



## BLOGS EN DIARIOS, INCIDENCIA DEL PERIODISMO CIUDADANO EN ECUADOR

Gabriela Coronel Salas<sup>1</sup>

*"Los lectores ya no son los receptores pasivos de los mensajes. Ellos crean, comparten y comentan.*

*Y DESEAN HACERLO TAMBIÉN EN LOS SITIOS WEB NOTICIOSOS." MARK BRIGGS, 2007*

*Licenciada en Comunicación Social y docente de Sociología y Periodismo Digital en la Escuela de Comunicación Social UTPL. Doctorando en Comunicación y Periodismo de la Universidad Santiago de Compostela bajo la línea de investigación de periodismo y nuevas tecnologías.*

[gabrielacoronelsalas@gmail.com](mailto:gabrielacoronelsalas@gmail.com) [Investigación que parte del DEA]

### Palabras clave

*Blogs, periodismo ciudadano, prosumidor.*

### Resumen

Los *blogs*, *weblogs*, bitácoras o diarios tienen una característica principal, la de fomentar la participación mediante la opinión a través de sus entradas, y más en los comentarios. Cuatro de los cinco diarios en línea analizados en Ecuador demuestran que el uso de las bitácoras se ve relegado a una sección más, un directorio Web; olvidándose de que las nuevas tendencias en la transmisión de información implican la necesidad de mantener contacto directo con el usuario. Una excepción podría ser *Ultimasnoticias.ec* que, con alrededor de 350 "vecinos reporteros" trata de dar vida a la existencia de una voz activa de participación.

<sup>1</sup> **GABRIELA CORONEL SALAS.** Licenciada en Comunicación Social y docente de Sociología y Periodismo Digital en la Escuela de Comunicación Social UTPL. Doctorando en Comunicación y Periodismo de la Universidad Santiago de Compostela bajo la línea de investigación de periodismo y nuevas tecnologías. [gabrielacoronelsalas@gmail.com](mailto:gabrielacoronelsalas@gmail.com) [Investigación que parte del DEA]

En la actualidad, Internet muestra que el ciudadano puede ser *prosumidor* de los hechos informativos.

## **Introducción**

Alrededor del mundo y en algunas esferas en especial se menciona que la llamada red de redes, Internet, "muestra la capacidad de las personas para trascender las reglas institucionales, superar las barreras burocráticas y subvertir los valores establecidos en el proceso de creación de un nuevo mundo" (Castells, 2001). Desde su creación hace ya 40 años ha venido evolucionando y llegando a más usuarios, dejó de ser exclusivo para acciones militares y pasó a formar parte de procesos inimaginables.

Desde entonces el uso de la red en todo el mundo ha cobrado presencia, en el caso de Ecuador se hizo conocer a finales de los 90's, y actualmente el nivel de acceso a Internet en los hogares, oficinas, cibercafés es de 13% siendo, 1,854.773 ecuatorianos<sup>1</sup> en línea, según datos de la Superintendencia de Telecomunicaciones a diciembre 2009<sup>2</sup>.

Hoy está abierto a medios de comunicación tradicionales -prensa, radio, televisión-, empresas industriales, financieras y comerciales, a la publicidad, al ocio, a los gobiernos, a la delincuencia internacional, a los centros educativos, a las iglesias, a los ciudadanos particulares, etc. Con la llegada de la Web Social o Web 2.0, promovida por O'Reilly y su equipo a mediados de 2004, empieza a surgir el cuestionamiento de la verdadera WWW (*World, Wide, Web*) y su implicación con la sociedad y particularmente

---

1 Usuarios Internet a diciembre 2009 (1,854.773) / población a 2010 (14,179.289) = 13,08%

2 Superintendencia de Telecomunicaciones, S. d. (2009). "Estadísticas acceso a Internet." 2009, de [http://www.supertel.gov.ec/pdf/estadisticas/acceso\\_internet.pdf](http://www.supertel.gov.ec/pdf/estadisticas/acceso_internet.pdf) [Consulta: 15/mayo/2010]

con el usuario de Internet. La diferencia radica en la participación que tiene el usuario, ya sea desde el aporte de su conocimiento, redacción, formando parte de redes sociales<sup>1</sup>, o siendo parte activa de la Web, en si, construyendo una “arquitectura de la participación”<sup>2</sup>. (Cobo; Pardo, 2007). La investigación profundizó sobre el uso de los herramientas sociales, y particularmente de los *blogs* dentro de los medios de comunicación en línea y su implicación en el llamado periodismo ciudadano o participativo.

