



UNIVERSIDAD INTERNACIONAL SEK

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

**TÍTULO: Análisis crítico de la interacción social en el canal Youtube de diario El
Universo, caso asilo político concedido por el Gobierno de Ecuador a Julian
Assange.**

**Estudio de caso: Asilo político concedido por el Gobierno de Ecuador a Julian
Assange.**

TEMA: Interacción social de temas periodísticos.

BIANCA STEFANÍA MONCAYO SANTÍN

DIRECTOR DE LA TESIS: FERNANDO OÑA

QUITO, SEPTIEMBRE DE 2012

RESUMEN EJECUTIVO

La presente investigación comprende cuatro capítulos en los cuales se analiza las distintas nociones y percepciones de la construcción social de “interactuar” y “opinar públicamente” mediante un análisis crítico de las ponencias vertidas por los internautas en el canal de Diario El Universo en Youtube.

Comunicación Humana y a la Teoría del Actor Red, basamentos teóricos de la presente investigación, que estudian a la comunicación como una interacción social que varía según el contexto de los actores. En el segundo capítulo se abordan las nociones de comunicación, comunicación digital, opinión y esfera pública, como forjadores de imaginarios y discursos. Además, se presentará la relación existente de los tipos de comunicación con la Teoría de la Comunicación Humana y la Teoría del Actor Red que aportan con habilidad a las personas y los medios para comunicarse y comunicar. En el tercer capítulo se analiza la relación entre globalización, Tics, cultura y periodismo, como un fenómeno que potencializa la incidencia e importancia de la comunicación digital en los procesos de “interactuar” y “opinar” en una sociedad interconectada; además se reflexiona acerca de las transiciones que han sufrido el periodismo y el periodista ante el nuevo escenario mediático.

Para finalizar en el cuarto capítulo consta la investigación crítica del caso asilo político concedido por el Gobierno de Ecuador a Julian Assange basándose en posturas de García Ibañez, que expone sus categorías estructurales a partir de un análisis conceptual de contenido que presentan las personas al interactuar y opinar en el canal Diario El Universo en Youtube.

DEDICATORIA

A mi familia, por creer en mí, por compartir mis
tristezas y alegrías, por contagiarme de su dedicación y
fortaleza día tras día, y sobre todo por siempre confiar y
apoyarme en mis metas.

AGRADECIMIENTOS

Quiero agradecer a Dios, a mi familia y amigos por todo su apoyo incondicional para la culminación de esta tesis.

A Fernando por aportar con sus conocimientos, entender el proyecto y dirigirlo de manera acertada.

DECLARACIÓN JURAMENTADA

Yo, Bianca Stefania Moncayo Santin, con cédula de identidad 171554193-2, declaro que la presente tesis titulada: *Investigación del canal de Diario El Universo en Youtube acerca del asilo político concedido a Julian Assange en Ecuador*, es de mi autoría y que de ninguna manera es copia total o parcial de otra investigación, tesis o trabajo publicado. Todas las fuentes bibliográficas han sido citadas, al igual que los nombres de los autores y autoras. Asumo mi total responsabilidad en el caso de existir cualquier tipo de plagio.

Bianca Stefania Moncayo Santin

CI. 171554193-2

INDICE DE CONTENIDOS

RESUMEN EJECUTIVO.....	2
DEDICATORIA.....	3
AGRADECIMIENTOS.....	4
DECLARACIÓN JURAMENTADA	5
INDICE DE CONTENIDOS	6
INTRODUCCIÓN:.....	8
METODOLOGÍA.....	10
CAPÍTULO I E	
COMUNICACIÓN: NFOQUES TEÓRICOS	
1.1 Teoría de la Comunicación Humana	14
1.2 Teoría del Actor Red.....	17
CAPÍTULO II	
COMUNICACIÓN ASPECTOS GENERALES	
2.1 Comunicación Interpersonal.....	22
2.1.1 Comunicación Social.....	26
2.1.2 Comunicación de Masas.....	28
2.2 Teoría de la Comunicación Humana.....	32
2.3 Comunicación digital.....	37
2.3.1 Internet: Usos, aplicaciones y gratificaciones.....	40
2.3.2 Redes Sociales.....	43
2.4 Teoría del Actor Red.....	48
2.5 Opinión Pública... ..	50
2.6 Esfera Pública.....	53

CAPÍTULO III

GLOBALIZACIÓN, TICS Y PERIODISMO

3.1 Globalización, Cultura y Sociedad.....	56
3.2 Tics.....	59
3.2.1 Cómo apuntalan las Tics en el proceso de globalización.....	61
3.3 Periodismo en la era digital.....	66
3.3.1 Periodismo en Youtube.....	76
3.3.2 Periodismo Ciudadano.....	79

CAPÍTULO IV

ESTUDIO DE CASO

4.1 El portal de diario El Universo en Youtube.....	89
4.1.1 Asilo político concedido por el gobierno de Ecuador a Julian Assange.....	91
4.2 Estudio de caso: Análisis crítico.....	92
4.2.1 Coincidencias y Diferencias.....	108
CONCLUSIONES.....	111
BIBLIOGRAFÍA.....	115

INTRODUCCIÓN

En la era de la globalización económica, política y cultural, la comunicación se ha configurado como un eje fortalecedor de las construcciones sociales: los constantes avances tecnológicos apuntalan y legitiman este proceso.

El desarrollo de las nuevas Tecnologías de la Comunicación y la Información (Tics), entre ellas el Internet, han creado variadas opciones de difusión y de consumo. En este sentido, la interacción social de los usuarios de las plataformas digitales se ha incrementado vertiginosamente.

En el caso del presente estudio, esta interrelación está dada entre las empresas de información que han potencializado su difusión en las plataformas digitales, caso específico del canal de Youtube de diario El Universo, y la opinión pública que ésta genera entre sus seguidores.

Análisis crítico de la interacción social en el canal Youtube de diario El Universo, caso asilo político concebido por el Gobierno de Ecuador a Julian Assange, analizará las distintas nociones y percepciones de la construcción social de “interactuar” y de “opinar públicamente”, mediante un análisis crítico de los mensajes vertidos por los internautas.

En este objetivo, en el primer capítulo se presentan propuestas y enfoques para abordar a la comunicación en la era digital: se hace referencia a la Teoría de la Comunicación Humana y a la Teoría del Actor Red, basamentos teóricos de la presente

investigación, que estudian a la comunicación como una interacción social que varía según el contexto de los actores. En el segundo capítulo se abordan las nociones de comunicación, comunicación digital, opinión y esfera pública, como forjadores de imaginarios y discursos. El tercero se analiza la relación entre globalización, Tics, cultura y periodismo, como un fenómeno que potencializa la incidencia e importancia de la comunicación digital en los procesos de “interactuar” y “opinar” en una sociedad interconectada; además se reflexiona acerca de las transiciones que ha sufrido el periodismo y el periodista ante el nuevo escenario mediático.

Para finalizar, el cuarto capítulo presenta la investigación de la interacción social y la opinión pública de los internautas en el caso del asilo político concedido por el Gobierno de Ecuador a Julian Assange, basándose en las categorías estructurales de García Ibáñez, para analizar conceptualmente un contenido y determinar la influencia del proceso de “interacción” y “opinión”.

METODOLOGÍA

Análisis crítico de la interacción social en el canal Youtube de diario El Universo, caso asilo político concedido por el Gobierno de Ecuador a Julian Assange, parte de un enfoque cualitativo, con una metodología analítica e interpretativa, que utiliza la técnica del análisis crítico.

Inicialmente se realizó una exigente revisión bibliográfica de la Teoría de la Comunicación Humana y de la Teoría del Actor Red, fundamentadas por Paul Watzlawick y Bruno Latour, respectivamente, que sustentan el pensamiento humano y los aspectos asociados con el constante desarrollo de la comunicación. Autores como Jürgen Habermas, Pierre Levy, Dominique Wolton, Renato Ortiz, Ignacio Ramonet, Jose Vidal Beneyto, Marta Rizo, Manuel Castells, David Bolter, entre otros, también fortalecieron el marco teórico de esta investigación.

García Ibáñez y sus categorías estructurales para analizar conceptualmente un contenido: determinan el alcance social en términos de criterio de valor, autoridad, intensidad, mecanismos y demás, fueron la base para analizar críticamente la interacción social y la opinión pública de los internautas en el caso Assange.

En referente a la investigación, ésta se desarrolló en la ciudad de Quito, desde el 29 de agosto hasta el 08 de septiembre de 2012. Su método es cualitativo: parte de un enfoque comunicacional-sociológico, que entiende la creciente accesibilidad a la información, el intercambio y la rapidez como una nueva dimensión para el ser humano

en el mundo interconectado. Se estudió específicamente a la red social Youtube, como un espacio de interacción social y opinión pública.

Se procedió hacer un análisis crítico de la interacción social y la opinión pública del caso Assange bajo la figura de la observación encubierta.

CAPÍTULO I

COMUNICACIÓN SOCIAL: ENFOQUES TEÓRICOS

Dentro de este primer capítulo se abordarán diversas propuestas que permiten estudiar a la comunicación como proceso social que estudia el comportamiento humano de las personas desde una perspectiva más amplia en la que prima la interacción social. Entre estos enfoques se encuentran La Teoría de la Comunicación Humana y la Teoría del Actor Red en los que se evidencia una nueva forma de entender a la comunicación centrándose en la interacción y en los tipos de comunicación, como fundamento de toda relación social.

Innumerables autores conceptualizan sobre la comunicación como un proceso social, en un intento por definirla; entre ellos están Néstor García Canclini en su libro *La Producción Simbólica: Teoría y método en sociología del Arte*, Jesús Martín Barbero autor *De los medios a las mediaciones* y Eduardo Andi6n Gamboa en su texto *Pierre Bourdieu y la comunicaci6n social*; proponen que la comunicaci6n es “el proceso comunicativo que debe entenderse como el envió de mensajes y sobre todo como el acto social de participaci6n” (comunicaci6n de participaci6n). (Gamboa, 1999: 40). Tambi6n proponen que la comunicaci6n social “es una necesidad de pensar en la imagen, en donde el conmutador no es un instrumento con el que se producen objetos, sino un nuevo tipo de tecnicidad que posibilita el procesamiento de informaciones y cuya materia prima son abstracciones y s6mbolos.” (Canclini, 2008:120). Y por 6ltimo que la comunicaci6n “es una actividad inherente a la naturaleza humana que implica la interacci6n y la puesta en com6n de mensajes significativos, a trav6s de diversos

canales y medios para influir, de alguna manera, en el comportamiento de los demás y en la organización y desarrollo de los sistemas sociales” (Barbero:1998: 90-100)

Desde un principio se ha construido a la comunicación como una interacción en la cual los seres humanos adoptan conductas frente a un entorno social mediante la utilización de mensajes compuestos por signos y códigos comunes, también se concibe a la comunicación como un sistema de transmisión de mensajes de personas, o de una persona a una población a través de medios personalizados o de signos y códigos conocidos en común, o a su vez de forma arbitraria; todas estas definiciones han llevado a reducir el concepto de comunicación como la transmisión de mensajes a través de medios de difusión gracias al proceso globalizado y a las Tics; sin embargo, la Teoría de la Comunicación Humana y la Teoría del Actor Red sugieren que la comunicación va más allá de una simple transmisión de mensajes y que depende de una relación con su entorno.

Hasta entrados los siglos 80s aparecen las corrientes antes mencionadas, , nombrado por Paul Watzlawick, y la Escuela de Palo Alto conocida también como “Colegio Invisible”; y Bruno Latour y sus estudios sociológicos de los procesos comunicativos en base al entorno; ambas con la propuesta de considerar a la comunicación como interacción social orientando su reflexión e investigación desde un punto de partida básico: las definiciones de las relaciones sociales son establecidas interactivamente por sus participantes en su entorno, de modo que la comunicación puede ser entendida como base de toda relación.

1.1 Teoría de la Comunicación Humana

La Teoría de la Comunicación Humana trata de explicar la interacción entre individuos y su entorno, mediante el estudio de las relaciones y sus componentes que rigen los procesos comunicacionales; en este caso, de los medios de comunicación y los periodistas a la sociedad, garantizando el tema de este proyecto de investigación que subyace en la interacción social de temas periodísticos.

Paul Watzlawick, en su libro *Teoría de la comunicación humana, Interacciones, patologías y paradojas*, argumenta que

La comunicación es una condición *sine qua non* de la vida humana y el orden social. También es obvio que desde el comienzo de su existencia, un ser humano participa en el complejo proceso de adquirir las reglas de la comunicación, ignorando casi por completo en qué consiste ese conjunto de reglas, ese *calculus* de la comunicación humana (..) (Watzlawick, 1985:17)

Watzlawick quiere decir que aunque la comunicación sea imprescindible en las relaciones humanas, es preciso conocer la existencia de las reglas de comunicación que la sostienen, sin pretender ir más allá de los hechos del conocimiento mínimo que se tiene, sino sustentar el modelo de comunicación que se conoce comúnmente.

En consecuencia, Erick Mülchi Bremer, autor del blog *psicoanalisisahora.blogspot.com*, sustenta la teoría de Watzlawick, que sugiere explicar separadamente el estudio de la comunicación humana en tres áreas: sintáctica, semántica y pragmática para entender mejor el proceso de interacción.

La primera, se ocupa de los problemas relativos a transmitir información y, por tanto, se centra en elementos de codificación, canales, capacidad, ruido, redundancia y otras propiedades estadísticas del lenguaje.”

La segunda se ocupa del significado, ya que todo intercambio de información supone una convención

La tercera, la pragmática se ocupa del efecto de la comunicación en la conducta. (En línea: <http://psicoanalisisahora.blogspot.com/2012/02/estimadosas-este-blog-tiene-como.html>)

Estas premisas explican y afirman que el efecto entre sintáctica, semántica y pragmática se da homogéneo y sincronizado para comprender la interacción social; es así que la primera proposición hace referencia al análisis de los signos, símbolos o signos del lenguaje. La segunda explica que el significado que se le da a una expresión en la comunicación, considerando el efecto o el sentido en que se da la reacción del emisor, propone que más que ocuparse del signo, o códigos, se debe de ocupar de la comunicación entre emisor y receptor, trabajando inseparablemente. Y la tercera hace referencia a la comprensión de la conducta del emisor y receptor en la comunicación; aquí es fundamental el uso de los elementos de comunicación como soporte para el mejor entendimiento de las circunstancias entre individuos o grupos colectivos dentro de un determinado ambiente.

Watzlawick destaca que “ se debe establecer un marco de referencia que introduzca nociones básicas de la función, información, retroalimentación, redundancia, y postula la existencia de un código todavía no formalizado, un calculus o procedimiento de la comunicación humana exitosa, pero que se ve violada cuando la comunicación está perturbada” (Watzlawick, 1985: 27).

A continuación, Bremer redefine lo dicho por Watzlawick,

Noción de función y relación: las variables obtienen su significado en su relación mutua lo cual constituye el concepto de función. Los seres humanos perciben relaciones y pautas de relaciones con las cuales, en esencia, se constituye la experiencia. Así, la esencia de nuestras percepciones no son cosas sino

Información y retroalimentación: la retroalimentación puede ser positiva o negativa. La negativa caracteriza la homeostasis (estado constante) por lo cual desempeña un papel

importante en el logro y mantenimiento de la estabilidad de relaciones. La positiva lleva al cambio, o sea a la pérdida de estabilidad o de equilibrio.

Redundancia: la redundancia pragmática se presenta cuando se cuenta con un monto elevado de conocimientos para evaluar, modificar y predecir la conducta.

Metacomunicación y el concepto de cálculo: la metacomunicación se presenta al dejar de utilizar la comunicación para comunicarse y la usa para comunicar algo acerca de la comunicación misma. (En línea: <http://psicoanalisisahora.blogspot.com/2012/02/estimadosas-este-blog-tiene-como.html>)

Lo expuesto supone un cambio de visión en el caso de estudiar las conductas de los individuos al interactuar, puesto que las nociones básicas deberán ser interpretadas en función a la influencia de cada una de ellas y la relación de la persona y con el sistema; además, supone que en este procedimiento la comunicación se verá invadida si sufre de alguna deformación del lenguaje o de sus nociones básicas; sostiene que nunca deberán interpretarse estos elementos individualmente.

Partiendo de estas premisas, Watzlawick, reconoce los axiomas de la comunicación, que más adelante, en el capítulo dos, serán sustentadas bajo los diferentes tipos de comunicación, comprendiendo aún mejor el grado de importancia que tiene cada una de ellas para genera interacción al comunicar .

- a) Es imposible no comunicarse.
- b) Toda comunicación tiene un aspecto de contenido y un aspecto relacional tales que el segundo clasifica al primero y es, por ende, una meta-comunicación”.
- c) La naturaleza de una relación depende de la puntuación de las secuencias de comunicación entre los comunicantes.
- d) Los seres humanos se comunican tanto digital como analógicamente. El lenguaje digital cuenta con una sintaxis lógica sumamente compleja y poderosa pero carece de una semántica adecuada en el campo de la relación, mientras que el lenguaje analógico posee la semántica pero no una sintaxis adecuada para la definición inequívoca de la naturaleza de las relaciones
- e) “Todos los intercambios comunicacionales son simétricos o complementarios, según estén basados en la igualdad o en la diferencia.(Watzlawick, 1985: cap.2)

Es fundamental el entendimiento de estos axiomas, porque son las ideas principales en que partieron todos los estudios realizados de la Escuela de Palo Alto¹ en comunicación “puesto que este enfoque comunicacional de los fenómenos de la conducta humana, se basa en las manifestaciones observables de *relación*” (Watzlawick: 1985:62). Debe entenderse como ejes de retroalimentación.

Siendo así, la interacción ha sido uno de los principales campos de preocupación en enfoques de Sociología y la complejidad de la obra de Watzlawick radica en “la distinción del lenguaje común, así como en la ubicación del centro de la reflexión en los procesos interpersonales de interacción” (Rizo S/F: 4)

Estos axiomas se relacionan a la interacción y la comunicación como una dualidad que marca un determinado contexto, los autores mencionados anteriormente afirman que es “imposible no vivir en interrelaciones”, es decir, es imposible vivir en un mundo sin interacciones sociales que demanden opinión pública en la sociedad y es precisamente esta afirmación la que se pretende demostrar dentro del objetivo principal de la tesis.

Las distintas formas de comunicar que los seres humanos descubren a lo largo de la vida es otra perspectiva que se pone en evidencia, la comunicación no verbal y verbal, la comunicación digital, las tics y sus herramientas que potencian la vida humana, las redes sociales, o portales como Youtube, forman parte de estas diversas maneras de comunicación que generan interacción en la sociedad sobre temas periodísticos.

¹La Escuela de Palo Alto alude a una la comunicación que debe ser estudiada por las ciencias humanas a partir de un modelo propio que conciba a la investigación de la comunicación en términos de niveles de complejidad, contextos múltiples y sistemas circulares. El principal aporte de La Escuela de Palo Alto es que: “el concepto de comunicación incluye todos los procesos a través de los cuales la gente se influye mutuamente” (Bateson y Ruesch, 1984). (Rizo:s/f:4)

1.2 Teoría del Actor Red

Paloma García Díaz, autora de la tesis doctoral llamada, *Bruno Latour y los límites de la descripción en el estudio de la ciencia*, hace referencia a que la Teoría del Actor Red “estudia la construcción social del conocimiento a partir de estudios de casos tecnológicos y científicos, es decir, estudia los hechos y la creación de nuevos vínculos gracias a los hechos que se crean en los laboratorios.” Es decir, la Teoría del Actor Red propone que al estudiar los hechos científicos y tecnológicos en el entorno, el resultado sea una ciencia social que permita crear un mundo común configurado por medio de las interrelaciones al interactuar en línea.

Díaz argumenta que Latour plantea entender esta teoría bajo tres características que fomentan interacción social de los sujetos “no humanos” (objetos) y “humanos”:

- 1.- Estudio de los mecanismos de relación entre los diferentes actores que contribuyen a la fabricación de los contenidos técnicos.
- 2.- La filosofía de la tecnología que subyace a dicho modelo sociológico
- 3.- La relación entre la libertad tecnológica y la realidad moral. (Latour, 1999: 78)

Latour sienta las bases de un modelo sociológico cuyo foco de interés central es romper la epistemología tradicional y aproxima enfoques micro y macro de las ciencias sociales. En ello, el estudio de las relaciones que propone en el primer postulado es el análisis que se da al estudio de contenidos por parte de las relaciones: “la teoría del actor-red recurre a un nuevo vocabulario de trabajo y desarrolla una estrategia de investigación que consiste en seguir y examinar a los actores y productos de la tecnociencia en el momento mismo de sus acciones.” (Disponible en digital: Tirado - Domènech. Publicado en AIBR. Revista de Antropología Iberoamericana, Ed. Electrónica: 2005). La segunda propuesta habla sobre la filosofía de la tecnología que subyace en las relaciones sociales, es decir, pretende dar un nuevo tinte en las relaciones

de interacción y realidad cotidiana; argumenta que las relaciones son heterogéneas. En cuanto a la tercera, dice que la relación entre moral y tecnología “considera un problema de estudio para dialogar, y no la solución de una investigación.” (Disponible en línea: Tirado -Domènech. Publicado en AIBR. Revista de Antropología Iberoamericana, Ed. Electrónica: 2005). Las tres características mencionadas por el autor explican un universo amplio de relaciones sociales en internet sin sujetarse a moralidades, por lo que sitios como Youtube cada día son los encargados de demostrar dichas aseveraciones por medio de la interacción que generan sus internautas sobre diversos temas, en este caso, periodísticos, como es el caso del asilo político concebido a Julian Assange en Ecuador.

Por otro lado, Díaz explica que en esta relación que plantea Latour, con las nuevas tecnologías sellan ejes referenciales para que las personas intercambien ideas, que se explicarán en el capítulo dos, cuando se estudien las relaciones de la comunicación digital, internet y las redes sociales, por cuanto la Teoría del Actor Red ha logrado cuestionar la modernidad y redefinir la autocomprensión de la cultura bajo criterios que permitan una relación con otras realidades culturales, que no se basan en mecanismos de opresión y dominación. (Díaz: <http://0-hera.ugr.es.adrastea.ugr.es/tesisugr/17241285.pdf>: 71: 2007).

La Teoría del Actor Red identifica el conjunto de un todo, de la ciencia y de las redes expansivas; ciencia y tecnología que están ligadas a las comunidades y a los sujetos, de tal manera que,

La otra parte, de mucha más amplia difusión no juzga que la humanidad, la moralidad, la subjetividad o los derechos son válidos, sobre todo si es que han sido protegidos de cualquier contacto con la ciencia, la tecnología y la sociedad. Los estudios de la ciencia los combatimos ambas purgas (Latour, 1999: 31-2)

Explica que el enfoque sociológico que aplica la Teoría Red es un estudio que embarca todas las formas de comportamiento humano, sobre todo, porque todo tiene con postulados de ciencia, tecnología y sociedad.

La interacción e innovación que plantea esta teoría en el plano sociológico moderno logra una nueva visión de que se pueda remodelar la realidad social y natural a partir de la descripción de las acciones de los actores humanos y no humanos.

El planteamiento de las premisas antes mencionadas rompe con la visión lineal del pensamiento sociológico que se ha tenido sobre lo social, pues éstas marcan el inicio para comprender que la comunicación no es sólo cuestión de acciones y reacciones; sino que es algo más complejo que permite enfocarla como un proceso social permanente que incluye múltiples modos de comportamiento en la red, tales como la palabra, las herramientas, el universo de subjetividades, entre otras.(Díaz: <http://0-hera.ugr.es.adrastea.ugr.es/tesisugr/17241285.pdf>: 71: 2007). La relación entre los estudios conceptuados sobre los distintos axiomas que presenta Watzlawick y la Teoría del Actor Red hacen que se denomina a la comunicación como una autoridad que expresa conocimiento y confianza suficiente para fomentar interacción.

La Teoría de la Comunicación Humana mencionada por Watzlawick y la Teoría del Actor Red sustentada por Latour son un hecho de que la comunicación ejerce interacción social en este proyecto de tesis, al mostrar distintas perspectivas del término “interactuar” a través de la comunicación analógica y digital, que se abordan en la misma. Siendo así los medios de comunicación y los periodistas aportan con temas

noticiosos en redes como Youtube redefiniendo los procesos comunicativos en la red, de este portal, que genera día a día interacción social.

Por otro lado, la Teoría del Actor Red relaciona, identidad, comunidad, relaciones, interacción, tiempo, que es parte de un todo, o a su vez, un fenómeno que vive en el ecosistema de los medios sociales y naturales, aportando conocimiento, para estudiar y observar el comportamiento de las personas y la opinión pública que generan. En este sentido, la acción o el comportamiento de las personas se puede conocer mediante investigación empírica lo que supone el estudio forma investigativo sobre el portal Youtube y el papel periodístico que desempeñan los medios actualmente, en el que constantemente generan interacción social .

