se recalca que, el factor tiempo, es el que impide en seguir avanzando en la profundización de la redacción de la noticia. Aunque así, se podría llegar a una mejor reciprocidad con el lector, ¿es correcto o no?**

Si todavía existe. Aunque nuestros tuits van enlazados al artículo que se abre en el portal web del diario para ver más info de la noticia y saber más del tema. Y si la noticia es muy amplia, se escribe: noticia en desarrollo, para continuar en otro tuit y hablar más de esa info. o se pone el link de la noticia que tenga enlace con el portal web del diario. Cabe indicar que el Telégrafo es la décimo tercer pág. del país, más rápida.

¿Por qué razón se recalca que “menos es más ” en el momento de redactar el tuit de una noticia? ¿A qué se refiere?

Todo va de la mano con un fotoreportaje que explica mejor una noticia. Y es más preciso cuando se tuitea una noticia. De igual manera nosotros no usamos muchos caracteres al redactar una noticia..

- **¿De qué forma manejan el portal web del diario El Telégrafo? ¿Se trabaja con algún tipo de estructura, parámetros ya establecidos por el diario?**

Sí, en la web, las fotos y videos siempre es lo principal. Así ganamos mayor lectoría. La portada de la página web del diario es el mismo que en el impreso. Siempre mezclamos los tipos de noticias, dependiendo sea estas de mayor importancia.

¿Se preocupan por la retroalimentación (lector/medio digital) o el objetivo es solo informar?

Claro, siempre que exista un tema en particular con el lector que es necesario que lo sepa o de rectificar. Y más aún cuando se da acusaciones fuertes al diario. Aunque es difícil llegar en cumplir de responder a todos, ya que son miles de seguidores los que tendrán alguna comentario.

En un futuro es posible, que de a poco, se reemplace el periodismo escrito por el periodismo digital. Hay ciertos comentarios y escritos sobre el tema. ¿Usted cree esta aseveración? ¿Qué nos puede decir?

Lo mismo decían de la TV pero mira aun existe dentro del mundo tecnológico y generando mayor iniciativas y/o avances. Si es un gran hermano, lo digital que lo escrito. Es un competidor muy fuerte pero eliminarse no creo a corto plazo.

FORTALECIMIENTO DE LOS PRINCIPIOS DEONTOLÓGICOS DEL PERIODISMO EN EL USO DE TWITTER COMO MEDIO INFORMATIVO.

Aún se comprueba una noticia por medio del papel que lo que se lee en forma digital por medio de un dispositivo móvil o en la computadora.

¿Se mantendrá la misma estructura de publicar las noticias, en su cuenta de Twitter, o es posible que realicen algún cambio?

Por ahora rediseñar la pag web del diario y poder ser posesionados en otras redes sociales. Instagram es ahora la nueva herramienta que va siendo más utilizada y famosa.

Por ahora, se mantiene un buen ritmo de seguidores; entre 200 a 250 que quedan posicionados en la cuenta. Desde hace 3 años se ha dado una mayor actividad a la cuenta de Twitter y se llegó a conocer más del diario, por las redes sociales que son comentados por los opositores, quienes son los que más lo leen.

Indique los pro y contra que tiene su diario (El Telégrafo), en comparación a los demás diarios digitales nacionales que circulan en nuestro país. Relacionado con el tema de publicación y redacción de las noticias.

Pro- Oficialista

- Temas políticos que son lo más leídos y considerados en el país.

Contra- tradición (por la posición de la marca es más reciente que lo demás diarios)

- Obedecen y respetan la ideología del diario