

UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL



**EL USO DEL MURO DE LA RED SOCIAL FACEBOOK DE LOS
PERIODISTAS DE JULIACA 2014**

TESIS

PRESENTADA POR:

Bach. Rolando Lipa Cerdan

PARA OPTAR EL TÍTULO DE:

LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL

PUNO - PERÚ

2016

UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL

EL USO DEL MURO DE LA RED SOCIAL FACEBOOK DE LOS PERIODISTAS DE
JULIACA 2014

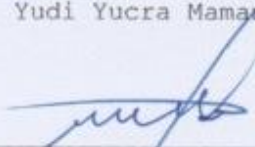
TESIS PRESENTADO POR:


Bach. Rolando Lipa Cerdán

PARA OPTAR EL TÍTULO DE LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
SOCIAL


APROBADA POR EL JURADO REVISOR CONFORMADO POR:

PRESIDENTE : 
Dra. Yudi Yucra Mamani

PRIMER MIEMBRO : 
Dr. Javier Elias Mamani Gamarra

SEGUNDO MIEMBRO : 
Lic. Felipe Gutiérrez Bravo

DIRECTOR DE TESIS : 
Lic. Fermin Gómez Pineda

ASESOR DE TESIS : 
Dr. Eland Vera Vera

PUNO - PERÚ
2016

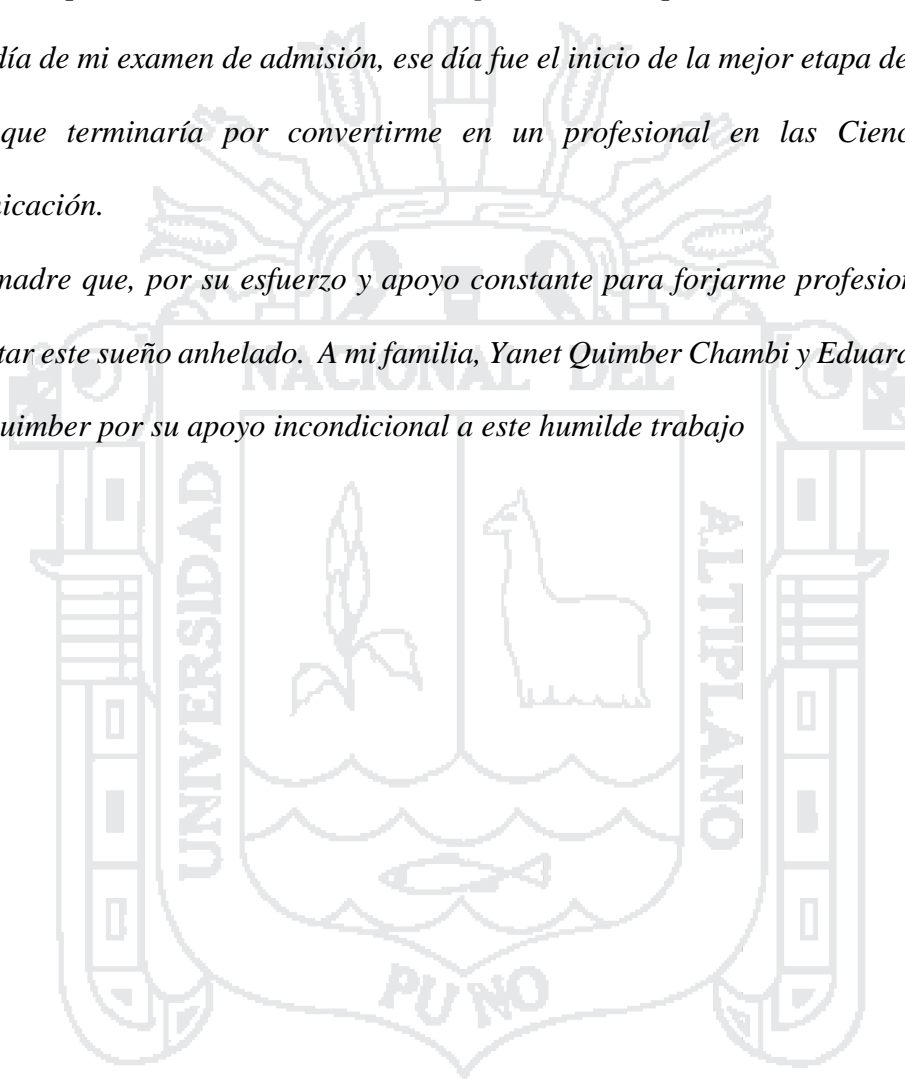
Área: PERIODISMO

Tema: USO DEL MURO DE FACEBOOK

DEDICATORIA

A mi padre que una mañana se acercó a mí para decirme que el día “D” había llegado, era el día de mi examen de admisión, ese día fue el inicio de la mejor etapa de mi vida la etapa que terminaría por convertirme en un profesional en las Ciencias de la Comunicación.

A mi madre que, por su esfuerzo y apoyo constante para forjarme profesionalmente y concretar este sueño anhelado. A mi familia, Yanet Quimber Chambi y Eduard Sebastián Lipa Quimber por su apoyo incondicional a este humilde trabajo



AGRADECIMIENTOS

A la Universidad Nacional del Altiplano por acogerme en sus aulas y darme la oportunidad de estudiar y ser un profesional para servir a la sociedad para un mejor presente y futuro.

Al cuerpo de docentes de la escuela profesional de Ciencias de la Comunicación Social por inculcar abnegadamente sus conocimientos a mi persona y a los demás estudiantes.

A mi asesor Dr. Eland Vera Vera Lic. Fermín Gomez Pineda, por su apoyo y amistad para sacar adelante este proyecto.

A mis apreciados jurados: Dra. Yudi Yucra, Dr. Javier Mamani Gamarra, Lic. Felipe Gutiérrez, por el tiempo brindado para poder mejorar el presente trabajo de investigación.

A mis amigos, quienes siempre me dieron su apoyo para sacar adelante este trabajo, por su tiempo para hablar de temas académicos y diversos temas propiamente de la juventud por ser parte de mi vida y vivir gratos momentos a su lado.

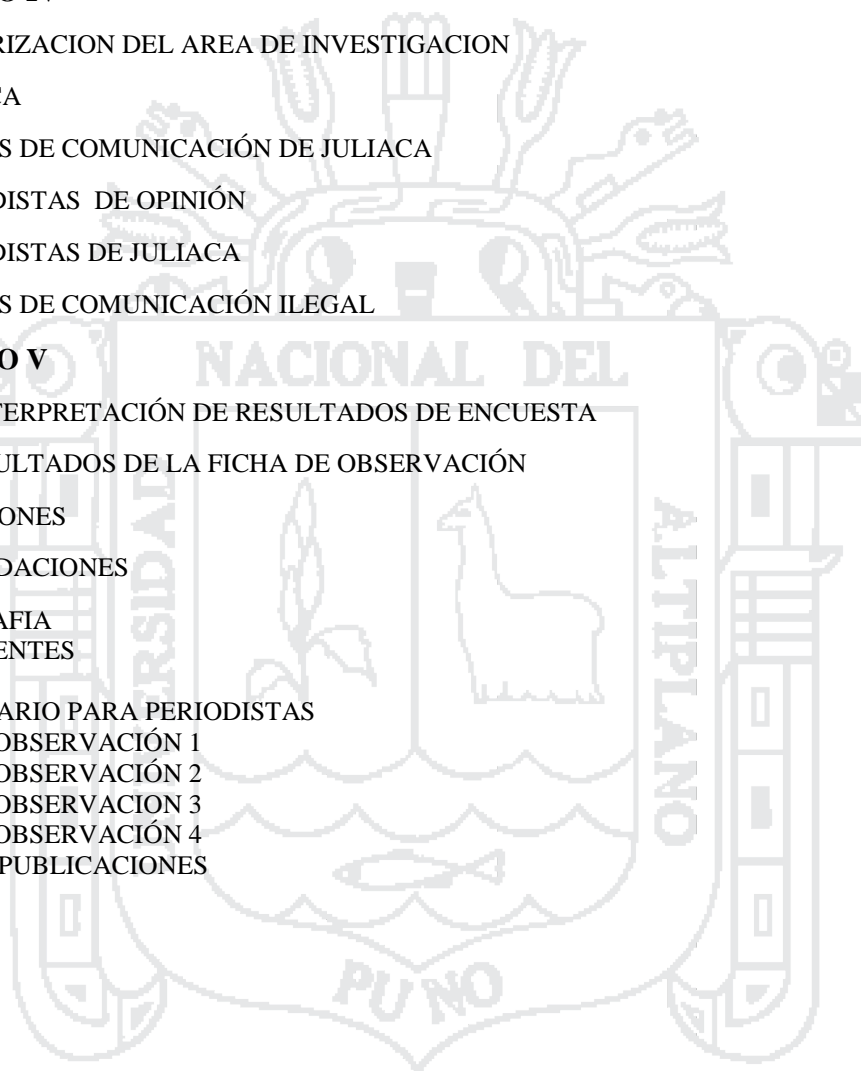
Para todos ellos: muchas gracias y que Dios los bendiga durante toda su vida.

CONTENIDO

DEDICATORIA	
AGRADECIMIENTOS	
RESUMEN	
INTRODUCCIÓN	
CAPÍTULO I	10
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA, ANTECEDENTES Y OBJETIVOS DE LA INVESTIGACION	
1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	10
1.1.1 PROBLEMA GENERAL	12
1.1.2. PROBLEMAS ESPECÍFICOS	12
1.2. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACION	14
1.4 JUSTIFICACION	16
1.5. OBJETIVOS DEL ESTUDIO	17
1.5.1. OBJETIVO GENERAL	17
1.5.1. OBJETIVOS ESPECÍFICOS	17
CAPITULO II	18
MARCO TEORICO, MARCO CONCEPTUAL E HIPOTESIS DE LA INVESTIGACIÓN	
2.1. MARCO TEÓRICO	18
2.1.1. FACEBOOK LAS REDES SOCIALES	18
2.1.2. LAS REDES SOCIALES	20
2.1.3. LAS REDES SOCIALES Y LOS PROFESIONALES DE LA INFORMACIÓN	23
2.2. MARCO CONCEPTUAL	25
2.2.1. FACEBOOK	25
2.2.2. SERVICIOS QUE OFRECE	25
MURO	25
LISTA DE AMIGOS	26
CHAT	26
GRUPOS Y PÁGINAS	26
FOTOS	26
REGALOS	26
BOTÓN ME GUSTA	26
APP CENTER	27
APLICACIONES	27
JUEGOS	27

SÁTIRA	27
APP FACEBOOK	27
MESSENGER	27
POKE	27
CAMERA	28
ADMINISTRADORDE PÁGINAS	28
FACEBOOK GROUPS	28
SERVICIOS DE MENSAJERÍA	28
WHATSAPP	28
SUSCRITOS	28
ONLINE	28
MULTIMEDIA	28
2.2.3. EL PERIODISMO	29
2.2.4. UN PERIODISTA	29
2.2.5. CIBERPERIODISMO	29
2.2.6. PERIODISMO SOCIAL	29
2.2.7. PERIODISMO CIUDADANO O 2.0	30
2.2.8. INFLUENCIA SOCIAL	30
2.2.9. PERIODISTA	30
2.2.10. CIBERPERIODISTA	30
2.3. HIPOTESIS DE LA INVESTIGACIÓN	31
2.3.1. HIPÓTESIS GENERAL	31
2.3.2. HIPÓTESIS ESPECIFICOS	31
2.4. UTILIDAD DE LOS RESULTADOS DEL ESTUDIO	31
3. AMBITO DE ESTUDIO	31
CAPITULO III	32
METODO DE INVESTIGACIÓN	32
3.1. MÉTODO	32
3.2. TIPO DE INVESTIGACIÓN	32
Investigación Descriptiva	32
3.3. TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN	33
La observación	33
La encuesta	33
3.4 NIVEL DE ANÁLISIS	33
Micro	33
3.5 EJES Y DIMENSIONES DE ANÁLISIS	33

3.6.	UNIDAD DE ANÁLISIS Y OBSERVACIÓN	33
3.7.	POBLACIÓN Y MUESTRA	33
3.8.	MUESTREO POR SELECCIÓN INTENCIONADA	33
3.9	MUESTRA PARA LA ENCUESTA	34
3.10	MUESTRA PARA LA FICHA DE OBSERVACIÓN	34
	CAPITULO IV	35
	CARACTERIZACION DEL AREA DE INVESTIGACION	35
4.1.	JULIACA	35
4.2.	MEDIOS DE COMUNICACIÓN DE JULIACA	35
4.3.	PERIODISTAS DE OPINIÓN	36
4.4.	PERIODISTAS DE JULIACA	37
4.5.	MEDIOS DE COMUNICACIÓN ILEGAL	39
	CAPITULO V	40
5.1.	INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS DE ENCUESTA	40
5.2.	RESULTADOS DE LA FICHA DE OBSERVACIÓN	64
	CONCLUSIONES	72
	RECOMENDACIONES	73
	BIBLIOGRAFIA	74
	OTRAS FUENTES	75
	ANEXOS	76
	CUESTIONARIO PARA PERIODISTAS	76
	FICHA DE OBSERVACIÓN 1	78
	FICHA DE OBSERVACIÓN 2	79
	FICHA DE OBSERVACION 3	80
	FICHA DE OBSERVACIÓN 4	81
	ALGUNAS PUBLICACIONES	82



RESUMEN

Las redes sociales constituyen la nueva morfología de las sociedades de las tecnologías de información proporciona la base para su expansión en toda la estructura social. Las redes interactivas crecen actualmente de manera exponencial, creando nuevas formas y canales de comunicación que cambian la rutina de las personas y en este caso de los periodistas en específico de la ciudad de Juliaca.

Como actor social, el periodista está directamente relacionado con esta nueva realidad. La introducción de internet en las redacciones de los medios de comunicación en el comienzo de los años 90 ha cambiado permanentemente las rutinas de producción de noticias.

Actualmente, un periodista no puede iniciar la redacción de su nota y/o reportaje sin antes haber consultado al internet y sobre todo sin antes haber socializado e intercambiado información a través de las redes sociales, y este caso en particular del Facebook.

Por lo que el presente trabajo de investigación titulado El muro de Facebook de los periodistas de Juliaca 2014 tuvo como objetivo analizar y describir los muros personales de los periodistas de la mencionada ciudad.

INTRODUCCIÓN

La investigación permitió conocer de cerca el comportamiento de los hombres de prensa de la ciudad de Juliaca a través de las redes sociales, qué es lo que piensan, qué es lo que dicen y qué es lo que hacen analizando el muro personal de Facebook.

El contenido del trabajo de investigación es presentada en V capítulos, los cuales están organizados de la siguiente manera.

En el capítulo I, se plantea el problema de investigación, sustentado en los antecedentes, objetivo de investigación y justificación.

En el capítulo II, se desarrolla el marco teórico que es la recopilación de información relacionada al tema de investigación, el marco conceptual que contiene términos básicos que encaminan al estudio y la interpretación de los resultados, así mismo este capítulo contiene la formulación de hipótesis.

El capítulo III, Contiene el método de investigación, las técnicas e instrumentos, la forma de recopilación de datos.

En el capítulo IV, se resalta las características más importantes del lugar donde se hizo la investigación, en este caso en la ciudad de Juliaca.

En el capítulo V, se expone los resultados del trabajo de investigación, se interpreta los cuadros estadísticos y se verifican las hipótesis, dando a conocer aspectos importantes que sustentan la investigación.

Finalmente, se detallan las conclusiones de estudio realizado, así como las recomendaciones y/o sugerencias que se constituyen como base teórica, para posteriores investigaciones.



CAPITULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA, ANTECEDENTES Y OBJETIVOS DE LA INVESTIGACION

I. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Internet se ha convertido más que una herramienta. En los últimos años ha pasado a ocupar un lugar muy importante en la vida de las personas; tanto en el plano laboral, como en el personal.

Su crecimiento ha sido paulatino y ha permitido una interacción cada vez mayor con el usuario. La posibilidad de comunicarse y de facilitar procesos ha hecho que esta sea un segmento de la cotidianidad, de gran parte de la población mundial.

Para Federico Kukso (2011), los hábitos se reconfiguraron: “despertarse, encender la computadora, chequear el mail, mirar la página de un diario, Facebook y Twitter se convirtió en acto reflejo y naturalizado. Pensamos y hablamos en lenguaje web”.

Según los autores Jordi Sánchez-Navarro y Daniel Aranda (2011), las acciones que las personas realizan en la red, en especial las más jóvenes, repercuten de manera

significativa en su dinámica cotidiana. Este segmento poblacional denominado como la generación digital, por su conocimiento y acercamiento a las llamadas TIC, pero: “...también son el sector de población más vulnerable a los riesgos que encierran estas tecnologías”.

A estos grupos, Marc Prensky (2001) les denominó nativos digitales (digital natives) y los describía como las personas que han crecido de la mano de esta tecnología, a diferencia de los inmigrantes digitales (digital immigrants), que son las generaciones anteriores, integradas posteriormente a las TIC. Esto representa un reto en los procesos educativos y de adaptación, en los que tienen relación ambos grupos.

En este sentido, Sánchez-Navarro, 2011, plantea que estos usuarios requieren un contexto común, en cuanto a conocimiento: cultural, profesional o técnico; que se comparte de manera informal. De esta manera, las y los jóvenes logran adquirir lo que los autores denominan capital-red social, que se basa en la contribución propia y de los demás.

Aplicaciones como las redes sociales se han desarrollado considerablemente en muy poco tiempo, y se convierten en un fenómeno tecnológico y comunicacional, que genera que la información y la comunicación fluyan de manera vertiginosa en todas direcciones.

Estas han permeado en los gustos y preferencias de diferentes grupos etarios de la sociedad, y es el periodismo una de esas poblaciones que ha visto en las redes sociales, una forma innovadora de compartir y de hacerse escuchar. También pueden ser alternativas de socialización y aprendizaje; sin embargo, los hombres de prensa, en este caso de la ciudad de Juliaca, no hacen el uso correcto de estas.