CAPÍTULO II

COMUNICACIÓN ASPECTOS GENERALES

Análisis crítico de la interacción social en el canal Youtube de diario El Universo, caso asilo político concedido por el Gobierno de Ecuador a Julian Assange busca comprender a los tipos de comunicación: interpersonal, social, de masas y digital como ejes de interacción de la sociedad que cada día va cambiando con el uso de aparatos digitales, internet, redes sociales, o portales como Youtube, que configuran la esfera pública haciendo que las personas pueden opinar participativa y libremente sobre los acontecimientos diarios que se presenta día a día en Ecuador o en el mundo.

Ante ello, los enfoques teóricos sobre la Teoría de la Comunicación Humana y la Teoría del Autor Red evidencian una forma de entender a la comunicación como un proceso social que va más allá de una simple transmisión de mensajes, sino que, también dependen de una relación con su entorno.

2.1 Comunicación Interpersonal

A lo largo de la tesis se han construido distintas valoraciones al término “interactuar” bajo el enfoque teórico de Watzlawick y su Teoría de la Comunicación Humana, que hace referencia que a partir del uso de la comunicación interpersonal y de lo que esta conceptualiza las personas pueden pensar, analizar e intervenir.

María Rosalía Garza, en su estudio llamado “*Aportaciones de las ciencias sociales al estudio de la comunicación interpersonal*”, argumenta que la comunicación es vínculo social:

(..) La palabra “comunicación” proviene del término “comunicare” que significa “poner en común”, lo que implica la interacción entre los comunicantes, no solo la transmisión de mensajes de una forma unilateral; la comunicación en su nivel interpersonal “pone el acento en la comprensión de la comunicación como interacción, como vínculo social(...) (Disponible en línea: <http://> 2008)

En este sentido, la comunicación interpersonal es la capacidad de comunicarse, vincularse y expresarse del ser humano “cara a cara” en la sociedad. Es así que, comunicación interpersonal se entiende como el intercambio de mensajes entre personas; este intercambio de mensajes “cara a cara” se da mediante seis componentes básicos con los que se entiende a la comunicación desde el enfoque funcionalista² :

Emisor.- el/ las personas que emiten el mensaje.

Codificador.- signos empleados para comunicar la información o el mensaje.

Mensaje.- son las ideas o los mensajes que se envían.

Canal.- medio por el que se transmite el mensaje.

Decodificador.- el mensaje en el/ las personas posee significado y devuelve informaciones codificadas.”

Receptor: el/las personas que reciben el mensaje. (Disponible en línea: <http://peremarques.pangea.org/tec.htm>)

² Weaver y Shanon formularon su Teoría de la comunicación, apoyada en una sólida base matemática, que buscaba sobre todo una transmisión eficaz de los mensajes, a partir del análisis y control de los diferentes tipos de señales que van desde el emisor al receptor. (Disponible en línea: <http://peremarques.pangea.org/tec.htm>)

Por su parte, Carlos Julio Báez Evertsz, en su libro *“La comunicación efectiva”*, señala que la comunicación interpersonal “se divide en comunicación verbal (palabras) y no verbal (gestos), logrando la unión de momentos de existencia del ser humano” (Baez, 2000: 03). Esto quiere decir que el intercambio del mensaje y el proceso de entendimiento entre sujetos dependen de las actitudes, movimientos, expresiones, palabras, escritos, gráficos, alfabetos, risas, ideas, pensamientos, y elementos, que forman parte de la vida diaria. (Báez, 2000: 03).

Siendo la comunicación interpersonal una comunicación bidireccional, se entiende que no es sólo una necesidad básica del ser humano sino la forma de satisfacer otras múltiples necesidades del mismo. Por lo que, el sociólogo y psicólogo especializado en comunicación interpersonal, Erving Goffman, en su libro *“La presentación de la persona en la vida cotidiana”*, plantea que “los actores o seres humanos se limitan la interacción y transforman su actividad en actuación para otorgar su bienestar” (Goffman, 1971: 208). Quiere dar a entender que la simetría y la complementariedad del comportamiento humano obedecen al impacto positivo que ofrezca el entorno.

En cambio, Marta Rizo, autora de *“Comunicometodología y comunicación interpersonal: presencias y ausencias en la comunicología mexicana”*, sostiene que:

El concepto teórico de comunicación interpersonal ha quedado en el olvido debido al predominio de estudios sobre lo mass- mediático, sobre la difusión de información, es así que, propone reivindicar la pertinencia de estudiar, tanto teórica como empíricamente la comunicación interpersonal (e interacción social, en general) para proponer un marco conceptual comunicológico³ que permita pensar, analizar e intervenir. (Disponible en línea:

³ Comunicología es un termino acuñado por Jesús Galindo (2003) Sostiene que toda ciencia básica o teórica debe tener su complemento aplicado, su dimensión práctica. (Disponible en línea: www.razonypalabra.org.mx: 2012).

La Comunicología, por tanto, debe ir acompañada de la Comunicometodología, definida como “una perspectiva de la comunicación más asentada en la acción que en la representación”, de ahí surgirá otra sistematización de experiencias y visiones. (Disponible en línea: www.razonypalabra.org.mx: 2012).

www.razonypalabra.org.mx: 2012).

Rizo afirma que el diálogo, la comprensión, y el nexo entre sujetos que presenta la comunicación interpersonal sustentada por la comunicología, será más asentada en la acción. (Disponible en línea: www.razonypalabra.org.mx: 2012).

Sea cual fuere el abordaje de los autores sobre comunicación interpersonal, se entiende que es el elemento fundamental en el que se apoya cualquier tipo de relación humana; el saber comunicarse eficazmente implica no sólo saber qué decir, sino saber cómo decirlo. Por lo tanto, considerar el valor de la comunicación interpersonal y el prominente efecto que tiene en las relaciones profesionales, personales, y en la integración de herramientas, permiten elevar y adicionar el interés de lo que se quiere comunicar, además de ser un apoyo para solucionar problemas, acercarse a las personas y enriquecerse a diario.

Por último, los elementos comprometidos en el desarrollo de la comunicación interpersonal y las consideraciones que tienen cada uno de ellos para que el mensaje llegue al oyente de la manera esperada y potencie estrategias estimulantes, “(..)se basa en conocer los principios de la elocuencia para complementar sencillas técnicas que permitirán manifestar lo que se quiere decir con alto impacto y excelencia y de igual manera objetar con eminencia(..)” (Báez, 2000: 28). Es decir, la comunicación interpersonal justifica que la capacidad de pensar, analizar y de manifestación de una persona hace que se genera interacción, creando un proceso complejo de comunicación social.

2.1.1 Comunicación social

No sólo la comunicación interpersonal ejerce efectos que elevan el interés de las personas por comunicarse, interactuar y ser entendidas, también lo hace la comunicación social, la cual ejercita a los seres humanos para que puedan aprender, entenderse y fusionarse en una sociedad que demanda cambios sustanciales para su continua supervivencia. En ello, la comunicación social es un canal que estudia el uso del mensaje y el uso de las herramientas de comunicación para un mejoramiento de las relaciones humanas.

Carlos Luis Arias, en el informe *Segundo curso sobre comunicación social*, identifica que la comunicación social

Es el resultado de varias fuerzas de las cuales el “comunicador” solo puede controlar una. Esta es cuando le da forma a su mensaje y decide cuándo y dónde presentarlo, pero el mensaje es solamente uno de por lo menos cuatro elementos importantes que determinan qué respuesta tendrá lugar. Los otros tres elementos son:

- La situación en que recibe la comunicación y en la cual debe tener lugar la respuesta, si la hay.
- El estado de la personalidad del receptor
- Sus relaciones y normas de grupo”. (Arias, 1973: 1-B-21.)

El autor se refiere que para comprender la importancia del mensaje y sus herramientas, es preciso mejorar la habilidad de comunicar en cualquier clase de actividad que se desempeñe; además, se debe comprender el proceso, los factores que determinan la comunicación y los efectos que produce en el grupo.

El autor también dice que la eficacia de comunicar “el mensaje” con el uso de sus herramientas depende de “los elementos y estructuras, siendo uno más importante que el otro, dado que en comunicación social se deben tener “buenas ideas” (elementos) y buena organización (estructura), sin dejar de lado el código y la clave que forman parte de los mismos elementos” (Arias, 1973: 1-B-12.). Arias quiere destacar que los elementos código y clave son símbolos que otorgan significado (sonidos, palabras) para

garantizar armonía en el contenido del mensaje que se filtra a varias personas en la sociedad y garantizar interacción social. (Arias C: 1973: 1-B-12.).

Por otra parte, la Universidad Nacional de Loja, área de educación, el arte y la comunicación *Módulo final III* afirma que la comunicación social se sustenta en tres modos para comunicar:

Información: intercambio de información que produce una variación en cualquiera de las probabilidades de elección del receptor. Es el qué.

Instrucción: intercambio de información que produce una variación en la eficacia de cualquiera de las vías de acción del receptor. Es el cómo actuar.

Motivación: intercambio de información que produce una variación en alguno de los valores u objetivos del receptor ante su elección”. (Disponible en línea: www.unl.edu.ec/educativa/wp-content/.../MODULO-FINAL.docx).

Ante lo cual, Luis López Viera, en su libro *Comunicación Social. Selección de lecturas*, entiende que la comunicación social “es un proceso de intercambio en donde los seres humanos establecen relaciones entre sí y pasan de la existencia individual aislada a la existencia social comunitaria”. (López, 2003: 63).

Los dos autores se complementan en sus aseveraciones y coinciden en que dentro del proceso de comunicación social se encuentra la existencia de instituciones que se dedican a difundir mensajes de forma desmedida, que hace que las personas se alejen de los procesos de concienciación propia y adopten formas de pensar y de actuar de quienes los rodean configurando la esfera pública y por ende su identidad cultural.

Por consecuente, dentro de la teoría social, la comunicación y el mensaje son los destinados a contribuir un cambio social por medio de la interacción y la formación de opinión pública sobre varios temas, en este caso, periodísticos como el del reciente

asilo político concedido a Julian Assange en Ecuador, que despierta interés en la población.

2.1.2 Comunicación de Masas

Partiendo de la base de que la comunicación de masas representa el avance de la humanidad en el conocimiento del sistema social mediante la interacción y el manejo del discurso racional de opinión, las autoras Neneka Pelayo y Adriana Cabrera, en su libro *“Lenguaje y comunicación: Conceptos básicos, aspectos teóricos generales”*, describen el análisis del *“Modelo psicológico de la comunicación social”* de Gerhard Maletzke, en el que se argumenta que la comunicación de masas es “ pública, emplea medios técnicos , tiene un carácter indirecto (que utiliza intermediarios) y “unilateral” (el comunicador comunica y el receptor recibe) y se proyecta sobre un público disperso” (Maletzke G: 1963).

Esto quiere decir que el sistema social define los roles de sus agentes, es este caso, “el receptor es el sujeto que acoge el mensaje y que a su vez, forma parte de las estructuras sociales compartidas y de los segmentos de audiencia mediática y de la imagen que se tiene del comunicador (no existe retroalimentación); en cambio, el comunicador considera las características del medio a la hora de valorar la información.

GRÁFICO No 1

ELEMENTOS DEL MODELO DE MALETZK.



Elaborado por: José Ildero. - Fuente: (Disponible en digital)
<http://mcomunicacionjose.blogspot.com/2011/07/modelo-de-gerhard-maletzke.html>

El modelo gráfico planteado por Maletzke traduce que los medios de comunicación son “canales artificiales” que permiten la comunicación “interpersonal” entre emisor y receptor: el teléfono, el celular, la radio, internet (Messenger, redes sociales, portales, blogging, etc.) cine y la televisión”. (Disponible en digital:<http://laverdaderamagnitud.files.wordpress.com/2009/06/medios-de-comunicacin.pdf>).

El blog del *Preuniversitario popular Víctor Jara área de lenguaje y comunicación*” añade que la comunicación en masas tiene el propósito de:

Informar: este fue el objetivo original de los medios de comunicación en tiempo real (radio y televisión), la posibilidad de informar a una gran cantidad de personas lo que está ocurriendo en el mundo en un tiempo cercano a los sucesos noticiosos.

Educar: la invención de la imprenta (Gutenberg, 1440), dio origen a una de las funciones principales de los medios de comunicación que aún se mantiene, a saber, la masificación de la cultura.

Entretener: es una función muy de moda en nuestros días. Frente a las altas exigencias laborales, buscamos un descanso en las secciones de chistes de los diarios, teleseries y películas de la televisión, y la gran variedad de sitios de internet.

Formar opinión: cada medio, considerando aspectos políticos, religiosos, nacionales o culturales, va a interpretar y organizar la información de una manera adecuada a sus intereses. Esta situación se determina en la línea editorial impuesta desde la dirección de cada medio. Se dice, pues, que los medios nos entregan una información parcelada o deformada, que no necesariamente corresponde a la realidad. (Disponible en digital: <http://laverdaderamagnitud.files.wordpress.com/2009/06/medios-de-comunicacin.pdf>).

Harold Laswell y Charles Wright⁴ son quienes establecieron las funciones básicas de los medios de comunicación durante la Primera Guerra Mundial. En su estudio se evidencia las pautas que otorga la comunicación de masas en la humanidad traspasan los límites

⁴ Harold Laswell, "Técnicas de propaganda en la Guerra Mundial" 1927 en el que se afirma que sin la propaganda no es posible poner en pie de guerra un país moderno en contra de lo que sucede en las sociedades tribales, es considerado comúnmente como el inicio de la 'comunicación research'. Todavía se conoce hoy en día el paradigma de Laswell como el punto de arranque de la investigación de masas. Charles Wright autor de análisis funcional de comunicación de masas. 1963.

del tiempo y el espacio favoreciendo a que cada día se extienda el pensamiento globalizado mediante la interacción y las distintas opiniones en la esfera pública que brinda acceso a de contenidos noticiosos y al cambio de pensamiento de la visión del mundo.

En ello, Wright percibe que las tendencias incorporadas en comunicación de masas “son un fenómeno que posee una audiencia anónima y extensa con mensajes públicos, sincronizados y transitorios; además de que el comunicador se convierta en una organización formal de grandes gastos que confieren al progreso de una sociedad”. (Disponible en digital: <http://www.slideshare.net/vickychan/analisis-funcional-y-comunicacion-de-masas-presentation-660033>: 2008). Esto quiere decir que, la comunicación en masas trabaja para el desarrollo de la cultura adaptando la humanidad al ambiente, conservándola al modelo, controlando las tensiones, e integrándola más y más en los procesos de interrelación e interacción.

Por otra parte, la compañía telefónica española Terra en su análisis “*Teorías de la comunicación de masas*” sostiene que la comunicación de masas “ es el resultado de la interrelación entre medios (prensa, radio, y demás), situación socioeconómica, necesidades y relaciones sociales.” (Disponible en digital: <http://personal.telefonica.terra.es/web/mir/ferran/ComMasas.htm:2004>). Hace hincapié en que los medios, las necesidades, las relaciones sociales y la economía son los elementos principales para que el lenguaje informativo que utiliza la comunicación de masas cumpla una función pertinente.

Los autores mencionados infieren que la comunicación de masas se presenta “objetiva” y siempre vinculada a la industria del mercado; por lo que, Joseph T. Klapper, autor de

Los efectos sociales de la comunicación de masas, defiende que la comunicación de masas “ ha modificado la estructura social y las relaciones interpersonales” (Klapper: 1960 :62). Esto quiere decir que, la comunicación mass- media posee la capacidad de modificar los pensamientos de las personas ante la realidad que les rodea; esta compleja sociedad que presenta la comunicación de masas, se encuentra situada en la intersección de variados círculos de relación que forman un mosaico de variadas influencias. Es así que, las agrupaciones se dan por ideología, estética, cultura y desde la diferencia particular de cada persona y de la necesidad de comunicar y opinar múltiples informaciones y percepciones.

Dada estas nominaciones, cabe destacar que la comunicación de masas es una herramienta de poder irremplazable en manos del ser humano, gracias a la cantidad de símbolos que envía a las personas, y la sensibilidad colectiva con la que alude el pensamiento humano.

La comunicación mediática se encontrará siempre vinculada a la industria del mercado, facilitando el entendimiento en la cultura. Gracias a la globalización, los medios de comunicación como diario El universo logra que se potencialicen nuevas miradas mediáticas, haciendo de Youtube el emisor de “mensajes” que genera interacción digital y opinión pública sobre temas noticiosos como el del fundador de Wiki Leaks, Julian Assange, y el consentimiento por parte del gobierno ecuatoriano en otorgarle asilo político .

2.1 Teoría de la Comunicación Humana

Este postulado pretende aclarar la relación que existe entre los tipos de comunicación analizados y la teoría de la Comunicación humana⁵ que entienden que todo proceso comunicativo facilita el intercambio de información por medio de la interacción, por ende, aportan con el entendimiento de las culturas, logrando que se genere opinión pública.

En ello, la Teoría de la Comunicación Humana pretende sustentar la forma de concebir e interpretar un mensaje bajo los siguientes axiomas:

- a) Es imposible no comunicarse.
- b) Toda comunicación tiene un aspecto de contenido y un aspecto relacional tales que el segundo clasifica al primero y es, por ende, una meta-comunicación”.
- c) La naturaleza de una relación depende de la puntuación de las secuencias de comunicación entre los comunicantes.
- d) Los seres humanos se comunican tanto digital como analógicamente. El lenguaje digital cuenta con una sintaxis lógicamente sumamente compleja y poderosa pero carece de una semántica adecuada en el campo de la relación, mientras que el lenguaje analógico posee la semántica pero no una sintaxis adecuada para la definición inequívoca de la naturaleza de las relaciones
- e) “Todos los intercambios comunicacionales son simétricos o complementarios, según estén basados en la igualdad o en la diferencia. (Watzlawick: 1985. Cap. 2)

Los mencionados axiomas defienden que no existe la non - comunicación, es decir que todo lo que se observa en el ambiente relacional social- cultural de las personas es válido.

Siendo así, el axioma de “es imposible no comunicarse” (Watzlawick, 1985: 76) al relacionarlo con la pragmática de la comunicación interpersonal, social y de masas, se complementa en que, en la interacción entre personas, la transmisión de un

⁵Paul Watzlawick, Janet Beavin Bavelas y Don De Ávila Jackson, autores del libro *teoría de la comunicación humana: interacciones, patologías y paradojas* 1985.

mensaje verbal o no verbal, escrito o no escrito, siempre va ejercer el acto de comunicar por ende siempre va a recibir un mensaje aunque este muchas veces no tenga feedback o retroalimentación.

En este sentido, “toda comunicación tiene un aspecto de contenido y un aspecto relacional tales que el segundo clasifica al primero y es, por ende, una metacomunicación” (Watzlawick, 1985: Cap. 2). Se debe tener claro que

El “nivel de contenido” de un mensaje transmite "INFORMACIÓN".
El "nivel de relación" se refiere a cómo la comunicación sirve para "DEFINIR" el tipo de relación que quiero establecer con mi interlocutor”. (Disponible en línea: http://www.aniorte-nic.net/apunt_terap_famil_3.htm: 2011).

Se entiende que las personas al recibir un mensaje observan los signos y símbolos (el mensaje) por parte del emisor. El receptor pone especial detención en la carga del mensaje para proceder a comunicarse o a comunicar de una manera metacomunicacional (comunicar la comunicación.). Se asocia a la comunicación interpersonal, social y de masas en que el emisor/es, o el medio, al comunicar o metacomunicar un mensaje, y este pueda ser comprendido y aceptado por la o las personas, se debe saber cómo o en qué forma hacerlo.

El tercer principio “la naturaleza de una relación depende de la puntuación de las secuencias de comunicación entre los comunicantes” (Watzlawick: 1985). Quiere decir que la relación entre el emisor o el medio y el receptor al estructurar un mensaje o la información de diferente forma hace que la interpretación obtenga una reacción. (Causa – efecto).

Watzlawick, propone el siguiente ejemplo:

La mujer regaña al marido y éste, como consecuencia, se retrae. La mujer vuelve a regañarlo porque está retraído, y el marido vuelve a retraerse porque lo regañan. Esto puede seguir indefinidamente, y por él lo hablamos de una serie que puede extenderse al

infinito. Ambos están encerrados en un diálogo reiterativo: "te regaño porque te retraes", dice la mujer, y "me retraigo porque me regañas", contesta el hombre. La cuestión de quién empezó primero carece de importancia: Watzlawick quiere destacar la secuencia misma, alternada y cerrada sobre sí misma. En esta monótona interacción no hay un verdadero diálogo que permita esclarecer qué sucede realmente entre ellos: se trata de una interacción infinita distorsionadora de la realidad. (Watzlawick, 1985 Cap. 2)

Este axioma dice que la comunicación humana, de masas o interpersonal no debería basarse en causa y efecto, sino en que al estructurar el mensaje, el reaccionante contribuya a realizar un progreso o un intercambio.

La cuarta proposición habla de que,

Los seres humanos se comunican tanto digital como analógicamente. El lenguaje digital cuenta con una sintaxis lógica sumamente compleja y poderosa pero carece de una semántica adecuada en el campo de la relación, mientras que el lenguaje analógico posee la semántica pero no una sintaxis adecuada para la definición inequívoca de la naturaleza de las relaciones" (Watzlawick, 1985: Cap. 2).

Watzlawick explica que en esta proposición se debe entender según las siguientes lógicas

a) En una primera aproximación, comunicación digital es comunicación verbal, y comunicación analógica es comunicación no verbal. No es lo mismo usar palabras (lenguaje digital) que cualquier otra cosa que no lo sea, como imágenes, fotos, dibujos, gestos, muecas, etc. (lenguaje analógico). Si quiero representar una casa en lenguaje digital pronuncio o escribo la palabra 'casa', y si quiero re presentarla analógicamente dibujo una casa o hago gestos tipo 'dígalos con mímica' para dar a entender que hablo de una casa.

b) Evolutivamente, el lenguaje analógico es más arcaico que el digital. El hombre muy primitivo se comunicaba más por gestos y dibujos que por palabras. Y lo mismo el niño, para hablar de una evolución ontogenética.

c) En una aproximación más fina, la gran diferencia que hay entre ambos lenguajes radica en que mientras en el lenguaje digital no hay semejanza o analogía entre la palabra y el objeto, en el lenguaje analógico (como su mismo nombre lo dice), sí hay una analogía entre la imagen y el objeto.

Efectivamente, la palabra 'casa' no se parece a la casa de la realidad. Es arbitraria a tal punto que también podríamos haberla llamado 'sfxcdvbe". En cambio una imagen de la

casa debe parecerse al objeto en cuestión, debe haber una analogía total o parcial entre ambas cosas.

d) Una cuarta diferencia tiene que ver con los conceptos de 'contenido' y 'relación' a que nos referíamos en el segundo axioma, y es las siguientes: el lenguaje digital es más apto para comunicar contenido, mientras que el lenguaje analógico es mejor para definir relaciones entre los comunicantes.

Imagínese usted un médico que le dice a su paciente "sáquese el saco, por favor", mientras agita impacientemente la mano. Aquí hay lenguaje digital porque hay palabras ("sáquese el saco, por favor"), pero también hay lenguaje analógico porque está agitando la mano. El contenido, la información propiamente dicha está en las palabras, en lo digital, pero con su gesto de impaciencia el médico está marcando una relación de autoridad donde uno manda y otro obedece. Este aspecto relacional fue definido mediante el lenguaje analógico.

e) Si el lenguaje digital informa mejor sobre el contenido y el analógico sobre la relación, es porque entre ambos lenguajes hay ciertas diferencias estructurales, que consideramos a continuación. (Disponible en línea: Cazau: <http://es.scribd.com/doc/320180/Guia-de-Teoria-de-la-comunicacion-humana>: 1995)

El autor se refiere a una comunicación digital entendida como una “comunicación verbal” (palabras o escritos) y a la comunicación analógica como “no verbal” (dibujos o gestos) alejándose del concepto tecnológico-virtual (hombre-máquina) con que se infiere a la comunicación digital.

Todos sabemos que un gesto puede decir más que cien palabras. Esta es una ventaja del lenguaje analógico: comunica un sentido rápidamente sin tener que enmarañarnos con palabras, y con mayor razón si ese sentido apunta a definir una relación entre dos personas. Un gesto de desprecio dice mucho más que un discurso verbal a la hora de comunicarle al otro que uno es mejor que él. Esto es lo que afirma este cuarto axioma cuando dice que el lenguaje analógico tiene una 'semántica' más adecuada para definir relaciones ('semántica' quiere decir significado, sentido).