## **Justificación**

### ***Los blogs como una sección más en los diarios***

Según Technorati, existen 133 millones de blogs indexados desde 2002, 7.4 millones de blogs actualizados en los últimos 120 días, 1.5 millones de blogs actualizados en los últimos 7 días, 900,000 las últimas 24 horas.<sup>3</sup> El perfil del bloguero hispano oscila entre los 25 a 34 años de edad, el 78% son hombres, es decir 2 de cada 10 blogueros, son mujeres<sup>4</sup> acentuándose la diferencia en la blogosfera. El último informe de bitacoras.com menciona con asombro el caso particular de Ecuador, al ser el noveno país en tener autores activos en el mundo hispano.

---

1 Comunidades virtuales que se relacionadas entre si y mantener constante comunicación entre personas afines a ciertos temas de interés. Encontramos a *Facebok*, *Hi5*, *Myspace*, *Twitter*, *Second Life*.

2 Esta arquitectura se construye alrededor de las personas y no de las tecnologías (...) La idea de una arquitectura de la participación se basa en el principio de que las nuevas tecnologías potencian el intercambio y la colaboración entre los usuarios. (O Reilly)

3 Véase: <http://www.technorati.com/> [Consulta: 20/abril/2010].

4 Informe sobre el estado de la blogosfera hispana <http://bitacoras.com/informe/099> [Consulta: 15/mayo/2009].

A mayo 2010 se identifican 126,861,574 blogs, las últimas 24 horas 42,234 nuevas bitácoras y en este mismo lapso de tiempo 836,009 nuevos post indexados<sup>1</sup>. Una de las principales plataformas para la creación de blogs, *Blogger*<sup>2</sup>, da como dato que en Ecuador están registrados más de 80.000 cuentas. Puede sonar un número exagerado, pero es importante ver cuántos de ese gran número mantienen una continua periodicidad en su publicación. Según el directorio de <http://ecuablogs.com/>, existen alrededor de 400 bitácoras activas, de las cuales más del 37% son personales, los restantes tratan temas tecnológicos, culturales, periodísticos, deportivos, artísticos, etc.

Si bien se menciona el potencial de los blogs en el mundo entero, la situación en Ecuador es otra. Con la convergencia de medios como El Comercio, Hoy, El Tiempo, Confirmado.net (este último nativo) a la red éstos también se unieron a la tendencia de incluir bitácoras dentro de sus secciones, pero, meramente como un directorio web.

- ★ **ElComercio.com**<sup>3</sup>, invita a los lectores a formar parte de su directorio, y son 65 *blog* alojados en el diario tratando diversas temáticas de tipo, personal, cultural, deportivo, ambiental, social, político, etc.

---

1 <http://blogpulse.com> [Consulta: 16/mayo/2010].

2 Véase: <http://www.blogger.com/> [Consulta: 15/mayo/2010].

3 “Una de las últimas tendencias del periodismo es la de dar a los lectores la oportunidad de relatar, desde su propia perspectiva, los hechos y las noticias que está viviendo. Un blog (diminutivo para Web Log, o Bitácora Web, en español) es un espacio público en la Web para publicar textos, fotos, videos, etc. que muestren una realidad específica. Con los blogs de Elcomercio.com, los lectores ahora tienen la oportunidad de contar sus historias personales y los hechos que ocurren en Ecuador y en el mundo”. Entre los términos y condiciones de uso que el diario tienen para su “portal de *blogs*”, van desde la suscripción, lenguaje a utilizar propiedad intelectual y además el diario podría retirar el blog si infringe alguna de las normas establecidas previa a la aceptación del compromiso. Véase: [http://www.elcomercio.com/noticiaEC.asp?id\\_noticia=107709&id\\_seccion=1766](http://www.elcomercio.com/noticiaEC.asp?id_noticia=107709&id_seccion=1766) [Consulta: 15/mayo/2009].