Desde el punto de vista de estos autores, los usuarios enfocan su trabajo, su conocimiento y su aprendizaje; así como el ocio de diferentes formas. Por ejemplo, se comunican de manera permanente y generan contenidos. Además, la información multimedia favorece una asimilación más pronta que el texto, y permite incluso el acceso a más datos de

manera simultánea. Son en definitiva, usuarios multitarea.

Los periodistas de Juliaca en su quehacer diario dentro del Facebook le dan un uso más personal. En las redes de contactos que se tejen en Facebook, prevalecen la familia, los amigos, y los amigos de los amigos, y en muchos de los casos dejando de lado a los contactos profesionales. Los contenidos que se consumen y comparten en la red tampoco están, en la mayoría de los casos, específicamente relacionados con la profesión. Por otra parte, las opciones de “suscribir” y la segmentación de los contactos a partir del uso de listas (por ejemplo, listas de amigos, de periodistas, de medios, de blogs, etc.) no está popularizado, y los periodistas no son la excepción. De este modo, si bien, Facebook ofrece cada día más opciones para segmentar la audiencia a la que nos dirigimos, y los contenidos que consumimos dentro de la red, no son prácticas incorporadas de manera extensiva por los periodistas.

Entonces, para poder realizar la presente investigación llegamos a las siguientes interrogantes que tendremos que responder al finalizar este proceso de estudio, del uso del Facebook en los periodistas de Juliaca:

¿De qué manera es empleado el muro de Facebook por los periodistas de la ciudad de Juliaca durante el 2014?

¿Cuál es el nivel de conocimiento de los periodistas de Juliaca acerca de las ventajas de las publicaciones en la red social Facebook?

1.2. FORMULACION DEL PROBLEMA

1.2.1 **PROBLEMA GENERAL:** ¿De qué manera usan el muro de Facebook por los periodistas de la ciudad de Juliaca durante el 2014?

1.2.2 PROBLEMAS ESPECÍFICOS:

¿Cómo es el muro de la red social Facebook de los periodistas de Juliaca?

¿Cuál es el nivel de conocimiento de los periodistas de Juliaca acerca de las ventajas de las publicaciones en la red social Facebook?



1.3. ANTECEDENTES

Existen diversas investigaciones acerca del uso de las redes sociales como parte del proceso de informar y el comportamiento de las personas pero nosotros solo mencionaremos las que guardan relación con nuestro tema.

El uso de las redes sociales como fuentes de información para Periodistas

Elaborado por

Beatriz Cerviño Queiroz

Barcelona, 19 de junio de 2013

De los dos lados fue posible notar que los temas y contenidos tratados en las redes sociales influyen en la construcción de la noticia, de manera que las redes ejercen una innegable influencia en el establecimiento del agenda-setting de los medios. Este intercambio entre la agenda de los medios y la agenda pública confirma la hipótesis inicial de que los temas discutidos por el público en las redes sociales aportan contenido a los medios de comunicación, cambiando la relación de los periodistas con las fuentes de información.

Esta es una adición considerable a la tradicional teoría del agenda-setting de McCombs y Shaw. Podemos decir que actualmente se puede hablar en un movimiento de agenda-setting al revés: mientras la agenda de los medios sigue orientando la agenda pública, la agenda pública constituida por el capital social de la web 2.0 también orienta la agenda de los medios.

El desarrollo de la investigación por medio de la encuesta ha permitido descubrir que los periodistas utilizan los medios sociales en su trabajo de múltiples maneras y reconocen que hacen un uso intenso de este recurso.

El uso exploratorio de las redes, como forma de tener una visión general del estado de ánimo de la opinión pública frente a los eventos actuales, y la búsqueda inspiración para

un reportaje, son los usos más frecuentes por periodistas. Este tipo de utilización de las redes casi nunca está visible en las noticias porque se trata de un uso indirecto y normalmente no hay citas referentes a las redes sociales.

Estudio exploratorio del uso y riesgos de las redes sociales por parte de los niños y niñas en edad escolar del Área Metropolitana: caso de la escuela Juan Rafael Mora Porras y de la escuela Saint Jude

Elaborado por las estudiantes:

Irene Bonilla Hernández

Elsy Vargas Villalobos

San José, Costa Rica Agosto, 2012

Se puede decir que la brecha digital es mayor en zonas urbano marginales, y el acceso a Internet se ve más restringido. En estos lugares, las personas tienden a visitar a familiares o a ir a cafés Internet para poder conectarse. Lo mismo podría ocurrir en las zonas rurales, por las características socioeconómicas de estas regiones.

En dichos espacios rurales es probable que la cotidianidad sea diferente, pues las personas tienden a disfrutar de otros pasatiempos y su vida no necesariamente gira alrededor de la red. Además, la concentración poblacional en ciertos sectores es muy inferior al espacio urbano.

El uso de Internet y de dispositivos móviles es también más popular entre los infantes y adultos de la escuela privada. Aunque dentro de las respuestas, algunos de los estudiantes de la JRMP, que además viven en barrios como La Carpio, afirmaron tener acceso a Internet desde su celular.

El consumo de este tipo de medios y recursos aumenta con las nuevas generaciones. Si se toma en cuenta la generación de las madres y padres de familia y la de sus niñas y niños, con respecto del uso de Internet, se puede destacar que, en su gran mayoría, ambos

grupos utilizan dicha herramienta de manera regular, lo cual indica que la diferencia generacional no afecta; sino más bien se trata de un cambio social.

Las redes sociales están diseñadas para socializar y compartir información, permiten el intercambio de recursos y la cercanía en los procesos comunicativos. Y además, están enfocadas a un público de más edad. Curiosamente, ninguno de los consultados mencionó redes infantiles especializadas; porque probablemente son menos conocidas.

Las más populares entre los estudiantes son: Facebook y Youtube. Facebook es la red social por excelencia entre las poblaciones de adultos e infantes; porque la mayoría de las personas encuestadas tienen un perfil en esta red.

Cabe destacar que Facebook pide como edad mínima el tener 13 años, dentro de sus requisitos de ingreso; pero estas barreras son saltadas por las niñas y los niños, pues alteran su edad, para tener una cuenta en tan conocida red.

Las redes, en su mayoría, no son percibidas como una actividad peligrosa; pero sí pueden representar cierto riesgo para las personas menores. Sin embargo, algunas niñas y niños consultados manifiestan conocer casos de acoso a través de Facebook, sin que esto signifique un temor generalizado sobre la herramienta.

1.4. JUSTIFICACIÓN

Hoy en día, las tecnologías de comunicación y de información se han vuelto parte de la vida de las personas. Las redes sociales constituyen uno de los ejemplos de las aplicaciones más populares en Internet. Estas se han convertido en una herramienta: muy útil, accesible y fácil de usar; que ha generado toda una revolución en la manera de comunicarse.

Su uso se incrementa día con día de forma vertiginosa, para fines personales y comerciales. Las barreras geográficas u horarias se han vuelto imperceptibles hoy más que nunca. La aldea global de la que hablaba McLuhan hace casi medio siglo es hoy una

realidad, más fortalecida y más grande que con la televisión; de ahí la importancia de su aporte.

El impacto de las redes se ha extendido a todas las edades y a todos los ámbitos profesionales, sobre todo en el periodismo.

Las redes pueden ser positivas y educativas por las características que poseen y estas a su vez son utilizadas en su gran mayoría para publicaciones personales, sin embargo también son utilizados para publicaciones académicas e informativas.

En la presente investigación se pretende analizar el perfil y sobre todo el muro de publicaciones del Facebook de los periodistas de la ciudad de Juliaca según sus diferentes publicaciones entre ellas noticias, publicaciones de la vida cotidiana de cada hombre de prensa de la ciudad de Juliaca.

1.5. OBJETIVOS DEL ESTUDIO

1.5.1. General:

- Analizar el uso del muro de Facebook de los periodistas de la ciudad de Juliaca durante el 2014.

1.5.2. Específico:

- Analizar el muro de Facebook de los periodistas de Juliaca.
- Determinar el nivel de conocimiento que tienen acerca de las ventajas que tienen las publicaciones en la red social Facebook.

CAPITULO II

MARCO TEÓRICO Y MARCO CONCEPTUAL E HIPOTESIS DE LA INVESTIGACIÓN

2.1. MARCO TEÓRICO

2.1.1. FACEBOOK LAS REDES SOCIALES Y SU IMPORTANCIA EN EL PROCESO COMUNICATIVO.

Hablar de las Redes Sociales en la Web, es hablar inmediatamente de internet, la gran “red de redes” un “sistema abierto, vivo y en permanente mutación”; aquel avance tecnológico del siglo XX, que modificó la comunicación social humana para siempre.

Cuando se escucha la palabra internet, lo primero que se viene a la mente es una computadora, cualquiera que sea el modelo, marca, tipo, estructura, etc.; una computadora que al dar un clip, abre un mundo de conocimientos; pues se escucha también que en Internet se encuentra toda clase de información que se quiera saber referente a cualquier asunto. En efecto, en Internet está alojada gran cantidad de información de cualquier parte del planeta, de lugares tan distantes y distintos, de los cuales no se sabría siquiera que existieran, si no fuese por la Internet.

También es cierto que Internet no es una computadora, sino una gran red mundial de computadoras que se encuentran conectados mediante enlaces, ya sean satelitales, por radio e incluso por cables submarinos. (Una red es la unión de varias computadoras que operan por un mismo sistema).

Alejandro Piscitelli, establece que: “Internet significa computadoras conectadas localmente a una inmensa red de distribución de información”. Computadoras que están prendidas y funcionan todas las 24 horas del día, los 365 días al año, de allí que se pueda ingresar a Internet a cualquier hora, y “de conectarse con millones de personas en todo el mundo”.

Como una breve reseña histórica, se señala que la Internet nació como un proyecto ideado por el ejército norteamericano; aunque luego sería impulsado y perfeccionado por profesores y estudiantes que le darían el realce que hoy tiene en el mundo y que la han convertido en el medio de comunicación más extendido en toda la historia de la humanidad; de esos inicios, Jorge Lay Gajardo en su libro “breve historia del internet”, relata...

Es probable que un factor determinante en la evolución de una red de intercomunicación provenga de la conexión del gobierno federal con el mundo científico y el mundo empresarial, propiciada por Vannevar Bush, en 1945. —Bajo la iniciativa de Vannevar Bush fueron creadas la Fundación Nacional de la Ciencia (NSF, National Science Foundation) y la Agencia de Proyectos avanzados de Investigación (ARPA, Advanced Research Projects Agency), dependiente del Pentágono con la misión de asegurar el liderazgo de los Estados Unidos en la ciencia y la tecnología especialmente en el campo militar.

Estos datos sin duda aclaran el panorama para saber que la Web, en primer lugar e Internet en segundo; han tenido un largo proceso de años de estudios y perfeccionamiento por

parte de científicos que a través de la utilización de técnicas y métodos así como teorías, han hecho posible que el sistema interactivo Internet, vea la luz y hoy en día gracias a sus múltiples beneficios sea el medio informativo más utilizado por las empresas comerciales, gubernamentales, privadas, y el público en general, que cada vez lo encuentra más atractivo.

Y entre uno de esos atractivos o nuevos patrones de interacción social que últimamente han aparecido en Internet están las redes sociales, (páginas web, que se visualizan en Internet), y que son en este proyecto el objeto de estudio.

2.1.2. LAS REDES SOCIALES:

Una red social, es la unión de dos o más miembros que están conectados, enlazados y suscritos entre sí a una página de interacción a través de la web. Las Redes Sociales o llamados también comunicación 2.0, son eficaces herramientas existentes en Internet, que brindan un sin fin de usos que son netamente comunicacionales; un poderoso sistema en construcción permanente que involucra a conjuntos plenamente identificados y que se manifiestan como un eficaz instrumento comunicativo.

Para el sociólogo Roberto Vélez esto nace a partir de la premisa de que el ser humano necesita sentirse acompañado “necesita rodearse de la atención de la gente, interactuar, opinar y que mejor que hacerlo desde la comodidad que da el Internet”, enfatiza, en el estudio que estableció sobre las redes sociales en el 2009.

Con las redes sociales en Internet se tiene la posibilidad de interactuar con otras personas aunque no se las conozca físicamente y posiblemente jamás se lo haga ya que el contacto (amigo) puede estar separado por miles de kilómetros de distancia, pero enlazados en la página a través del chat e incluso del webcam del ordenador y tener una referencia de tal o cual persona por la información que se transmiten. En ellas se crean grupos sociales por: afinidad, intereses, ideales, gustos, profesión, creencias, instituciones, entre otros.

Una red social funciona como un sistema abierto que se va construyendo con lo que cada suscriptor a la red aporta. Cada nuevo miembro que ingresa transforma al grupo en otro nuevo, ya que además de ingresar el que se suscribe, ingresan con él, todos sus contactos o amigos, lo cual aumenta el número de integrantes y el peso e importancia en número de dicha red.

El surgimiento de las redes sociales se establece entre el 2001 y 2002 en las universidades de los Estados Unidos. Pero hacia el 2003, al ver el éxito y acogida que estos tuvieron se expanden y se hacen populares con la aparición de sitios tales como Friendster, Tribe y Myspace. El diseño, la estructura y la utilización, hacen rápidamente que estos sitios tengan gran acogida por los estudiantes, quienes empiezan a relacionarse con estudiantes de otros estados.

Pero es *Facebook* (*Objeto de estudio del presente trabajo*) la red social más exitosa en el mundo y que en la actualidad *cuenta con más de 500 millones de suscriptores*, tanto así que *“de ser un país sería el sexto más poblado del planeta, donde se hablarían 176 lengua diferente”*; posicionamiento que le ha merecido el reconocimiento y favoritismo de importantes grupos corporativos que han realizado grandes inversiones publicitarias, entre ellos Microsoft.

El direccionamiento de los tradicionales medios de comunicación produjo estrictas reglas de control con la información y los mensajes que estos manejaban, pareciendo olvidar que la gente acude a los medios para hacer escuchar su voz y presionar para que se atiendan sus demandas. Grandes corporaciones vinculadas al negocio periodístico, se cerraron en un sistema de protección y reserva de su material informático que funcionó durante décadas, pero luego con la aparición de Internet, la información se volvió pública y de conocimiento general.

Los medios de comunicación de masas (radio, televisión, prensa) entonces se vieron

obligados a modificar sus viejas estructuras y sistemas operativos e incluso al cambio de políticas internas, pues ahora aumentaba otro gran grupo de masa humana, los interactivos, los que reciben la noticia y la comentan basados en su propio criterio. El orden establecido de emisor- mensaje- receptor, se modificó por, emisor- mensaje-receptor-mensaje, es decir la noticia recibida tiene un retorno, la respuesta que produce la información adquirida, y que en teoría de comunicación se conoce como feed back (retorno).

Las redes sociales y en especial Facebook, hoy se vislumbra como un importante escenario comunicativo diferente, e integrado principalmente por jóvenes que han sido catalogados como “nativos digitales”, por haber nacido en plena era del desarrollo tecnológico.

Facebook es un sitio web de redes sociales creado por Mark Zuckerberg y fundado junto a Eduardo Saverin, Chris Hughes y Dustin Moskovitz. Originalmente era un sitio para estudiantes de la Universidad de Harvard, pero se abrió a cualquier persona con una cuenta de correo electrónico

Muro de Facebook: el muro es un espacio en cada perfil de usuario que permite que los amigos escriban mensajes para que el usuario los vea. Sólo es visible para usuarios registrados. Permite ingresar imágenes y poner cualquier tipo de logotipos en tu publicación. Una mejora llamada súper muro permite incrustar animaciones flash, etc. En la actualidad, Facebook comenzó a implementar un sustituto del muro, el cual lleva por nombre Biografía

Mark Zuckerberg anunció una nueva presentación para Facebook, se trata de la Biografía (Timeline Línea del tiempo en inglés), que reemplazará al Muro. Se publicó en diciembre del mismo año, y tiene como objetivo agilizar y optimizar el paseo de los usuarios por los perfiles de todos los contactos. Contiene algunas mejoras, como por ejemplo, fecha exacta

de publicaciones, actualizaciones de estado, comentarios, etc., y brinda la posibilidad de llegar a ellas casi de inmediato, así tengan mucho tiempo. Permite agregar una foto de portada adicional en la parte superior del perfil de la persona (cabe mencionar que esta es visible para todo el mundo, y no existe la posibilidad de cambiar la privacidad), mantiene ordenadas y organizadas las actividades de la persona: Lista de amigos, Me gusta en las páginas seleccionadas por el usuario, información personal, suscripciones, etc; también es posible agregar eventos que pasaron antes que el usuario se registrara en Facebook.

Los usuarios tienen la posibilidad de activarla o conservar el antiguo aspecto del Muro, aunque es momentánea su duración, ya que si el usuario no activa la biografía, los mismos organismos de Facebook han de hacerlo en una fecha no esperada, fecha que ha sido objeto de diversas controversias por varios usuarios que señalan que sería en un día específico, y que de no activar la biografía la cuenta sería cancelada para el usuario. El 30 de marzo de 2012, los organismos de Facebook implementaron la Biografía para las páginas, cabe mencionar que esta si fue obligatoria para todo el mundo.

Este nuevo método, sin embargo no ha tenido un buen recibimiento por muchas personas alrededor del mundo, sobre todo refiriéndose a América Latina. Muchos usuarios argumentan sentirse demasiado incómodas por las nuevas funcionalidades y detalles de la Biografía, argumentando y a la vez exigiendo también el regreso del Muro. No obstante, a partir de agosto de 2012 hasta noviembre del mismo año, Facebook reemplazó gradualmente los Muros por las Biografías (haciéndolas obligatorias para todos).

2.1.3. LAS REDES SOCIALES Y LOS PROFESIONALES DE LA INFORMACIÓN:

El ex presidente americano Lyndon Johnson dijo una vez "los periodistas son marionetas. Simplemente responden al tirón de las cuerdas más poderosas".