Sin embargo, el lenguaje analógico tiene sus desventajas cuando se trata de comunicar contenidos o información vinculada con cualquier cosa que no sea la relación interpersonal. ¿Intentó usted alguna vez explicarle los principios metapsicológicos o la teoría de la relatividad a alguien mediante gestos o muecas? El lenguaje digital se presta mucho mejor para esto, porque tiene una 'sintaxis' poderosa. Esto significa que la posibilidad de poder articular de mil formas distintas las palabras y las letras, hace que puedan transmitirse significados muy sutiles o muy abstractos. Con el lenguaje analógico no podríamos representar ideas tales como ' sí...entonces...', 'y', 'o', etc. Y todavía más: la complejidad de las articulaciones sintácticas ('sintaxis' significa relación entre unidades lingüísticas, sean letras o palabras) permite que seamos más exactos, más precisos e inequívocos: lo que es sí es sí, lo que es no es no. En cambio el lenguaje analógico tiene el problema de la ambigüedad: una sonrisa puede indicar tanto simpatía como desprecio ,una lágrima puede mostrar tanto alegría como pena, un puño cerrado agresión como control de la agresión, etc., o sea un mismo gesto o imagen puede

expresar ideas completamente opuestas. Sin embargo digitalmente, la palabra 'alegría' significa inequívocamente alegría. (Disponible en línea: Cazau: <http://es.scribd.com/doc/320180/Guia-de-Teoria-de-la-comunicacion-humana>: 1995)

Dada la aclaración, la comunicación “digital” y “analógica” descrita en dicho postulado, habla sobre diferencias de lenguaje, de relación, de contenido y de estructura que se da en la comunicación social, interpersonal y de masas; es decir, gracias a lo “digital” (contenido) y a lo “analógico” (relación) las personas(los receptores), el emisor o el medio pueden entenderse en un grupo social; en cuanto a la estructura, los dos tipos de comunicación se encuentran cuando al comunicar una información de contenido complejo, como la derivación de una enfermedad, no puede ser entendida bajo los gestos o mímicas, entonces, esta tiene que ser estrictamente tratada “digitalmente” a su vez, lo “analógico” infiere en el gesto que se da al tratar la situación.

El último axioma, “Todos los intercambios comunicacionales son simétricos o complementarios, según estén basados en la igualdad o en la diferencia” (Watzlawick: 1985). Subyace en que la comunicación ya sea social, interpersonal o de masas posee características de complementariedad, diferencia, e igualdad, esto quiere decir que, el o los emisor/es o el medio cuando empieza a comunicar el mensaje sea del tipo que fuere lleva al sujeto a adoptar una postura de igualdad, de complementariedad o de diferencia en posturas de contenido.

Paul Watzlawick, en el marco de la reflexión conceptual y teórica de la comunicación, describe estos postulados reflejando las condiciones que se dan en la comunicación interpersonal, social y de masas, en donde la lógica no puede verificarse más que por la habilidad de las personas y los medios para comunicarse y comunicar, en ello, el contexto junto con la jerarquía se ocupan en cada relación y en la propia moral de las

personas para generar interacción y opinión pública de diferentes contextos que presenta la sociedad, en este caso, de temas periodísticos que generan los medios de comunicación, como Diario El Universo con el caso de asilo político a Julian Assange en Ecuador.

2.2 Comunicación digital

Los fundamentos de comunicación digital se sustentan bajo la Teoría del Actor Red y el uso de las tics, las redes sociales e internet que se encargan de brindar múltiples usos, aplicaciones y gratificaciones al brindar al usuario libertad, creatividad, personalización y comodidad; y además, asociar las prácticas periodísticas haciendo que lo analógico se convierta en digital, generando interacción y nuevas formas de opinión en una esfera pública.

Autores como Pierre Lévy, David Silver, Heidi Figueroa, Mark Briggs, Neus Arqués Salvador, Jordi Adell, compartieron el interés de analizar a la comunicación digital.

Es así como Pierre Lévy, en su libro *La Cibercultura, el segundo diluvio*, establece las tres premisas básicas de este enfoque:

- La Interconectividad
- Las comunidades virtuales
- La Inteligencia Colectiva

Éstos provocan un nuevo ordenamiento del conocimiento y de la experiencia individual y colectiva, un modelo cultural que se articula como el tercer estadio en una escala evolutiva que va desde las pequeñas sociedades cerradas –de cultura oral–, a aquellas civilizadas o imperiales –donde la escritura posee un papel preponderante– hasta llegar a la cibercultura, que corresponde a una etapa de mundialización concreta de las sociedades, de coexistencia entre los niveles locales y globales.
(Levy, 1997: 204).

De estas premisas se analiza a la comunicación digital, que parte del entendimiento de

estos tres elementos como procesos dinámicos. De esta manera se produce una reconfiguración de un modelo cultural que sitúa a internet como centro de transformación de toda coexistencia para interpretar al mundo. En definitiva, el actor percibe su realidad a través del contacto en la red y genera comunicación con todo aquello que interactúe con él, permitiendo emitir y recibir información, y es así como se entiende a la comunicación digital como un sistema de “materiales electrónicos” (tecnología) que se construyen a través de entornos simbólicos digitales (base de datos, protocolos, textos, hipertextos) y por entornos simbólicos interpretativos que se refiere a las múltiples interpretaciones que se presentan en el espacio digital (valores, legitimaciones).

Por otro parte, Mark Briggs apadrina a la comunicación digital con un ejemplo elemental, como el participar en una red social, aduciendo que esto es comunicar digitalmente: “Puede enviar un archivo anexo en un correo electrónico? Entonces, tiene lo que se necesita para publicar un blog con imágenes.”(Briggs, 2006:2). Se refiere a la gran importancia de la interactividad de la cultura por medio del hipertexto, que implica un lector más activo y dinámico que elige por cuenta propia: qué leer, qué publicar, qué escribir y demás. En ello, el fenómeno digital ha creado una seducción del tiempo y el espacio virtual. Pero, ¿qué es lo virtual? "Lo virtual es una extensión de la realidad que subsiste con lo actual, pero independiente a la misma. Distingue otros tres estados alternos a lo virtual: lo actual, lo real, y lo posible. (Lévy, 1999: 100).

Así mismo, otra propuesta señalada por Neus Arqués Salvador, comprende una revolución en el pensamiento humano, una reacción de la escritura electrónica en relación a la escritura tradicional. Esta reacción tiene implicaciones profundas para la literatura, la institución, la religión, la ciencia, la política y demás. Además de la

propuesta de Lévy, en el ámbito de la cultura digital, por ejemplo, se considera a los sistemas de las Tics digitales como sistemas tecnológicos, los hipertextos como sistemas simbólico-culturales no lineales y dinámicos en función de las necesidades del momento y las llamadas comunidades virtuales como sistemas sociales. (Levy, 1999, 102).

En ello, desde un principio se ha construido a la comunicación digital como una interacción en la cual las personas adoptan conductas frente a un entorno virtual. David Silver adapta la propuesta de cibercultura, al igual que le hace Heidi Figueroa:

Cyberculture is a collection of cultures and cultural products that exist on and/or are made possible by the Internet, along with the stories told about these cultures and cultural products. (Silver, 1997).

Cibercultura. Para nuestros propósitos este término se refiere a los modos de vida, las formas de construcción del self (sí mismo) y del otro, así como las formas en las que fluyen transversalmente las dimensiones política y económica en la espiral de dominación/resistencia dentro de este nuevo y escurridizo escenario también llamado cyberspace o ciberespacio. (...) En su sentido más abarcador remite a toda forma de comunicación mediada por redes de computadoras (CMC) ya sea en tiempo diferido-como cuando utilizamos el correo electrónico- o en tiempo sincrónico, como cuando sostenemos una conversación en un chat room de Internet Relay Chat. (Figueroa, 2001: 28).

En este sentido, la tecnología se ha vuelto un elemento omnipresente y, quizás, el de mayor importancia.

“La digitalización es un cambio radical en el tratamiento de la información. Permite su almacenamiento en grandes cantidades en objetos de tamaño reducido o, lo que es más revolucionario, liberarla de los propios objetos y de sus características materiales y hacerla residir en espacios no topológicos (el 'ciberespacio' o la 'infosfera') como las redes informáticas, accesibles desde cualquier lugar del mundo en tiempo real. También podemos reproducirla sin merma de calidad de modo indefinido, enviarla instantáneamente a cualquier lugar de la Tierra y manipularla en modos que nuestros antepasados ni siquiera soñaron. La digitalización de la información está cambiando el soporte primordial del saber y el conocimiento, y con ello cambiará nuestros hábitos y costumbres en relación al conocimiento y la comunicación y, a la postre, nuestras formas de pensar.” (Adell, 1997: 42)

Actualmente, frente a la producción tecnológica que revolucionó la sociedad de principios de la modernidad en diferentes contextos y que permitió la revolución industrial, la comunicación digital ayuda a la mediación directa y participación en casi todos los órdenes de la vida cotidiana de los seres humanos, por cualquier tipo de insumo tecnológico. La tecnología se ha convertido en un elemento omnipresente y, quizás, el de mayor importancia a nivel mundial que ha dado entrada a la utilización de un lenguaje en común.

“La comunicación ha pasado a ser digital en más de un 80% en los últimos años.” (Medita, 2010: 27). El desarrollo y la utilización de teléfonos celulares, iphones, Smartphone, blackberrys, tablets, palms, computadoras es la muestra de dicha evolución digital que se ha adaptada ante las múltiples necesidades del consumidor. También, se visualiza “versiones virtuales de medios televisivos, radiales e impresos, todos ellos nacidos en la “web”, dado que los medios y los periodistas deben adaptarse a las dinámicas de este nuevo ‘canal comunicativo’”. (Reyes, s/f: 7).

Todas estas vicisitudes que ha traído el internet junto con las tecnologías ha dado lugar a de los mismos y por si fuera poco ha establecido un núcleo de dependencia por el cual giran constantemente las revoluciones tecnológicas. Diario El Universo en Youtube es una muestra de la migración digital que generan las tecnologías al promover interacción social en línea y lograr el posicionamiento de la esfera pública.

2.3.1 Internet: Usos, aplicaciones y gratificaciones

Varias son las utilidades, aplicaciones y gratificaciones que Internet ofrece a sus usuarios en línea. Javier Echeverría, en su libro *Un mundo virtual*, argumenta que el

Movernos hacia otra perspectiva nos permite ver a Internet desde sus condiciones y posibilidades comunicativas. Su lenguaje multimedia abarca expresiones visuales, escrito-visuales, sonoras y audiovisuales. Debido a su arquitectura informática, es reticular. Por el tipo de niveles de comunicación que puede establecer se le considera multinivel (comunicación interpersonal, grupal y masiva), en tanto que el uso del tiempo lo convierte en multicrónico, ya que permite comunicación en tiempo real y diferido. Es también un medio que debido a su ubicuidad espacial se le considera desterritorializado y en la medida en que utiliza un lenguaje no secuencial, permitiendo abrir ventanas simultáneas con textos diferentes que pueden ser asociados libremente por los usuarios, se le reconoce como hipertextual (Echeverría, 2000: 18).

El autor aduce que la hipertextualidad permite que los internautas creen con libertad su propio contenido y apuesten por la diversidad de información, de fuentes, de modos de interacción (chat, correos electrónicos, grupos de discusión, weblogs, etc.), de canales de expresión y de emisores. Sostiene que el uso de internet se da como distribución para medios tradicionales y es también un espacio de expresión que da lugar a un sinfín de emisores emergentes que otorga gratificaciones a las personas gracias a su pluralidad de contenido. Internet como suma de *self-media* y *mass-media*⁶, cuenta con navegadores activos y críticos, desarrolla estrategias profesionales que abran canales de comunicación con las audiencias y explora nuevas formas estéticas y comunicativas para la expresión no sólo en el mundo de la comunicación, periodismo, sino también en nuevos espacios de vida. (Disponible en línea: <http://www.revista.unam.mx/Ortiz,2006>).

Por otro lado, Fernando Gutiérrez argumenta que internet es una herramienta para la investigación, otorgándole un alto valor educativo, profesional e individual, ya que sus servicios proporcionan enciclopedias, noticieros, acceso a bibliotecas y otros materiales

⁶Self media n. ing. [semiót.] Monosistema de comunicación: el sujeto emisor asume asimismo las veces de medio de comunicación y receptor; ej., el estudiante que toma sus propias notas para su estudio, el que elabora un diario sólo para sí. (En línea:<http://www.warianoz.com/foros/showthread.php?116133-%BFself-media-como-definirlos#.UDEvCI70aI8>).

educativos y presenta una diversidad de lenguas. (Gutiérrez, 2008:35).

Para el autor Dominique Wolton, Internet sirve para mejorar la «telaraña» de comunicación entre los seres humanos.

La nueva concepción del tiempo y el espacio, el concepto de virtualidad revisitado a partir de la arquitectura de las redes y sus posibilidades interactivas, indican que Internet abre nuevas posibilidades a la reflexión desde el campo de conocimiento de la comunicación. Obliga incluso a replantear algunos conceptos y categorías que aceptábamos como más o menos estables. (Wolton: 2000, 220).

Los tres autores, en sus respectivos libros, aluden a que internet es un mundo “real” de novedosos servicios, que genera una serie de cambios para sus usuarios que permiten la comunicación inmediata, eficaz, así como una interacción como nunca se había visto hombre-máquina-hombre. Se conformó la mayor red de telecomunicaciones que ahora se puede imaginar, a pesar de que sea una “realidad virtual” todo lo que se provee. Se evidencia que Internet provee los mejores e inimaginables desarrollos de hardware (tecnología) y software (programas lógicos). (Disponible en línea: <http://www.razonypalabra.org.mx/N/n64/actual/igisela.html>: Rivera: s/f). El cambio que ha realizado Internet en las últimas décadas ha sido portentoso. Las gratificaciones, usos y aplicaciones del uso de la red sostienen como fundamento una interactividad y aproximación comunicativa universal para toda la sociedad y cultura.

Internet se basa en una comunicación entre varios en donde el uso de la Web es fundamental para envíos de e-mail, comentarios, servicios interactivos comerciales, chats, entre otros, que brindan al usuario una libertad, creatividad, personalización, accesibilidad, actualización, multimedia y una comodidad para su diario vivir. En Internet, la interactividad y el mundo de oportunidades son la clave para un desarrollo de las masas. La vídeo conferencia, el aula activa, el periodismo digital, son parte de

una naturaleza variable cuyo uso se incrementa o disminuye en función del servicio disponible. (Vilches, s/f: 1-53).

Por otro lado, Internet es una ayuda para huir de sentimientos de soledad, para evitar sensaciones de tedio, de estrés, del diario vivir y para mantenerse en contacto con más gente evitando el aburrimiento. En Internet, las diferencias de sexo son casi invisibles y el establecimiento de nuevas relaciones y hacer posible el mantenimiento de relaciones, estudios, trabajo a distancia se contempla cada vez más.

La utilización de Internet persigue reforzadores de carácter eminentemente social, donde la comunicación multimedia audiovisual como la que muestra Youtube tiene un papel primordial en regir la conducta de las personas para un futuro por venir lleno de tecnologías inteligentes. (Levy, 2008: 45). Autores entendidos en el tema definen como una gratificación el viajar por los mares de la información del conocimiento (internet) que cada día se extienden más, al no tener límites ni fronteras reconfigurando escenarios de opinión en la esfera pública mediante la creativa interacción que ejerce .

2.2.2 Redes sociales

Las “redes sociales” se construyen mediante el uso de internet y generan interacciones en crecimiento continuo. A esto, la teoría del actor red de Bruno Latour, junto con los autores mencionados sobre comunicación digital, relacionan y otorgan una visión distinta de ver el mundo, en donde todo el material de redes y de personas se une para actuar e influir en una correcta comunicación digital que otorga interacción social y opinión en la humanidad.

Camilo Madariaga Orozco, Raimundo Abello Llanos, Omar Sierra García y Salomón Magendzo, autores del texto *Redes sociales: Infancia, familia y comunidad*, “son un símbolo de complejas relaciones que superan la secuencia de tiempo y espacio y sugieren una relación ilimitada (Varios autores: 2003:6) En otras palabras, las redes sociales son una transformación del discurso público activo a través del tiempo y de las diferentes circunstancias sociales determinadas.

A su vez, la autora Cristina Aced señala que a las redes sociales se las entiende “como una necesidad vital en el ámbito de las relaciones humanas del ser humano pero también en la gestión empresarial, del marketing y periodístico” (Aced: 2010:21). Es decir, más allá de la necesidad del recurso de intervención personal que brinda las redes sociales, es un recurso para el desarrollo en cualquier ámbito profesional, que va desde el sector empresarial, marketing y periodístico.

Las redes sociales, según Madariaga, García, Magendzo y Llanos formarían parte de la interacción de cada persona, por lo que definir un concepto es complejo; sin embargo, la estructura, contenido, comunicación, propósito y elemento se sustentan en el fundamento principal que aborda su significado primordial. (Varios Autores: 2003: 67). La estructura de la red es la misma, pese a que el uso que se le atribuye sea distinto, lo que si no cambia es la capacidad de generar interacción en diversos temas y opinión social.

Para los autores antes citados, los términos “red” y “social” simbolizan una estructura compuesta por lo visible y lo invisible en relación con la idea de unidad; esta es indestructible y considera el hecho social en su conformación (Varios Autores: 2003:

34). Sus orígenes datan los años cuarenta, y su aparición en la época de los noventa con Randy Conrads, que quería lograr que la gente recupere o mantenga el contacto con antiguos amigos o compañeros de la escuela, universidad, entre otros. Después de unos años, en el 2002 y 2003, las redes se iban ampliando cada vez más con la llegada de Myspace o Xing, que alcanzaron índices de popularidad altos. En el 2005, Yahoo se unió a las redes sociales creciendo el número total de miembros y, por ende, los enlaces de red hasta la actualidad. (Currien: 1988: 5).

Las redes sociales con el transcurso de los años han garantizado solidez, debido a las herramientas informáticas ⁷“verticales” que se usaban y que se usan para potenciarse online. Por otro lado, se encuentra el “blended networking” una aproximación a la red social “horizontal” que combina elementos en línea y del mundo real creando una fusión al generar más interactividad concentrada en sus usuarios o contactos. Como facebook, twitter, tuenti, entre otras. (En línea: <http://sites.google.com/site/redessocialesvirtuales/home/tipos-de-redes-sociales>: s/f).

Lo que evidentemente indica que las redes sociales comprenden la interacción social y opinión pública en tiempo y espacio mediante una actualización automática de la libreta de direcciones, perfiles visibles, la capacidad de crear nuevos enlaces mediante servicios de presentación y de otras maneras de conexión social o interacción en línea como generar relaciones comerciales, entre otros; que han ido avanzado conforme la evolución de Internet y la adaptación de las prácticas en comunicación digital.

⁷Herramientas informáticas que las redes sociales verticales utilizan software social que opera en tres ámbitos de forma cruzada conocidos como: “las 3Cs”, * **Comunicación**.- ayuda a poner en común conocimientos. * **Comunidad**.- ayuda a encontrar e integrar comunidades. * **Cooperación**.- ayuda a trabajar en grupo. Gira alrededor de una temática en común a todos sus usuarios. Como por ejemplo: Youtube, myspace, fotolog, picasa y demás.

(En línea:<http://actualidaddeportenoticias.blogspot.com>:2012).

LAS REDES SOCIALES MÁS POPULARES A NIVEL MUNDIAL SON:

	<p>Facebook</p> <p>Facebook es una herramienta social que pone en contacto a personas con sus amigos y otras personas que trabajan, estudian y viven cerca de ellos</p>
	<p>Hi5</p> <p>hi5 es una red social basada en un sitio web lanzada en 2003 y fundada por Ramun Yalamanchis, actual director general de la empresa Hi5 Networks.</p>
	<p>MySpace</p> <p>MySpace es un sitio web de interacción social formado por perfiles personales de usuarios que incluye redes de amigos, grupos, blogs, fotos</p>
	<p>LinkedIn</p> <p>LinkedIn es la red virtual para profesionales por excelencia. Como usuario encontrarás una nueva forma de interactuar e intercambiar conocimientos, oportunidades y consejos con otros profesionales.</p>
	<p>Spaniards</p> <p>La Comunidad de Españoles en el Mundo. Descubre miles de españoles viviendo en el extranjero.</p>
	<p>Orkut</p> <p>Orkut es una red social (comunidad virtual) promovida por Google desde enero del 2004. La red está diseñada para permitir a sus integrantes mantener sus relaciones existentes y hacer nuevos amigos, contactos comerciales o relaciones más íntimas.</p>
	<p>Linkara</p> <p>Linkara.com es un proyecto que nace con el objetivo de crear una red de contactos personales y de intereses comunes que ayude a sus miembros a conocer personas a través de sus amigos, y los amigos de sus amigos.</p>
	<p>Festuc</p> <p>Festuc te conecta con tus amigos, con gente próxima a ti y con tus sitios favoritos. Ahora saldrás con ventaja.</p>
	<p>XING</p> <p>XING (ex Open BC) es una plataforma de networking en Internet, donde se pueden gestionar y establecer contactos profesionales. Este sistema pertenece a lo que se denomina Software social.</p>
	<p>Sonico</p> <p>Sonico - Connected friends Propone un espacio donde compartir fotos, recibir noticias, jugar y conectarse amigos.</p>
	<p>Psicofxp</p> <p>psicofxp.com es la mayor red social de contenidos donde puedes expresar tus opiniones, compartir fotos, videos, encontrar amigos y mucho más!</p>
	<p>Tuenti</p> <p>Tus amigos, tu entidad. En Tuenti encontrarás a todos tus amigos. ¿Todavía no estás dentro?</p>
	<p>Wamba</p> <p>Wamba es una red de entretenimiento social que proporciona al usuario servicios para compartir todo tipo de información y multimedia, y</p>

	comunicarse con amigos o gente afín.
	Fotolog Fotolog.com es un sitio web que presta el servicio de blog centrado en fotos digitales. Fotolog posee más de 5 millones de usuarios, y es el más antiguo y popular sistema de blog de fotos.
	Friendster Friendster es un servicio de vinculación de personas que ingeniosamente crea grupos sociales similares a los de la vida real en una gran red virtual
	Redpizarra Pizarra es un espacio digital dirigido a docentes latinoamericanos para crear, gestionar y publicar información. Es una red social de educación creada bajo la ideología del aprendizaje colaborativo y participativo.
	Classroom 2.0 Red social enfocada a la Web 2.0 y las tecnologías colaborativas para la educación. Este sitio invita a aquellos profesionales de la educación interesados en las nuevas tecnologías a ser parte de esa comunidad virtual y participar de un diálogo digital entre pares.
	Bebo Recibe recomendaciones sobre música, vídeos, artículos y juegos. Conoce a otros usuarios con gustos similares.
	Netlog Netlog es una plataforma en Internet con la que los usuarios pueden mantenerse el contacto y ampliar su red social. Es un portal social en línea, cuyo objetivo principal es la juventud europea. Lo ha desarrollado Netlog NV, con su base en Gante, Bélgica.
	iPoki Ipoki te permite localizar a tus amigos y compartir tu posición en tiempo real utilizando tu móvil con GPS.
	Metaki METAKI.COM - ¿qué, cuándo, dónde y con quién? geolocaliza amigos, familiares, compañeros de trabajo...geocomparte tu ubicación, comentarios, fotos, eventos....descubre lugares, necesidades, oportunidades..
	BeautifulPeople Las apariencias son importantes para usted cuando tienes que elegir a una pareja? Quisieras que te garantizaran que tu cita siempre sea Guapo/Guapa?
	Twitter Comparte y descubre qué está pasando ahora mismo en cualquier lugar del mundo.
	Viadeo Su red es más poderosa de lo que cree. Encuentre a sus antiguos compañeros de clase o de trabajo. Incremente su libreta de direcciones. Cambie, Anuncie, Comunique.

Elaborado por: Organización Editum- Fuente: (Disponible en digital www.tusbuscadores.com, www.editum.org)

Las redes sociales en internet continúan avanzando a pasos de gigante, especialmente con los distintos fenómenos de interacción que sostienen al usuario en ayudar hacer sus

compras en línea, negocios de banca; periodismo vivencial a través de las redes, opinión pública, como el caso de Diario El Universo en Youtube, por lo que se crea una ciberciudad.

2.3 Teoría del actor red

El enfoque sociológico en la red que presenta la Teoría del Actor Red hace que se entienda a la comunicación digital, a internet y las redes sociales, como fenómenos o mutaciones que viven en el ecosistema de medios aportando a la *Investigación del canal de diario El universo en Youtube*, que la comunicación va más allá de una simple transmisión de mensajes sino que se trata de una comunicación que ha evolucionado y que engloba todo un entorno en donde se puede estudiar y observar el comportamiento humano, corroborando de este modo, que portales como Youtube, son los nuevos medios del futuro que definen procesos comunicativos de interconectividad.