- ★ Con **Hoy.com.ec**<sup>1</sup> ocurre algo similar, los *blogs* están alojados formando parte de una sección, los periodistas no mantienen su propio espacio, sino son los usuarios/lectores quienes registran su URL y escriben desde su propia bitácora, resaltando temas como: política (19), literatura (12), periodismo y tecnología (24), deportes (8), cultura (29), personales (53) y migrantes (17), y una categoría enfocada a blogs Hoy (59).
- ★ La misma situación se da con **Eltiempo.com.ec**, que tiene alrededor de 30 blogs suscritos al diario, abordando diversas temáticas.
- ★ El caso del diario netamente nativo y que mantienen bitácoras en su web bajo el lema “el espacio para comunicarse, el espacio para expresarse” es **Confirmado.net**, son 10 personajes (algunos reconocidos en el campo político) que tratan tópicos tales como: cultura, política, actualidad, análisis, ecología, tecnología y cocina.

Los blogs en los diarios en línea forman una sección más, a diferencia de otros en Iberoamérica, como es el caso de El Clarín, La Nación (Argentina), El País, (España) quienes han mostrado real interés en las bitácoras, y es más sus periodistas las mantienen actualizadas, dentro o fuera del medio.

## **Periodismo ciudadano o participativo**

Conocido también como periodismo participativo o de código abierto (*open source journalism*). Tiene sus orígenes antes del nacimiento de la propia

---

<sup>1</sup> Se resalta una sección especial, Hoy interactivo, “un espacio donde los únicos dueños de la información son los lectores, aquí publicas tus artículos de opinión, tus fotos, tus saludos, aquí interactúas y haces tú las entrevistas en los chats de Hoy”. Desplegando “despertadores” de participación como: Punto de encuentro del migrante, blogs, chats, mensajes, el editorialista online, chef interactivo, concursos, Hoy te entrevisto. Hoy lleva 27 años en el mercado informativo del país, cuenta con un tiraje de alrededor de 100.000 ejemplares. <http://www.hoy.com.ec/> [Consulta: 15/mayo/2009].

prensa<sup>1</sup>. En la actualidad, Dan Gillmor es considerado el padre del periodismo ciudadano o periodismo 3.0. Al usar esta terminología hace referencia al cambio o vuelco que ha dado la comunicación de masas, periodistas y medios. Es decir que los usuarios son quienes participan directamente en el hecho noticioso, mediante varios medios, uno de los principales, el blog<sup>2</sup>. El libro *Planeta 2.0* hace referencia a las versiones del periodismo basado en la Web 2.0. Se comparó al periodismo 1.0 como la migración que se hace de los contenidos de los medios analógicos a los digitales, el periodismo 2.0 como la creación de contenidos de y para la red.

Uno de los más notables casos de periodismo ciudadano es el diario *Oh My News* [OMN], fundado por el periodista Oh Yeon Hom en Corea del Sur en el año 2000. Son más de 60.000 reporteros ubicados alrededor del mundo quienes envían sus notas, provenientes de 65 países, las cuales son filtradas por un editor y posteriormente se da su publicación. Son 5.000 noticias de las cuales el 70% son de los reporteros ciudadanos, y sólo el 30% de los periodistas del propio diario. Ahora mismo se publica en tres idiomas, coreano, inglés y japonés, y cuenta con su edición impresa<sup>3</sup>.

---

1 (...) La primera edición de lo que hoy se considera el primer diario norteamericano, el *Publick Occurrences, Both Foreign and Domestick* (25 de septiembre de 1690) un periódico de apenas cuatro páginas, con la particularidad de que la última era una página en blanco en la que el lector contaba con un espacio para escribir sus propias noticias y opiniones. La primera edición del *Publick Occurrences*... también fue la última, ya que duró sólo un número. (Zanoni, 2008)

2 En el libro *We the Media* que Gillmor publicó en 2004, se ubica bajo la misma noción de inteligencia colectiva valorando y potenciando la relevancia de las aplicaciones de escritura colaborativa en el nuevo periodismo. A decir de Cobo y Pardo Kuklinski (2007), los autores señalan que los blogs proponen un tipo de noticias producidas por ciudadanos que tienen algo para decir –más allá de los *mass media*– quienes siempre tuvieron el monopolio de la primera versión de la historia. Así, reafirma que los recursos de noticias no tradicionales permiten crear un contexto valioso alternativo a los intereses comerciales de los grandes medios, pues éstos se han convertido en “instituciones arrogantes con un conservadurismo poco crítico.

Véase <http://revistatrecho.com/wordpress/2008/11/periodismo-en-la-era-digital/> [Consulta: 29/mayo/2009].