Es un secreto a voces, el hecho de que las grandes corporaciones de medios de

comunicación moldeen a sus periodistas de acuerdo a sus políticas, reglas y estatutos; así aseguran fidelidad, dependencia y liderazgo. Principios que han funcionado por años, y que aún hoy se niegan a morir; pero los dueños y dirigentes de los mass media están conscientes que el escenario ahora es diferente, que poco a poco esas masas se reducen, tal vez en cantidades pequeñas, pero lo paradójico por no decir preocupante es que están dejando de crecer.

¿Será acaso que los medios de comunicación y sus profesionales están sufriendo una acelerada transformación a causa del impacto de las Redes Sociales en la Web?

Martínez y Kapuscinski, estudiosos en el tema sobre la relación de las nuevas tecnologías y el periodismo tradicional; refieren que:

Los nuevos medios de comunicación que han ido surgiendo en la historia no han sustituido a los anteriores, sino que han ampliado el método de existencia de la palabra y su transmisión. Lo importante no es la tecnología, lo es el talento del periodista. El periodista debe poseer no sólo responsabilidad profesional, sino ciudadana. Ante nuevos fenómenos sociales, es preciso romper fronteras tradicionales y buscar nuevos métodos de expresión enriquecedores del periodismo.

El talento e instinto profesional, sin duda determinan la diferencia del periodista y su trabajo. Rubén Darío Buitrón refuerza esta idea y establece la labor del ejercicio del periodista de la siguiente forma: “*el buen periodista es aquel profesional capaz de orientar al lector en sus dudas y en sus tribulaciones, desde las más domésticas y simples hasta las más decisivas para el lector, como individuo, y para la sociedad a la que pertenece*”.

Kapuscinki y Martínez, también hacen hincapié en que más que una transformación lo que existe con el surgimiento de las tecnologías es una complementación para el trabajo

periodístico, a lo cual los profesionales deben sacar el mayor provecho.

En otras palabras los periodistas y comunicadores sociales deben ser conscientes de lo que se está viviendo y del valor agregado que la tecnología y las redes aportan a sus labores. Lo importante es avanzar en la profesionalización del periodismo investigativo planteando como objetivo necesario el entrenamiento, pero ya no con conferencias ni talleres, sino llegar a las salas de redacción para ofrecer la asesoría en el mismo lugar de trabajo, con el abordaje de temas locales para que el efecto sea más directo, esto determinará primacía del ejercicio periodístico y desde luego su reconocimiento.

Las redes sociales en Internet, sí han modificado y continúan modificando la forma de trabajar de los comunicadores sociales, y están redefiniendo un nuevo perfil para el futuro comunicador: “Periodista multimedia”, con manejo de lenguaje hipertextual, animador, editor de audio y video, compilador de información, editor de fotografías, con conocimientos básicos en lenguaje HTML, administrador de contenidos Web, y experto en navegación Web; de allí la adaptación del periodista a las nuevas tecnologías.

2.2. MARCO CONCEPTUAL

2.2.1. FACEBOOK es un sitio web de redes sociales creado por Mark Zuckerberg y fundado junto a Eduardo Saverin, Chris Hughes y Dustin Moskovitz. Originalmente era un sitio para estudiantes de la Universidad de Harvard, pero se abrió a cualquier persona con una cuenta de correo electrónico. Redes Sociales y Community Management. 2011

2.2.2. SERVICIOS QUE OFRECE

- **MURO:** el muro es un espacio en cada perfil de usuario que permite que los amigos escriban mensajes para que el usuario los vea. Sólo es visible para usuarios registrados. Permite ingresar imágenes y poner cualquier tipo de logotipos en tu publicación. Una mejora llamada súper muro permite incrustar animaciones flash, etc. En noviembre de 2011, Facebook comenzó a implementar un sustituto del muro, el cual

llevará por nombre Biografía Redes Sociales y Community Management. 2011

- LISTA DE AMIGOS: En ella, el usuario puede agregar a cualquier persona que conozca y esté registrada, siempre que acepte su invitación. En Facebook se pueden localizar amigos con quienes se perdió el contacto o agregar otros nuevos con quienes intercambiar fotos o mensajes. Para ello, el servidor de Facebook posee herramientas de búsqueda y de sugerencia de amigos. Redes Sociales y Community Management. 2011

-CHAT: Servicio de mensajería instantánea en dispositivos móviles y computadores a través de Facebook Messenger.

-GRUPOS Y PÁGINAS: Es una de las utilidades de mayor desarrollo reciente. Se trata de reunir personas con intereses comunes. En los grupos se pueden añadir fotos, vídeos, mensajes, etc. Las páginas, se crean con fines específicos y a diferencia de los grupos no contienen foros de discusión, ya que están encaminadas hacia marcas o personajes específicos y no hacia ningún tipo de convocatoria.

-FOTOS: Según Facebook, hay: 5 mil millones de fotos de usuario. 160 terabytes de almacenaje.

-REGALOS: los regalos o gifts son pequeños íconos con un mensaje. Los regalos dados a un usuario aparecen en la pared con el mensaje del donante, a menos que el donante decida dar el regalo en privado, en cuyo caso el nombre y el mensaje del donante no se exhiben a otros usuarios.

-BOTÓN «ME GUSTA»: Esta función aparece en la parte inferior de cada publicación hecha por el usuario o sus contactos (actualizaciones de estado, contenido compartido, etc), se caracteriza por un pequeño ícono en forma de una mano con el dedo pulgar hacia arriba. Permite valorar si el contenido es del agrado del usuario actual en la red social, del mismo modo se notifica a la persona que expuso ese tema originalmente si es del agrado del alguien más (alguno de sus contactos). Anteriormente iba a ser llamado

"Me impresiona" pero los usuarios decidieron nombrarla "Me gusta", aunque también es llamado incorrectamente en español con el término "Like".

-APP CENTER: contendrá de las mejores apps disponibles para la red social. Mostrará los hábitos de cada persona, las aplicaciones que estén más relacionadas con su actividad diaria. Se podrá ingresar a la tienda desde internet como dispositivos móviles. Cada aplicación tendrá una página con descripción, que incluirá imágenes y opiniones de usuarios.

-APLICACIONES: Son pequeñas aplicaciones con las que puedes averiguar tu galleta de la suerte, quien es tu mejor amigo, descubrir cosas de tu personalidad, etc.

- JUEGOS: la mayoría de aplicaciones encontradas en Facebook se relacionan con juegos de rol, juegos parecidos al Trivial Pursuit (por ejemplo geografía), o pruebas de habilidades (digitación, memoria).

SÁTIRA: Una herramienta en progreso, para distinguir noticias de parodias de sitios web, ayudando a los usuarios a distinguir las noticias satíricas.³⁰

APPS PARA MÓVILES

APP FACEBOOK: App desarrollada para la mayoría de las plataformas de smartphones existentes, esta centralizaba la gestión de Facebook que luego se separaron en apps independientes.

MESSENGER: El servicio de chat que antes era parte de la app principal, ahora funciona de forma independiente, permite incluso llamadas de voz pero sólo limitado a sistema iOS.

POKE: Una app para mensajes "efímeros". Independiente de Messenger y requiere que ambos contactos tengan Poke. Descontinuado desde mayo de 2014 ³¹ Reemplazado por Slingshot que es básicamente igual sólo que ahora también envía y recibe fotos y vídeos "efímeros" (Disponible desde junio de 2014)

CAMERA: App para subir fotografías, integrado con la app principal.

ADMINISTRADOR DE PÁGINAS: App para que el administrador de una página pueda rápidamente gestionarlas.

FACEBOOK GROUPS: Básicamente igual que la app Administrador de páginas, pero con los grupos. Ambas están disponibles desde noviembre de 2014.

SERVICIOS DE MENSAJERÍA

Todas son independientes e incapaces de operar entre sí.

Messenger (app y web)

Poke y Slingshot

WHATSAPP, comprado el 14 de febrero de 2014

SUSCRITOS: Prnl. Abonarse para recibir alguna publicación periódica o algunos libros que se hayan de publicar en serie o por fascículos/ En las redes sociales como Facebook los jóvenes se suscriben, es decir se adhieren a dicha red para formar parte de ella y gozar de las aplicaciones que esta ofrece, así como de interactuar con personas de otros lugares y países.

ONLINE: describe un término de la computadora o el dispositivo periférico que están desconectados o están funcionando separadamente de una computadora asociada o red de la computadora/ En español online significa “en línea” y hace referencia a la conexión en la web o la navegación en Internet.

MULTIMEDIA: (Del inglés multimedia). adj. Que utiliza conjunta y simultáneamente diversos medios, como imágenes, sonidos y textos en la transmisión de una información/ Aplicado a las nuevas tecnologías de información y comunicación: son aquellas que su diseño permite la combinación de imagen, sonido y video como por ejemplo los celulares de última generación (3G), que tienen cámara fotográfica, de video y mp3 incorporada.

2.2.3. EL PERIODISMO: es una actividad que consiste en recolectar, sintetizar, jerarquizar y publicar información relativa a algo de la actualidad. Como disciplina el periodismo se ubica en algunos países dentro de la sociología y en otros entre las Ciencias de la comunicación. El periodismo persigue crear una metodología adecuada para poder presentar cualquier tipo de información valiosa, ser objetivo, buscar fuentes seguras y por tanto verificables para el lector.

2.2.4. UN PERIODISTA es la persona que se dedica profesionalmente al periodismo, en cualquiera de sus formas, ya sea en la prensa escrita, como en la documentación fotográfica, radio, televisión o medios digitales. Su trabajo consiste en descubrir e investigar temas de interés público, contrastarlos, sintetizarlos, jerarquizarlos y publicarlos. Para ello recurre a fuentes periodísticas fiables y verificables. Así elabora sus artículos, que pueden tomar varias formas para su difusión: oral, escrita, visual.

2.2.5. CIBERPERIODISMO

Es aquella modalidad del periodismo cuyo principal medio para la investigación, elaboración y, sobre todo, la difusión de la información es el ciberespacio, con internet como principal exponente. Hoy al entorno digital se ha sumado el empleo de las redes sociales, boletines, infografías, aplicaciones móviles, minería de datos (Open Data), entre otros.

2.2.6. PERIODISMO SOCIAL

El periodismo social es un periodismo que asume su responsabilidad en los procesos sociales, que reflexiona sobre su papel en el devenir social y se preocupa por la búsqueda de soluciones, como el periodismo en general. Se propone la articulación del eje social con los temas de la política y la economía en la agenda de los medios de comunicación.

2.2.7. PERIODISMO CIUDADANO O 2.0

En el siglo XXI, fue el norteamericano Dan Gillmor quien acuñó el nombre de Periodismo Ciudadano o Periodismo 2.0 por Internet, a través de la plataforma de Youtube. Esta plataforma hizo lo suyo para establecer una aplicación masiva en pos de la comunicación ciudadana.

2.2.8. INFLUENCIA SOCIAL

El periodismo es considerado por algunos autores como el "cuarto poder" de las grandes democracias occidentales (los tres primeros son los que establecen las constituciones modernas: poder ejecutivo, legislativo y judicial). Como contraparte, el periodismo en algunos casos es una profesión con riesgos; muchos periodistas han encontrado la muerte en el ejercicio de su profesión.

2.2.9. CIBERPERIODISTA

Es aquel cuyo principal medio para la investigación, elaboración y, sobre todo, la difusión de la información es el ciberespacio, con Internet como principal exponente. Su función radica en hacer que las informaciones complejas sean simplificadas y entendibles dotándolas de hipervínculos y recursos multimedia para el mejor entendimiento del usuario.

2.2.9. EL COMENTARIO

Juicio, opinión u observación personal que se hace o se expresa acerca de algo o alguien.

"comentario político; comentario deportivo; la cantante no quiso hacer ningún comentario sobre su vida privada; el clima suele ser un gran tema objeto de comentarios banales"

2.3. HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN

2.3.1. HIPÓTESIS GENERAL

- Los periodistas de la ciudad de Juliaca usan de modo básico e incompleto el muro de Facebook.

2.3.2. HIPÓTESIS ESPECÍFICOS

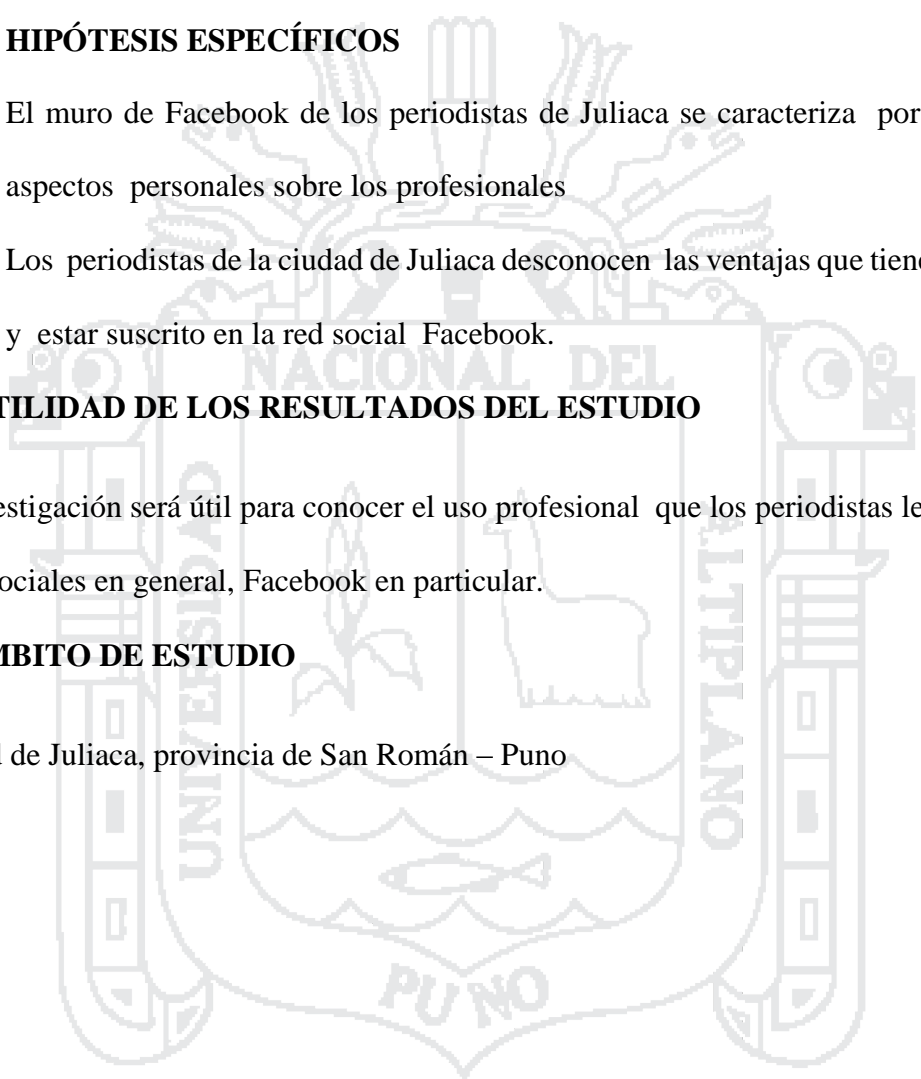
- El muro de Facebook de los periodistas de Juliaca se caracteriza por enfatizar aspectos personales sobre los profesionales
- Los periodistas de la ciudad de Juliaca desconocen las ventajas que tiene publicar y estar suscrito en la red social Facebook.

2.4. UTILIDAD DE LOS RESULTADOS DEL ESTUDIO

La investigación será útil para conocer el uso profesional que los periodistas le dan a las redes sociales en general, Facebook en particular.

3. ÁMBITO DE ESTUDIO

Ciudad de Juliaca, provincia de San Román – Puno



CAPÍTULO III

MÉTODO DE INVESTIGACIÓN

3.1.MÉTODO

Se pretende profundizar en estudios referentes a las redes sociales y su influencia en la sociedad moderna, especialmente en los periodistas, quienes se relacionan más prontamente con estos sistemas online de sociabilización; así mismo se busca establecer diferentes criterios sobre personajes que han estudiado las TIC, y los cambios que estas herramientas han supuesto en la comunicación e información y el manejo de nuevas formas de emisión de contenidos noticiosos, para lo cual se estudiarán a diversos autores.

3.2. TIPO DE INVESTIGACIÓN:

Investigación Descriptiva:

Describe, Registra, Analiza e Interpreta los hechos. Busca especificar las propiedades importantes de cualquier fenómeno que será sometido a análisis, que se basa en la medición de uno o más fenómenos y obtener un diagnóstico y dar solución a un problema.

3.3. TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN

- **La observación** es la adquisición activa de información a partir de los sentidos.

Se trata de una actividad realizada por un ser vivo (humanos, animales, etc), que

detecta y asimila los rasgos de un elemento utilizando los sentidos como instrumentos principales. El término también puede referirse a cualquier dato recogido durante esta actividad. El primer paso del método empírico, requisito de la investigación científica, es realizar observaciones de la naturaleza.

- **La encuesta** es un conjunto de preguntas tipificadas dirigidas a una muestra representativa, para averiguar estados de opinión o diversas cuestiones de hecho.

3.4. NIVEL DE ANÁLISIS

- **Micro** por tratarse de un espacio profesional.

3.5. EJES Y DIMENSIONES DE ANÁLISIS

- Red social Facebook
- Uso profesional de los periodistas

3.6. UNIDAD DE ANÁLISIS Y OBSERVACIÓN

- Periodistas de la ciudad de Juliaca
- Muros de Facebook de los periodistas

3.7. POBLACIÓN Y MUESTRA

- La población de los periodistas de la ciudad de Juliaca con cuenta de Facebook asciende aproximadamente a 50 profesionales (entre periodistas prácticos y egresados de la carrera), de los cuales la muestra será de 30 periodistas y sus respectivas cuentas de la red social Facebook.