Los autores, Javier Echeverría y Marta González, en su análisis en línea llamado *Teoría del actor red y la tesis de la tecnociencia*, explican que “La teoría del actor red es una familia diversa de herramientas semiota-materiales, sensibilidades y métodos de análisis que tratan todos los elementos de los mundos naturales y sociales como un efecto generado permanentemente de las redes de las relaciones dentro de los que están ubicados”(<http://arbor.revistas.csic.es/index.php/arbor/article/view/325/326>, 2009:707). Esto quiere decir que la teoría del actor red constituye el análisis de la ciencia en su contexto social que abarca a los “humanos” y “no- humanos”.

Comunicación digital, sinónimo de interconectividad, comunidades virtuales e inteligencia colectiva⁸, y redes sociales, equivalente de interacción, aportan a la teoría del actor red con la producción de conocimiento, para estudiar y observar el comportamiento entre todas las personas o usuarios a nivel mundial que hacen uso de sus opiniones, y sentimientos en un entorno virtual al encontrarse interconectados gracias al conjunto descentralizado de redes, llamado internet. La igualdad que detalles en su forma, significado y atributos son construcciones de varias redes sólidas compuestas por entablados de materiales diversos como pensamientos, signos, palabras, etc.

Por otro lado, Francisco Tirado Serrano y Miquel Domènech Argem, en su análisis Asociaciones heterogéneas y actantes: el giro post-social de la teoría del actor-red argumentan que

La interconectividad que presenta las redes sociales, la creatividad que brinda la comunicación digital junto con internet hacen que ver a la teoría del actor red como una “sociedad igual a la naturaleza, antes que causas, son consecuencias, el efecto de complejas, alianzas y contra alianzas (beneficios que trae el internet) forman parte de la actividad de los científicos. Estos dicen que nada es autoevidente o ajeno a la necesidad de ser explicado, ni siquiera distinciones tan aparentemente fundamentales como la distinción entre seres humanos y no humanos. (Disponible en línea, pdf: AIBR. Revista de Antropología Iberoamericana / www.aibr.org: 2005)

La creatividad, la interconexión y el avance conformador de la vida en la red, crean una revolución de estudios que favorecen a la búsqueda de contenido de la ciencia en su “contexto social” tecnológico.

"La tecnología es la sociedad hecha para que dure" (Disponible en línea, pdf: AIBR. Revista de Antropología Iberoamericana / www.aibr.org: 2005). Se entiende que la comunicación digital, junto con internet y sus múltiples gratificaciones y las redes sociales han hecho que el estudio que mantiene unidos a la interacción de usuarios,

⁸Pierre Lévy autor de La cibercultura y el segundo diluvio plantea tres premisas básicas para entender la comunicación digital.

sostenga , lo que hay que mantener como Teoría del actor red que genera opinión en la sociedad.

En ello, el blog de sociedad de la información en su artículo Teoría del Actor-Red señala que

La teoría del Actor-Red es una manera completamente distinta de ver el mundo, que en muchos sentidos pone en evidencia los sentidos comunes y las creencias más arraigadas y básicas, pero también es verdad que actualmente se pueda observar al alrededor cómo las nuevas formas sociales virtuales que emergen en la sociedad red pueden generar otras maneras de concebir o interpretar fenómenos como identidad, comunidad, relaciones, interacción, tiempo, espacio, realidad, etc. (disponible en digital: dezbar: <http://ictconsequences.net/uoc/sociedadinformacion/2009/11/27/teoria-del-actor-red/> : 2009).

Por entendido, los autores mencionados concuerdan en decir que el material de redes se une para actuar como un todo e influir en una correcta comunicación digital en la humanidad. Esto significa que las relaciones deben de tener fugacidad para que la red no se extinga.

Las relaciones sociales que surgen de la interacción en internet, siempre están en proceso de crecimiento y transitoriedad, permitiendo que los entornos de red o internet no sólo se compongan de personas, sino que sea una mezcla de instrumentos culturales y objetos mediadores que emergen del fundamento teórico de la teoría red para ser estudiados dentro de su interacción y la opinión pública que generan, como es el caso de esta investigación.

2.4 Opinión pública

La importancia de la opinión pública vincula la dinámica del mundo con la interacción, es decir, este fenómeno se centra en las opiniones de la sociedad segmentada por edad, raza, religión, estado civil y demás; aportando en el estudio de los procesos

comunicacionales e construcciones sociales que genera el caso del asilo político concedido por el gobierno en Ecuador a Julian Assange en el portal de diario El Universo.

Margarita Boladeras Cucurella, autora de *La opinión pública en Habermas*, indica que,

El término «opinión pública» tiene sentidos e implicaciones que suelen escapar a las consideraciones poco reflexivas; los análisis llevados a cabo por autores como Habermas muestran la diversidad de fenómenos aludidos por dicha expresión, así como su estrecha relación con la dinámica del poder y de los procesos políticos, de una manera mucho menos obvia y más compleja de lo que suele pensarse. (Boladeras, 2001:52).

Boladeras reflexiona que el término de opinión pública posee una relación compleja con el poder y la política, y se deja llevar por la capacidad de expresión del ser humano en el aporte de ideas o conceptos sobre diversos temas.

Antoni Doménech, autor del libro *Historia y crítica de la opinión pública. La transformación estructural de la vida pública* explica que la compensación del poder y la política en el proceso de opinión tiene que ver con un consenso y un conflicto, es decir, un método de controversia pública que trabaja bajo presión ofreciendo posturas analíticas. (Doménech, 2002:25). La relación con el poder y la política que mantiene la opinión pública otorga una visión crítica al fundamentarse en democracia e independencia del ser humano.

Los autores identifican que lo dicho por Habermas, sobre su relación histórica con el poder y la política juegan un papel persuasivo condicionando los factores sociales, culturales o psicológicos en los ciudadanos de la cultura; además que “ suponen una adecuación de los medios a los fines; la de la manipulación comunicacional; otras basadas en la cultura del imperialismo o en la cultura popular; las que pretenden

explicar cómo el individuo procesa los mensajes masivos, etcétera. (Disponible en línea: <http://mexicanadecomunicacion.com.mx/rmc/2012/09/14/los-medios-y-la-opinion-publica/Sanchez>, 2012). En su defecto, la opinión pública conlleva todas estas dinámicas que entienden y argumentan que todo lo que se dice en la sociedad, ya sea a través de plataformas digitales o de una comunicación tradicional, son temas de interés que otorgan autoridad para persuadir a un grupo colectivo que toma una postura siempre a lo comunicado o dicho.

De igual manera, la autora también menciona que la comunicación de Habermas surge después de tres conceptos característicos para medir el concepto de privacidad, sino también de la esfera social.

1) La época moderna lleva acabo la extinción de las esferas pública y privada, en sus delimitaciones tradicionales, y las subsume en la esfera de lo social.

2) Esta esfera social surge de un doble movimiento: «la transformación del interés privado por la propiedad privada en un interés público» y la conversión de lo público en una función de los procesos de creación de riqueza, siendo ésta «el único interés común que queda».

3) Sin embargo, este interés común no crea espacios de significación vital

Compartida, sino que sirve al mero incremento de la acumulación de capi- tales. «Lo que hace tan difícil de soportar a la sociedad de masas no es el número de personas, o al menos no de manera fundamental, sino el hecho de que entre ellas el mundo ha perdido su poder para agruparlas, relación y separarlas.»¹⁴

13. *Íbid.*, p. 61-62. 14. Hannah ARENDT, *La condición humana*, op. cit., p. 62. *La opinión pública en Habermas* Análisis 26, 2001 55

4) «El descubrimiento moderno de la intimidad parece un vuelo desde el mundo exterior a la interna subjetividad del individuo, que anteriormente estaba protegida por la esfera privada.»¹⁵ La disolución de lo privado en lo social:

[...] puede observarse perfectamente en la progresiva transformación de la propiedad inmóvil hasta que finalmente la distinción entre propiedad y rique- za, entre los fungibles y los consumptibles de la ley romana, pierde todo signi- ficado, ya que la cosa tangible, «fungible», se ha convertido en un objeto de «consumo»; perdió su privado valor, de uso, que estaba determinado por su posición, y adquirió un valor exclusivamente social, determinado mediante su siempre cambiante intercambiabilidad, cuya fluctuación sólo podía fijarse temporalmente relacionándola con el común denominador del dinero.

(Disponible en digital: <http://www.bioeticanet.info/boladeras/oppubHab.pdf>)

Estos postulados entienden a la opinión pública como la representación de imaginarios

y la toma de discursos que legitiman el proceso de comunicación, es decir de interacción otorgando a sus colectividades nuevas formas de adaptarse, pensar y concienciar sobre la vida social. Enfatizan un cambio radical que supone la modernidad respecto de épocas anteriores, por la manera de concebir lo privado, lo público, lo político y lo social, que por ende, es vital al (cosas, animales y personas) ámbitos de la vida. (...) (Disponible en digital: <http://www.bioeticanet.info/boladeras/oppubHab.pdf>). Por último, la opinión pública radica gracias a las audiencias y la opinión e interacción que se identifique en el sistema, (audiencias - medios) otorgando receptibilidad ante los hechos noticiosos vinculando en este proceso a los valores, creencias, costumbres.

2.5 La esfera pública

Gil Martín y Francisco Javier autores de "*Tecnología y esfera pública en Jürgen Habermas*", citan las tres leyes del estado de Habermas para entender a la esfera pública:

- 1) Acción comunicativa
- 2) Sistema, lebenswelt
- 3) La diferencia entre entendimiento y acuerdo.
(Disponible en línea: <http://www.scielo.org.ar/pdf/cts/v2n5/v2n5a09.pdf>: 2005)

Estas leyes significan que dentro de la esfera pública de internet se produce un contexto crítico social que subyace al entendimiento de los procesos del discurso que proveen de libertad y la democracia como ejes direccionales que ejercen dirección en la toma de pensamiento humano al momento de valorar un tema y también las dinámicas que sostiene la esfera pública en cuanto a las representaciones sociales, en donde los actores sociales, políticos y culturales son parte de la nueva adaptación de los medios de comunicación a las plataformas digitales.

El estudio de los medios de comunicación como generadores de representaciones sociales y remodeladores de identidades en la esfera pública logra comprender la cotidianidad del proceso de adaptación de opinar libremente, sin ataduras, sobre diversos temas sin formar parte de la política, solo bastando en la libertad, tal es el caso de los internautas en el canal de Diario el Universo en Youtube.

Por espacio público entendemos un ámbito de nuestra vida social, en el que se puede construir algo así como opinión pública. La entrada está fundamentalmente abierta a todos los ciudadanos. En cada conversación en la que los individuos privados se reúnen como público se constituye una porción de espacio público.
http://es.wikipedia.org/wiki/Esfera_pública.

Martín y Javier, hablan sobre el comportamiento público, que como se mencionó en el postulado anterior, es libre de presiones garantizando la opinión del ciudadano, cambiando los márgenes de pensamiento sobre el actuar según intereses generales. Aquí se hace hincapié en que todo tipo de pensamiento público genera opinión en torno a cuestiones muy diversas y en diferentes contextos, en medios de difusión, especialmente digitales, como Youtube que posibilita libertad, creatividad, para que sus usuarios pueden plasmar sus opiniones sin preocuparse por regímenes de pensamiento político.

María Mercedes Meneses, autora de *La red es el mensaje. Redes sociales en la esfera pública*, señala que la relación con la democracia en las redes sociales como Twitter, Facebook o plataformas como Youtube ha generado un periodismo y un periodista más responsables en una era donde predomina la abundancia de información y de la verificación de ésta” (Disponible en línea: <http://es.scribd.com/doc/40162025/La-red-es-el-mensaje-Redes-sociales-en-la-esfera-pública>: 2010). La autora aduce que al relacionarse los periodistas con las redes sociales o plataformas digitales crean un periodismo más responsable y dinámico.

De igual manera, al hablar de la relaciones en la red con los ciudadanos, la autora habla de una interacción que compromete a los usuarios “a causas, o al formar identidades falsas en el red, convirtiéndose en jueces del periodismo profesional y de los periodistas, entre otros.” (Disponible en línea: <http://es.scribd.com/doc/40162025/La-red-es-el-mensaje-Redes-sociales-en-la-esfera-pública>: 2010).

La versatilidad de plataformas sociales como Youtube, hacen que los ciudadanos no teman al dirigirse y juzgar los acontecimientos diarios de un país, pues poseen valor al decir su nombre, es decir, no temen el darse a conocer, por lo que se han apropiado de este espacio público que configura un discurso de democracia y verdad, para llenar los vacíos que deja la autoridad de los poderes políticos, sociales, o culturas y a veces, de los medios de comunicación que renuncian con frecuencia a su responsabilidad social. En ello, se pretende demostrar que Diario El Universo como representante de los medios de comunicación y periodismo en Ecuador genera o no responsabilidad social al momento de plasmar sus noticias, sobre el caso de Assange, en su plataforma. Esta se podrá determinar mediante la interacción y la opinión pública que generan los internautas.

CAPÍTULO III

GLOBALIZACIÓN, TICS Y PERIODISMO

La globalización, junto con las Tics, la cultura y el periodismo han facilitado la comunicación y han hecho que cada día sea más rápida y eficaz justificando el acceso a la información, logrando que la sociedad ejerza un papel activo, creando una nueva dimensión para el que hacer del periodismo, y sobre todo, potencializando la incidencia e importancia de los procesos comunicativos de interacción y opinión que generan los ciudadanos en línea.

3.1 Globalización, cultura y sociedad

Naty Marengo, en su ensayo en línea sobre *Mundialización e identidad nacional*, dice que el

El fenómeno de la globalización no es nuevo en la historia del hombre, como antecedente de la expansión de la ideología capitalista tenemos la difusión de la religión católica alrededor del mundo. Lo que lleva a pensar que el hombre ha pretendido difundir su modo de pensar y de vivir a través de toda su historia.
(http://www.javeriana.edu.co/Facultades/C_Sociales/Facultad/sociales_virtual/trabajo05.htm: 2002)

Bajo esta premisa, la globalización ha ido evolucionando mediante los años, hasta convertirse en un proceso sin fronteras que otorga la producción de cambios insospechados en la cultura y la sociedad mundial, es decir, es un fenómeno que junto con las Tics busca premiar de manera homogénea a las sociedades. En ello, los medios de comunicación y periodistas se ven obligados a representar su labor diaria a través de plataformas digitales que demandan nuevos formatos y alcances para así, apuntalar al

proceso de globalizado a través de la imagen multimedia, que sensibiliza a las masas y por ende moldea a las culturas a través de la interacción y la opinión.

Por otro lado, Renato Ortiz, autor de *Otro territorio*, describe a la globalización como “la expansión del capitalismo en los siglos XV-XVIII en el advenimiento de las sociedades industriales, en la modernidad del siglo XIX”. (Ortiz, 1998:xvii). Ortiz, conceptualiza a la globalización bajo los aspectos sociales y económicos del capitalismo, que sostiene a la cultura, tecnología, comunicación, ciencia y política; fenómenos que intervienen en el transcurso del tiempo e influyen directa o indirectamente en las distintas sociedades del mundo. (Ortiz, 1998:77)

Ortiz también señala que en este proceso globalizado

Los países se diferencian bajo las perspectivas, de mejoramiento de servicio público, acceso a medios de comunicación y un creciente desarrollo de la urbe gracias a la expansión del ocio; y por otro lado, la de aumento de inseguridad, desigualdad, y pérdida de espacios tradicionales; estos factores han logrado cambiar las prácticas sociales de las personas desvalorizando su identidad y sumergiéndolas en banalidades materiales que llevan las culturas a un mar de soledad. (Ortiz: 1998, 78).

La globalización ha logrado que el pensamiento social sea consumista, en un escenario construido para el espectáculo, el individualismo y el consumismo, haciendo que lo cultural se convierta en la instancia legitimadora que incluye a unos como individuos y a los otros, como colectividades. Esto se ha dado, gracias a la ayuda de los medios de comunicación y periodistas que influyen a la sociedad mediante la imagen audiovisual ya sea mediante los mass-media o a través de internet.

Pamela Flores y Livingston Crawford, autores del ensayo publicado en la página web de la revista de la Universidad de los Andes *La ciudad en América Latina o la construcción simbólica de una mirada que se nos re-presente* dicen que la

globalización ha creado en la sociedad un pensamiento postmodernista, adecuado para que el individuo narcisista se reconozca culturalmente a través de las marcas que le sugiere el deseo”.(En línea: <http://res.uniandes.edu.co/> revista No10. Oct. 2001). La globalización en la cultura engendra nuevos referentes de identificación, ante lo cual, la transformación da apertura y acceso a otras culturas; pero también “es una amenaza en mecanismos de transculturación,⁹ reapropiación e hibridación ¹⁰que hasta ahora han sido vistos como una visión, que no da frutos todavía”. (En línea: PDF: http://eprints.ucm.es/11353/1/Introducci3n_a_la_Antropolog%C3%ADa_Social_y_Cultural.pdf).

Estos autores, igual que Marengo y Ortiz, concuerdan en que la globalización “es un fenómeno que busca premiar de manera homogénea a las sociedades. Es decir, la globalización está hecha para seducir, moldear, y adaptar a las sociedades y las culturas, incapaces de luchar con sus creencias; transformándolas en sociedades de “Compro, y luego existo” e “imito los patrones, y soy aceptado”. Por concluyente, la globalización, en la cultura y en la sociedad, es un conjunto de factores y actores que viven en constante interacción consumista, bajo la mentalidad de libertad, lo que hace que este proceso sea transformado en un sentimiento de valorización personal en tiempos postmodernos.

En ello, este fenómeno influye en la realización de este proyecto de tesis, aportando con libertad y democracia, es decir, las personas son libres en opinar e interactuar en la esfera pública que brinda este proceso globalizado que va de la mano con las Tics,

⁹ La transculturación es un fenómeno que ocurre cuando un grupo social recibe y adopta las formas culturales que provienen de otro grupo. La comunidad, por lo tanto, termina sustituyendo en mayor o menor medida sus propias prácticas culturales.(En línea:<http://definicion.de/transculturacion/>)

¹⁰Néstor García Canclini, 1939 describe a la hibridación, en el campo social, como un proceso de mestizaje.(En línea:www.globalizacion.org/.../CanceliniHibridacionNoticiasRecientes.htm)

logrando que quede demostrado la importancia de la comunicación en plataformas como Youtube, que son la oportunidad de los medios de acercarse más a la sociedad.

3.2 Tics

Entendiendo a las Tics como herramientas que van de la mano con la globalización apuntalando los cambios en la esfera pública, a través de la interacción y la opinión. La *Organización Internacional del Trabajo* OIT en Ginebra, Suiza, realizó un extenso estudio titulado *Cambios en el mundo del trabajo* que señala que “El proceso de innovación y difusión de las Nuevas Tecnologías de Información y Comunicación tuvieron su auge a finales del año 90, principios del siglo XX, que entrañó una transformación radical en medios de producción, distribución e intercambio (...).” (OIT,7: 2000). Este informe aduce que las Tecnologías de información y comunicación TIC’S o también conocidas como Nuevas Tecnologías de Información y Comunicación NTIC están produciendo cambios insospechados, frente a la producción tecnológica que revolucionó la sociedad de principios de la modernidad “como fueron la imprenta y, posteriormente, la electrónica, que devino telemática o informática, en los diferentes contextos que permitió la revolución industrial”. (Hamelink, 16: 1999).

A ello, Dominique Wolton, en su libro *Las nuevas tecnologías, el individuo y la sociedad en Internet ¿Y después?* Argumenta que “los subsistemas que componen el gran sistema de lo social, específicamente: la cultura y la política, tiene como eje articulador y modelador a la comunicación; esta es la centralidad del mundo contemporáneo.” (Wolton, 123: 2000). En este sentido, la comunicación, en el plano cultural, ha determinado gran parte de las costumbres y ritualizaciones que renuevan

las personas, al igual que en la intervención de valores y en las valoraciones que permanentemente se producen en el mundo.

De igual manera, Wolton señala que las Tics son hacedoras de un nuevo mundo que cambia constantemente, y que representa la herencia del pensamiento moderno occidental; convirtiéndose en las creadoras de utopías del mundo, el sitio perfecto para ser “Dioses” en la red.” (Wolton, 99, 2000). Se entiende que el mundo actual se ha convertido en un donador de invenciones y que; por consiguiente; las Tics suponen el progreso, la organización lógica y racional en la vida social, política y económica, en el sentido que ambas son las grandes dadoras de los deseos, de la realización de los sueños. Por lo que “esta nueva realidad humana puede ser, apocalíptica o integrada, incluso, indecisa, pero no indiferente a los nuevos cambios sociales.” (Wolton: 128-130, 2000). La acción cultural es fundamentalmente una acción territorial que se legitima básicamente por criterios de proximidad entre individuos, todo ello, gracias a los procesos de comunicación que otorgan un configuración en el espacio público, fomentando más a la igualdad a través de la interacción y opinión.

Actualmente, gracias a las Tics se asiste a la llamada era de la información y la comunicación, es decir, la digitalización de la cotidianidad constante, y gracias al avance tecnológico de la comunicación; a las redes de información, y en particular, el internet, que atraviesa por las vidas humanas, a lo que no se puede ser indiferente al cambio que se cada día se convierte en más notorio y mayor.

Finalmente, el estudio anteriormente mencionado de la OIT, *Cambios en el mundo de Trabajo* hace referencia en que las Tics o antiguamente también conocidas como Nuevas Tecnologías de la Información y Comunicación se diferencian no sólo por un juego de palabras; sino que su diferencia radica en la evolución y producción de la economía, cultura, educación, sociedad, política que trae consigo la innovación y la temporalidad que recrea brechas digitales en los ciudadanos del mundo, por lo que se presentan nuevos cambios y nuevos escenarios, nuevos espacios, nuevos retos, y por ende, nuevas competencias. (OIT, 97: 2000). La velocidad de internet y el crecimiento continuo de las Tics convierte a la humanidad en manipuladora, almacenadora, distribuidora de información.

Las Tics, han ido formando distintas construcciones sociales, como el interactuar y opinar en línea, a través de plataformas como Youtube, en la cual priman nuevas competencias, nuevos retos para la humanidad; este hecho, va acompañado del proceso de la globalización, subcapítulo que se argumentará a continuación.

3.2.1 Cómo apuntalan las Tics el proceso de globalización

Las Tics, actualmente consideradas como herramientas cada día más relacionadas con la globalización, han creado un sin número de oportunidades de producción, servicios, comercio que aceleran e intensifican la interactividad económica entre las personas e instituciones en el mundo. En efecto, representan una nueva generación de servicios que conlleva a la utilización de tecnologías en el mercado. La afinidad de sectores y sus tecnologías en un nuevo mercado se ha convertido para el usuario en el acceso a la información de una manera ágil y fácil de utilización de servicios.

Lorenzo Vilches, autor del libro *La Migración Digital*, argumenta que lo audiovisual “es la entrada al mundo de las redes, de la inmediatez, de la realidad y de la nueva cultura de los medios basada en la comercialización y el diálogo humano”. El autor da a entender que las tecnologías de la globalización postindustrial, la digitalización, el desarrollo de la plataforma de usuario y los agentes del sector multimedia han logrado que se forme empresas o alianzas, que ayuden a que el mundo audiovisual se convierta en el difusor de ideas o un comercializador de su capacidad intelectual.

Vilches “reflexiona sobre la nueva raza de ¹¹trashumante comunicativo, dice que la cultura audiovisual hace que el ciudadano entregue su libertad a cambio de integración en las redes ” (Vilches, 2002: 36-37). En ello, lo audiovisual, se encuentra transformando la manera que se produce y recibe, se exhibe y distribuye la imagen visual en la cultura; actualmente convertida en la dictadura de la imagen, que dictamina la globalización. Vilches, adiciona que en el computador o la televisión se ha configurado un nuevo espacio estético nuevo e inédito, haciendo que los sistemas que se mantenían en los primeros lugares de producción en cultura de ocio, como por ejemplo: el cine, se vean amenazados con el videoclip, internet, y demás. (Vilches, 2002: 38).