3 Véase <http://www.periodismociudadano.com/2008/04/07/ohmynews-ve-el-futuro-en-la-participacion-y-en-las-noticias-de-interes-humano/> [Consulta: 29/mayo/2009].

### **Caso Últimas Noticias**

El diario Últimas Noticias perteneciente al grupo El Comercio, nació con la idea de llevar las noticias a otras esferas, con el lema “tú haces el periódico” buscan convertir al ciudadano común en un reportero más, el cual contará los hechos que suceden en su entorno, pueden enviar los textos, fotos o videos vía teléfono móvil, o por correo electrónico; éste lleva la denominación de Vecino Reportero<sup>1</sup>.

Al momento cuenta con 342 Vecinos Reporteros (VR), uno de los cuales ha publicado ya 100 notas a lo largo de todo este tiempo. Últimas Noticias mantiene su edición impresa diaria, y algunas de las notas de los VR son tomadas en cuenta para la publicación en papel.

Como todo diario que recibe las aportaciones de ciudadanos, éstas se someten a verificación, llamando al vecino y en ocasiones a corresponsales del grupo editorial que pudiera encontrarse en la provincia o ciudad donde se desarrolló el acontecimiento, para realizar la debida contrastación de información. Últimas Noticias en si es, uno de los pocos diarios en el país donde permite al lector formar parte de su redacción. Pero también es claro que sin el ánimo de los ciudadanos, éste modelo de periodismo “colaborativo” el día de hoy no estaría de pie.

### **Microblogging y la inmediatez en la emisión de noticias**

En *“The digiactive guide to twitter for activism”*, realizada por Andreas Jungherr, define a éste servicio (...) *Is a microblogging service that enables its*

---

<sup>1</sup> Véase: [http://www.ultimasnoticias.ec/comunidadvr.asp?id\\_seccion=13](http://www.ultimasnoticias.ec/comunidadvr.asp?id_seccion=13) [Consulta: 29/mayo/2009].

*users to publish short messages, up to 140 characters in length, on a personalized news feed. (...).*

Uno de los servicios de *microblogging* de mayor relevancia en estos tres últimos años es *Twitter*. Muchos de los entendidos en comunicación digital han visto gran potencial como herramienta de comunicación, debido a la inmediatez en la transmisión de datos, en 140 caracteres o menos. En la candidatura presidencial del ahora primer mandatario de EE.UU., Barack Obama, se intensificó y masificó el uso de *Twitter* en campañas políticas, pero lo más importante, el hecho de que alrededor de un millón de seguidores (*followers*) fueron testigos de cada *tweets*<sup>1</sup> enviado desde algún Estado del país.

Caso similar ocurrió en las elecciones del 26 de abril de 2009, donde el Ecuador elegía a las autoridades de gobierno nacional y local. El uso de *hashtags* para distinguir los *tweets* facilitó la búsqueda antes, durante y luego del evento electoral<sup>2</sup>. Los acontecimientos políticos tocan la fibra más sensible de la sociedad, ejemplo fue el 30 de septiembre de 2010 [#30S]<sup>3</sup>, qué estuvo cargado de informes provenientes de tuiteros ecuatorianos comentando la revelión policial ante el primer mandatario, luego de comentarios que pudieron constarle la vida.

En 1972 McLuhan y Barrington Nevitt entre sus premisas mencionaron que “la tecnología permitiría al consumidor asumir simultáneamente los roles

---

1 Semejante a las entradas o post en un blog.

2 Uno de los *bloggers* y *twiteros* de mayor nombre y que sobrepasa los 2.000 *followers* en el Ecuador es <http://twitter.com/palulo/>, él optó por integrar *Cover it live* a su blog, con el *tag* #26, causando interés de algunos medios de comunicación como, Últimas Noticias, El Tiempo, Fundamedio, entre otros, que hicieron lo mismo, colocaron en la página principal de su web la herramienta, permitiendo al lector y a sus reporteros conocer incidencias de las elecciones en las diferentes provincias del país de primera mano, datos de ciudadanos.

3 Véase: <http://search.twitter.com/search?q=30s,+Ecuador> [Consulta: 15/10/2010]

de *productor y consumidor de contenidos*” (Islas-Carmona, 2008). Esto nos lleva a dar el salto de consumidor a productor, *prosumer*, término acuñado en 1996 por Alvin Toffle en su obra *The Third Wave* (Tapscott & Williams, 2009). Trasladándolo al hecho informativo o comunicacional, se manifiesta en la función o papel que el usuario tiene al difundir sus contenidos en la red, sean imágenes, audios, videos, o textos, pero cargados de aportes singificativos que podrán ser validados unicamente con el *feedback* que reciban de sus pares o consumidores.