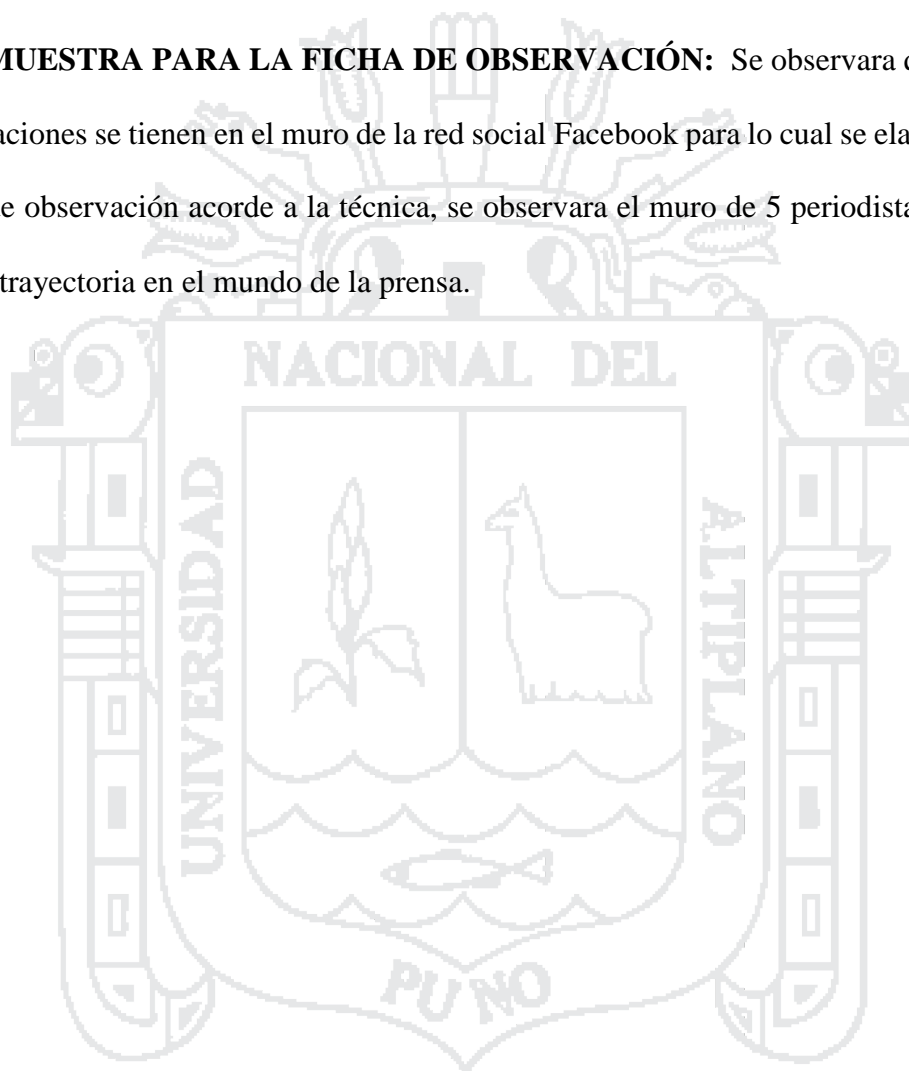
3.14 MUESTREO POR SELECCIÓN INTENCIONADA O MUESTREO DE

CONVENIENCIA: Es una técnica de muestreo no probabilístico donde los sujetos son seleccionados dada la conveniente accesibilidad y proximidad de los sujetos para el investigador. Explorable.com (Sep 16, 2009)

Para la investigación se ha seleccionado una muestra cuyas características sean similares a las de la población objetivo.

3.15 MUESTRA PARA LA ENCUESTA: Para realizar esta investigación se elaborara una encuesta que será aplicada a 30 periodistas de 50 que laboran diariamente en la ciudad de Juliaca; la lista de los hombres de prensa que serán encuestados se da a conocer en el siguiente capítulo.

3.16 MUESTRA PARA LA FICHA DE OBSERVACIÓN: Se observara que tipo de publicaciones se tienen en el muro de la red social Facebook para lo cual se elaborara una ficha de observación acorde a la técnica, se observara el muro de 5 periodistas elegidos por su trayectoria en el mundo de la prensa.



CAPÍTULO IV

CARACTERIZACIÓN DEL AREA DE INVESTIGACIÓN.

4.1. JULIACA: es la capital de la provincia de San Román y del distrito homónimo, ubicada en la jurisdicción de la región Puno, en el sudeste de Perú. Cuenta con una población de 225.146 habitantes (2007), situada a 3824 msnm en la meseta del Collao, al noroeste del Lago Titicaca. Es el mayor centro económico de la región Puno, y una de las mayores zonas comerciales del Perú. Se halla en las proximidades de la laguna de Chacas, del Lago Titicaca, del río Maravillas y las ruinas conocidas como las Chullpas de Sillustani.

La ciudad de Juliaca según el Instituto Nacional de Estadística e Informática es la decimotercera ciudad más poblada del Perú y albergaba en el año 2007 una población de 216.716 habitantes.

4.2. MEDIOS DE COMUNICACIÓN DE JULIACA la cantidad de medios de comunicación que existen en la ciudad de Juliaca es innumerable entre medios escritos radiales y sobre todo televisivos, los medios de comunicación tomaron gran importancia en la vida política y social de la ciudad de los vientos entre ellos mencionaremos los más resaltantes.

1. Diario los Andes
2. Diario Correo

3. Diario Sin Fronteras
4. Diario la Republica
5. Diario Exitosa
6. Radio Sol de los Andes
7. Radio Juliaca la Decana
8. Radio Televisión Perú
9. Pachamama Radio
10. Radio Onda Azul
11. Panamericana Televisión Filial Juliaca
12. Canal 4 Televisión del Sur
13. Cositel
14. Fama Televisión Canal 27
15. Gramy Televisión Canal 35

4.3. PERIODISTAS DE OPINIÓN debido a la gran cantidad de medios de comunicación existen también gran cantidad de hombres de prensa, en algunos casos un medio de comunicación cuenta hasta con cuatro reporteros divididos en diferentes áreas (política, policiales, local, economía, distrital, provincial, etc.) sin embargo debemos de mencionar que así como existen medios que gozan de gran cantidad de personal existen también medios que solo tiene un periodista que se encarga de todas las notas del día.

Por otro lado los medios de comunicación televisivos aparte de contar con reporteros cuentan también con un presentador de noticias; aclarando los presentadores de noticias en la ciudad de Juliaca no necesariamente cuentan con un título profesional de comunicador social y/o periodista, generalmente estos son profesionales de otras áreas

que incursionaron en el mundo de la prensa y que casualmente llegaron a ser periodistas de opinión local, en algunos casos estos llegaron a ser autoridades. A continuación mencionaremos a algunos de los más resaltantes de la ciudad de Juliaca.

- | | |
|---|-------------------------|
| 1. David Sucacahua (profesor) | Fama Televisión |
| 2. Oswaldo Marin Quiro (profesor) | Radio Sol de los Andes |
| 3. Zacarías Quispe Chavez (abogado) | Radio Sol De Los Andes |
| 4. Abel Villaba Diaz (comunicador social) | Radio Juliaca La Decana |
| 5. Hernán Fuentes Guzmán (abogado) | Radio Televisión Perú |
| 6. José Figueroa Ardiles (abogado) | Altiplánica Televisión |
| 7. Max Lanza (profesión desconocida) | Radio Juliaca la Decana |

4.4. PERIODISTAS DE JULIACA tal como se menciona en la ciudad de Juliaca la actividad periodística podría dividirse en dos partes generales que sería periodistas propiamente dicho egresados de una casa superior de estudios y periodistas que de manera empírica lograron una puesto en el mundo periodístico, sin embargo otra división se daría entre periodistas de calle, nos referimos a personas que diariamente están en las calles en busca de la información y también estarían periodistas presentadores de noticiero, a continuación daremos a conocer una lista de los periodistas de calle más resaltantes y sus medios de comunicación en la ciudad.

- | | |
|-----------------------|----------------------|
| 1. Ronald Vasquez | Diario sin fronteras |
| 2. Ernesto Quispe | Diario sin fronteras |
| 3. Edson Pilco | Diario sin fronteras |
| 4. Brenda Zevallos | Diario sin fronteras |
| 5. Richard Abstén | Diario los andes |
| 6. Jhon Edison Quispe | Diario los andes |
| 7. Jeffrey Vegas | Diario Correo |

8. Luis Idme	Diario Correo
9. Yesi Salazar	Diario Correo
10. Feliciano Gutiérrez	Diario la Republica
11. Rigoberto Ñaupá	Diario la Republica
12. Maribel Paco	Diario la Republica
13. Jimmy Utama	Diario el trome
14. Lourdes Calla	Diario exitosa
15. Raúl Valencia	Radio sol de los andes
16. Rigoberto Ccama	Pacha mama radio
17. Victoria Chambi	Pacha mama radio
18. Eduardo Quinto	Radio onda azul
19. Alan Paco	Radio Juliaca la Decana
20. Abel Villalba	Radio Juliaca la Decana
21. David Mamani	Canal 35 gramy tv
22. Fidel Vilca	Canal 27 fama tv
23. Gabriel Gabo	Canal 27 fama tv
24. David Sucacahua	Canal 27 fama tv
25. Juan Quilca	Cositel
26. Janet Pilco	Cositel
27. Roger Mamani	Panamericana tv Juliaca
28. Fredy Puma	Panamericana tv Juliaca
29. Diego Coaquira	Canal 4 tv sur
30. David Ito	Canal 4 tv sur

4.5. MEDIOS DE COMUNICACIÓN ILEGAL debido a la falta de coordinación de parte del ministerio de transportes y comunicaciones en la ciudad de Juliaca existen gran cantidad de medios de comunicación ilegales las cuales en algunos casos cuentan con su propio espacio informativo generando de esta manera otra similar cantidad de hombres de prensa las cuales no se mencionara en esta ocasión.



CAPITULO V

5.1. INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS

A continuación se exponen los gráficos y cuadros estadísticos que contienen los resultados obtenidos del uso del muro de la red social Facebook en los periodistas de Juliaca del año 2014.

Los instrumentos de investigación fueron aplicados en la ciudad de Juliaca, teniendo como muestra 30 periodistas que laboran en el área de prensa en la mencionada ciudad.

Se presentan los resultados de la investigación en dos partes, según la técnica de investigación, una parte que abarcara la encuesta y la segunda parte por la observación y análisis del muro personal del Facebook personal de cada periodista.

En la primera parte se encuentran los resultados de encuestas de las preguntas con sus respectivas alternativas a 30 periodistas y en la segunda parte se halla la observación directa de los muros de Facebook.

A continuación se presenta los resultados obtenidos de la investigación, la exposición y análisis a través del uso de cuadros y gráficos con sus interpretaciones

correspondientes

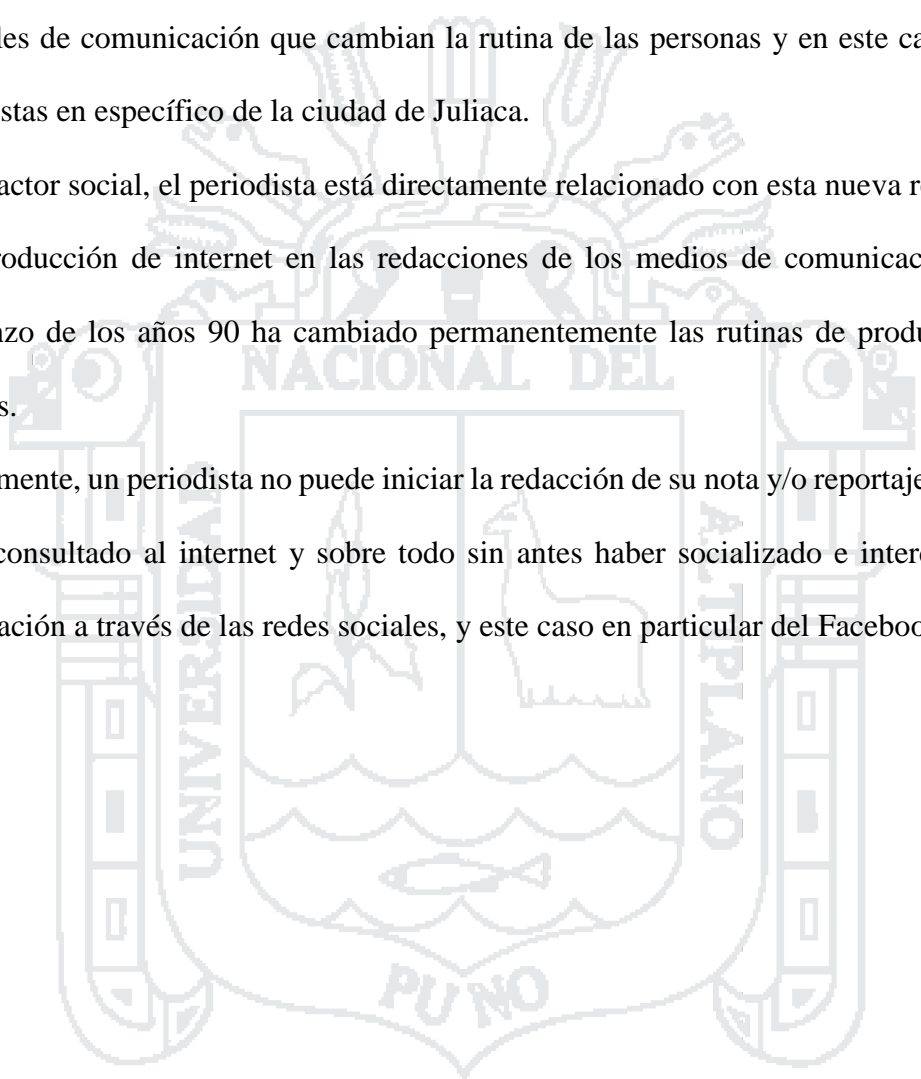
Las redes sociales constituyen la nueva morfología de las sociedades de las tecnologías de información proporciona la base para su expansión en toda la estructura social.

Las redes interactivas crecen actualmente de manera exponencial, creando nuevas formas y canales de comunicación que cambian la rutina de las personas y en este caso de los periodistas en específico de la ciudad de Juliaca.

Como actor social, el periodista está directamente relacionado con esta nueva realidad.

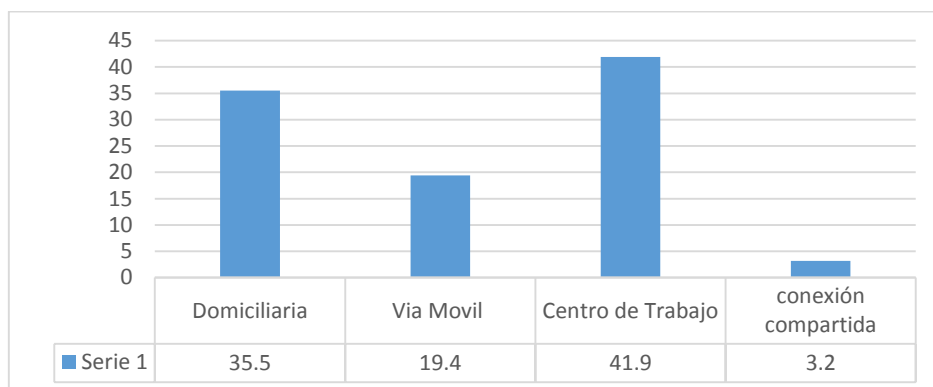
La introducción de internet en las redacciones de los medios de comunicación en el comienzo de los años 90 ha cambiado permanentemente las rutinas de producción de noticias.

Actualmente, un periodista no puede iniciar la redacción de su nota y/o reportaje sin antes haber consultado al internet y sobre todo sin antes haber socializado e intercambiado información a través de las redes sociales, y este caso en particular del Facebook.



CUADRO N° 01

TIPO DE SERVICIO DE ACCESO A INTERNET



Fuente: Encuesta Aplicada, Enero – 2015

Elaboración: propia

De acuerdo a Estudios Económicos de BBVA Research en el periodo del 2005 al 2014, la población peruana que es usa Internet ha pasado de 17% a 40%, lo cual lamentablemente no ha sido suficiente para alcanzar una mejor posición en comparación con otros países de la región, puesto que solo está superando a Bolivia.

Solo el 23% de los hogares accede a Internet fijo, y principalmente lo usan para obtener información, comunicarse y para entretenimiento. Por otro lado, el 91% de los hogares tiene acceso a telefonía móvil, de los cuales el 51% se conecta a la red por dicho medio.

Del mismo modo Ignacio Nores, vicepresidente de mercadeo de la empresa Entel Perú realizó un estudio para ingresar al mercado del internet fijo, en el que se comprobó de que solo el 25% de hogares (2,1 millones) cuentan con este servicio, por otro lado, 78.8% de las familias peruanas cuenta con internet móvil.

Según la tabla número 1 del 100% de periodistas encuestados el **41.9%** afirma que el acceso a internet que más utiliza es el de su trabajo.

Lo que demuestra que la única conexión a internet que tiene ese porcentaje de periodistas es el de su centro de trabajo lo que hace predecir que este porcentaje no cuenta con una conexión domiciliaria y mucho menos móvil, las razones por las que no cuentan con este

servicio serian varias, entre ellas: económicas, que no tengan el suficiente dinero para poder gozar del servicio de internet a domicilio; o también podemos mencionar el factor tiempo, que no dispongan del tiempo suficiente como para poder acceder al servicio de internet personal desde sus domicilios, esto debido a que la labor periodística no conoce de horarios establecidos por lo que el periodista podría disponer de poco tiempo para acceder a este servicio de manera constante, esto nos lleva a deducir que del 100% de periodistas el 41.9% necesita ir necesariamente a su centro de labores para conectarse al internet.

Por otro lado el 59.1 de periodistas que se divide en 35.5% de internet a domicilio, 19.4% móvil y 3.2% compartido gozan del servicio no solo en su centro de labores sino también en sus domicilios y equipo celular. Este resultado nos lleva al concepto de la “brecha digital” pero como se define:

La brecha digital se define como la separación que existe entre las personas (comunidades, estados, países...) que utilizan las Tecnologías de Información y Comunicación (TIC) como una parte rutinaria de su vida diaria y aquellas que no tienen acceso a las mismas y que aunque las tengan no saben cómo utilizarlas.