Por su parte, Darley argumenta que el “uso de las nuevas tecnologías seguirá incrementando la importancia en la cultura audiovisual al suscitar cada vez más el interés del consumidor / usuario”. (Darley, 45: 2002) El espectador o usuario se dejará

¹¹“Trashumante comunicativo se trata de un emigrante de la red, en parte viajero por el ciberespacio y también un nuevo contingente de habitantes de la red. Son personas que se pasan 24 horas delante del ordenador o de la consola de vídeo juego y que se hallan perfectamente preparados para emigrar a las redes de interrelación. Son los dueños de pequeños negocios por la red, trabajadores conectador o usuarios clientes cuya identidad se construye como nodos integrados en una red de sobrevivencia, con frecuencia en una economía sumergida. Son los nuevos emigrantes del espacio que reivindican el derecho a vivir en el territorio de una vieja civilización conectad. “ (Vilches, 2002: 35-36).

llevar por el engaño, al igual que en los espectáculos de magia, o de circo seducidos por la espectacularidad de las imágenes en donde lo que menos importa es el significado.

Lo dicho anteriormente por los autores, entiende que las Tics son el eje principal de vida en este proceso globalizado, es decir, sin Tics, la globalización no apuntalaría como lo ha hecho hasta la actualidad, influyendo en las industrias, el mercado, las culturas y las sociedades, queriendo premiarlas a través de espectáculos, espejismos, necesidades, a través de la imagen que propagan los medios de comunicación a nivel mundial, seducidos ellos también por las gratificaciones de estos fenómenos que se han dado gracias a los procesos de comunicación, es decir, interacción y el discurso de la opinión, reconfigurando la esfera pública.

Patricia Bertolotti, en un compendio reciente del libro *“El lenguaje de los nuevos medios de comunicación: La imagen en la era digital”* del autor Lev Manovich, cita ejemplos de la cultura audiovisual mediante el uso de las tecnologías, en ello la película *Avatar* (2009) dirigida por el Director James Cameron: el personaje principal de la historia Jake Sully, un ex soldado de marina que entra a su avatar mediante el uso de la tecnología, y explora la tierra de los Na'vi. La conexión de los dos mundos y sus personajes interesa dentro de la narratividad, pero a la vez, interesa el uso de sus técnicas digitales. En donde cada vez avanza la tecnología, dejando las pautas de, cuánta tecnología más se podrá utilizar en el espacio que ayuda en los procesos de comunicación. En ello, deja relegada a la narrativa pese a su importancia, ya que no es la única razón por la que se quiera ir a ver la película. De igual manera, sucede con los celulares inteligentes *Iphone*, creados por Mark Papermaster de la casa de Apple, Steve Jobs; se compran sus teléfonos por su tecnología avanzada, su diseño novedoso, sus

múltiples aplicaciones; que dejan de lado a los teléfonos celulares de otras marcas y pierde entonces el valor inicial descriptivo de utilizar un teléfono celular. La Tecnología 4G o 4GS que utiliza el nuevo iPhone trata de proporcionar realismo. (Bertolotti, s/f: 3). En ello, la cultura visual busca una mayor verosimilitud en lo que respecta a la imagen con un mayor grado de realismo. Por otro lado, las técnicas de animación y simulación que proporcionan la cultura audiovisual proporcionan hiperrealismo a las escenas, que ganan relevancia en anuncios publicitarios. En ello, Youtube cumple con las funcionalidades multimedia que brinda la tecnología, logrando que se valore este portal de interacción y opinión, convirtiéndose en una herramienta que influye en la sociedad, es por ello que se visto cada día más que medios de comunicación y periodistas lo utilizan.

David Bolter, en su libro *“El hombre de Turing. La cultura occidental en la era de la informática*, “hace un pequeño recorrido desde los jeroglíficos hasta los computadores

(...)El concepto de comunicación cultural relacionada con los medios audiovisuales, conllevan a la re-evolución de los antiguos medios a los nuevos; su informatización no sólo implica la creación de nuevos medios sino que se extiende a la redefinición de los ya existentes como el cine o la fotografía creando estéticas y nuevas sensaciones(...). (Disponible versión digital: Bolter: 1984, 17)

En efecto, la imagen y el sonido comparten un mismo espacio y tiempo logrando que con la cultura audiovisual que ofrece la globalización, estas se vuelvan más perceptibles ante los nuevos medios que compiten por ocupar su papel estelar con el uso de la tecnología también conocida como hardware o soportes físicos dentro del mundo globalizado. Esta cultura audiovisual que se encuentra dentro del proceso globalizado se da gracias a la función de las Tics y los medios que seducen a las personas a través de la imagen.

El periodista del diario Neoyorquino New York Times, Graham Bowley, en su artículo “*the Last technologies*” publicado en julio 2011 habla sobre la industria hardware y sus cambios constantes, en los últimos años y el incremento anual de la compra de equipos hardware en las empresas; en este sentido, Bowley argumenta que hoy en día se trabaja con PC o portátiles de bajo coste, pese a tener gran demanda de marcas como Apple que tiende a distinguirse en el trabajo periodístico, publicitario, entre otros, por los beneficios que brinda. Sin embargo, los periodistas u otros profesionales no cambian constantemente sus equipos a no ser que se vean necesitados por las circunstancias. (Periódico: New York Times: Julio 2011: New York)

En el mundo de la telefonía móvil y los pocket PC’s aún quedan algunos avances por desarrollar hacia la integración total en un único dispositivo multifunción perfecto (-teléfono, agenda, internet, mensajería, PC, juegos, MP3, GPS, cámara, USB, bluetooth, TV, infrarrojo, entre otras). Los aparatos hardware que existen en el mercado con estas funciones todavía les queda pulir su funcionamiento un poco más, pero no es motivo para que muchos profesionales los dejen de cargar por su eficiencia, ahorro en tiempo y espacio. (Periódico: New York Times: Julio 2011: New York)

En cuanto a maquinarias de gran soporte de comunicación para prensa, radio y televisión en el mercado, Vilches, hace referencia de que se

Está analizando extremadamente los cambios con nuevas utilidades en sus equipos para que en algún momento se pueda igualar costos con otros equipos portátiles o de tecnología digital demandante como cámaras de video y cámaras de fotos profesionales, tecnología 3d, consolas de sonido, entre otras, pese que hoy en día el mundo de la comunicación se ha visto obligado a la adquisición de nuevas tecnologías. (Vilches, 2002: 57).

Es decir, la sociedad globalizada, el sector de la empresa, entre ellos, la comunicación social, se están fortificando en el mundo de la tecnocultura contemporánea con la adquisición de numerosos equipos hardware. Por tanto, los medios de comunicación se encuentran brindando prioridad a la compra de las nuevas tecnologías y la inserción de los periodistas en ellas debido a los beneficios culturales que conllevan hoy en día.

El uso de las Tics, en el proceso de globalización, hace que los medios de comunicación utilicen “técnicas de comunicación rompen con las nociones de espacio y tiempo, la distancia ya no se puede seguir midiendo en unidades de longitud, con las telecomunicaciones el acceso es inmediato, el espacio se debilita y se abren nuevas perspectivas espacio- temporales.” (Ricarte, 1999: 180). En efecto, los medios de comunicación, como Diario el Universo, en Youtube, aportan con información de toda variedad, inclusive científica, religiosa, privada o pública, en definitiva noticiosa, a la que muchas veces no se puede llegar inmediatamente por cuestiones de espacio; logrando que se fortalezca la educación a distancia, la aculturización, entre otros, a nivel mundial, fomentando la interacción y la opinión. Las diversas utilidades que brindan las Tics dentro de la economía globalizada ha hecho que la humanidad se vea fascinados y agradecida porque sus metas, sueños u aspiraciones se han hecho realidad y sigan incrementando más y más.

3.3 Periodismo en la era digital

Hoy en día con la tecnología en constante auge, el perfil de los profesionales de la comunicación e información se encuentra en constante transición. En la entrada del siglo XXI, la rutina del periodista se incrementó cada día más, obligándolo a estar más

comprometido con la Web y los nuevos soportes hardware en el mercado . La imagen periodística debe ponerse como eje de importancia, el estar en vanguardia y aceptar los cambios que los mantendrán en relevancia de generación en generación teniendo en cuenta que el mundo de la imagen ahora prima en la sociedad que busca una reacomodación de tiempo, espacio y valores.

La relación entre el profesional de la información con el uso de las tecnología incorpora y encierra un ámbito productivo también marcado por cambios de redefiniciones de especialidades y subprofesiones. Manuel Castells, autor del libro "*Internet y la sociedad en red*", afirma que "la imagen periodística debe ser inmediata, simultánea y asincrónica, para la difusión de información y el contacto con todas las personas de la red mundial" (Castells, 2001: 88). Es decir, los periodistas deben acoplarse a un mundo cibernético donde el espacio es el encargado de demandar procesos que a veces no poseen un intervalo de tiempo suficiente para ser transmitidos. (Castells, 2001: 88).

A su vez, el doctor en comunicación, José Alberto García Avilés, , en un reportaje publicado en la revista latinoamericana de comunicación *Chasqui*, en el 2002, se refiere a que la imagen del profesional en comunicación debe poseer características de polivalencia o multitarea y convergencia. El periodista señala que "la convergencia hace que los medios en prensa, televisión e internet trabajen conjuntamente en las coberturas y las producciones de noticias para diversos soportes. Esto es lo que se conoce como la "convergencia de redacciones", que constituye un nuevo paso en la carrera de la comunicación, impulsada por la digitalización en los modos de procesar información". (Disponible en línea: septiembre 2002: Chasqui edición 79).

Avilés, clasifica tres tipos de convergencias en redacciones.

1. Tecnológica: las innovaciones tecnológicas favorecen la compatibilidad entre diferentes sistemas y aplicaciones. Permite centralizar, automatizar y diversificar la producción y edición de contenidos, al tiempo que aumenta la inter-operatividad de los sistemas digitales.
2. Empresarial: aumenta la cooperación entre empresas de sectores distintos, la diversificación de canales de distribución y las sinergias entre medios que integran los grupos de comunicación.
3. Hábitos de consumo: los usuarios exigen información sobre los temas que les interesan, dónde y cuándo quieren, y no sólo en papel, sino también en Internet, en su móvil, en televisión y radio digital. Las redacciones digitales permiten elaborar información a la medida de una pluralidad de audiencias, de anunciantes y de medios, con la reingeniería de los sistemas reaccionales convertidos en plataformas multimedia, capaces de integrar imágenes, texto y sonido. (Disponible en línea: septiembre 2002: Chasqui edición 79).

Es decir, los efectos de la convergencia mejora el nivel de rendimiento en el sistema de trabajo, siendo así el director de informativos de WFLA, Forrest Carr, en Estados Unidos señala que:

- Comparten fuentes, temas e ideas para posibles informaciones.
- En las coberturas de acontecimientos imprevistos aprovechan mejor los recursos.
- Imágenes: la mayoría de los operadores de cámara de la emisora llevan cámaras fotográficas digitales y los fotógrafos usan videocámaras digitales. Parte de este material se emite en los tres soportes.
- Elaboración de temas: periodistas de las tres redacciones en ocasiones trabajan en equipo para elaborar piezas conjuntas.
- Contribuciones: Varios reporteros aparecen regularmente en televisión y algunos corresponsales podrían escribir crónicas semanales en el diario.
- Cobertura de grandes eventos: En acontecimientos como elecciones, Olimpiadas o la Super Bowl, el trabajo entre los periodistas y productores de las tres plataformas genera una cobertura más completa y profunda.
- Servicio público: Potencian la reacción de espectadores y lectores, y crece la participación ciudadana en los asuntos que más les afectan. (Disponible en línea: septiembre 2002: chasqui edición 79).

Por otro lado, en cuanto a polivalencia o periodista multitarea, Avilés aporta que “actualmente, el periodismo polivalente se vende como una estrategia para aprovechar el material informativo, de forma que aparezca en distintos medios: telefonía móvil, agendas electrónicas y otras plataformas”. (Disponible en línea: septiembre 2002:

Chasqui edición 79). Al periodista polivalente se lo ha conocido como un profesional que es capacitado para hacer varias tareas de edición, redacción, transmisión a la vez. Esta tarea una realidad que se ha convertido en una estrategia periodística que ha ido incrementando con los años.

Siendo así, la imagen visual periodística se ha tenido que convertir y se está convirtiendo, en cierta exageración, en un dominio de los trabajadores en el periodismo pese a que la polivalencia y la convergencia todavía se encuentran en proceso de consolidación. Lo que da a entender es que el periodista actual está llamado a reinventar la reproducción y gestión de la información ante la competencia que ofrece el internet y las tecnologías.

Carlos Alberto Scolari, Josep Lluís Micó, Héctor Navarro y Hugo Pardola autores del texto *“El periodista polivalente. Transformaciones en el perfil del periodista a partir de la digitalización de los medios audiovisuales catalanes”* analizan que “la extinción de varias figuras públicas tradicionales se está empezando a visualizar y desde la perspectiva de la historia social de las tecnologías, se trata de un proceso casi natural, ya que cada innovación reconfigura el sistema mediático y decreta la desaparición de algunos de sus agentes, en cambio a otros la digitalización les ayuda enormemente”. (Disponible en línea: <http://www.ehu.es/zer/hemeroteca/pdfs/zer25-02-scolari.pdf>: 2008). Se entiende que con la entrada de la nueva imagen del periodista polivalente tecnologizado, otros profesionales de periodismo tradicional tengan que extinguirse, además que con la digitalización, otras figuras periodísticas tradicionales se amplían como por ejemplo un presentador, camarógrafo y reportero, entre otros. Los periodistas viven la polivalencia o el periodismo multitarea de diferentes modos. Algunos nuevos

profesionales siempre han sido polivalentes en su desempeño. Siendo así que los autores argumentan que “el periodista de un periódico en línea asume las tareas con más naturalidad que un presentador tradicional de televisión que siempre ha pasado sólo leyendo en el plompter. (Disponible en línea: <http://www.ehu.es/zer/hemeroteca/pdfs/zer25-02-scolari.pdf>: 2008). El periodista digital domina la tecnología, se adapta fácilmente al nuevo entorno y sabe cómo producir para diferentes formatos y lenguajes. En cambio, el migrante digital es un profesional obligado a reciclarse, a aprender cómo funcionan los nuevos instrumentos y a asimilar otras lógicas productivas.

La imagen periodística cada vez más se presenta con nuevos rostros y se enfrenta a una gran competencia en la red, a comparación de tan solo diez años atrás que con un perfil periodístico tradicional se podía tener garantizado la rutina de trabajo. Efectivamente los tiempos han cambiado y nuevos retos se han tenido que asumir a los periodistas de este siglo; siendo así, en el siguiente cuadro se detalla los cambios que ha tenido que hacer el periodista tradicional frente a la convergencia que ofrece el periodismo multitarea.

MIGRACIÓN DEL PERIODISMO TRADICIONAL AL PERIODISMO

MULTIMEDIA Y POR INTERNET

ANTES

El corazón de un medio era la sala de noticias

La publicidad era instrumento para silenciar las críticas, permitiendo audiencias cautivas.

AHORA

El corazón de un medio es su comunidad (reporteros, editores, audiencia)

No hay modo de silenciar las críticas. Si un medio no cuenta una historia, otro lo hará y ganará audiencia.

La publicidad era la principal fuente de ingresos de los medios	Comienzan a surgir nuevas formas de financiamiento relacionadas con servicios, donaciones, reportajes o investigaciones por pedido.
El modelo de negocios era estático	El modelo de negocios es dinámico; no hay recetas.
La audiencia casi no interaccionaba con los periodistas.	Los periodistas dialogan con su audiencia a través de las redes sociales
La marca era el medio	Cada periodista puede constituir una marca
Mucha gente en la redacción	Poca gente en la redacción
El trabajo se hacía en la sala de redacción	El reportero puede escribir en cualquier lado: un bar, el Congreso de la Nación, un aeropuerto o su casa.
Hora de cierre determinada	El cierre es constante
El trabajo del reportero era solitario	Los reporteros trabajan colaborativamente.
Rutina de trabajo predeterminada	Sin rutina preestablecida
Las Fuentes orales dominaban las crónicas	La gente ha dejado de creer en las fuentes orales; ahora se le da más crédito a las pruebas: documentos, fotos, videos.
Los periodistas cubrían fuentes estáticas: edificios, salas, palacios municipales, congresos	Los periodistas cubren fuentes digitales muy dinámicas.
Los cables eran importantes fuentes de noticias	Los correos electrónicos son importantes fuentes de noticias
El teléfono fijo era de uso constante	El celular domina las comunicaciones telefónicas
Los reporteros debían cubrir distancias para cubrir noticias	Las distancias no existen.
Identidades Reales	Identidades Reales y Virtuales, con nombres de fantasía, para casos específicos.
El periodista era comisionado para hacer publinotas	La publinota no existe. No tiene valor porque no cumple el propósito que cumplía antes
La principal vía de ingreso de noticias era el parte de prensa, la llamada telefónica y la carta postal	La información llega por medio de mails, celulares, satélites, canales RSS y redes sociales.

Fuente: (En línea: Libro PDF: “Nuevas herramientas Digitales para periodistas” Nuevos Medios, pp. 175, Cap. 9)

El periodismo por internet ofrece una capacidad interactiva, bidireccional, multimedia, y actualizable a sus usuarios periodistas; es decir, brinda ventajas en cuanto a múltiples formatos digitales de cómo y qué hacer para plasmar un mensaje de una manera clara y efectiva. David Caldevilla Domínguez y Cristina González Oñate autores de la investigación en línea *La nueva narrativa en el periodismo binario*, aducen que “el periodismo en la red demanda habilidades específicas narrativas que infravaloran las potencialidades del medio digital” (En línea: [/www.observatoriofucatel.cl](http://www.observatoriofucatel.cl)) Es decir, las nuevas narrativas en periodismo digital buscan incrementar la atención del usuario con alternativas sencillas pero dinámicas en la web.

Por otro lado, Caldevilla y González, señalan que los elementos narrativos básicos del nuevo periodismo hipertextual son “la memoria ¹², la interactividad ¹³, la personalización ¹⁴, la Multimedialidad ¹⁵ y la hipertextualidad ¹⁶” (En línea: [/www.observatoriofucatel.cl](http://www.observatoriofucatel.cl)). Estos elementos brindan facilidad al periodista para

¹² (..)La posibilidad de almacenamiento de noticias para la figura del periodista favorece la labor investigativa y hace tremendamente fácil la recuperación de la información. "La memoria -y ahí se encuentra el punto más destacado por los especialistas-, es la posibilidad de ofrecer al lector de a pie lo que antes podría ser considerado un privilegio del profesional de la comunicación"⁹(..) (En línea: [/www.observatoriofucatel.cl](http://www.observatoriofucatel.cl))

¹³ (..)La posibilidad real de ampliar la dimensión de la noticia a través de los enlaces más diversos, junto a la capacidad de intervenir en la producción de contenidos a tiempo real(..).(En línea: [/www.observatoriofucatel.cl](http://www.observatoriofucatel.cl))

¹⁴ (..)Al igual que en los medios sobre papel, en las publicaciones digitales el usuario siempre recorre un camino propio dentro de la noticia. Lo que aquí es llamado personalización permite al usuario tener-construir un producto realmente propio. (..).(En línea: [/www.observatoriofucatel.cl](http://www.observatoriofucatel.cl))

¹⁵(..)La utilización, en el mismo medio, de sonido, texto e imagen es una de las características más innovadoras del periodismo en la red. (..).(En línea: [/www.observatoriofucatel.cl](http://www.observatoriofucatel.cl))

¹⁶ (..)Da posibilidad real de ampliar la dimensión de la noticia a través de los enlaces más diversos, junto a la capacidad de intervenir en la producción de contenidos a tiempo real. (..).(En línea: [/www.observatoriofucatel.cl](http://www.observatoriofucatel.cl))

contar, decir y denunciar múltiples hechos y para afrontar nuevos desafíos que se presentan con nuevas narrativas como “el Gatekeeping mixto o selección mixta, multiedición, doble retroalimentación, las redes sociales 2.0, Youtube y Twitter: las bitácoras y las nuevas armas de la narrativa periodística en línea.” (En línea: /www.observatoriofucatel.cl). Los autores han descrito a estos elementos como:

Gatekeeping mixto (Selección mixta)

Hoy en día, los medios de comunicación digitales intentan ganarse la confianza de sus lectores/consumidores/clientes ofreciendo servicios individualizados, como la opción de personalizar la pantalla del diario o de recibir sólo las noticias que interesan al receptor, es el llamado "periodismo a la carta", mencionado anteriormente mediante la suscripción a las RSS. Este tipo de información se basa en el denominado gatekeeping mixto (selección mixta), donde el receptor elige aquellos contenidos de la actualidad diaria que le resultan interesantes, pero sin olvidarnos de que debe seguir siendo el periodista quien elabore la información: la redacción del cuerpo noticiario, la inclusión de imágenes o infografías, e incluso de cortes de voz de los protagonistas o pequeñas piezas videográficas.

Multiedición

El periodista debe tener la pericia de actualizar constantemente y en tiempo real la información. Al ser un medio totalmente virtual no hay nada físico que impida una modificación instantánea de la noticia con nuevos datos o informaciones, creando así para el lector varias ediciones diarias de un mismo número.

Doble retroalimentación

Merced a los diarios en línea, podemos referirnos a una doble retroalimentación en la información. Por un lado se crea una atmósfera de lecto autor donde el periodista es a la vez emisor y receptor de la información disponible en la Red. Está en el centro de dos esferas de la clásica teoría de la comunicación de Jakobson diferenciadas, e incluso enfrentadas, de manera que recibe y emite la información, actuando primero como receptor y luego como emisor, con la peculiaridad que los dos procesos comunicativos son casi simultáneos y tienen lugar a través del mismo canal que es la Red. (En línea: /www.observatoriofucatel.cl).

En cuanto a los otros componentes restantes, los autores argumentan que “las redes sociales 2.0 son el contacto directo con el lector y la inteligencia colectiva de internet” (En línea: /www.observatoriofucatel.cl). En ello, “ Youtube y Twitter junto con las bitácoras y las nuevas armas de la narrativa periodística crean una organización de “producción social” facilitada por las Tics que motivan el intercambio de sapiencias, la toma de decisiones y la elaboración de noticias” (En línea: /www.observatoriofucatel.cl), que logra que el mundo de la imagen desempeñe el rol de mayor importancia en el mercado digital periodístico o comunicativo. A su vez,

Caldevilla y González fusionan las narrativas en periodismo con nuevas dinámicas como “la infografía, los videos, los audios , las imágenes fijas y modelos 3D” que ofrecen una fácil y “novedosa” aproximación en cuanto a formatos. (En línea: [/www.observatoriofucatel.cl](http://www.observatoriofucatel.cl)). En el caso de la infografía, Javier Zarracina, autor del artículo *Los infografistas tienen el perfil que necesita hoy el periodismo* publicado en el blog 233grado, argumenta que “la infografía es una de las nuevas narrativas en texto con más demanda en el mercado comunicacional, no solamente por ser un ejemplo de formación técnica, versátil e innovadora, sino por su integración y creatividad, que precisamente se amolda al tipo de perfil que necesita el periodismo multimedia.(..)”.(En línea:<http://233grados.lainformacion.com/blog/2011/02>). Por esta razón, se observa una integración vertical y horizontal que transforma las vías de comunicación en el perfil periodístico.

Al respecto, Zarracina, Caldevilla y González dan por entendido que las nuevas narrativas de internet en periodismo se analizan desde los medios tradicionales en comunicación, que ante la competencia se ven obligados a desarrollar nuevas técnicas. Por lo cual, la variedad de formatos se hacen presentes como: “The Ebb and Flow of Movies” *Mejor premio gráfico 2011 de los Premios Malofiej*; por otro lado, se encuentran los reportajes vídeo infográficos “*Dominates hitters*”. (Disponible en línea: Chiqui E: 2011, S/N). En este contexto, cabe recalcar, que los nuevos formatos en periodismo se asocian con la infografía, y su mutabilidad en comunicar, informar y satisfacer a la esfera virtual que cada vez excede en demanda a la multimedia como mecanismo de interacción, aprendizaje y competencia en múltiples áreas profesionales, y en este caso, en el periodismo.

Ahora bien, para José Luis Albertos autor de *El mensaje periodístico en la prensa digital*, las nuevas narrativas en periodismo constituyen

Un “periodismo digital” que atribuye convergencia de la escritura con los medios digitales da lugar a un nuevo modo de estructurar y acceder a la información denominado hipertexto, así como a nuevas modalidades narrativas, como la información y la ficción interactiva. En buena medida hay que aprender de nuevo a leer y escribir, a recoger y difundir información. Hoy la información tiende a construirse como espacios navegables, como redes en las que los diversos formatos (texto, audio, vídeo, gráficos-fotos, animaciones) están interconectados, abiertos a las decisiones del usuario y en muchas ocasiones a sus propios aportes. El conocimiento en la sociedad de la información aparece fragmentado, disperso, hiperespecializado, desjerarquizado. No es precisamente la biblioteca la mejor metáfora de la red; no es casual que hayan cobrado tanta importancia los portales y los buscadores, pues precisamente ellos aportan algo de coherencia, selección y filtro. (Albertos, 2000: S/N)

El autor se refiere a que las nuevas narrativas en periodismo digital son los principales conectores con la “realidad” del momento, aportando credibilidad a través de la información que se construye por medio de redes y espacios navegables.