### **Objetivos**

Realizar la verificación del uso de *blogs* dentro de los medios de comunicación en línea y su implicación en el llamado periodismo ciudadano.

### **Objetivos específicos:**

- 1 Conocer el papel que cumplen las bitácoras dentro de los diarios en línea.
- 2 Verificar la existencia del llamado periodismo ciudadano
- 3 Creación de una cultura o no de participación ciudadana en *los mass media*, a través de la red.

### **Beneficiarios**

Se analizó el papel que cumplen los blogs dentro de los medios de comunicación del Ecuador, en el caso específico de los diarios, El Comercio, Hoy, El Tiempo, Confirmado.net y Últimas Noticias. Existen diferencias notables en lo que se desea conocer, si bien se pretende realizar la verificación del uso de los blogs en los medios, por otra parte es importante analizar la apertura que éstos dan al ciudadano común, ávido de informar

sobre los acontecimientos que en su entorno suceden. Siendo importante conocer si existe o no el llamado “periodismo ciudadano”, además cómo se desarrolla en las diferentes esferas comunicacionales, y si se va creando o reafirmando una cultura de participación a través de la red.

El tipo de investigación cualitativa y cuantitativa. Entendiendo por investigación cualitativa los estudios que proporcionan una descripción verbal o explicación del fenómeno estudiado, su esencia, naturaleza, comportamiento en contraste con la exposición ofrecida por la investigación cuantitativa, que se basa fundamentalmente en cifras que cuantifican aspectos de número de bitácoras en los medios de comunicación, *bloggers* que acceden a bitácoras en medios, conocimiento y aprobación del periodismo ciudadano, entre otros. Diseño y nivel de investigación descriptivo-exploratorio.

## **Estrategias metodológicas**

### **Población y muestra**

El estudio se realizó con periodistas y bloggers del Ecuador, los mismos que tienen o no relación con los diarios. Los medios que mantienen bitácoras dentro de sus secciones son: El Comercio, Diario Hoy, El Tiempo, Confirmado, y el caso de Últimas Noticias con su propia plataforma que aloja notas de sus “Vecinos Reporteros”.

En principio se delimitó encuestar a todos aquellos editores que están dentro de los diarios quienes formar parte del directorio de blogs, pero no fue posible debido a que la persona (periodista, director, editor) encargada de manejar la

sección no contestó al pedido realizado. Si bien no fue un impedimento, se logró encuestar a 30 blogueros que dieron su opinión sobre el uso de los blogs dentro de los medios, periodicidad en posteo, lectura, credibilidad, temáticas de interés y evidencia de participación ciudadana a través de los blogs.

## **Instrumentos de recogida de información**

Para obtener información *insitu* se realizó entrevistas a dos periodistas que están relacionados a los medios de comunicación en la red, Jorge Cruz Silva de Diario Últimas Noticias y Christian Espinosa, director de Coberturadigital.com, *freelancer* que ha participado en la capacitación e integración de las salas redacciones digitales. No se pudo contar con la opinión de quienes están detrás de Diario El Comercio y Hoy, quienes no dieron respuesta a las peticiones enviadas para la realización de encuestas y demás datos.

Para recoger la información de las encuestas se utilizó la herramienta formulario<sup>1</sup> de *Google Docs*, que permitió elaborar las preguntas, alternativas, facilitando el envío de respuestas. El llamado para que los *bloggers* se hagan eco de la encuesta se realizó mediante *Twitter*.

## **Resultados**

### **Entrevistas**

Para el periodista **Jorge Cruz Silva**<sup>2</sup>, generador de contenidos de Últimas Noticias, al preguntarle sobre si existe participación ciudadana en el medio,

---

<sup>1</sup>Véase: <http://spreadsheets.google.com/> [Consulta: 02/mayo/2010].