Operadoras de internet

En el Perú existen 5 operadoras de telefonía móvil que otorgan el servicio de internet móvil, entre ellas Movistar España, Claro, Entel S.A, Bitel, Virgin Mobile

De estas 5 operadoras solo dos ofrecen el servicio de internet a domicilio, entre ellas Movistar y Claro, sin embargo debemos de mencionar que de ambas solo una tiene mas cobertura en servicio de internet a domicilio que en este caso vendría a ser la empresa telefónica movistar.

Por otro lado pese a ser la operadora oficial para proporcionar este servicio la operadora movistar no otorga el servicio al 100% de la población, existen varios sectores del país

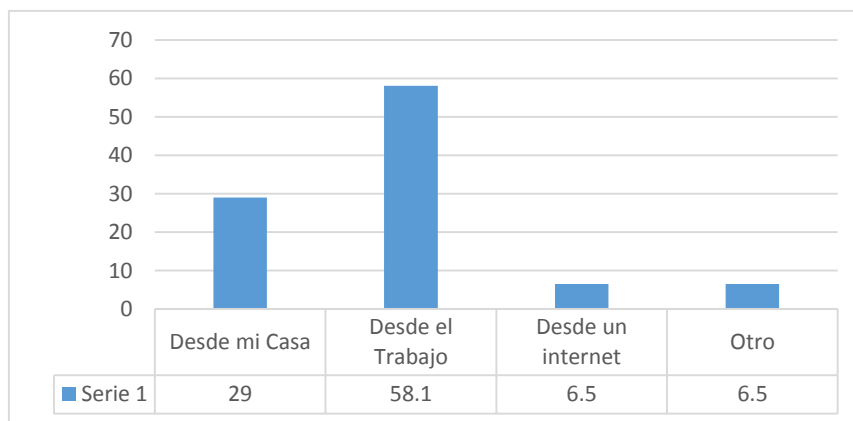
que no cuentan con este servicio, esto sucede por la falta de instalación de más redes.

Sin embargo al ser el periodismo una profesión que va vinculada con las tecnologías de la comunicación, los centros de trabajo proporcionan este servicio de manera casi obligatoria esto con el fin de dar mayor facilidad de envío de información hasta a sede central que en muchos casos se ubican en la capital de la región “Puno” y en otros casos en la Arequipa y la ciudad de Lima.

Tenemos que mencionar que los medios televisivos locales, en algunos casos no cuentan con el servicio de internet ya que el periodista de estos medios llegar realizar la labor en el mismo punto de transmisión por lo que deja de ser necesario el servicio de internet.

CUADRO N° 02

DESDE DONDE TE CONECTAS A INTERNET



Fuente: Encuesta Aplicada, Enero – 2015

Elaboración: propia

Un estudio elaborado por la consultora global AT Kearney asegura que permitir el uso de las redes sociales en el trabajo mantiene a los trabajadores más felices, echando por tierra la idea de que acceder a páginas como Facebook o manejar Twitter reduce el rendimiento laboral, corroborando de esta manera la versión de que la profesión del periodismo

requiere obligatoriamente del uso de redes sociales ya que esta profesión se encuentra estrechamente relacionada con las nuevas tecnologías.

En el cuadro número 2 se muestra que del 100% de periodistas encuestados el **58.1%** afirma que se conecta a internet desde su trabajo.

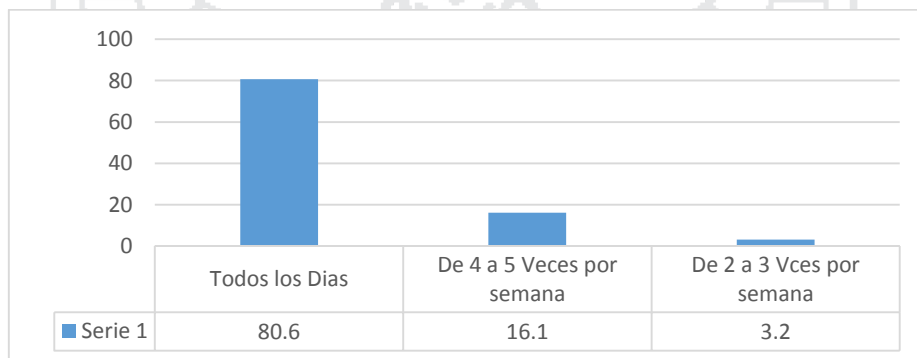
Esta pregunta es completamente diferente a la del cuadro numero 1 ya que en esta se refiere al lugar desde donde se conectan a este servicio y tal como podemos apreciar todavía aparece en el cuadro el uso de cabinas de internet, ya que de acuerdo a la evolución el uso de cabinas en la actualidad son desechables.

Sin embargo por tratarse de una profesión que está muy vinculada a las tecnologías de comunicación la respuesta es clara el 58.1% se conecta desde su centro de trabajo, haciendo un contraste con el cuadro anterior podemos deducir que el centro laboral sigue siendo el principal lugar en donde se usa este servicio pese a que el 39.1% indique que cuente con un servicio personal.

En este caso llama la atención que el 29% use el internet desde su casa ya que de esta manera se deduce que ese porcentaje le dé un uso más personal que profesional.

CUADRO N° 03

CADA CUANTO UTILIZAS INTERNET



Fuente: Encuesta Aplicada, Enero – 2015

Elaboración: propia

Según Enrique Dans Microblogging 2009, Medios y redes sociales resulta evidente: las

personas han descubierto en la web la respuesta a sus necesidades de comunicación. Una comunicación que abarca desde el intercambio de mensajes de ciento cuarenta caracteres respondiendo a la pregunta de “¿qué estás haciendo?” hasta la creación de redes interconectadas de amigos, ex-compañeros de colegio o personas con intereses comunes. De acuerdo al cuadro III el **80.6%** de los periodistas encuestados afirma estar conectado a internet todos los días

Lo que demuestra el uso constante e intensivo del internet, con esto se confirma acerca de la revolución de la información.

Según Juan Varela periodista y consultor de medios; los medios ya no son monolíticos, cerrados, unidireccionales ni accesibles a través de un único formato o soporte. Tampoco controlan la distribución de la información como lo hacían antes y no son los únicos generadores ni depositarios, en ocasiones tampoco los más autorizados, del criterio de la información.

Como actor social, el periodista está directamente relacionado con esta nueva realidad y la introducción de internet en las redacciones de los medios de comunicación en el comienzo ha cambiado permanentemente las rutinas de producción de noticias por lo que queda demostrado que un periodista necesariamente tiene que estar conectado al internet todos los días.

Revolución de la Información. A Finales del s. XX se produce una generalización de acceso a la información. De las tres olas, esta es la más drástica y rápida. De mayor profundidad y de consecuencias todavía desconocidas. Esto se debe a que el acceso a información es ilimitados. Factor transcendental ya que se pasa a depender como factor clave de éxito de recursos del conocimiento que al contrario de los recursos materiales o financieros su aumento constante produce un incremento cada vez mayor de la producción, lo que los economistas denominan rendimientos crecientes, es decir, que se

enriquecen con su uso.

La revolución de los medios sociales

Con el surgimiento de la web 2.0, la utilización de las tecnologías digitales cambió la manera de relacionarse en Internet. Blogs, comunidades colaborativas, contenidos creados colectivamente, servicios de alojamiento de vídeos y, principalmente, las redes sociales convirtieron la web en un ambiente más interactivo y participativo.

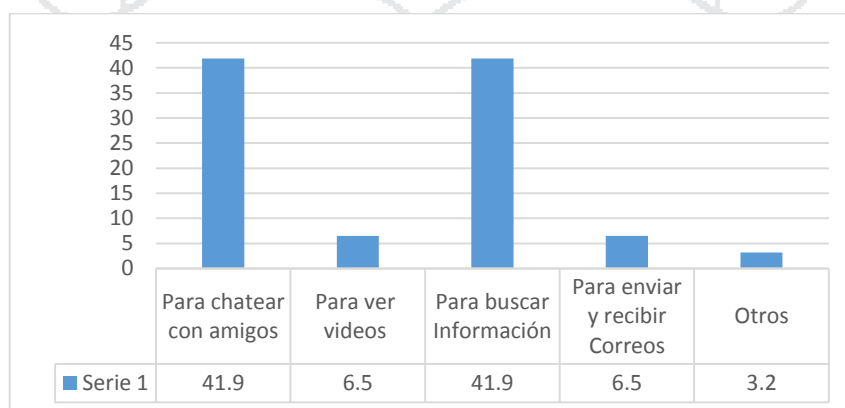
A estas plataformas en línea de comunicación donde el contenido es creado por los propios usuarios llamamos medios sociales.

En los últimos seis años, los medios sociales se convirtieron en una parte esencial de la rutina diaria de millones de personas y a cada día ganan la adhesión de nuevos usuarios.

También llama la atención que el 19.3% no se conecten a diario, ya que en la época actual las personas se conectan al internet diariamente, en este caso hacemos mención nuevamente al análisis del cuadro 1 en donde explicamos las razones del por qué un periodista no está conectado al internet *“los medios televisivos locales, en algunos casos no cuentan con el servicio de internet ya que el periodista de estos medios llega realizar la labor en el mismo punto de transmisión por lo que deja de ser necesario”*

CUADRO N° 04

ACTIVIDADES PARA EL QUE SE UTILIZA INTERNET



Fuente: Encuesta Aplicada, Enero – 2015

Elaboración: propia

Según (la comunicación en los medios sociales) La interactividad es una de las características principales de los usuarios en Internet en los últimos años. Los medios sociales, donde se incluyen los blogs, mundos virtuales y redes sociales, además de los que se apuntan en la introducción del capítulo, permiten al usuario compartir, crear, informar y comunicarse con los navegantes.

Las redes sociales son una parte del mundo virtual que cuentan con un gran número de registros, como es el caso de Facebook con más de 200 millones². Los usuarios dedican gran parte de su tiempo a conversar con familiares y amigos.

Otra característica propia de los usuarios en medios sociales es la proactividad. El usuario entra en el soporte con el objetivo de realizar una serie de acciones, desde subir una o varias fotos, realizar comentarios o participar en una conversación hasta inscribirse en un evento u organizar otro, el usuario fija su atención en el contenido generado por el resto de los usuarios.

Entonces analizado el cuadro del total de periodistas encuestados un **41.9%** afirma que utiliza el internet para chatear con sus amigos, mientras que el **41.9%** afirma que lo usa para buscar información.

Con este resultado y basados en el concepto de internet es la gran biblioteca virtual mundial, donde cualquier persona en cualquier parte del mundo puede acceder a este gigantesco archivo digital donde el conocimiento, el ocio y el mundo laboral convergen en un mismo espacio llamado Internet, comprobamos que los periodistas de la ciudad de Juliaca está al tanto de la interacción con sus compañeros y al mismo tiempo realizando la redacción de su nota informativa.

Internet representa el máximo exponente de la globalización, es un espacio donde podemos comprar, vender o compartir cualquier producto, servicio o información con

cualquier persona y lugar del mundo, es decir internet es un lugar donde interactuamos globalmente.

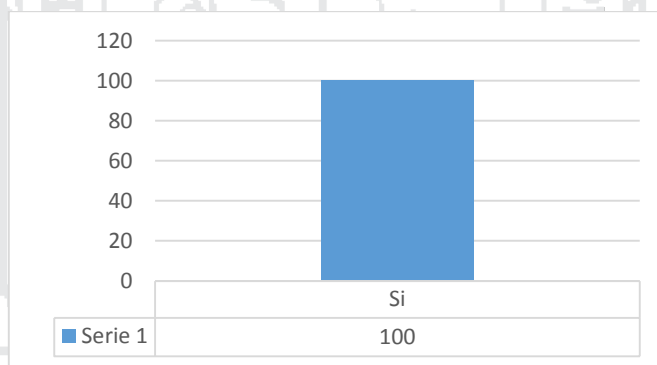
Internet también se le conoce como red de redes o la gran red, debido a que su origen.

Con este resultado se puede afirmar que conversar con amigos y realizar la labor periodística es compartida en resultados iguales.

Existen además tres tipos de usuarios en las redes sociales:

1. **Pasivos:** aquellos que buscan, consultan y leen contenidos.
2. **Activos:** interactúan a nivel de contenidos.
3. **Colaborativos:** lo componen los generadores de contenidos que a su vez se relacionan con otros internautas.

CUADRO N° 05
QUE SON LAS REDES SOCIALES



Fuente: Encuesta Aplicada, Enero – 2015

Elaboración: propia

Este resultado confirma categóricamente que el 100% sabe que es lo que son las redes sociales.

La pregunta se hace para corroborar el conocimiento y concepto de una red social, conociendo **Una red social** es una estructura social compuesta por un conjunto de actores (tales como individuos u organizaciones) que están relacionados de acuerdo a algún

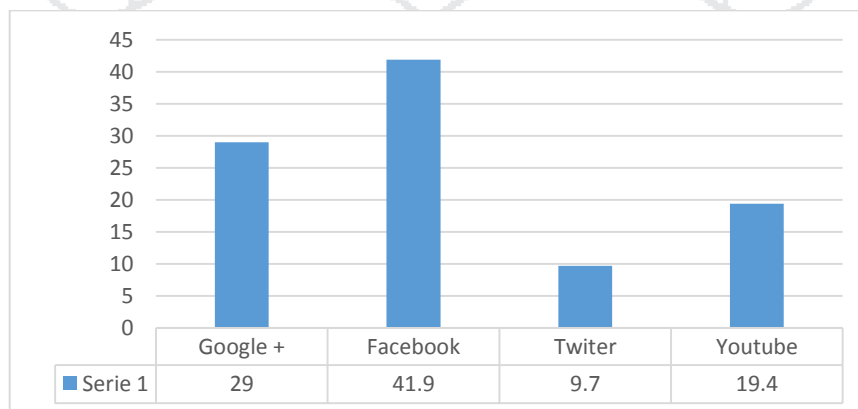
criterio (relación profesional, amistad, parentesco, etc.). Normalmente se representan simbolizando los actores como nodos y las relaciones como líneas que los unen. El tipo de conexión representable en una red social es una relación diádica o lazo interpersonal. Las investigaciones han mostrado que las redes sociales constituyen representaciones útiles en muchos niveles, desde las relaciones de parentesco hasta las relaciones de organizaciones a nivel estatal (se habla en este caso de redes políticas), desempeñando un papel crítico en la determinación de la agenda política y el grado en el cual los individuos o las organizaciones alcanzan sus objetivos o reciben influencias. La red social también puede ser utilizada para medir el capital social (es decir, el valor que un individuo obtiene de los recursos accesibles a través de su red social).

Según la definición que transcribe Marcelo Zamora en el documento Redes sociales en internet:

Las redes son formas de interacción social, definida como un intercambio dinámico entre personas, grupos e instituciones en contextos de complejidad. Un sistema abierto y en construcción permanente que involucra a conjuntos que se identifican en las mismas necesidades y problemáticas y que se organizan para potenciar sus recursos.

CUADRO N° 06

CUALES REDES SOCIALES UTILIZAS

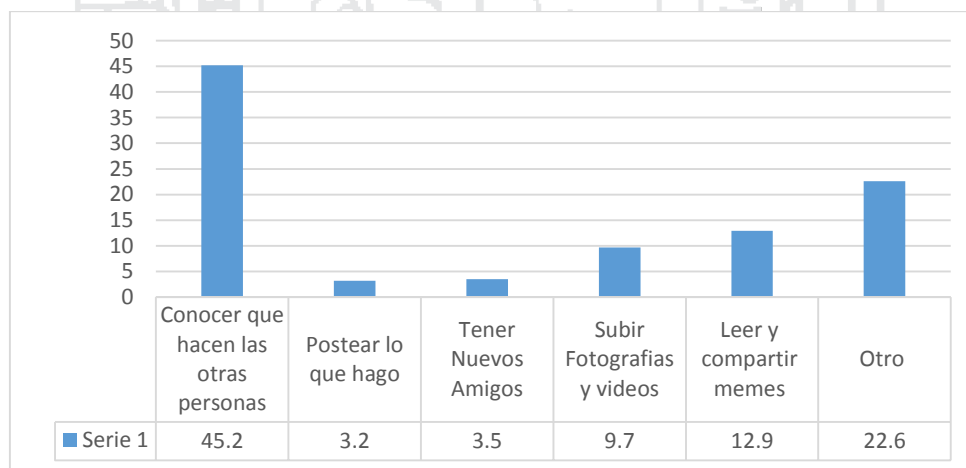


Fuente: Encuesta Aplicada, Enero – 2015

Elaboración: propia

Según datos del panel Netview de Nielsen, el 74% de los usuarios activos de Internet en el mundo visitó algún medio social. Esto significa que los medios sociales han supuesto una revolución en Internet al haber creado una nueva dimensión en la personalidad de los Internautas. Se trata de los mismos usuarios que navegan por páginas de contenido informativo o comercial pero que, cuando navegan por medios sociales, lo hacen durante más tiempo, aportando más contenido y participando del contenido de su red de amigos. Esto se refleja en el cuadro en donde se aprecia que el **41.9%** de periodistas encuestados utiliza la mayor parte de su tiempo la red social Facebook. Con un 9.7% de aceptación se encuentra el twitter

CUADRO N° 07
LO QUE MÁS GUSTA DE LAS REDES SOCIALES



Fuente: Encuesta Aplicada, Enero – 2015
Elaboración: propia

Las redes sociales son una parte del mundo virtual que cuentan con un gran número de registros, como es el caso de Facebook con más de 200 millones. Los usuarios dedican gran parte de su tiempo a conversar con familiares y amigos, tal y como se detalle en el

siguiente gráfico el **45%** del total de periodistas encuestados afirma utilizar el Facebook para conocer lo que hacen las demás personas, en este punto podemos corroborar el análisis del muro de los periodistas en la que se demuestra con datos reales de que la mayor cantidad de actividad que se tiene son los mensajes personales publicados por ellos mismos.