En definitiva, para los autores mencionados, las nuevas narrativas en periodismo digital o por internet harán que los ciberperiodistas puedan garantizar información de una manera simultánea amoldándose a la red mundial de comunicación que ofrecen las Tics; y es que como lo menciona “albagarcía” en su bitácora de wordpress titulado *Industria informativa multimedia: cambios en el periodismo*, “el mundo del papel está cayendo, también lo están haciendo sus ingresos. Si mantienen este ritmo, durante este año la publicidad, y otras narrativas en Internet superarán los 10 millones al resto de publicidad.” (En línea: <http://albagarcia.wordpress.com/2011/04/11/4y5mayo/>). Por lo que acoplarse a esta evolución es y será una obligación y una urgencia en un entorno en el que contrastar, interpretar, reelaborar, es decir, interactuar y opinar, se convierte en una estrategia de análisis de la realidad humana ante la demanda del quehacer

periodístico al adaptarse a la nueva comunicación, en plataformas como Youtube, subcapítulo que se describirá a continuación.

3.3.1 Periodismo en Youtube

Para los periodistas digitales, ya sean profesionales o ciudadanos, Youtube ofrece herramientas y aplicaciones muy útiles que les permite crear una cuenta gratuita con el logo de la imagen del portal de noticias, personalización del canal de noticias de acuerdo al tema del sitio Web, reproducción lista de videos, subir videos, edición o manipulación de videos para compartir, entre otros.

Al hablar de fuentes periodísticas en Youtube, Zach Dyer, autor del blog *Periodismo en las Américas*, dice que

Youtube continúa mejorando su papel como fuente de noticias, prueba de ello es el lanzamiento del canal Election Hub, un canal dedicado a la cobertura política de las elecciones en los Estados Unidos; además de, ofrecer videos por demanda y transmisión vía streaming de los principales acontecimientos políticos, el canal Election Hub incluirá análisis y reportajes del Wall Street Journal, Aljazeera en inglés, BuzzFeed, y Univision, entre otros, informó TVNewser” .(Disponible en línea: <http://knightcenter.utexas.edu/es/blog/00-11157-youtube-se-consolida-mas-como-fuente-de-noticias-con-el-lanzamiento-del-canal-election>: 2012).

Según Dyer, Youtube mejora su rol como principal fuente de noticias para los periodista, por lo que siempre busca asociarse mediante streaming¹⁷ con cadenas importantes para transmitir sucesos mundiales, en el caso, de los juegos olímpicos Londres 2012, o a su vez crea canales como Election hub, o el canal de periodismo investigativo, bajo la tutela del centro para el periodismo investigativo “CIR”, en

¹⁷Término que hace referencia al hecho de transmitir video o audio remotamente a través de una red (como internet) en tiempo real sin necesidad de descargar el archivo completo. (Disponible en línea: <http://www.alegsa.com.ar/Dic/streaming.php>: 2012)

inglés. (En línea: <http://knightcenter.utexas.edu/es/blog/00-11157-youtube-se-consolida-mas-como-fuente-de-noticias-con-el-lanzamiento-del-canal-election>: 2012).

La dinámica visual profesional y participativa hace referencia muy importante al momento de realizar periodismo, y transmitir hechos bajo la dinámica del portal Youtube. Por otro lado, no hay que olvidar que a pesar de que Youtube, se está expandiendo en fuentes periodísticas, su contenido no siempre es verdadero, por lo que demanda a que el periodista sea sigiloso en corroborar sus fuentes, ya que se ha visto casos en donde ciertos periodistas dan importancia a videos sin certificar su autenticidad y validez.

Siendo así, Kevin Alloca, gerente de noticias en Youtube, menciona “Quienes trabajamos en Youtube no somos periodistas. Nuestra misión es organizar los videos que la gente está buscando.” (Alloca, por: البيان مي: <http://ijnet.org/es>: 2011) significa que depende del periodista verificar el contenido. Alloca también menciona que para corroborar la veracidad de la fuente lo primero que se debería hacer es enviarle un mensaje a través de Youtube a la persona que publicó el video y buscar bajo las seis directrices que plantea Alloca:

Para ver el video del día más visto, comience buscando en la sección Youtube charts, en donde se pueden encontrar videos a partir de un día, semana o mes determinado. Además, como criterio de búsqueda puede incluir la zona geográfica.

CitizenTube es una sección en la cual se suelen publicar primicias. Fue creada por medio de una alianza con Storyful y en ella predomina el contenido de carácter internacional. Por ejemplo, se puede encontrar una lista de videos que eran subidos diariamente el pasado mes de enero durante las manifestaciones en Egipto.

Utilice los filtros en el control de búsqueda y use palabras clave. Alloca sostuvo que este mecanismo sigue siendo el más efectivo para encontrar videos sobre un tema específico.

Youtubetrends se caracteriza por agrupar a todos los videos más vistos en un solo lugar. Ayuda a reconocer aquellos videos que son publicados por blogs o compartidos de forma masiva. Alloca sube dos veces por día los cuatro videos que recibieron mayor atención durante un día determinado. Es una sección que se puede utilizar para obtener ideas sobre posibles notas periodísticas o encontrar información complementaria para

algún reportaje que uno esté produciendo. Además, recientemente crearon un boletín electrónico al que uno se puede inscribir para recibir actualizaciones diarias.

TrendsDashboard. Ofrece listas de los videos más compartidos en un país determinado. En este sentido, se pueden hacer comparaciones y ver qué es lo más visto en Estados Unidos, Rusia o México. También brinda información sobre la edad y el sexo del usuario que publicó el video.

YouTube for Media. Es una sección que proporciona información sobre temas relacionados a la retransmisión de videos. Brindan consejos sobre cómo encontrar videos de alta resolución e incluir el nombre del creador, o de Youtube, a la hora de descargar y publicar videos en otro lugar. (En línea: <http://ijnnet.org/es/stories/seis-consejos-para-periodistas-que-quieran-utilizar-videos-de-youtube>: 2011)

Ante ello, Lluís Pastor, autor de *Periodismo zombi en la era de las audiencias participativas: La gestión periodística del público (II)*, señala que entender el periodismo en Youtube “es promover el humor y la impredecibilidad necesarios para mejorar la conversación” (Pastor L: 2010: 122) .Quiere decir que el periodista en Youtube ilustra una versión contemporánea de la función, generando reacciones emocionales. (Pastor L: 2010: 122)

Un ejemplo de que Youtube ha logrado noticias impactantes es

La ejecución del ex presidente de Irak Sadam Hussein, el 30 de diciembre de 2006, fue objeto de comentarios en la prensa mundial y en las grandes cadenas de televisión; sin embargo, ningún periodista había estado presente. Un testigo grabó el hecho en su teléfono móvil y lo hizo público a través de numerosos sitios de Internet; a los medios tradicionales, no les quedó más remedio que reproducir el video, potenciando un hecho con innegables características de noticia y por lo tanto fácilmente noticiable. (En línea: <http://mexicanadecomunicacion.com.mx/rmc/2011/02/14/el-periodismo-en-la-era-youtube/>)

Youtube quiere dar iniciativa a una variedad de perspectivas diferentes en su cobertura de acontecimientos; brindando nuevas voces, y rostros, ofreciendo navegación y conversaciones en línea sobre los videos vistos.

Jorge Tirzo, en su artículo en línea *Contra la discriminación en tiempos de Youtube* afirma que,

La democratización de los medios de comunicación que ha permitido Internet, vuelve cualquier comentario susceptible de ser replicado ininidad de veces a través de redes sociales, páginas web, blogs o canales de video. Por poner un ejemplo, un comentario homofóbico de un conductor de televisión puede pasar desapercibido. El video en Youtube de dicho comentario puede alcanzar millones de visitas en pocos segundos. Es cierto se puede aprovechar esos millones de visitas para denunciar y sacar a la luz los claroscuros de los medios; pero si los utilizamos mal, esos canales pueden reforzar exponencialmente los estereotipos y prejuicios negativos. (En línea: <http://mexicanadecomunicacion.com.mx/rmc/2011/04/21/contra-la-discriminacion-en-tiempos-de-youtube/>: 2011).

Tirzo y Pastor concuerdan en que hacer periodismo en Youtube trae poder global, pero también conlleva grandes responsabilidades. “Responsabilidad de elaborar productos informativos de alta calidad; de elaborar un periodismo inclusivo que fomente la tolerancia, de respetar las diferencias y responsabilidad de fomentar la igualdad de oportunidades”. (En línea: Tirzo: <http://mexicanadecomunicacion.com.mx/rmc> : 2011)

Es concluyente decir que, Youtube, es un espacio para interactuar, para informarse, enterarse de opiniones, y varios acontecimientos a través del vídeo y sus usuarios periodistas; pero no lo es, para abusar de su poder de comunicación, creatividad, rapidez y oportunidades. Es primordial que en Youtube se respete al autor de donde se haya extraído el vídeo, se debe de tener ética profesional ya que cada día Youtube está más presente como fuente periodística de comunicación.

3.3.2 Periodismo ciudadano

José Vidal Beneyto, autor de *La ventana Global*, cita a José Manuel Paquete de Oliveira: “la participación ciudadana debe sacar el máximo provecho de Internet, transformar la información en conocimiento y el conocimiento en participación

consciente.” (Vidal, 2002:99). Se refiere a que el periodismo ciudadano debe usar las herramientas que le brinda internet con conciencia para ejercer poder global.

El periodismo ciudadano ha hecho que la sociedad adquiera otra dimensión en esta imagen de la comunidad virtual, brindando ayuda en difundir mensajes e información con mayor alcance y con el libre deseo de no seguir las líneas editoriales o de pensamiento de los medios o compañías, y menos ceder a las presiones de los mismos.

Sin embargo, aunque el periodismo ciudadano esté tomando riendas de este concepto, ¿Qué pasa con el periodista profesional multimedia o del siglo XXI? ¿A qué se debe su pérdida de credibilidad ante la ciudadanía? El periódico digital del gobierno ecuatoriano el ciudadano.gob.ec, cita la última conferencia de Ignacio Ramonet, *la explosión del periodismo*, en la que argumenta bajo cinco ideas, el porqué el periodismo profesional este decayendo

-El problema actual del periodismo es la identidad de los periodistas. Un buen periodista verifica, se informa, compara, busca la fuente fidedigna y le aporta al ciudadano la garantía de que la noticia sea creíble, fiable y verdadera. ¿Existen periodistas que realizan éstas prácticas?

- La información que se difunde hoy en día, no construye ciudadanía.

- Muy pocos periodistas son buenos periodistas, porque estructuralmente no les es posible y porque ahora se está entrando a una dictadura de la urgencia. La dictadura de la urgencia en la que ahora se sumergen los medios de comunicación le da más importancia a difundir la información, que a verificarla.

- Al no verificar la información, se degrada el oficio del periodista y se ataca a una de sus más grandes virtudes: a la credibilidad del periodista.

- Hoy en día, los periodistas crean ‘inseguridad informativa’. Cuando se tiene una información, es necesario verificarla para evitar que la desmientan más tarde.

- Si los medios hicieran bien su trabajo, no existirían los cables de Wikileaks.

- Si la mayoría de los periodistas verificaran, (En línea: http://www.elciudadano.gob.ec/index.php?option=com_wrapper&view=wrapper&Itemid=84).

El profesional en periodismo ya no ejerce su profesión bajo la función de investigar, comparar, informar y garantizar; ahora, el hecho de que la inmediatez y la oportunidad les está sobrepasando, prefieren ejercer estas prácticas de forma superficial o a veces no ejercerlas, a lo que no aportan fidelidad a su audiencia o usuarios. La aceleración con la que dan la noticia hace que muchas veces no corroboren sus fuentes si son verdaderas o falsas, por ende, la ciudadanía siente un vacío al ser informados y desconfianza absoluta, pues han dejado atrás la labor tradicional del periodista al transmitir información.

Ramonet critica y lleva a la reflexión de ¿en dónde se encuentra la ética periodística de los periodistas y de los medios? Ya que ante la falta de esta, se está devaluando la razón del oficio que subyace en la verdad, respeto, objetividad, capacidad, y sobre todo, la libertad. El valor de la información que da un periodista se está convirtiendo en “una mercancía y, en tanto, está sometida a las leyes del mercado, de la oferta y la demanda, y no a otras leyes como, por ejemplo, los criterios cívicos o éticos”. (En línea: [tp://www.taringa.net/posts/apuntes-y-monografias/5723992/El-periodismo-del-Siglo-XXI-Ignacio-Ramonet_.html](http://www.taringa.net/posts/apuntes-y-monografias/5723992/El-periodismo-del-Siglo-XXI-Ignacio-Ramonet_.html)).

Ante esta fatídica exposición de hechos reales que realiza Ramonet sobre el periodista del siglo XXI, Stephen Doig, profesor de periodismo en la Universidad de Arizona, sostiene que “el periodismo ciudadano o periodismo participativo trata de revertir esa situación actual en la que se encuentra el periodista del siglo XXI e involucra y permite a los lectores fomentar la creación de historias interesantes e importantes.”(En línea:<http://comunicacionteorias.blogspot.com/2010/04/periodismo-ciudadano.html>: 2010)

Juan Carlos Lujan, autor del blog *Sin papel*, señala que “El Citizen Media, fundado por Dan Gillmor, autor del célebre libro Web Media, ha anunciado la creación de cinco módulos de entrenamiento en línea para periodistas ciudadanos.

Minuciosidad (requisito indispensable para sobrevivir en el mercado)

Precisión (también indispensable para evitar las cartas rectificatorias o quejas)

Imparcialidad (pese a que olvidan citar fuentes).

Transparencia (clave para que el lector sepa que somos meros intermediarios y procuramos mencionar todo lo que se hizo para elaborar un texto).

Independencia (clave pero a veces imposible de alcanzar por factores externos)

(En línea: <http://juancarloslujan.blogspot.com/2006/09/qu-es-el-periodismo-ciudadano.html> : Rojas J)

Es notorio que el periodismo ciudadano intenta desarrollar las mismas funciones que un periodista consagrado, ya que tiene la gran libertad de acceso y conocimiento que ofrece la red, mediante la tecnología, por ende, intenta fomentar información u opinión de hechos reales. Sin embargo, es inaudito e inconcebible pensar que, pese a que el periodismo decaiga, el ciudadano pueda desempeñar la función de un verdadero periodista que, aunque tiene gran debilidades que afrontar, como lo ha dicho Ramonet, en sus cinco primicias, también tiene las de ganar, al siempre verse en el ejercicio de elaborar, corroborar, valorar, llegar al meollo del asunto y encargarse de dar información noticiosa que genere qué hablar, escribir, comentar, analizar, confrontar a su audiencia, ya sea de forma de espectáculo, que eso prima en los medios o controversial, a nivel noticioso.

Ramonet cita que “el periodismo es una profesión que hoy exige un enorme trabajo. Además, los periodistas son ciudadanos, y grandes consumidores de medios de comunicación, más que las demás personas. Son muy conscientes de que existen todos

estos problemas y discuten de ellos continuamente” (En línea: http://www.taringa.net/posts/apuntes-y-monografias/5723992/El-periodismo-del-Siglo-XXI-Ignacio-Ramonet_.html: 2012). El periodismo profesional se encuentra tomando el reto de cambiar de mentalidad, mutar, reacomodarse a las exigencias y las bondades del sistema, buscar la manera de convertirse en un profesional multitarea, competitivo, veraz y ágil, interesante, oportuno y sincero. Siendo así, el reto de los nuevos ciudadanos en la red, es el de no sólo criticar y condenar la acción de los periodistas, sino de abrirse a que, si bien es cierto, pueden plasmar en el ciberespacio noticias, también pueden tener la responsabilidad de no sesgarse e informarse, analizar, y cambiar de fuente, ayudando a la labor de un mejor periodismo, que ahora mismo, se retroalimenta, afirmando lo que se pretende demostrar en este proyecto de investigación, que el periodismo que ejercen los medios, como Diario El Universo, en Youtube, esta alimentándose de las opiniones y interacciones de sus usuarios.

CAPÍTULO IV

ESTUDIO DE CASO

Esta tesis ha considerado a la comunicación en su proceso de “interacción” y “opinión”, dentro de la norma de una sociedad globalizada, que asume como sentido base a las Tics.

En este capítulo se presentará un análisis crítico de las interacciones sociales en el canal de diario El Universo, en Youtube, las mismas que serán analizadas desde la perspectiva del autor García F, Ibañez, que expone las categorías estructurales para analizar conceptualmente un contenido: determina el alcance social en términos de criterios de valor, autoridad, intensidad, mecanismos, y demás, que han influido en el proceso de la comunicación que ha ejercido diario El Universo en sus actantes dentro de su canal en Youtube.

4.1 El portal de diario El Universo en Youtube

Actualmente, periodistas y medios de comunicación se han visto inmersos en una adaptación continua a un mundo tecnológico y globalizado que permite conocer la preparación y la responsabilidad del profesional en el periodismo al demandar información en línea y mejorar la posibilidad de comunicación humana fomentando la opinión pública. Ante este escenario portales como Youtube constituyen hoy la oportunidad de interactuar socialmente y reconfigurar la esfera pública.

En el caso de Ecuador, *La Unión internacional de Telecomunicaciones*, UIT, y el *Índice de Desarrollo de las Tecnologías de Información*, IDI, otorgaron a Ecuador, en su último estudio del 2010, la calificación según su desempeño en el uso y acceso masivo a herramientas de Internet y a las comunicaciones para su desarrollo social: puesto 88 en cuanto a conectividad; referencia que equivale a 3.37 en utilización de las Tics a nivel de usuarios (Disponible en línea: <http://www.itu.int/ITU-D/ict/publications/idi/material/2011/MIS2011-ExecSum-S.pdf>: 2011), lo cual aportó con la configuración acerca del portal, Youtube, como papel informativo de la población ecuatoriana, competencia de futuros profesionales en periodismo que se enfrentan a la digitalización y estos nuevos espacios de interacción social y opinión pública.

Diario El Universo en Ecuador ha aportado año tras año en el ejercicio del periodismo activo, consolidándose en la población como “el mayor diario nacional”, término señalado por la compañía dentro de su historia y organización.

Diario El Universo describe los acontecimientos históricos que los ha llevado a extenderse dentro de la sociedad ecuatoriana, teniendo siempre en claro,

Visión

Ser una organización sólida y cohesiva, identificada con los más caros intereses nacionales, enfocada a su razón de ser y líder en contenidos periodísticos, para ser el mayor y mejor diario nacional.

Misión

Informar sobre lo acontecido en las últimas veinticuatro horas en la ciudad, en el país y en el mundo, de manera clara, objetiva, honesta, imparcial y veraz y orientar y ofrecer elementos de reflexión sobre los asuntos de orden público desde los espacios editoriales y de análisis; en un producto útil, convenientemente presentado, bien impreso y que llegue a todos los sectores del país en el momento oportuno.

Hacer todos los días el mayor y mejor periódico del Ecuador.

Nuestros Valores

Son valores fundamentales de El Universo:

- » Verdad
- » Libertad
- » Responsabilidad
- » Honestidad
- » Justicia
- » Respeto a la dignidad humana
- » Lealtad al país
- » Respeto a la libre expresión del pensamiento

(En la web: <http://www.eluniverso.com/quienessomos/organizacion.htm#3>: 2012)

Partiendo de esta primicia, y de la frase “*diario El Universo ha ido de la mano con los cambios tecnológicos y periodísticos en estos 89 años de vida pública en Ecuador*” (En la web: <http://www.eluniverso.com/quienessomos/organizacion.htm#3>: 2012), El Universo es un medio de comunicación de prensa escrita que se ha comprometido a garantizarle fidelidad en información a su población, queriendo demostrar, sobre todas las cosas, honestidad, verdad, y demás valores señalados en la información que entregan sus periodistas a los ecuatorianos día a día, para aportar fidelidad, adaptándose a los cambios tecnológicos que ha exigido la sociedad, el uso de redes sociales, portales como Youtube, generando interacción de usuarios a su información en línea y con ello, consolidando su grupo mayoritario de adeptos .

En la actualidad, el canal de diario El universo en Youtube cuenta con 4449 suscriptores y 3941212 reproducciones de vídeo por parte de sus usuarios y un total de 1015 videos en línea. La actividad que ejerce es diaria, publicando noticias de toda índole, entre las cuales se encuentran notas políticas, deportivas, farándula, culturales, sociales, entre otras. Cabe destacar que el número de suscriptores y de reproducciones de video son

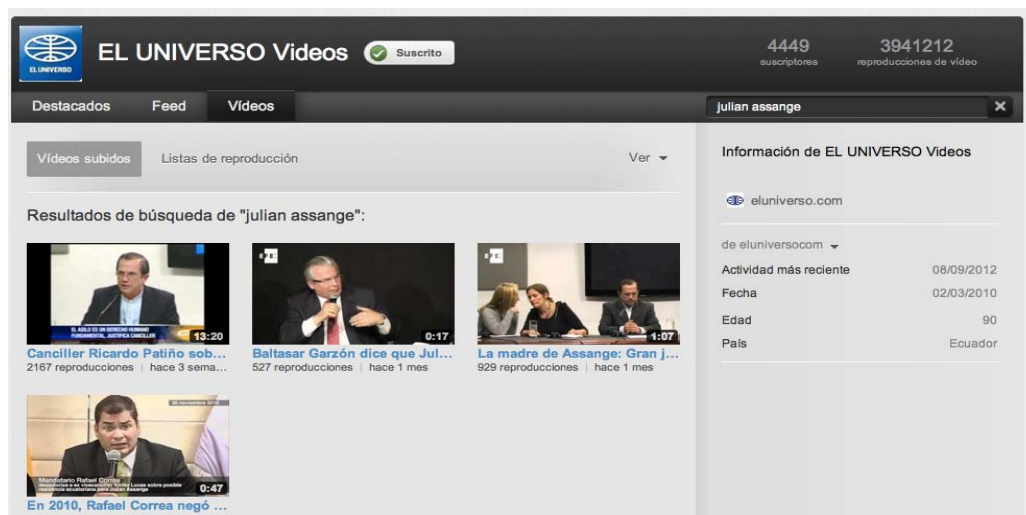
actualizadas automáticamente en tiempo real por el portal Youtube. Por lo tanto, el dato expuesto en esta investigación es actual, hasta el día sábado, 08 de septiembre de 2012, a las 5:44 de la tarde, en la ciudad de Quito, que se dio por terminada las visitas al canal.


De eluniversocom: Conecta con la página web del medio de comunicación.
EJEMPLO.-
ACTIVIDAD MÁS RECIENTE
08/09/2012
FECHA
02/03/2010
EDAD
90
PAÍS
Ecuador

Fuente: <http://www.youtube.com/user/eluniversocom/feed>
 Elaborado por: Bianca Moncayo.

Diario El Universo se integró al portal Youtube el 02 de marzo de 2010, su diseño de página web presenta la opción de buscador, en la cual los internautas pueden acceder al vídeo de su preferencia únicamente con escribir una palabra referente al tema tratado, o al titular noticioso, ya que posee un filtro de archivo de videos inteligente.

También se encuentra la opción de suscribirse, suscrito señalado con un visto verde en la parte inicial de la página, a lado del logotipo del diario, que permite que los usuarios se suscriban al canal y les llegue a su e-mail noticias de vídeos, únicamente de temas nuevos, subidos por el canal, o una vez a la semana todos los vídeos de la semana. Tal es el caso del ejemplo expuesto en la siguiente captura de pantalla:



Fuente: <http://www.youtube.com/user/eluniversocom/videos?query=Julian+assange>

La página de diario El Universo en Youtube posee tres pestañas en donde se diferencia las palabras: destacados, feed, videos. Cada una de ellas tiene la función de generar una

lista de videos reproducidos por los internautas. En el caso de la pestaña “destacados” aparece en la pantalla una lista de los videos semanales más vistos por los usuarios en el canal de diario El Universo; “feed”, que en español significa “introducir”, posee una lista de videos que se asocian entre sí, dependiendo el tema; y por último, en “videos”, aparecen todos los videos publicados durante la actividad diaria que ejerce el diario en Youtube.

Dentro de la pestaña videos existen 3 subpestañas que dicen: videos subidos, listas de reproducción y me gusta. “Videos subidos” son todas las representaciones multimedia que existen en Youtube subidos por el canal de diario El Universo; “listas de reproducción” son los videos clasificados por tema que permiten acceder a otros relacionados y “me gusta” son los videos que al canal de diario El Universo le parece bueno compartir en su portal, algunos son del periódico y otros pertenecientes a sus usuarios o suscriptores.