<sup>2</sup> Periodista de <http://www.ultimasnoticias.ec/>

responde: “Si totalmente, nació de hecho con esa idea, lo lanzamos para que la gente pueda generar también información en UltimasNoticias.ec a través del formato de Vecino Reportero.” Las herramientas con las que cuentan para proyectar la participación son muy básicas “envían mails como cualquier otro usuario o puede registrar en la página y enviar sus noticias con un formato específico, cargado fotos vídeo o audio, también la línea 1-700 y se está trabajando en pruebas con SMS”. En el caso de las herramientas 2.0, aún no están integradas del todo, lo que hizo UN fue convertirse en una plataforma 2.0 a través de correo electrónico, teléfono móvil, *Twitter*, o redes sociales como *Facebook*.

La opinión que **Christian Espinosa**<sup>1</sup> tiene acerca de los blogs es que los medios tardaron en adoptarlos y entender que este género nativo digital puede mejorar sus propuestas, “recién cuando ya todo el mundo tenía su blog, empezaron a aplicar blogs de toda las maneras que ya todos utilizaba y no tenía sentido hacerlo igual, se necesitaba estar un paso adelante, pero para los medios fue complicado estar un paso adelante, porque ni siquiera los habían utilizado para contar cosas de su vida personal, como fue que empezamos todos”.

Sobre el futuro y ya presente, “como en el caso del periodismo ciudadano, lo que queda claro es que las personas tendrán su propio medio de comunicación, se ha demostrado que en muchas de las ocasiones ya no necesitan a los periodistas, se le puede llamar blog, bitácoras, eso es un poco relativo. Lo que si es cierto es que cada vez hay más ruido, más información y frente a eso a los periodistas hace falta el estar ahí para poder encontrar entre esa maraña de información donde están las fuentes ciudadanas que hay que seguir y estar enrolados en su conversación.”

---

1 Director de Cobertura Digital <http://www.cobeturadigital.com/>

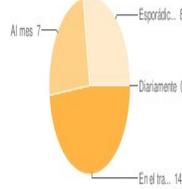
## Encuestas

- Geográficamente los *bloggers* se encuentran distribuidos en ciudades como: Quito, Guayaquil, Cuenca, Ambato, Loja, Tulcán, entre otras. Demográficamente, el perfil del *blogger* ecuatoriano fluctúa entre los 24 a 40 años, teniendo una media de 25,6 años.
- La tendencia se mantiene no sólo en habla hispana o anglosajona, sino también en el Ecuador, el 70% de los *bloggers* son hombres, y el restante 30% mujeres que se dedican a esta actividad.
- La actualización de sus blogs varía de acuerdo al contenido y a su interés de publicación, el 48% lo hace en el transcurso de la semana, el restante 28% esporádicamente, y el 24% cada mes.
- Entre las temáticas que más interesan a quienes visitan blogs están: Tecnología e informática el 77%, seguido por una de las premisas para la creación de un blog, el contar vivencias personales, abarcando la atención en un 50%, seguidos de un 27% y en menores porcentajes quienes tratan de temas noticiosos, actualidad, arte, política, periodismos, farándula, ciencia, deportes, etc.
- Al preguntarles si visitan blogs que están dentro del directorio de los medios, el 70% no visita estos, mientras que el 30% sí lo hace. Esto se puede deber a un sinnúmero de aspectos, como la falta de promoción que desde los medios hagan a los blogs, que puede denotar la falta de interés en la herramienta.
- La receptividad a estos blogs es baja, y el interés de los *bloggers* se ve evidenciado en sus respuestas.
- En cambio a la pregunta sobre credibilidad de éstos blogs, el 27% respondió que sí la poseen, y por ende que creen en lo ahí escrito, esto podría denotar una especie de "compañerismo" *blogger*, en vista que todos mantienen su bitácora, y se sienten parte de aquella credibilidad, hayan o no leído blogs alojados en el diario.
- En relación al apoyo o fomento de la participación ciudadana dentro de estos espacios, el 70% cree que sí se está desarrollando o trabajando, además que considera que es importante mantener una relación directa de ciudadano a ciudadano.
- La opinión se divide al consultarse si ellos se someterían o aceptarían las reglas que los medios tienen para aquellos *bloggers* que deseen

tener su blog dentro de las secciones destinadas para esto, el 53% no las aceptaría, mientras que el 47% si lo haría.