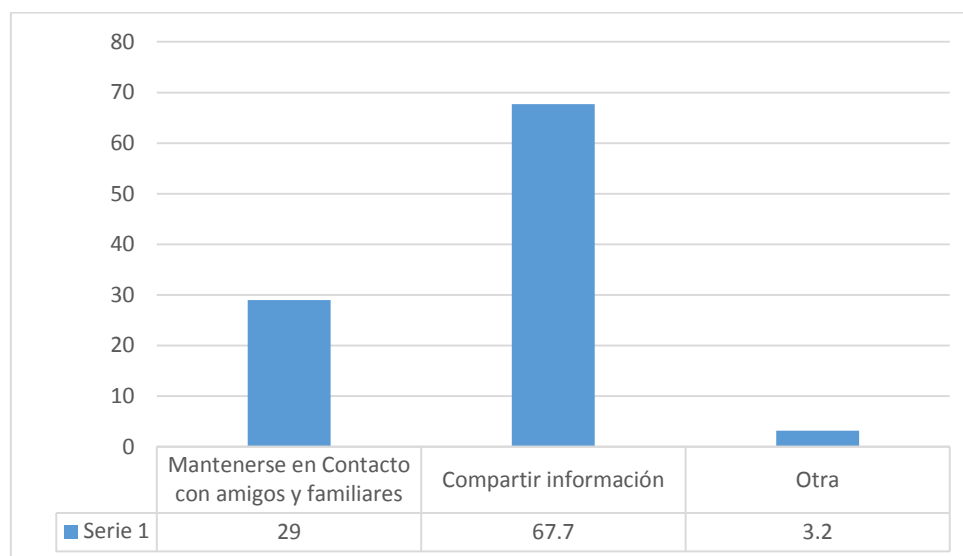
Tenemos también que explicar que los conceptos de Muro y de Feed de noticias son la base de Facebook. El usuario puede hacer publicaciones en su propio muro, pero también pueden hacerlo sus 'amigos'. Toda la actividad de los amigos puede ser visualizada en el feed de noticias, que se va actualizando automáticamente. Además de los amigos, el usuario también puede conectarse a entidades, como empresas, bandas, asociaciones, personalidades del entretenimiento, etc. La posibilidad de señalar que una publicación agrada es una de las marcas más importantes de Facebook. El botón 'me gusta' permite que un usuario comunique al otro que el contenido de su actualización le agrada. El hecho de poner 'me gusta' es la acción más común de los usuarios en Facebook.

En este cuadro se aprecia la particularidad de las redes sociales en el que las personas comentan las actividades que realizan las demás personas, lo que demuestra la diferencia de otros medios de comunicación. Ya que este medio es una red en la que se enteran de la vida personal de sus contactos.

Para el periodista, las redes sociales ofrecen una oportunidad para conectarse con la gente, mostrar sus historias, informarse sobre hechos en tiempo real y complementar la cobertura de un hecho. Sin embargo esto no se da de esa forma en un 100% ya que la encuesta realizada muestra otra realidad, un periodista que busca actualizarse de la vida de sus contactos al mismo tiempo de buscar información.

CUADRO N° 08

LA PRINCIPAL VENTAJA DE LAS REDES SOCIALES



Fuente: Encuesta Aplicada, Enero – 2015

Elaboración: propia

Según Juan Varela en las redes, plataformas y algoritmos, Los nuevos medios son un algoritmo una cadena bien definida, ordenada y con el fin de resolver ciertos problemas, de conocimiento, opinión, etc. donde los servicios y la gestión del contenido a través de nuevos programas y plataformas se puede distribuir y comercializar más allá de la cabecera.

Según el cuadro el **67%** de los periodistas encuestados afirma que la principal ventaja del Facebook es compartir información. De esta manera se comprueba que en los periodistas de la ciudad de Juliaca la principal forma de interactuar en las redes sociales es el de compartir información y dar a conocer su opinión en diversas temas.

Y según la sociedad de la información, personal económica cultural política, la respuesta hace ver lo que realmente es internet el compartir información.

Esto deja en segundo lugar con el 29% el de mantenerse conectado con amigos y familiares, empero realizando el contraste con el cuadro 4 en el que se muestra que la

actividad que más realizan en la red social es la de compartir información y al mismo tiempo mantenerse informado.

Lo que hace deducir que los periodistas usan la red social Facebook para compartir información y para mantenerse en contacto con amigos y familiares en similar porcentaje, pero según su percepción la principal ventaja de esta red social es la de compartir información.

Percepción: es muy ventajoso para compartir información

Uso real: mantenerse en contacto con amigos y familiares 50% y compartir información 50%



Fuente: Encuesta Aplicada, Enero – 2015

Elaboración: propia

Según ser digital, al igual que las marcas, en las redes sociales promocionamos lo mejor de nosotros mismos (aspecto, que por cierto no tiene nada de malo). Lo nocivo es cuando en ello existe la fantasía del cambio de personalidad y esta hace que las personas lleven una doble vida, dividiendo la realidad entre lo offline y lo online

Analizando el cuadro el **74.2%** de los periodistas encuestados afirma que el Facebook

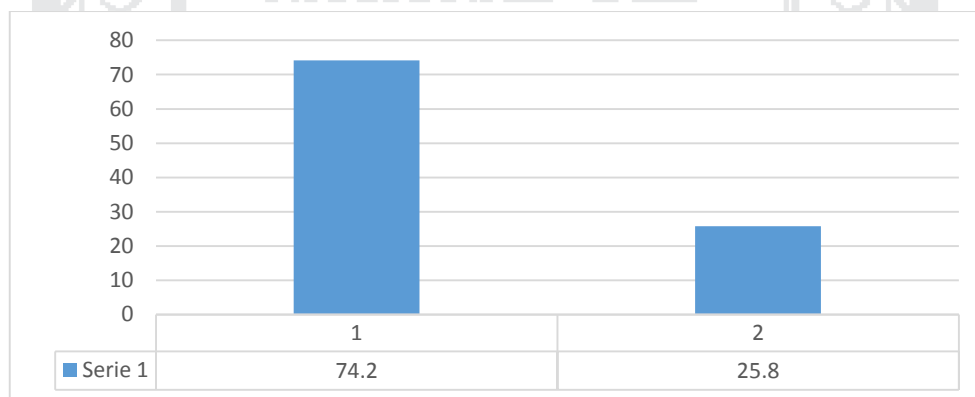
personal que usa tiene su nombre completo, lo que lleva a deducir que hacen un uso profesional a la página de Facebook personal que administran.

Sin embargo existe aún un 6.4% de periodistas que consideran aun que usar Facebook es simplemente una portal de entretenimiento y diversión en el que dan a relucir otra personalidad distinta al que llevan en el ámbito del periodismo.

Un 19.4% solo usa su nombre lo que lo pone entre lo informa y lo formal.

CUADRO N° 10

CUANTAS CUENTAS DE FACEBOOK TIENES



Fuente: Encuesta Aplicada, Enero – 2015

Elaboración: propia

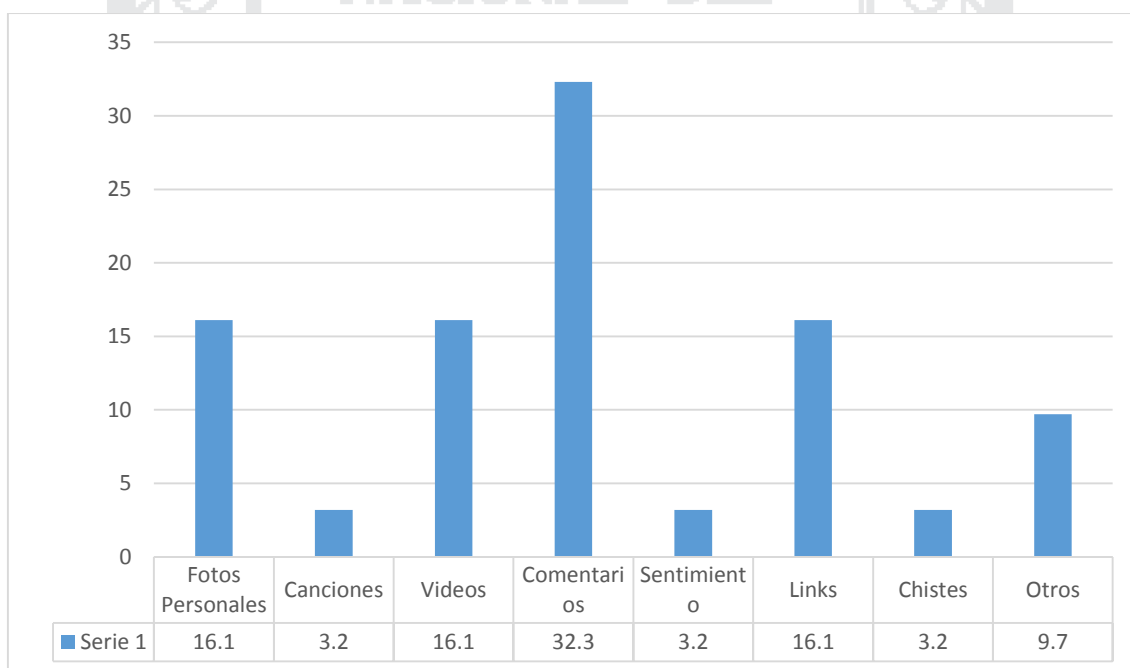
El hecho de que el 25.8 % de periodistas tengan más de una cuenta de Facebook podría llevar a diversas razones, entre ellas la de llevar una doble personalidad en la que interactúan de diferente manera, o en todo caso la de ejercer la labor periodística en un muro y el de llevar una vida personal en otro, sin embargo de acuerdo al análisis de los muros de los periodistas no se encontró rastro alguno de alguna página de noticias de la región de puno, y si lo hay son directamente administradas por los medios de comunicación, que poco tienen que ver con el muro personal de los propios hombres de prensa. En todo caso el resultado del cuadro daría a entender que el 25,8 de los periodistas

de la ciudad de Juliaca llevaría una doble vida del cual desconocemos como sea el otro muro de su otra cuenta de Facebook.

Por otro lado el **74.2%** de periodistas afirma tener solo una cuenta de facebook. Lo demostraría la labor profesional y personal que llevan, publicando cosas personales y al mismo tiempo informaciones periodísticas y en muchos casos links de entretenimiento, todo esto desde una sola cuenta de Facebook.

CUADRO N° 11

TIPO DE TEMAS Y/O ASUNTOS PUBLICAS EN LA RED



Fuente: Encuesta Aplicada, Enero – 2015

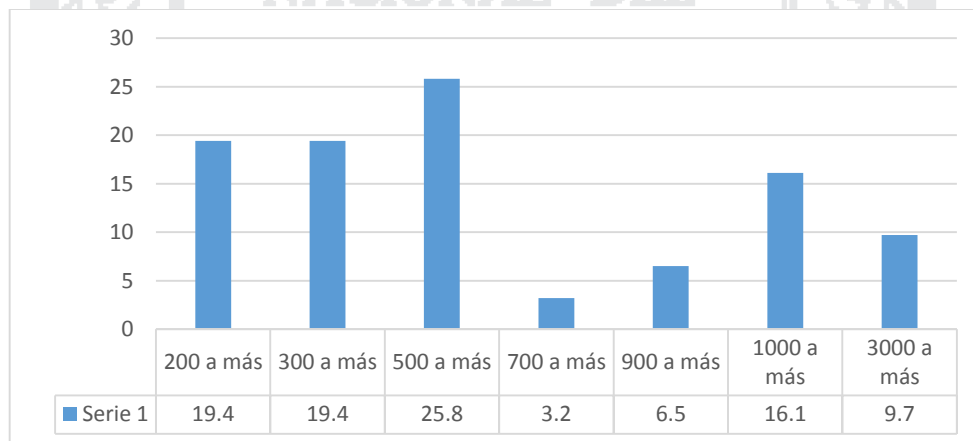
Elaboración: propia

El botón 'me gusta' permite que un usuario comunique al otro que el contenido de su actualización le agrada, por ende el que publica lo hace generalmente para obtener empatía por parte de sus contactos y la forma más adecuada de hacerlo es publicando frases y comentarios muy personales, es así que los resultados en este cuadro dan a conocer que el 32.3 % de periodistas publica comentarios y mensajes en su muro.

Según el concepto de agenda-setting se podría describir como la hipótesis según la cual los medios de comunicación pueden indicar a sus destinatarios en torno a qué temas deben pensar, qué contenidos deben incluir o excluir de su conocimiento, a qué acontecimientos dar o no importancia, qué valorar de las personas y problemas. (Vilches, 2011:153).

Por lo que el cuadro 11 muestra claramente que el 90% de periodistas publica aspectos más personales que profesionales en su muro personal

CUADRO N° 12
CUANTOS AMIGOS TIENES EN FACEBOOK



Fuente: Encuesta Aplicada, Enero – 2015

Elaboración: propia

De acuerdo a la percepción de los periodistas a la pregunta que aparece en el cuadro número 12, los periodistas creen que tienen poco más de 500 contactos en su mayoría, lo que finalmente de acuerdo al uso de la herramienta de observación de sus muros se pudo corroborar de que todos y cada uno de ellos desconoce por completo la cantidad de amigos que tienen en su cuenta de Facebook.

De acuerdo a un estudio de un profesor de psicología de la Universidad de Arizona, Matthias Mehl, llevó a cabo un estudio que arrojó como resultado que aquellos que actualizaban con mayor frecuencia su cuenta de Facebook se sentían menos solos ya que

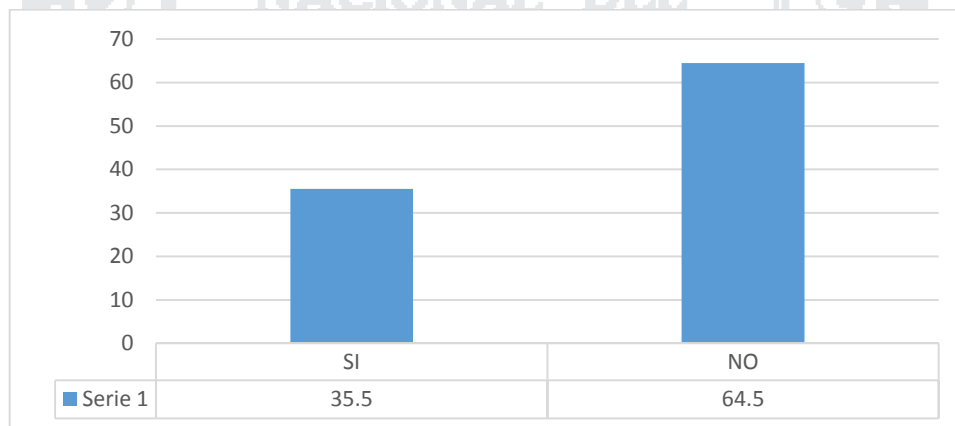
esta actividad les llevaba a percibir que estaban más conectados socialmente.

Ese estudio nos lleva a la conclusión de que mientras más amigos tengan será mejor para la persona que esté conectada la red social, por lo que los periodistas constantemente agregan y/o aceptan a más personas en su perfil sin darse cuenta de a cuánto se incrementa la cantidad de amigos con el tiempo.

Perdida de la noción del tiempo

En este caso pérdida de la noción de cantidad de amigos en la vida real y en la vida virtual

CUADRO N° 13
CONOCES A TODOS TUS AMIGOS



Fuente: Encuesta Aplicada, Enero – 2015

Elaboración: propia

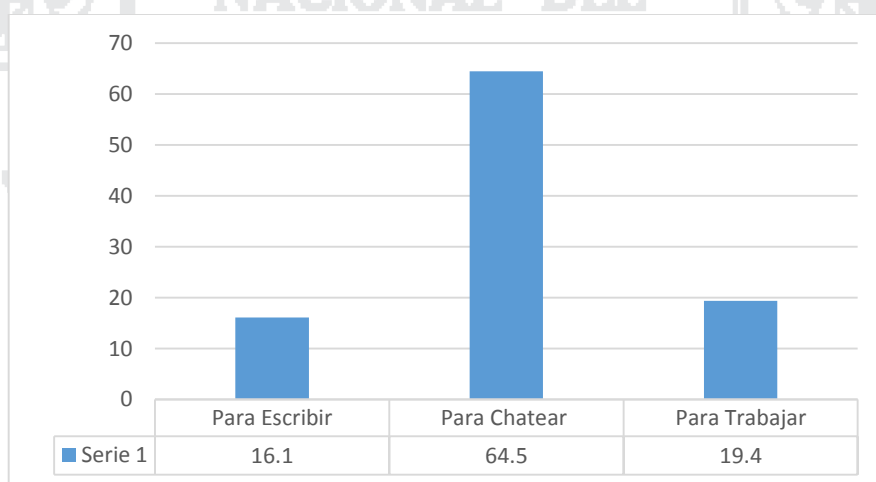
En el cuadro anterior se explicó de la cantidad de amigos que a diario se agregan al perfil de los periodistas haciendo que estos pierdan la noción de la cantidad de amigos que tienen en la red social, en este caso se corrobora con 64.5% de periodistas encuestados que afirman no conocer al 100% de los amigos que acepta en su perfil de Facebook.

Al ser hombres de prensa este sería un resultado beneficioso, pues el periodista necesita de contactos para poder alimentar su agenda de profesionales en todos los ámbitos lo que definitivamente ayuda a la redacción de las notas y reportajes publicados diariamente en sus medios de comunicación.

Por otro lado existe un **35.5%** de ellos afirma conocerlos a todos lo que seguramente no podremos comprobar la 100% ya que como investigadores podemos ver una determinada cantidad contactos en cada perfil de Facebook de los cuales no conocemos la 100% y or ende tampoco conocemos a sus contactos y por lo tanto no se podrá saber el el peridotita en realidad conoce a todos sus contactos.

Sin embargo se puede afirmar que al no estar seguros de la cantidad de contactos que tienen en sus perfiles se puede asegurar que tampoco conoce a la totalidad de ellos.

CUADRO N° 14
PARA QUE USAS FACEBOOK



Fuente: Encuesta Aplicada, Enero – 2015
Elaboración: propia

Del total de periodistas encuestados solo el **64.5%** afirma usar el Facebook para chatear, sin embargo este resultado podría ser relativo ya que un comunicador social en este caso periodista necesita estar conectado a la red y por lo tanto al “chatear” podría estar trabajando, esta afirmación se realiza de acuerdo a la experiencia personal ya que un hombre de prensa para terminar de completar sus datos periodísticos utiliza no solo el internet “”google” si no también las redes sociales para corroborar datos y completar la información.