Fuente: <http://www.youtube.com/user/eluniversocom/videos?flow=grid&view=1>

Se puede concluir que diario El Universo en Youtube presenta uno de los mayores números de suscriptores en línea, en relación a otros medios de comunicación

ecuatoriana; una vez más llega a ser el medio de comunicación del país que tiene mayor acogida y renombre, pero esta vez, en el ciberespacio, y que ejerce interacción de usuarios:

**PRINCIPALES MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN ECUADOR QUE POSEEN
CANAL YOUTUBE
ÍNDICE DE SUSCRIPTORES**

MEDIOS DE COMUNICACIÓN	SUSCRIPCIONES	CANAL YOUTUBE
Diario El universo :	4449 suscriptores	http://www.youtube.com/user/eluniversocom
Diario El comercio:	2317 suscriptores	http://www.youtube.com/user/Elcomerociocom?feature=CEgQwRs%3D
Diario El hoy :	117 suscriptores	http://www.youtube.com/user/hoycomec?feature=CAgQwRs%3D
Diario Extra :	3272 suscriptores	http://www.youtube.com/user/diarioextratv?feature=results_main
Teleamazonas TV:	753 suscriptores	http://www.youtube.com/user/teleamazonasecuador?feature=results_main
Ecuavisa TV:	825 suscriptores	http://www.youtube.com/user/ecuavisacom?feature=results_main
Ecuador TV :	872 suscriptores.	http://www.youtube.com/user/rtvecuador?feature=results_main
Radio tarqui, Ecuador TV :	13 suscriptores	http://www.youtube.com/user/radiotarqui?feature=results_main
Radio visión, Ecuador TV :	7 suscriptores	http://www.youtube.com/user/radiovisionecuador?feature=CAgQwRs%3D
Radio Exa, Ecuador :	103 suscriptores	http://www.youtube.com/user/exafm973?feature=CAQwRs%3D

Fuente: <http://www.youtube.com>
Elaborado por: Bianca Moncayo. 08/09/2012

Los medios de comunicación representados en la tabla son la muestra de cómo se adaptan los medios ecuatorianos a los nuevos formatos que presenta la dinámica de la actual plataforma digital.

El canal de diario El Universo en Youtube pretende representar un eje de interactividad y opinión pública que brinda a las personas, una reconfiguración de la forma de entender al profesional del periodismo y a su labor.

4.1.1 Asilo político a Julian Assange en el portal de diario El universo en Youtube

Las interacciones realizadas a diario por los usuarios en línea, sobre el caso de Julian Assange, es analizado bajo los parámetros de la Teoría de la Comunicación Humana de Watzlawick, reforzada por la Teoría de la Comunicación en Red de Bruno Latour, que plantean un estudio sociológico sobre la interacción y la opinión pública de los actores “no humanos” y “humanos” en la red, para fomentar así una comprensión de las reconfiguraciones que ha logrado internet en la comunicación.

Diario El Universo en Youtube ha aportado con numerosas noticias nacionales e internacionales diariamente. Una de las relevantes en este último período fue el caso del periodista australiano Julian Assange y el asilo concedido por el gobierno ecuatoriano. Este acontecimiento ha sido causa de numerosos comentarios por parte de miles de internautas.

Los temas expuestos fueron:

NOTICIAS	No REPRODUCCIONES	“ME GUSTA”/ “NO ME GUSTA”	COMENTARIOS	FECHA
En 2010, Rafael Correa negó que se pudiera recibir a Julian Assange en Ecuador	5405 reproducciones de video	4 me gusta, 46 no me gusta	64 comentarios en línea	Desde 19/06/12 Hasta 08/08/12
La madre de Assange: Gran jurado se reúne en EEUU para posibles cargos contra mi hijo	929 reproducciones de video	1 me gusta, 0 no me gusta	1 comentario en línea	Desde 30/07/12 Hasta 08/08/12
Baltasar Garzón dice que Julian Assange no es terrorista	527 reproducciones de video	1 me gusta, 2 no me gusta	No tuvo comentarios en línea	Desde 03/06/12 Hasta 08/08/12
Canciller Ricardo Patiño sobre asilo diplomático a Julian Assange	2167 reproducciones de video	12 me gusta, 0 no me gusta	7 comentarios en línea	Desde 16/08/12 Hasta 08/08/12

Fuente: (En línea: [www. http://www.youtube.com/user/eluniversocom/feed](http://www.youtube.com/user/eluniversocom/feed))

Elaborado por: Bianca Moncayo.

Ha sido un total de 9.028 ciberciudadanos que se han interesado por el caso que se ha expuesto en los cuatro videos, pero únicamente, 72 usuarios han aportado con sus comentarios sobre el caso de Assange presentado por diario El Universo en Youtube.

El caso de asilo político a Julian Assange en el portal de diario El universo en Youtube será analizado desde la perspectiva social que trae este tema en términos criterios de valor, autoridad, objetivos, intensidad, mecanismos, y demás, que han influido en el proceso de la comunicación que ha ejercido diario el universo en sus actantes dentro de su canal Youtube.

4.2 Estudio de caso

García Ibáñez, autor de *Análisis de contenido*, sostiene que dentro de una investigación crítica se valora inicialmente “tema, punto de vista, el criterio, autoridad, medio, actores, rasgos de los caracteres, origen, destino, forma de la afirmación, intensidad y mecanismos estilísticos o retóricos” (García I: s/f:26-27) es decir, un correcto análisis de contenido se hace bajo los parámetros antes mencionados.

El autor, también argumenta que “la aplicación que se le da a un análisis de contenido prueba la hipótesis para la verificación o su rechazo” (García I: s/f:23) En este caso se pretende demostrar con el análisis de contenido basado en las noticias o designaciones de los temas noticiosos de Assange, la verificación de la interacción social y la opinión pública en temas periodísticos.

De acuerdo a la perspectiva del autor García Ibañez, el “tema” de este presente análisis se llevó a cabo a partir del día 29 de agosto de 2012 hasta el sábado 08 de septiembre de 2012 en la ciudad de Quito para ratificar el proceso de comunicación que ejercen los seres humanos al interactuar y opinar en el canal de diario El Universo en Youtube, gracias a las bondades de las Tics, las mismas que ejercen influencia en la esfera pública que ha configurado la globalización en las culturas y las sociedades.

Dentro de la investigación, se comprobó que la mayoría de usuarios que comentaron en línea, eran de sexo masculino, pertenecientes a un promedio de edad entre 20 a 40 años; la mayoría eran ciudadanos ecuatorianos y migrantes ecuatorianos que interactúan y opinan en Youtube de lo acontecido en el país.

En este caso, la llamada labor del periodista y los medios de comunicación cumplen con el deber de adaptarse a los nuevos cambios digitales, que conllevan mejorar su relación con los ciudadanos, afrontar sus competencias y tener responsabilidad al validar la información que hoy en día está siendo valorizada a nivel mundial, y que gracias a portales como Youtube se puede ejercer una mayor interacción, en donde la opinión pública prevalece en temas de relación social. Para fortalecer aquella concepción que apuesta la Teoría del Actor Red, apoyada en la Teoría de la Comunicación Humana, se presenta las siguientes noticias, con sus diferentes opiniones vertidas sobre cada tema, de las cuatro noticias mencionadas anteriormente.

Continuando con los parámetros de García, “punto de vista es una valoración que se da sobre el tema a investigar, puede ser positivo, negativo o neutras.” (García, s/f: 26). En ello, el caso de Julian Assange y la decisión de Ecuador en otorgarle asilo político

es una acción que enaltece la política de un gobierno “libre y democrático” en materia de derecho diplomático; sin embargo, la polémica que nace en este hecho, es querer definir los procesos comunicativos de Youtube al generar interacción social y opinión pública.

Según García, “ el análisis de criterio o valor” parte con la primera noticia que se publicó sobre el caso de asilo político a Julian Assange en el Gobierno de Ecuador, en la que se demostrará la interacción ejercida entre internautas y qué opinión tienen usuarios sobre el tema, otorgando un punto de vista personal sobre el tratamiento de la noticia. (García, s/f: 27).

Siendo así la primera publicación se hizo el 19 de junio de 2012 por el canal de diario El universo en Youtube, sobre el caso Assange, que titula:

En 2010, Rafael Correa negó que se pudiera recibir a Julian Assange en Ecuador. Contribuyó con 5405 reproducciones de video, cuatro me gusta, 46 no me gusta, y 64 comentarios en línea por parte de los usuarios, desde el día 19 de junio de 2012 que se subió la noticia al portal del canal, hasta la fecha presente, sábado 08 de septiembre de 2012.



Fuente: <http://www.youtube.com/watch?v=ZYC7dLoUXy8&feature=plcp>

COMENTARIO DE USUARIO

dice claramente que nunca se autorizó a Lucas a hacer una propuesta formal de asilo (que de hecho esta en contra del derecho internacional) ahora es Assange quien pide el asilo, caso distinto.. dios, aprendan a transgiversar bien la información, más que sea..

ileanassh hace 2 meses

Fuente: <http://www.youtube.com/watch?v=ZYC7dLoUXy8&feature=plcp>

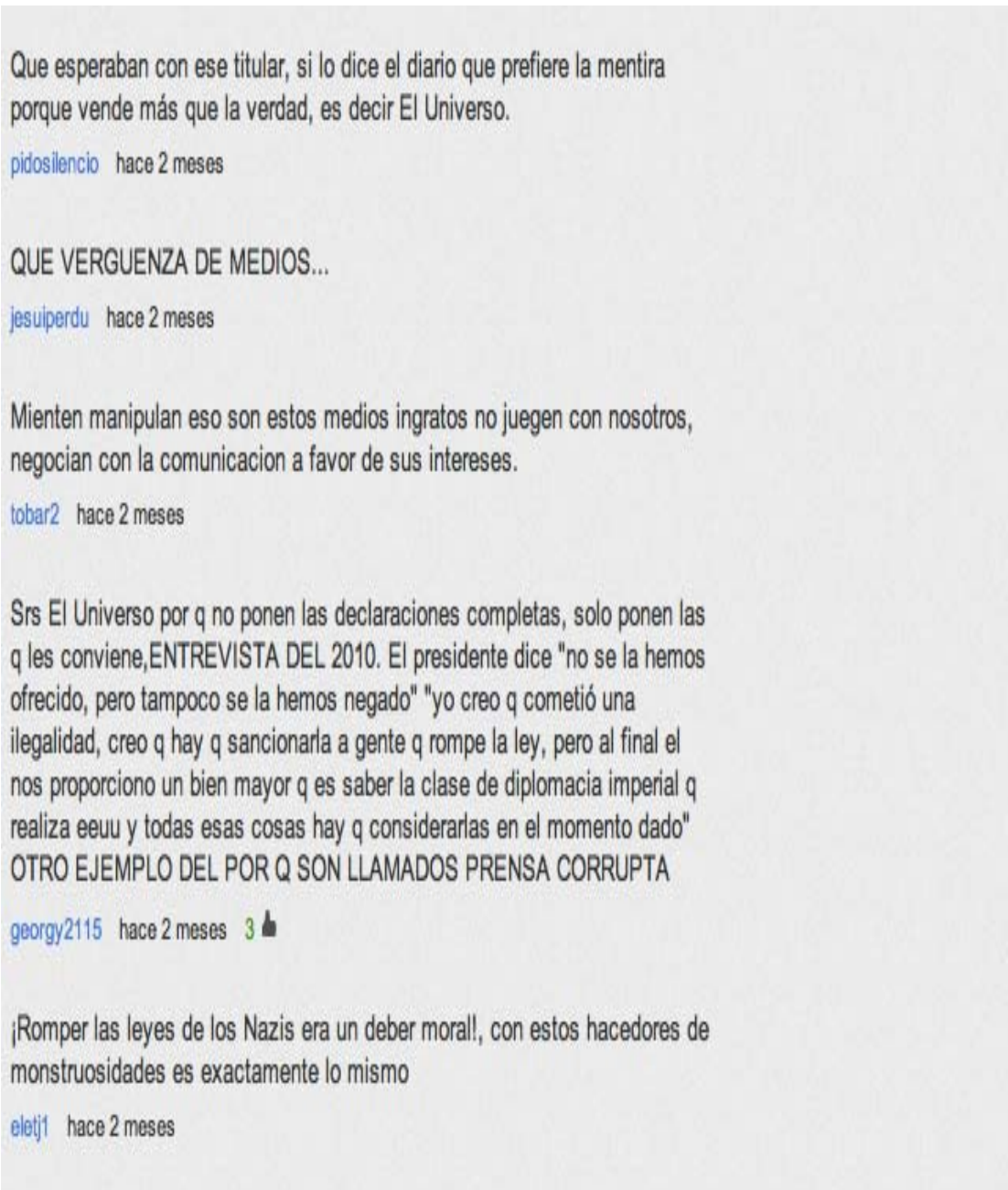
La información que presenta el video de diario El Universo en su canal de Youtube, es una información de archivo del pasado 30 de noviembre de 2010, en la que el Presidente dice muy claramente que no ha enviado autorización alguna para el asilo de J. Assange, pero que no que hay una imposibilidad para llevar a cabo esta gestión, sin embargo en la descripción textual del vídeo se escribe que fue el 1 de diciembre de 2010, por lo que no concuerda las fechas haciendo que se desvalorice la información escrita y la presentada en versión multimedia.

El título noticioso, que presenta la noticia, como se puede comprobar en la captura de pantalla, enfatiza y alerta a la verdad, uno de “los valores” que promueve diario El Universo. En la descripción se argumenta que el pasado 1 de diciembre de 2010 Rafael Correa aclaraba que lo dicho por Lucas era a título personal más no había autorización alguna que asentía el otorgarle la residencia a Julian Assange en Ecuador, pero el título habla de que Rafael Correa “negó” que se le daría asilo político a Assange, queriendo crear confusión a las personas.

Esta noticia es la que mayor grado de interacción y opinión ha tenido, dado la controversia de la negación a la afirmación actual que diario El Universo quiere dar

entender, con respecto al hecho suscitado el pasado 16 de agosto de 2012 en la que Correa otorgó el asilo a Julian Assange.

Ciudadanos del ciberespacio, suscriptores del canal comentan su desaprobación al medio:



Este comentario se ha marcado como spam. [ocultar](#)

" EL UNIVERSO = BASURA "

LES DEJO UN VERDADERO MEDIO DE COMUNICACION PARA QUE REVISEN

Website: rt.com

Julian Assange: rt.com/news/assange-subject-arrest-london-273/

Saludos.

[xifoides](#) hace 2 meses

jajaja q asco, hasta hoy en la tarde el titulo era RAFAEL CORREA NEGRO ASILO POLITICO A JULIAN ASSANGE....AHORA LE ANTEPUSIERON " EN EL 2010 ", RAFAEL CORREA NEGRO.....

..... (PARA QUE VEAN COMO SE EQUIVOCAN, SERA QUE SOLO ES UN ERROR EN SUS TITULARES,,, O INTENCIONALMENTE PARA DAÑAR COMO ACOSTUMBRAN ??) JUZQUEN USTEDES.

[xifoides](#) hace 2 meses

Cuando los Ecuatorianos maduraremos y dejaremos de comprar esta calse de diarios? El universo parece un periódico Nazi. A mi a veces me asustan las cosas que publican ahí.

[EHTZ1975](#) hace 2 meses

Deberían dejar de comprar diarios todos yo no estoy allá en mi querido país pero si estuviera créanme que ni para limpiar el desecho del perro

[juancarlosrolando](#) hace 2 meses

PHoy le deje saber al dueño de la tienda de mi barrio que si el sigue vendiendo periodicos calumniadores ,lamentablemente no voy a seguir comprando en su tienda , hojala entienda que es por el bien de todo un pais mi familia la de el HAS LO MISMO EN TU TIENDA MAS CERCANA Y AYÚDANOS A CONBATIR LA CORRUPCIÓN

[BlasscoRo](#) hace 2 meses

ELUNIVERSO = BASURA

[kr3at0or](#) hace 2 meses

Luego vais de victimas, con estas pseudo-noticias no hacéis más que darle la razón a Correa en cuanto a que solo desinformáis y mentís

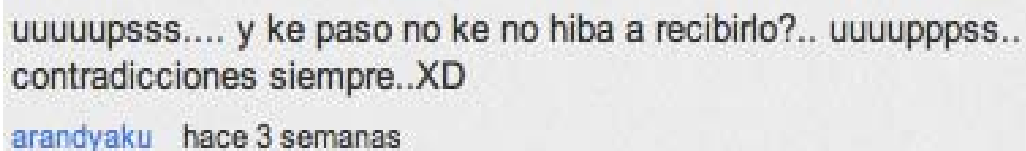
[kr3at0or](#) hace 2 meses

Fuente: <http://www.youtube.com/watch?v=ZYC7dLoUXy8&feature=plcp>

La mayoría de opiniones realizadas en este video por los usuarios del canal, denotan indignación, disgusto, desconfianza e ira con el diario El Universo, al darse cuenta de la manipulación de la información por parte de los periodistas y en general, la institución, ya que el vídeo de la rueda de prensa del presidente Correa es editado para

querer jugar con la fidelidad de sus usuarios; además de que la descripción del vídeo, que se supone tiene que ser noticioso, posee errores, no sólo de texto, en cuanto a fechas, sino también de profesionalismo, al no saber relacionar la categoría de la noticia con la real, es decir, diario El universo, la cataloga como deportiva, siendo de carácter político también, al querer escudarse en la rectificación y cambiar de titular, cuando mucho antes llevaba otro titular, hechos que ha logrado la desvalorización total de la noticia y creado un favoritismo hacia lo dicho por el presidente Correa al referirse a la prensa como corrupta.

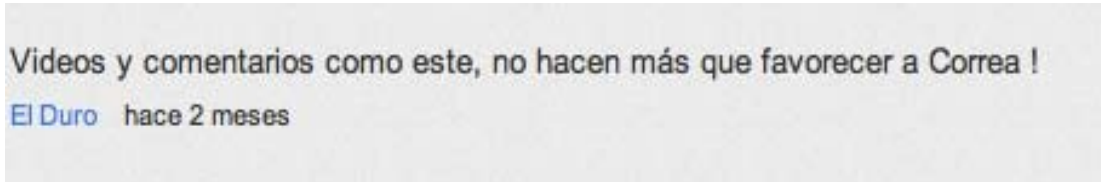
Existen pocos comentarios a favor del tratamiento de la noticia por parte de diario El Universo, en donde los internautas se dejan llevar por los titulares más no por el contenido. En el ejemplo siguiente, el ciudadano cuestiona los cambios de parecer del presidente.

A screenshot of a YouTube comment. The text is in a light grey box with a thin border. The comment reads: "uuuuupsss... y ke paso no ke no hiba a recibirlo?.. uuuuppps.. contradicciones siempre..XD" followed by the user name "arandyaku" and the time "hace 3 semanas".

uuuuupsss... y ke paso no ke no hiba a recibirlo?.. uuuuppps..
contradicciones siempre..XD
arandyaku hace 3 semanas

Fuente: <http://www.youtube.com/watch?v=ZYC7dLoUXy8&feature=plcp>

También los internautas atribuyen con comentarios que no demuestran favoritismos, ni al gobierno, ni al medio. Opinan únicamente del tratamiento de la noticia y a los comentarios realizados:



fuelle: <http://www.youtube.com/watch?v=ZYC7dLoUXy8&feature=plcp>

Por otra parte, la opinión que ha generado el medio ante el tratamiento de la noticia; ha logrado que los internautas generen interacción no sólo con respecto a la noticia, sino también a los comentarios de los mismos ciberciudadanos, tal es el caso de:



Fuente: <http://www.youtube.com/watch?v=ZYC7dLoUXy8&feature=plcp>

Pese de que en la captura de pantalla se pueda a ver una conexión en la evolución de las relaciones, se verifica que no existe retroalimentación alguna, sólo es un comentario más de otro comentario, que no lleva formular mayor dinámica comunicacional.

La segunda noticia habla de,

La madre de Assange: Gran jurado se reúne en EEUU para posibles cargos contra mi hijo.-Aportó con 929 reproducciones de vídeo, un me gusta, y un comentario en línea por parte de los usuarios, desde el día 30 de julio de 2012 que se subió la noticia al portal del canal, hasta la fecha presente; sábado 08 de septiembre de 2012. . (En línea: [www. http://www.youtube.com/user/eluniversocom/feed](http://www.youtube.com/user/eluniversocom/feed))



La madre de Assange: Gran jurado se reúne en EEUU para posibles cargos contra mi hijo

eluniversocom Suscrito 1017 videos

0:07 / 1:06

Entrevista Rafael Correa Asilo Assange de suceranda 12878 reproducciones 15:38

Julian Assange asevera en entrevista que de canalTN24 2840 reproducciones 2:56

Ecuador asilo político, Madre de Julian de larepublicaec 513 reproducciones 4:10

Madre de Julian Assange calificó a de CANARIOLATINOX1 973 reproducciones 2:47

Julian Assange - Entrevista con Noam de turkoal69 287 reproducciones 13:20

Publicado el 30/07/2012 por [eluniversocom](#)

QUITO (EFE).- Christine Assange, madre del fundador de WikiLeaks, Julian Assange, aseguró hoy, en Quito, que en EE.UU. hay un jurado que estudia evidencias para posibles cargos contra su hijo, que está en la embajada de Ecuador en Londres a la espera de que se resuelva su petición de asilo a ese país suramericano.

Video de la agencia EFE

Más información en: <http://www.eluniverso.com/2012/07/31/1/1355/patino-anuncio-madre-assange-pidi...>

Categoría:
Entretenimiento

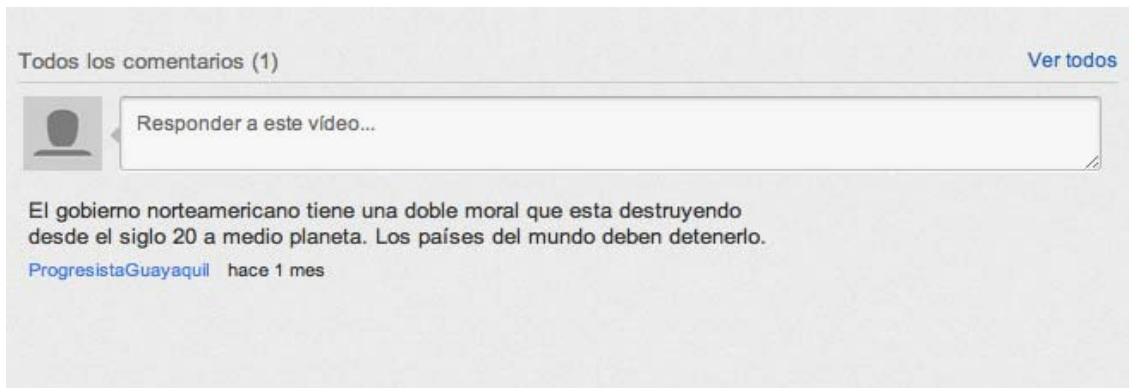
Licencia:
Licencia de YouTube estándar

Me gusta: 1, No me gusta: 0

Mostrar menos

Fuente: <http://www.youtube.com/watch?v=279oWdwLw4U&feature=plcp>

Este caso, pese a tener 929 reproducciones de video, no consta con más que una aportación interactiva, en la que se demuestra que el comentario del usuario es sobre la información que brinda diario El universo, más no es una crítica a la labor periodística, como en la anterior noticia .



Fuente: <http://www.youtube.com/watch?v=279oWdwLw4U&feature=plcp>

Es preciso señalar que en términos de categorización a la noticia, diario El Universo sigue fallando, pues vuelve a nominar a la información como entretenimiento; por otro lado, en cuanto a la descripción del video, el diario El Universo ha utilizado una noticia de la agencia internacional de noticia EFE, por lo que la compañía no ha generado el hecho noticioso, sólo lo transmite, lo reconoce, pero no hay mayor problema por presunta desinformación del medio. Se muestra conformidad en la audiencia dada la la interacción vertida en el canal que aportó con una opinión.

La tercera noticia presenta,

Baltasar Garzón dice que Julian Assange no es terrorista.- Se determinó 527 reproducciones de video, un me gusta, dos no me gusta, y no obtuvo ningún comentario en línea por parte de los usuarios, desde el día 03 de agosto de 2012 que se subió la noticia al portal del canal, hasta la fecha presente; sábado 08 de septiembre de 2012. . (En línea: [www. http://www.youtube.com/user/eluniversocom/feed](http://www.youtube.com/user/eluniversocom/feed))

Baltasar Garzón dice que Julian Assange no es terrorista

eluniversocom



Suscrito

1017 vídeos ▾



Publicado el 03/08/2012 por [eluniversocom](#)

Baltasar Garzón, defensor del fundador de Wikileaks, Julian Assange asegura que en el caso hay tres posturas muy claras que son: Uno, conocer el contenido de la acusación; dos: si no hay acusación que se diga que no se va a solicitar extradición; tres: solicitud de asilo en Ecuador.