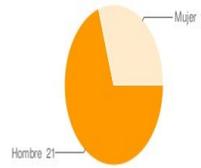
- Los encuestados responden positivamente en un 97% al considerar a los blogs como medios de información, enterándose en ocasiones más temprano de la noticia misma, antes que sea publicada por uno de los diarios.
- A decir de los blogueros y blogueras, el 73% responde que as bitácoras si son consideradas como una nueva forma de periodismo, mostrando los hechos de otra manera, mientras que el restante 27% no lo considera de tal de esa forma.
- Los encuestados y los periodistas entrevistados afirman la existencia de participación ciudadana, otros no lo ven como periodismo, sino como una forma de comunicarse ante los demás, de contar qué está ocurriendo desde algún rincón del país o del mundo

**7. Actualiza su blog:**



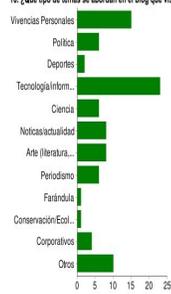
Diariamente	0	0%
En el transcurso de la Semana	14	48%
Al mes	7	24%
Esporádicamente	8	28%

**2. Sexo**



Hombre	21	70%
Mujer	9	30%

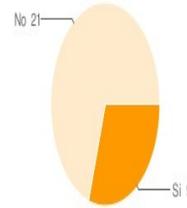
**10. ¿Qué tipo de temas se abordan en el blog que visita con mayor frecuencia (señale máximo 3)?**



Vivencias Personales	15	60%
Política	6	20%
Deportes	2	7%
Tecnología/Informática	23	77%
Ciencia	6	20%
Noticias/actualidad	8	27%
Arte (literatura, música, pintura)	8	27%
Periodismo	6	20%
Fanficción	1	3%
Conservación/Ecología	1	3%
Corporativos	4	13%
Otros	10	33%

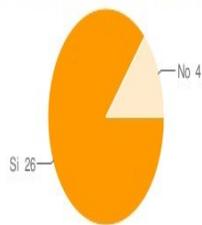
La gente puede seleccionar más de una casilla, por lo que los porcentajes pueden ascender a más del 100%.

**11. Visita frecuentemente blogs que están dentro de medios de comunicación**



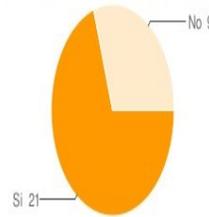
Si	9	30%
No	21	70%

**13. ¿Cree que estos blogs cuentan con credibilidad?**



Si	26	87%
No	4	13%

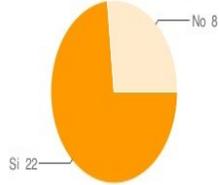
**14. ¿Se está fomentando la participación ciudadana dentro de estos?**



Si	21	70%
No	9	30%

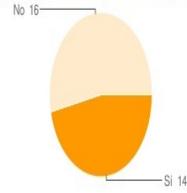
17. ¿Los blog son una nueva forma de periodismo?

Si **22** 73%  
No **8** 27%



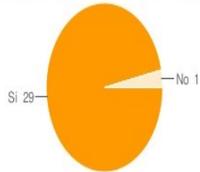
15. ¿Usted aceptaría las reglas del medio para incluir su blog ahí?

Si **14** 47%  
No **16** 53%



16. ¿Considera a los blogs como medios de información?

Si **29** 97%  
No **1** 3%



## Conclusión

Se verificó que los *blogs* que están dentro de los medios de comunicación en línea de los diarios *ElComercio.com*, *Hoy.com.ec*, *ElTiempo.com.ec* y *Confirmado.net*, poseen la sección dedicada a las bitácoras, pero no es más que eso, una sección o directorio de blogs ecuatorianos que se han suscrito para alojar ahí sus URL. Si bien los diarios han querido estar a la tendencia de la ola 2.0, no han dado el siguiente paso, el darle vitalidad.

Con los datos obtenidos a lo largo de este trabajo de investigación se pueden inferir las siguientes conclusiones:

1. La convergencia de un medio no radica en la cantidad de herramientas de Web Social que posean, sino en el buen uso y provecho que le sepan dar. No basta con tener, basta con saber hacer.
2. En el Ecuador, los diarios no dan la real importancia que tienen los *blogs*, se conformaron con crear un directorio y destinarles una sección. Es decir, continúa existiendo la unidireccionalidad de la información y escasa interacción, medio-ciudadano, ciudadano-medio.
3. Los medios de comunicación seguirán siendo medios, y los blogs seguirán siendo blogs. Los papeles son distintos, sus recursos, acciones, y formas de presentar los hechos varían, lo que los hace confluir es informar y comunicar.
4. Se está fomentando una cultura de participación ciudadana, lo podemos llamar "periodismo ciudadano", colaboración, o darle otro

nombre, el hecho es que la gente ha despertado. Tiene en los *blogs* un medio, en ocasiones estarán involucrados directamente en un hecho, lo que hará que redacten, graben, fotografíen y publiquen lo que está viviendo.