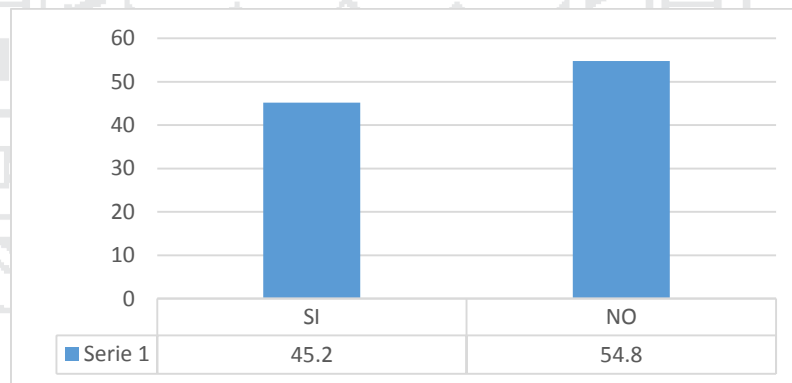
Mientras que por otro lado el **19%** afirma que lo usa solo para trabajar, en este caso a de referirse a que solo se dedica a la redacción y edición de notas sin la distracción de las conversaciones entre amigos y familiares, usando exclusivamente el Facebook para trabajar es decir para conseguir datos y corroborar la información con otros medios que ahí se encuentran.

Sin embargo existe un 16.1% de periodistas que afirma que solo lo usa para escribir, esto lleva la deducción que esta red social seria solo usada para expresar lo que sienten al momento en el que se conectan con la red.

Corroborando con resultados obtenidos en la ficha de observación, se puede confirmar este resultado ya que la mayor cantidad de publicación son de frases y además estas tienen mayor impacto en los contactos de los hombres de prensa ya que son en la mayoría de veces aspectos personales.

CUADRO N° 15

USAS FACEBOOK PARA CONOCER AMIGOS NUEVOS



Fuente: Encuesta Aplicada, Enero – 2015

Elaboración: propia

Conocemos la principal cualidad de Facebook que es la de conocer a más cantidad de personas sin ni siquiera tener algún tipo de relación amical, en el resultado mostrado en el cuadro se nota una especie de rechazo por parte de los periodistas a esta afirmación ya

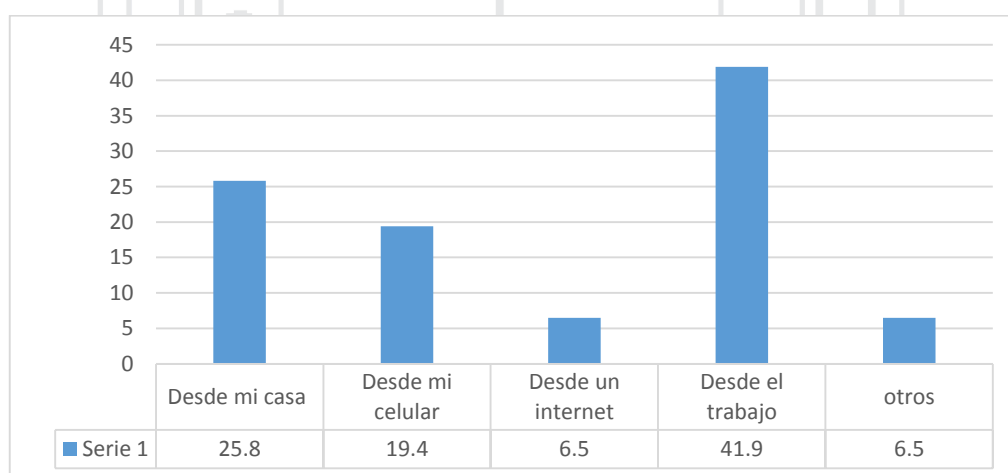
que se ve a un **54.8%** afirma que usa el Facebook, no para conocer nuevos amigos.

Este resultado muestra un claro apego hacia la labor periodística, sin embargo se entra en contradicción al revisar los resultados la ficha de observación en la que se muestra claramente una actividad más personal que profesional.

Deducimos de que el periodista “dice” estar apegado a la labor de prensa son embargo “muestra” otra realidad.

Por otro lado existe un 45.2% de hombres de prensa que acepta que usa esta red social para conocer nuevos amigos y ampliar su vida social.

CUADRO N° 16
DESDE DONDE TE CONECTAS A FACEBOOK



Fuente: Encuesta Aplicada, Enero – 2015

Elaboración: propia

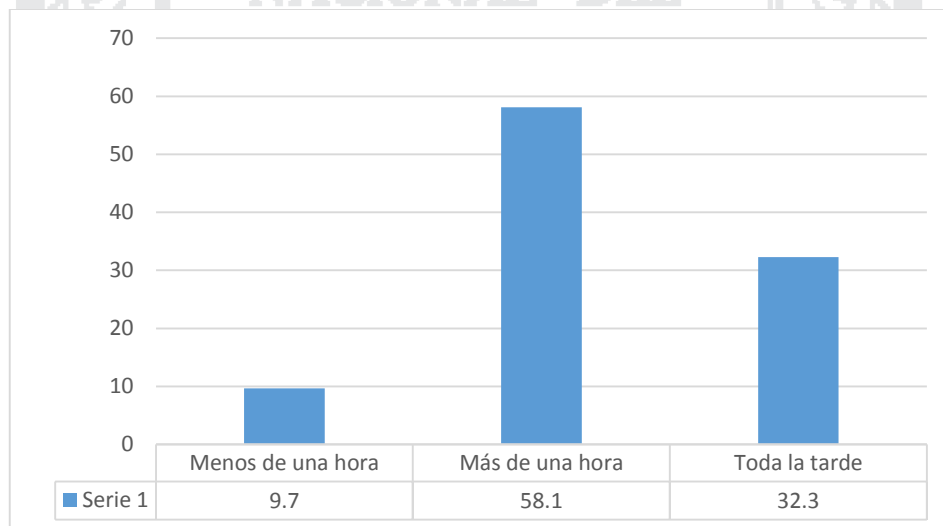
Cuadros más arriba se explica la brecha digital en nuestro país la que en muchos factores podría afectar al hombre de prensa de la ciudad de Juliaca, pese a que este ha adoptado como parte vital de sus día a día de esta importante herramienta en la red.

En este cuadro se ratifica de que un 41.9% acepta que usa la red social Facebook únicamente desde el trabajo lo que confirma de que es porcentaje de periodistas no cuenta con el servicio de internet desde sus hogares y en algunos casos en sus móvil celular.

El 58.2% de ellos afirma utilizarlo por toro medio confirmando de que ellos si cuentan con el servicio de internet propio.

Pese a que es más alto el porcentaje de periodistas que cuentan con el servicio de internet propio, esto no quiere decir que la brecha digital no los afecte ya que en algunos casos ellos solo cuentan con internet móvil que es la de más fácil acceso y otro porcentaje lo hace desde su vivienda.

CUADRO N° 17
CUANTO TIEMPO UTILIZAS FACEBOOK



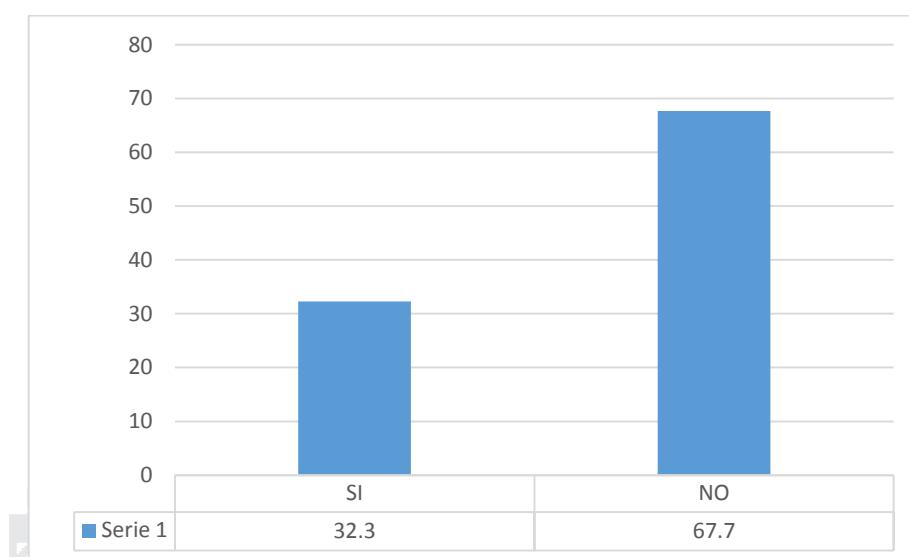
Fuente: Encuesta Aplicada, Enero – 2015
Elaboración: propia

El **58.1%** de los periodistas afirma que usa la red social Facebook por más de una hora haciendo ver este resultado la prueba de que pese a tener limitaciones al momento de conectarse al internet y las redes sociales el hombre de prensa de la ciudad de Juliaca trata de estar siempre conectado al internet de algún medio u otro.

Sin embargo la tarde es el momento ideal para mantenerse conectado ya que es bien conocido de que un periodista realiza esta labor informativa durante la mañana y la tarde es usada generalmente para la redacción de las notas que serán publicadas al día siguiente.

CUADRO N° 18

ES CONVENIENTE TENER MÁS DE UNA CUENTA DE FACEBOOK



Fuente: Encuesta Aplicada, Enero – 2015

Elaboración: propia

Este resultado claramente nos lleva al resultado del cuadro 10 en que se ve que la mayor cantidad de periodistas solo tiene una cuenta en la red social Facebook la cual se equipara con este cuadro en la que muestra la que se ve a un 67.7% de periodistas que cree que no es conveniente tener más de una cuenta de Facebook.

Basándonos en la definición de

La credibilidad: Cualidad de creíble

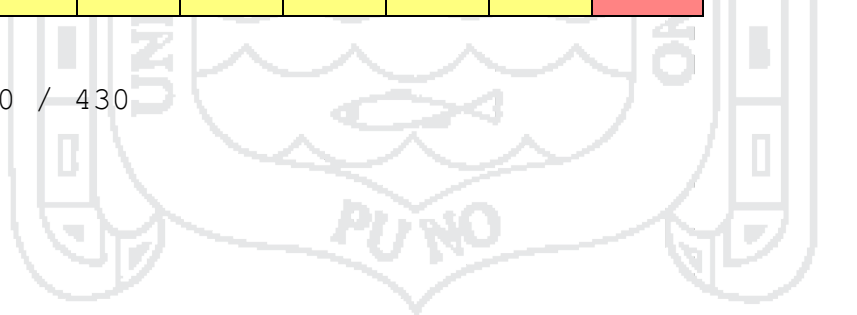
Deducimos que para que un periodista pueda mantenerse creíble en el mundo de las noticias es necesario de tener solo un rostro la cual se refleja en las redes sociales.

Resultados de la ficha de observación

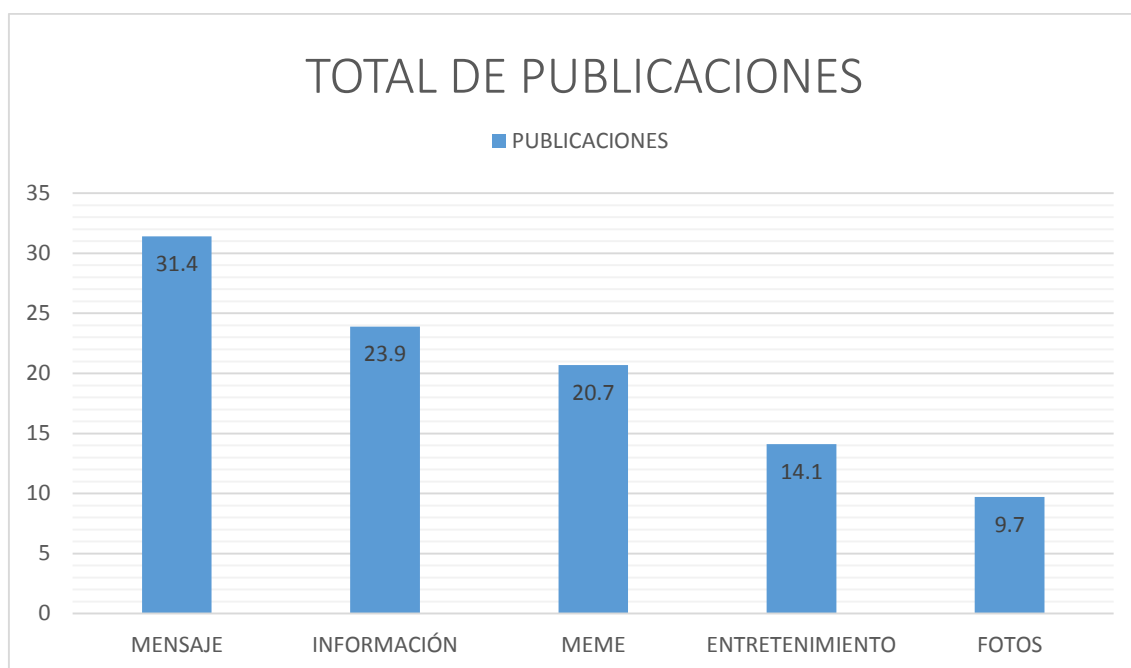
CUADRO GENERAL

	MENSAJE	FOTOS	MEME	INFORMACIÓN	LINK ENTRETENIMIENTO	TOTAL PUBLICACIONES
	1	2	3	4	5	
TOTAL	135	42	89	103	61	430
ME GUSTA	435	516	371	382	77	1781
COMPARTIDOS	13	3	215	41	0	272
COMENTARIOS	845	469	218	436	123	2091
TOTAL	1293	988	804	859	200	4144

61 X 100 / 430



CUADRO N° 01



Fuente: Observación Aplicada, Enero – 2015

Elaboración: propia

Según “Daniel Innerarity en La sociedad del desconocimiento” Las nuevas generaciones dedican cada vez más tiempo a utilizar unas nuevas formas de comunicación en red que les permiten dejar de ser espectadores pasivos para convertirse en nodos activos, en emisores y receptores simultáneamente, en consumidores pero también en productores de todo tipo de contenidos. Se trata, sin duda, de un mundo de posibilidades inagotables.

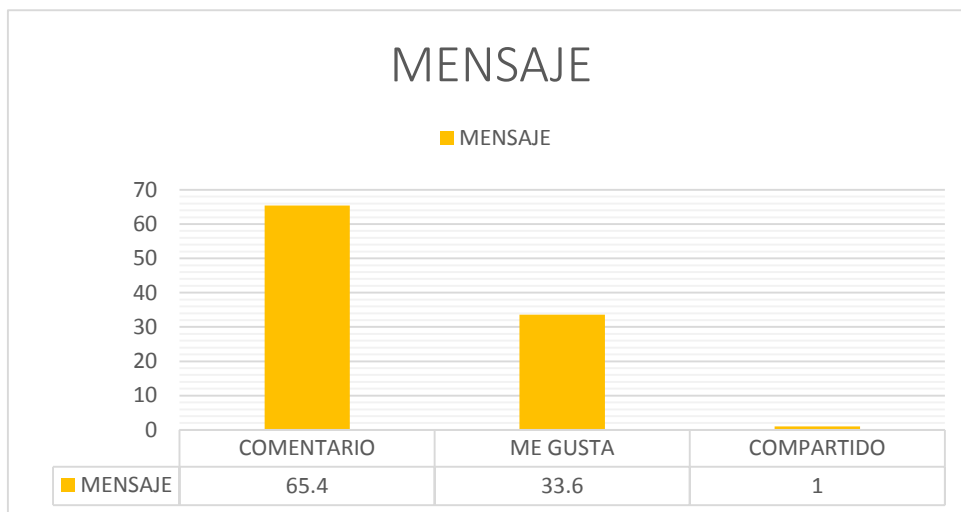
De acuerdo a la tabla se obtiene un resultado bastante preocupante y es que la cantidad de mensajes que se publicó durante un año completo en los muros de Facebook de los periodistas superó el 31% que son netamente personales, dejando en segundo lugar la publicación de información con un 23.9 %.

Este resultado muestra que la red social Facebook está implícita en la vida de cada uno de los periodistas de la ciudad de Juliaca, y estos no necesariamente la usan de manera profesional.

Sin embargo haciendo una comparación con la encuesta realizada a los hombres de prensa

estos afirman utilizar esta red social para trabaja y buscar información lo podría corroborar el segundo lugar en el que se encuentra este ítem en este cuadro.

CUADRO N° 02



Fuente: Observación Aplicada, Enero – 2015

Elaboración: propia

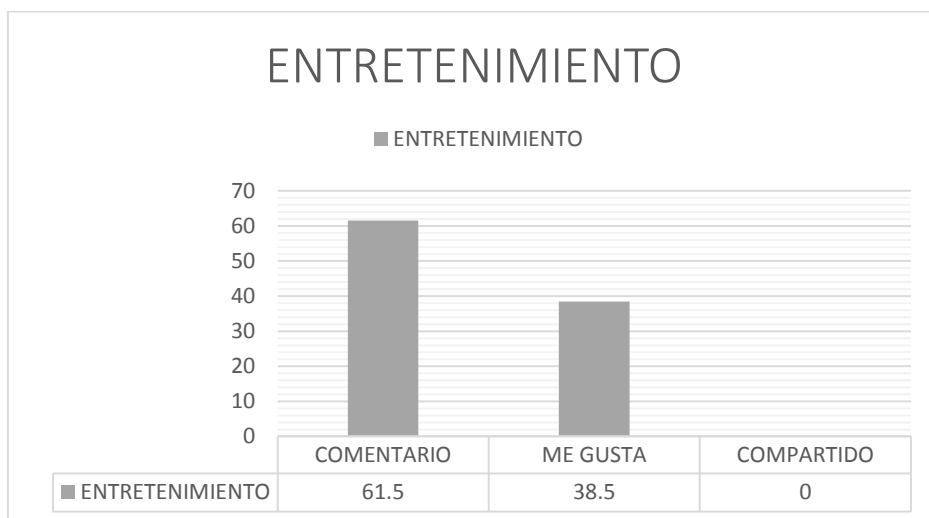
En relación a la cantidad de mensajes publicados durante el año se puede comprobar que se tuvo un 2.08 % más de actividad de comentarios, con lo que se confirma la empatía de sus contactos con el que publico el mensaje.