Lea más en <http://unvrso.ec/0003QAA>

Categoría:

Noticias y política

Licencia:

Licencia de YouTube estándar

Me gusta: 1, No me gusta: 2

Mostrar menos

Todos los comentarios (0)

[Ver todos](#)



Responder a este vídeo...

Fuente: <http://www.youtube.com/watch?v=xYm-mhECqSg&feature=plcp>

Esta noticia no presenta ninguna interacción social, pese a que sí posee reproducciones de video; sin embargo, se denota los me gusta y no me gusta como aceptación a la

entrevista emitida por la agencia mexicana de noticias EFE, sobre Baltasar Garzón en defensa a Assange. La descripción del video es una noticia realizada por diario El Universo y presenta sólo el primer párrafo para luego conectar mediante un enlace o link con la noticia completa, en donde narran los hechos del vídeo incompleto que se subió a Youtube. Esta vez, la categoría de la noticia está bien ubicada, dentro de noticias y política, y en cuanto al título, no es malo, pero no tiene relación la palabra “terrorista” con lo que se ha escrito o visto en el vídeo .

La cuarta y última noticia, que cierra con la categoría de criterios de valor que sustenta García, habla sobre:

Canciller Ricardo Patiño sobre asilo diplomático a Julian Assange.- Se comprobó 2167 reproducciones de vídeo, 12 me gusta, y siete comentarios en línea por parte de los usuarios, desde el día 16 de agosto de 2012 que se subió la noticia al portal del canal, hasta la fecha presente; sábado 08 de septiembre de 2012. (En línea: [www. http://www.youtube.com/user/eluniversocom/feed](http://www.youtube.com/user/eluniversocom/feed))



Fuente: <http://www.youtube.com/watch?v=C3LpIyVnmH4&feature=plcp>

Esta noticia se caracteriza por ser larga, con fundamento en su contenido audiovisual e informativa, donde da a conocer las normas que rigen la Constitución del Ecuador y a los tratados y convenios internacionales que autorizan a los Estados a otorgar asilo político. En ello, los usuarios del canal de diario El Universo, han comentando sobre la acción de la información, asintiendo la decisión de Ecuador y criticando la postura de EEUU; de igual manera, hay interacción entre usuarios, pese a que algunos comentarios han sido eliminados ya que el usuario ya no es parte de Youtube. No posee descripción alguna pero sí una categorización de noticias y política, ubicando la noticia en su segmento correcto. En cuanto al título es solo informativo, no es sensacionalista.



Todos los comentarios (7) [Ver todos](#)

Responder a este vídeo...

Excelente por nuestro hermano país del ecuador, malditos yankees, luego de que revelaran esa información le imputaron cargos a julian assange, pero no siempre se tienen que salir con la suya esos gringos de mierda!
angoraV hace 3 semanas

Estás totalmente equivocado, como se nota que amas a Bucaram que tampoco tiene apellido ecuatoriano, y que no justifica su popularidad salvo por su carisma pero no por sus actos blasfemos y corruptos. Assange no ha hecho mas que sacar a la luz lo mierda que son los americanos del Norte y sus juegos de espías.
chiflinator en respuesta a altamiranosilvia26 (Mostrar el comentario) hace 3 semanas

demasiados buenos argumentos, muy buena decision
Jorge Bowen hace 3 semanas

Me parece BIEN la decisión tomada por el presidente Rafael Correa, le vamos a demostrar a esos países demasiado desarrollado como USA, etc. que ECUADOR no se aweba con esos mmv VAMOS Y ADELANTE ECUADOR!
rubenho1994 hace 3 semanas 2 👍

Fuente: <http://www.youtube.com/watch?v=C3LpIyVnmH4&feature=plcp>

Dada la presentación de las diferentes posturas que se han descrito sobre las noticias referentes al caso Assange, García Ibañez sostiene que el criterio o valor que se otorga “ es necesario por cuanto es una dirección en la cual descansa el tratamiento del tema por el autor de la comunicación” (García I: s/f:27). Esto quiere decir que, al seguir los

procesos de análisis de contenido, en este caso, el punto de criterio o valor, ayudará a tener una directriz de partida para saber cómo los medios y los periodistas están tratando el tema en Youtube que está generando interacción y opinión en la esfera pública y también para definir los procesos siguientes .

En ello, la categoría de “autoridad” describe el apoyo a las afirmaciones de los internautas (García, s/f: 27), en este caso, las cuatro noticias están representadas por el medio de comunicación El Universo, que al ser uno de los periódicos con más historia ecuatoriana, se ha ganado seguidores, pese a posibles malos manejos de desinformación.

De igual manera, pesar de que aprueben o desaprueben la noticia o el tratamiento de hacer la noticia en Youtube, los internautas son los que rigen la sustantividad del medio en Youtube, como uno de los canales de comunicación que mayor acogida tienen y que se ha adaptado a las prácticas del nuevo periodismo digital con el uso de las Tics.

García sostiene que el análisis de medio subyace en encontrar la meta o el objetivo del caso sobre el que se estudiará” (García, s/f: 27). En ello, el caso de Asilo político a Julian Assange en Ecuador, tratado por diario El Universo en Youtube, manifiesta claramente la postura del canal ante el gobierno: diario El Universo posee una línea antigubernista, es por ello que al compartir información muchas veces, lo hace de forma errónea, aunque lo que verdaderamente pretenda es hacer que sus seguidores y sus posibles adeptos se den cuenta de las acciones del Gobierno.

Según García, la investigación de “actores” en este análisis del caso de Julian Assange, tratado por el canal de diario El Universo en Youtube plantea al medio de comunicación, en su labor periodística, y los ciudadano, es decir, los internautas que ejercen opinión e interacción, y que ven este acto con deshonra, ya que el periodista, por más que siga una línea editorial no debe de jugar con la verdad.

Continuando con el análisis sobre los actores en el caso Assange, dentro del video se puede observar a: el canciller del Ecuador, el señor Ricardo Patiño, Baltasar Garzón, abogado de Julian Assange, Christine Assange madre del fundador de Wiki Leaks, y al presidente Rafael Correa.

Pese a que los protagonistas mencionados de los videos sean de gran importancia, los actores más relevantes son los internautas al generar con su interacción opinión pública, que al ser en red, se transforma en una esfera pública, de sensaciones, críticas, valores, descontentos, afirmaciones, sentimientos, palabras, signos, símbolos, redes, bytes; todos ellos, procesos de comunicación humana y no humana que se inyectan en las culturas aportando con reconfiguración de identidad, en este caso de posturas, hacia el medio. (Latour B.: s/f: 17)

En cuanto a los “rasgos o características personales” planteadas por García, la mayoría de usuarios que interactuaron y opinaron en línea, eran de sexo masculino, pertenecientes a un promedio de edad entre 20 a 40 años; la mayoría eran ciudadanos ecuatorianos y migrantes ecuatorianos que se informan por Youtube de lo acontecido en el país.

Así mismo, el “método u origen” de esta investigación fue la observación encubierta, no se pudo determinar más detalles sobre las características personales de los usuarios; citando a Levy, en el mundo del ciberespacio, todos tomamos nuevas personalidades (Levy: 1998 150), en ello se dificulta el reconocimiento; sin embargo, lo que sí se pudo demostrar es que son ciudadanos críticos ante los problemas que acontecen en su país.

Los planteamientos de García al hablar de “origen” dentro de una análisis, plantean “identificar el origen de la comunicación” (García, s/f:27) Es decir, en este caso, la comunicación que se ejerce en el canal de diario El Universo en Youtube, sustenta como eje potenciador a la comunicación digital; esto quiere decir que los medios de comunicación, los periodistas y ciudadanos, gracias a la comunicación digital hacen que portales como Youtube, hagan que el usuario en línea aporte libertad de opinión, creatividad, personalización, comodidad, entre otras, al momento de interactuar en la red internet como en el caso de Assange, en donde los comentarios fueron subidos de tono.

Así mismo, en cuanto a la “forma de afirmar” dentro del análisis, el público específico al que los usuarios vertieron sus comentarios, fue exclusivamente para el canal de diario El Universo en Youtube. Los ciudadanos fueron contundentes en sus interacciones al dejar en claro que diario El Universo, al demostrar su postura antigubernista, se transforma en un medio corrupto, amoral y sin vergüenza; como se pudo constatar en los comentarios expuestos anteriormente.

Para finalizar el análisis de contenido, “la intensidad y los recursos estilísticos” utilizados por los usuarios fueron retóricos, es decir, manejaron códigos

comunicacionales coloquiales, se manifestaron en dialecto o modismos ecuatorianos. En cuanto a diario El Universo, el manejo del lenguaje fue persuasivo, quiso brindar un ambiente periodístico –profesional, queriendo causar impacto a su manera de transmitir información, y aunque lo logró, no fue de una forma positiva sino ,todo lo contrario, fue para que sus internautas aportaran comentarios negativos en cuanto al manejo periodístico. A partir de ahí, es que diario El Universo empezó a subir noticias más profesionales, en donde no se responsabilizaban ellos de lo transmitido, pese a ser el medio, sino otorgaban indirectamente la responsabilidad a la agencia EFE, para recuperarse un poco del mal sabor que fue la publicación de su primera noticia sobre el caso Assange en su canal de Youtube.

Considerar a la comunicación como interacción social y opinión pública orientando su reflexión e investigación, hace que en el caso del asilo político a Julian Assange en Ecuador tratado por canal de diario El Universo en Youtube, se haya presentado de manera controversial, es por esto que a continuación se presenta las coincidencias y diferencias del estudio en caso.

4.2.1 Coincidencias y diferencias

A llevar a cabo el análisis sobre el caso del asilo político a Julian Assange en Ecuador tratado por canal de diario El universo en Youtube, pionero en suscriptores en línea a comparación de los otros medios de comunicación ecuatoriana que poseen canales en Youtube, fue determinante establecer la validez del contenido que los usuarios generaron socialmente. Inicialmente las noticias derivadas del tema Assange que fueron cuatro, mostraron entre sus coincidencias y diferencias lo siguiente:

Las interacciones sociales que se dieron en las noticias publicadas por diario El Universo describieron el favoritismo de los usuarios con respecto a la autorización de asilo político a Julian Assange en Ecuador, concedida por el presidente Rafael Correa Delgado y el canciller Ricardo Patiño. También se pudo coincidir en que los internautas estuvieron de acuerdo en afirmar que diario El Universo desinforma; que es un medio corrupto, y manipulador de información.

Por otro lado, los 72 comentarios que realizaron los usuarios a las noticias de Assange, era una población joven catalogada entre 20 y 40 años y la mayoría de sexo masculino, interesada en la política de Ecuador, poseedores de un lenguaje retórico, es decir, manejaron códigos comunicacionales basados en modismos ecuatorianos.

El canal de diario El Universo en Youtube, es un medio que genera interacción social y opinión pública; además de que es un medio de comunicación que demanda consumo, posee acogida en la ciudadanía, pues siempre sus usuarios están pendientes de sus actualizaciones aunque no siempre sean comentadas.

Entre las diferencias, se destaca que diario El Universo no categorizaba las noticias de Assange como políticas, sino variaba y designaba el caso como si fuera de entretenimiento o deportes.

También se pudo observar que el producto audiovisual que presenta el medio sobre el caso era de otra fuente, la agencia EFE. El afán de informar, hace que el medio sea desordenado y se olvide de generar y categorizar sus noticias con autoría propia.

Por último, el caso de asilo político concedido a Julian Assange en Ecuador varía en la autoridad, intensidad, mecanismo estilístico al redactar los titulares, pues algunas noticias poseen dichos postulados argumentados y tratados con más profesionalismo y otras noticias se basan en recursos sensacionalistas que pretenden apelar a los sentidos de los usuarios; es un juego psicológico donde busca posesionarse diario El Universo con autoridad.

CONCLUSIONES

La Teoría de la Comunicación Humana y la Teoría del Actor Red son un hecho de que la comunicación ejerce interacción social en este proyecto de tesis, al mostrar distintas perspectivas del término “interactuar” a través de la comunicación analógica y digital. Por lo que se entienda al desarrollo de la globalización, Tics, periodismo, cultura como ejes fortalecedores de la comunicación, que junto con los avances tecnológicos apuntalan y legitiman este proceso.

La esfera pública merece ser entendida como una dinámica de libertad de pensamientos y sin ataduras a condiciones o líneas políticas que ofrece internet con el uso de redes sociales como Youtube, que configuran la identidad de las culturas. Además, se debe tomar en cuenta que esta esfera es un constante espacio de retroalimentación entre ciudadanos y periodistas que representan la voz de una población.

La utilización de Internet persigue reforzadores de carácter eminentemente social, donde la comunicación multimedia audiovisual como la que muestra Youtube tiene un papel primordial en regir la conducta de las personas para un futuro por venir lleno de tecnologías inteligentes.

Así mismo, Youtube brinda iniciativa a una variedad de perspectivas diferentes en su cobertura de acontecimientos; brindando nuevas voces, y rostros, ofreciendo navegación y conversaciones en línea sobre los videos vistos.

El periodismo ciudadano ha hecho que la sociedad adquiera otra dimensión en esta imagen de la comunidad virtual, brindando ayuda en difundir mensajes e

información con mayor alcance y con el libre deseo de no seguir las líneas editoriales o de pensamiento de los medios o compañías, y menos ceder a las presiones de los mismos.

Las redes sociales generan interacciones en crecimiento continuo y por ende opinión pública. A esto, periodistas y medios de comunicación se han visto inmersos en una adaptación continua a un mundo tecnológico y globalizado que permite conocer la preparación y la responsabilidad del profesional en el periodismo al demandar información en línea y mejorar la posibilidad de comunicación humana fomentando la opinión pública a través de un discurso de poder y a su vez político.

La esfera pública merece ser entendida como una dinámica de libertad de pensamientos y sin ataduras a condiciones o líneas políticas que ofrece internet con el uso de las redes sociales que configuran la identidad de las culturas.

El estudio de caso sobre Julian Assange y el asilo político concedido en Ecuador, determinó los distintos tipos de comunicación en el proceso de “interactuar” y “opinar” en la esfera pública, mediante el canal de diario El Universo, en Youtube; desde las catalogaciones que se hacen de ella los internautas, con la mediación de la tecnología, la globalización y la creciente y a la vez limitante actividad periodística que existe en Ecuador.

El periodismo y los medios de comunicación se han adaptado a los cambios, pero no es suficiente, falta más agilidad, más honestidad, más periodismo multitarea y apertura a nuevos conocimientos, no líneas de pensamiento cerradas, ni métodos

manipuladores para persuadir el interés de la población; la interacción, no basta únicamente con que el usuario opine, el profesional también debe de opinar e interactuar para proseguir con el mejoramiento de los procesos de comunicación en red; caso contrario, como dice Ramonet, “el periodismo y el periodista se seguirá viendo amenazado no sólo por las Tics, sino por los periodistas ciudadanos que frente a la desconfianza que el periodista profesional genera, aprovechan y ganan usuarios.” (Disponible en línea: (En línea: http://www.taringa.net/posts/apuntes-y-monografias/5723992/El-periodismo-del-Siglo-XXI-Ignacio-Ramonet_.html: 2012).

Las interacciones de cada uno de los usuarios se relacionan con su edad, género, lenguaje estilístico, intensidad, entre otros. Este contexto hace que la investigación en relación al caso de Julian Assange demande contenido controversial haciendo que los usuarios coincidan estar a favor de que el gobierno haya otorgado al fundador de Wiki Leaks asilo político en Ecuador.

Luego de haber ahondado en el tema de la “interacción social” en la red según las distintas perspectivas de las Teorías de la Comunicación Humana y la Teoría del Actor Red, se evidencia una importante denotación en cuanto al ejercicio de la labor periodística en las redes sociales, en este caso, en el portal Youtube, puesto que los internautas aseguran que el periodismo que ejerce diario El Universo está en riesgo, si sigue tratando las noticias de forma alarmante.

Comprender el papel periodístico en el mundo virtual contemporáneo de diario El Universo en Youtube, mediante la toma de un hecho noticioso de actualidad, es una aserción que se cumple, ya que al generar los ciudadanos interacción social; los

periodistas y medios de comunicación, se van acoplando a la demanda de la globalización que se ofrece con el uso de las Tics, por ende la comunicación humana a evolucionado y se ha transformado en una comunicación en red, comunicación digital, donde todo es parte de un todo.

De igual manera en este análisis se evidencia la postura del autor Pierre Lévy, en su libro *¿Qué es lo virtual?*, en el que argumenta que la esfera pública del mundo de internet, en este caso, el canal de diario El universo en Youtube, es un espacio para interactuar, informarse y respetar no para abusar de su poder de comunicación y creatividad.

Por último, el caso de asilo político para Julian Assange en Ecuador es una muestra de cómo entender la potencialidad de las nuevas miradas mediáticas hacia el universo virtual, al comprobar que los internautas reaccionaron ante las noticias expuestas por el medio de comunicación en línea, se determinó la importancia de la labor periodística al querer generar opinión y acoplarse a las nuevas demandas tecnológicas frente a una sociedad acta para acoplarse a los cambios que genera la globalización.

BIBLIOGRAFÍA

ALLOCA, Kevin (2011) *Quienes trabajamos en Youtube no somos periodistas*

Disponible en: www.ijnet.org.es

ANDIÓN GAMBOA, Eduardo (1999) *Pierre Bourdieu y la comunicación social*

.Universidad Autónoma Metropolitana - Unidad Xochimilco

ARIAS, Carlos Luis. (1973). Informe disponible en digital: *Segundo curso sobre comunicación digital*. España.

ÁVILES, José Alberto. (2002) Disponible en: www.chasqui.comunica.org. Edición 79

BARBERO, Jesús Martín (2003). *De los medios a las mediaciones*. Editorial Gustavo Gili.

BENEYTO, José Vidal (2002). *La ventana global*. Santillana Ediciones Generales S.L

BODALERAS CUCURELLA, Margarita. (2001) *La opinión pública en Habermas*.

Disponible en digital: <http://www.bioeticanet.info/boladeras/oppubHab.pdf> Universitat de Barcelona. Facultat de Filosofia

BOLTER, David. (1984) *El hombre de turing. La cultura occidental en la era de la informática*. Fondo De Cultura Económica USA, 1999

CANCLINI, Néstor (2008) *Cultura y comunicación: entre lo global y lo local*. Número

9 de Ediciones de periodismo y comunicación, Universidad de La Plata. Edición:

Facultad de Periodismo y Comunicación Social Universidad Nacional de la Plata, 1997.

CASTELLS, Manuel (2001) *Internet y la sociedad en red*. Edición. Intermón. OXFAM, editorial

DARLEY, Andrew. (2002) *Comportamiento del consumidor*. Edición CENGAGE learning.

ECHEVERRÍA, Javier. (2000). *Un mundo virtual*. Edición Ilustrada

Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española. (2011). Disponible en: www.rae.es. Consultado el 25 de agosto de 2012

DIARIO EL UNIVERSO. Disponible en digital: www.eluniverso.com

EVERTSZ, Carlos Julio *La comunicación efectiva* (2000). Editora BÚHO.

EDITUM, Comunidad de Autores Expertos en Internet. *Principales redes sociales*
Disponible en digital: www.editum.org

FIGUEROA, Heidi. (2001) *Cibercultura, un mapa de viaje*. Ediciones Trilce.

GARCÍA, Ibáñez (s/f). Capítulo 4 *Análisis de Contenido*. Edición EDIC.UM

GARZA, María Rosalía. (2008). *Aportaciones de las ciencias sociales al estudio de la comunicación interpersonal*. Estudio disponible en digital: www. nuestromodo.wordpress.com

GARCÍA DÍAZ, Paloma. (s/f). *Bruno Latour y los límites de la descripción en el estudio de la ciencia*. España. Análisis doctoral. Disponible en línea: www.0-hera.urg.es.adrastea.urg.es

DOMENECH, Antoni. (2002). Habermas, Jürgen *Capítulo VII Historia y crítica de la opinión pública. La transformación estructural de la vida pública*, Barcelona, 2002. Editorial Gustavo Gili.

GOFFMAN, Erving. (1971). Capítulo 2 libro *La representación de la persona en la vida cotidiana*. Londres. Edición reimpressa. (2001)

GONZALEZ, Marta (2009) *Teoría del actor red y la tesis de la tecnociencia*
Disponible en digital: www.arbor.revistas.csic.es

GUTIÉRREZ, Fernando (2008). *Integración social digital*. Edición especial México 200 años.

JARA, Victor. *Área de lenguaje y comunicación* (2009) (Disponible en: www.laverdaderamagnitud.files.wordpress.com. Consultado en Agosto 20 de 2012.

LATOUR, Bruno. (1999). *Teoría del actor Red*. Salamanca. Editorial Sígueme.

LASWELL, HAROLD. (2008). *Funciones básicas de los medios de comunicación*. Edición reimpresa 1927.

LEVY, Pierre. (1997). *La cibercultura, el segundo diluvio*. Barcelona. Edición Anthropos.

LEVY, Pierre (1998) *Que es lo virtual*. Edición Paidós, re impreso (2008).

MADARIAGA, Camilo. (Varios autores 2003). *Redes sociales: Infancia, familia y comunidad*. Edición Universidad del Norte U.N

MARENCO, Naty. (2002). Disponible en línea: *Mundialización e identidad nacional*. www.javeriana.edu.co

MARQUEZ PEREZ, (s/f). *Teoría de la comunicación Weaver y Shanon*. Disponible en digital: www.peremarques.pangea.org.

MENESES, María Elene. (2010) *La red es el mensaje. Redes sociales en la esfera pública* Publicado en Revista Mexicana de Comunicación. Número 123. Septiembre. Disponible en línea <http://es.scribd.com/doc/40162025/La-red-es-el-mensaje-Redes-sociales-en-la-esfera-pública>

MULCHIBREMER, Erick. (2012). Disponible en digital: <http://www.psicoanalisisahora.blogspot.com>. Consultado el 26 de agosto de 2011.

ORTIZ, Renato. (1998). *Otro territorio. Ensayos sobre el mundo contemporáneo*. Convenio Andrés Bello, 1998. Primera edición: Universidad Nacional de Quilmes.

OIT (Organización Internacional del Trabajo). *Estudio sobre cambios en el mundo del trabajo* (2000). Disponible en: www.oit.org Consultado el 6 de septiembre de 2012.

PASTOR, Luis. (2010). *Periodismo Zombi en la era de las audiencias participativas: la gestión periodística del público (II)*. Editorial UOC, Barcelona

PELAYO-CABRERA, (2001). *Lenguaje y comunicación: conceptos básicos, aspectos teóricos*. Edición CEC.S.A

RAMONET, Ignacio (s/f) *La explosión del periodismo*. Disponible en : www.periodismodelsigloXXI-ignacio-ramonet.html

RIZO, Martha. S/f. *El Interaccionismo Simbólico y la Escuela de Palo Alto: Hacia un nuevo concepto de Comunicación*. Barcelona.

RIZO, Martha. (2012). *Comunicometodología y comunicación interpersonal: presencias y ausencias en la comunicología mexicana*. Disponible en línea: www.razonypalabra.org.mx

TIRADO- DOMENECH. (2005). PDF. Revista de antropología Iberoamericana..*Teoría del actor red*.

TIRZO, Jorge (2011) *Contra la discriminación en tiempos de Youtube*. Disponible en: www.mexicanadecomunicación.com.mx

UIT Y IDI (2011) *Medición de la sociedad de la información*. Unión Internacional de Telecomunicaciones e Índice de Desarrollo de las Tecnologías de Información. Disponible en línea: <http://www.itu.int/ITU-D/ict/publications/idi/material/2011/MIS2011-ExecSum-S.pdf>

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA, *Módulo final III*. (2011) Disponible en: www.unl.edu.ec/educativa/wp-content/

VIERA LÓPEZ, Luis (2003). *Comunicación social, selección de lecturas*. Editorial Icaria.

VILCHES, Lorenzo (2001). *Migración digital*. Edición Ilustrada.

WATZLAWICK, Paul. (1985). *Teoría de la comunicación humana, interacciones, patologías y paradojas*. España. Ediciones Paidós Ibérica, S.A.

WOLTON, Dominique. (2007). *Pensar la Comunicación*. Edición Prometeo.

WOLTON, Dominique. (2000). *Las nuevas tecnologías, el individuo y la sociedad en internet. Y después?* . Barcelona. Edición Gedisa.