5. La empresa periodística necesita replantearse si su modelo informativo *online* cumple con las expectativas de sus lectores, y lo sabrán cuando escuchen la voz de quiénes consumen su producto.
6. La gran parte de bitácoras que existen en el Ecuador, son usadas por *bloggers* de distintas profesiones, tratando temas que van desde tecnología, cultura, deportes, investigación, etc. Siendo la contraparte aquellos periodistas de planta, comunicadores, *freelancer* que mantienen su blog, claro está, alojadas fuera del medio.
7. El claro ejemplo de la voz activa de los ciudadanos se da en diario Últimas Noticias, con los denominados “Vecinos Reporteros”, pero no es una constante en los demás diarios.
8. El uso del *microblogging*, caso específico de *Twitter*, está cambiando la manera de informar y conocer las noticias, por su inmediatez y sobre todo por quién narra el hecho. Actualmente diario El Comercio hace llamados para que los tuiteros narren qué ocurre en el tráfico, en su barrio, en el transporte público; delimitándolos con *tags* específicos y siendo portada de su web. Posteriormente la nota es publicada en el impreso.

## Referencias bibliográficas

Albornoz, Luis A. (2007): *Periodismo digital. Los grandes diarios en la red*. Buenos Aires, La Crujía ediciones.

Boczkowski, Pablo J. (2006): *Digitalizar las noticias: Innovación en los diarios online*, Buenos Aires, Manantial.

Castells, Manuel (2001): *La galaxia Internet*, Barcelona, Plaza y Janés.

Cebrián Herreros, Mariano, Flores Vivar, Jesús (coord.) (2007): *Blogs y periodismo en la red*. Madrid. Editorial Fragua.

Gillmor, Dan (2006): *We the media. Grassroots Journalism by the people, for the people*. O.Reilly. Sebastopol. Versión online en: <http://safari.oreilly.com/0596007337>

López García, Guillermo. (2005): *Modelos de comunicación en Internet*, Valencia, Tirant lo blanch.

Mattelart, Armand (2007). *Historia de la sociedad de la información. Nueva revisión y ampliada*. París, Paidós.

Orihuela, José Luis (2006): *La revolución de los blogs*, Madrid. La esfera de los libros.

Pavlik, John. (2005): *El periodismo y los nuevos medios de comunicación*, Barcelona, Paidós Comunicación 160.

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

Rojas, Octavio; Alonso, Julio Antúnez; José Luis, Orihuela; José Luis, Varela, Juan (2005): *Blogs. La conversación en Internet que está revolucionando medios, empresas y a ciudadanos*. Esic. Madrid.

Salaverría, Ramón; Cores, Rafael. (2005): "Géneros periodísticos en los cibermedios hispanos". *CIBERMEDIOS. El impacto de Internet en los medios de comunicación en España*. Sevilla, Comunicación Social.

Tapscott Don, Williams, Anthony (2007). *Wikinomics*. Barcelona: Paidós.

Trejo Delarbre, Raúl (2006) *Viviendo en el Aleph: la sociedad de la información y sus laberintos*. Barcelona, Gedisa editorial.

### **e-Books**

Canavilhas, João (2007) Webnoticia: propuesta de modelo periodístico para la WWW. Universidade da Beira Interior.

Cobo Romani, Cristóbal; Pardo Kuklinski, Hugo (2007). *Planeta Web 2.0. Inteligencia colectiva o medios fase food*. Grup de Recerca d'Interaccions Digitals, Universitat de Vic. Flacso México. Barcelona / México DF.

Briggs, Mark (2007). *Periodismo 2.0. Una guía de alfabetización digital para sobrevivir y prosperar en la era de la información*. Prólogo y versión en español de Guillermo Franco M.

Digiworld América Latina 2007. Fundación Telefónica.

Fumero Antonio y Roca Genís (2007) *Web 2.0 Con la colaboración especial de Fernando Sáez Vacas Diseño Mapa Web 2.0 Internality (Álvaro Ibáñez y Nacho Palou)* . Coordinado por José M. Cerezo. Omán Impresores.