Dándose a entender que la mayor parte de contactos está más interesada en lo que sucede en la vida personal del periodista más que la información que pueda proporcionar como hombre de prensa.

El 33.6% de me gusta corrobora esta afirmación.

Haciendo una comparación se nota que ante un mensaje personal del periodista este obtiene mayor actividad recibiendo otros mensajes.

CUADRO N° 03



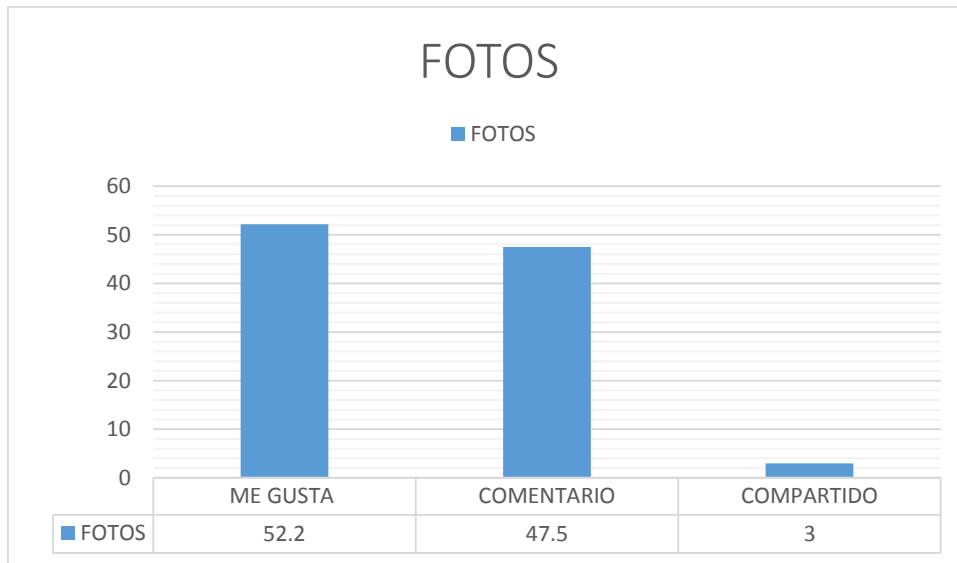
Fuente: Observación Aplicada, Enero – 2015

Elaboración: propia

Si miramos con detenimiento el presente, vemos que hay una red social que ha conseguido algo que las demás no han hecho: que es incorporar a la multitud de internautas a la dinámica de publicación de contenidos diversos entre ellos fotografías, videos, textos entre otros, al tiempo que exploran datos de la red en busca de personas a quienes conocen ya sean éstas relaciones del presente o de un pasado muy lejano. Estamos hablando de la red social Facebook, precisamente esta red nos da la opción de hacer todo tipo de publicaciones por lo que el entretenimiento es la más relevante en esta plataforma.

Lo que muestra este resultado es un 4.64 % de actividad en comentarios de acuerdo al 14.1 % de publicaciones de entretenimiento.

CUADRO N° 04



Fuente: Observación Aplicada, Enero – 2015

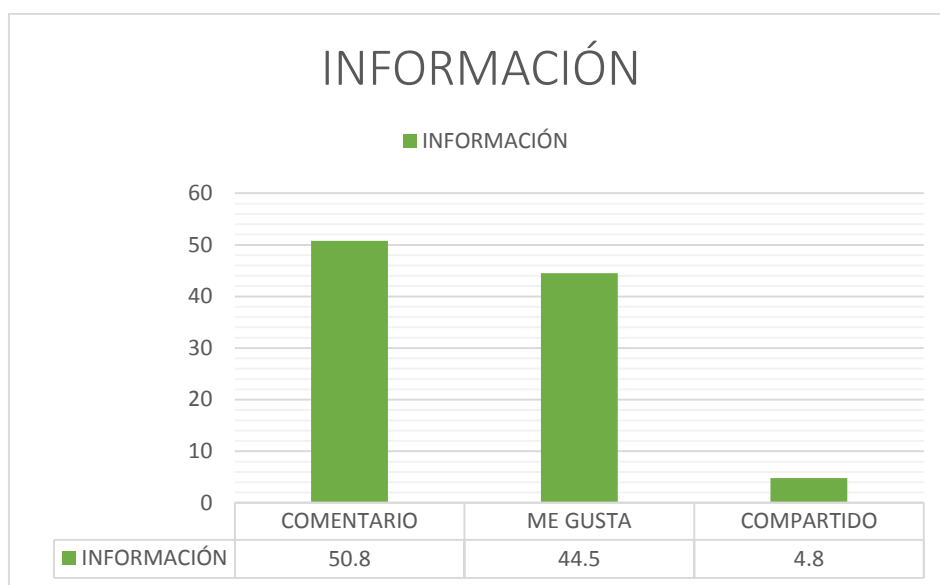
Elaboración: propia

Según “Javier Leiva Aguilera en su ensayo Situación y tendencias en relación a la Información y la Documentación”

Lo que quiere la gente en internet es informarse, conversar, compartir las fotos de la última salida a la montaña, divertirse, posicionarse como experto en un campo profesional concreto, escribir sus emociones o sobre sus aficiones, encontrar posibles proveedores, amigos, socios o clientes, etc. Es decir, que la tecnología es puramente instrumental y su importancia es en función de si facilita al usuario cumplir su desarrollo social en la red. Dicho esto, está claro que en internet no puede existir red social alguna sin una tecnología que la sustente.

Lo que en comparación con el cuadro de resultados muestra que uno puede encontrar lo que está buscando o en lo que está interesado es decir que de acuerdo a la actividad que se tienen en la publicación de fotografías en el muro de los periodistas se ha tenido una actividad de 5.38 más al resultado de publicaciones.

CUADRO N° 05



Fuente: Observación Aplicada, Enero – 2015

Elaboración: propia

En relación al total de información publicada en la red social, se tuvo una actividad del 2.12% de comentarios y 1.86% más de actividad en obtener me gustas.

Estos resultados son menores a los obtenidos en la cantidad de mensajes publicados y la actividad obtenida por parte del público y los contactos que tienen cada periodista, lo que demuestra el bajo interés que se tienen en obtener información relevante ya sea local o regional.

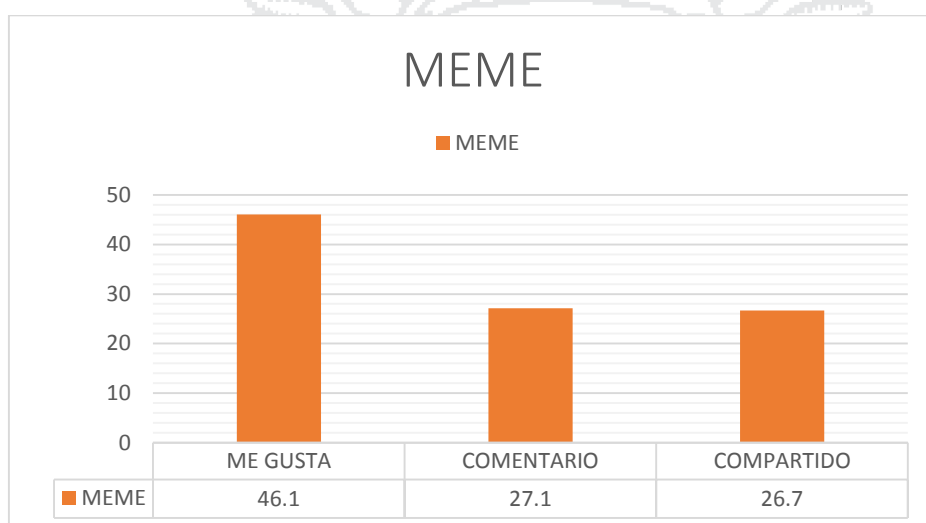
Según “Antoni Brey de la sociedad de la ignorancia”

Estamos rodeados, inundados de información de todo tipo: podemos saber si está lloviendo en el lugar más remoto del planeta, encontrar en segundos la letra de la canción que más nos gusta o las especificaciones técnicas de cualquier dispositivo. Cuando conocemos a alguien buscamos referencias sobre su persona en Internet. Podemos echar un vistazo al estado del hielo en la Antártida, hojear todos los libros de la antigüedad, escuchar las opiniones más reputadas o escharbar en las propuestas más alternativas y contraculturales. Todo está ahí, al alcance del teclado y el ratón.

Lo que nos lleva a confirmar la razón por la cual los periodistas le ponen más interés a los mensajes personales que al de la información, es porque existen muchas otras páginas especializadas que se encargan de esta labor.

Razón por la cual los contactos y/o amigos le toman más interés a la vida personal del periodista.

CUADRO N° 06



Fuente: Observación Aplicada, Enero – 2015

Elaboración: propia

Pese a estar en último lugar en actividad por parte de los contactos de cada periodista, sin duda alguna el meme propiamente dicho tiene un lugar especial en cada muro de Facebook de los periodistas, es decir que esta pequeña parte de un chiste al que se le conoce como meme, es utilizado de manera frecuente por los hombres de prensa para en algunas oportunidades mostrar lo que siente, piensan o explican muchas veces largos conceptos con solo una imagen.

La actividad que obtiene es de un 2.22 % en relación a los resultados, esto demuestra que pese a ser la tercera opción más publicada en el muro de los periodistas es el menor actividad tiene.

Como vemos, en unos pocos años el fenómeno de las redes sociales en internet ha crecido muchísimo y hay redes para todos los gustos, y en el mundo del periodismo en la ciudad de Juliaca las redes juegan un papel importante, sin embargo está un poco dejada de lado, es decir no se utiliza de manera profesional.



CONCLUSIONES

PRIMERO

El muro personal de los periodistas es usado netamente para publicar actividades personales, entre mensajes, fotos, comentarios y memes, por otro lado la información y el trabajo profesional es dejado de lado cuando se conectan a la red social Facebook.

SEGUNDO

Para el periodista, las redes sociales ofrecen una oportunidad para conectarse con la gente, mostrar sus historias, informarse sobre hechos en tiempo real y complementar la cobertura de un hecho. Sin embargo esto no se da de esa forma en un 100% ya que de acuerdo a la investigación muestra a un periodista dándoles prioridad a los amigos y familiares, dejando de lado la búsqueda y posteo de información.

TERCERO

Los periodistas son conscientes de las ventajas que ofrece una red social tan grande a nivel mundial como lo es Facebook, sin embargo no lo aprovechan como tal, los factores que intervienen son muchos, entre ellos la brecha digital, es decir el acceso que tienen al internet, el tiempo y el limitado espacio que tienen para redactar editar y finalizar la redacción de una nota informativa, otro factor es la cantidad información que se publica en la red social.

RECOMENDACIONES

PRIMERA:

Se considera convenientemente que los periodistas le den un uso más profesional a este red social que consideramos se encuentra lejos de ser una página de entretenimiento, pese a ser una red que se encarga a ese ámbito, es decir que los resultados que se pueda esperar del Facebook son múltiples.

SEGUNDA:

En esta era digital es de suma importancia el uso de dispositivos móviles con acceso a internet, por lo que se recomienda tener entre sus herramientas de trabajo de un periodista un dispositivo moderno, es asombroso ver que aún un grupo de periodistas solo cuenta con un celular básico, otro factor es acerca de los derechos laborales que no están incluidos en esta investigación, sin embargo la remuneración que percibe un periodista en su mayoría no supera el mínimo, lo que obviamente dificulta al hombre de prensa poder pagar un servicio de internet propio y móvil, se recomienda a las autoridades encargadas de estos temas a de alguna manera mejorar los derechos laborales no solo de los periodistas, sino del ciudadano común.

TERCERA:

Implementar un área de prácticas profesionales dedicada exclusivamente al área digital, redes sociales e internet, ya que luego de la investigación queda demostrada que el internet es una herramienta principal en el periodista moderno.

4. BIBLIOGRAFÍA

- Aranda, D. y Sánchez-Navarro, J. (2011). Internet como fuente de información para la vida cotidiana de los jóvenes españoles. El profesional de la información, v. 20. Recuperado de <http://eprints.rclis.org/bitstream/10760/15332/1/032-037.pdf>
- Kukso, F. (2011.). McLuhan, el profeta accidental. Página 12. Recuperado de <http://www.pagina12.com.ar/diario/suplementos/radar/9-7190-2011-07-18.html>
- Prensky, M. (2001). Digital Natives, Digital Immigrants. On the Horizon. MCB University Press, Vol. 9. No.6, December. Recuperado de <http://www.marcprensky.com/writing/prensky%20%20digital%20natives,%20digital%20immigrants%20-%20part1.pdf>
- Badilla, E. (2009, 05 de Agosto). Homo Zappiens. La Nación. Recuperado de http://www.nacion.com/ln_ee/2009/agosto/05/opinion2048706.html
- Calvo, M. y Rojas, C. (2009) *Networking. Uso práctico de las Redes Sociales*. Recuperado de http://books.google.es/books?id=4eczQreEaLwC&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false
- Pierre lévy (2007) *Cibercultura la cultura de la sociedad digital*. España: Antrhopos Editorial
- García, F; Portillo, J., y Romo, J. (2007). *Nativos digitales y modelos de aprendizaje*.
- Julio Cerezo (2009) *la revolución de la prensa digital*

Recuperado de <http://www.chrisamico.com/blog/2008/dec/30/new-tools-for-new-news/>

- Sandra Crucianelli (2011) Herramientas digitales para periodistas Recuoerado de <http://toolkit.snd.org/>
- David de Ugarte El poder de las redes
- CEBRIÁN, (M. (director) (2010): (Desarrollos* del* periodismo* en* internet
- Ramon Puchades, Director de Redes Sociales de Unidad Editorial, para el blog Comunicación 2012 https://www.youtube.com/watch?v=cLov5u_nwoA

OTRAS FUENTES:

Qué es la Brecha Digital

www.labrechadigital.org/labrecha/qu-es-la-brecha-digital17.html

Revolución de la información

<http://inno-creativity.blogspot.pe/2011/03/new-order-la-revolucion-de-la.html>

Redes sociales

escritoriofamilias.educ.ar/datos/redes-sociales.html

Facebook en el trabajo

<http://www.muyinteresante.es/curiosidades/preguntas-respuestas/ies-malo-usar-facebook-y-twitter-en-horas-de-trabajo>

Acceso a internet en el Perú

<http://peru21.pe/economia/40-poblacion-tiene-acceso-internet-2244173>

Brecha digital, internet fijo en el Perú

<http://elcomercio.pe/economia/negocios/entel-peru-ofrecera-servicio-internet-fijo-hogares-noticia-1941015?flsm=1>

Los apodos

<https://euricsanti.wordpress.com/2013/01/09/los-apodos-sobrenombres-y-alias-como-afectan-las-personas/>

Doble personalidad

<http://www.serdigital.cl/2011/10/13/redes-sociales-y-doble-personalidad/>

ANEXOS**CUESTIONARIO PARA PERIODISTAS****Percepción de los periodistas acerca del uso de redes sociales**

Hola, estamos haciendo una investigación para la que requerimos el apoyo de los periodistas de la ciudad de Juliaca. Esta trata acerca del uso de las redes sociales; por ello, te solicitamos un momento para que contestes estas preguntas. Se trata algo muy sencillo.

¡ Muchas gracias por tu ayuda!

Instrucciones generales:

1. Encierra con un círculo la respuesta que consideres apropiada para cada pregunta.
2. Algunas preguntas traen instrucciones adicionales en **negrita**, para que lo tengas en cuenta.

SECCIÓN #1: SOBRE EL ACCESO A INTERNET

1. ¿Desde dónde te conectas a Internet? (**Puedes marcar varias respuestas**)

- | | | |
|--------------------------------|----------------------|---------|
| a. Desde mi casa
(anota) | c. Desde el trabajo | e. Otro |
| b. Desde la casa de mis amigos | d. Desde un internet | |

2. ¿Cada cuánto utilizas Internet?

- | | |
|------------------------------|------------------------------|
| a. Todos los días | c. De 2 a 3 veces por semana |
| b. De 4 a 5 veces por semana | d. Una vez por semana |

3. ¿Para qué actividades utilizas Internet? (**Puedes marcar varias respuestas**)

- | | |
|---|---|
| a. Para chatear con mis amigos
o escucharla | d. Para bajar música |
| b. Para ver videos (musicales, graciosos, etc.) | e. Para enviar o leer
correos electrónicos |
| c. Para buscar información | f. Otros (anota) |

4. ¿Tienes acceso a Internet desde tu casa?

- | | |
|-------|-------|
| a. Sí | b. No |
|-------|-------|

SECCIÓN #2: SOBRE LAS REDES SOCIALES

5. ¿Sabes qué son las redes sociales?

- | | |
|-------|-------|
| a. Sí | b. No |
|-------|-------|

6. ¿Cuáles redes sociales conoces? (Puedes marcar varias respuestas)

- | | | |
|-------------|-------------|-----------------|
| a. Hi5 | c. Google + | e. My Space |
| b. Facebook | d. Twitter | f. Otra (anota) |

7. ¿Qué es lo que más te gusta de las redes sociales?

- | | |
|---|-------------------------------|
| a. Conocer qué hacen las otras personas | d. Subir fotografías y videos |
|---|-------------------------------|

b. Postear lo que hago	e. Leer y compartir memes
c. Tener nuevos amigos	f. Otra (anota)
8. Para ti, ¿cuál es la principal ventaja de las redes sociales?	
a. Conocer nuevas personas	c. Compartir información
b. Mantenerse en contacto con amigos o familiares	d. Otra (anota)
SECCIÓN #3: SOBRE FACEBOOK	
9. ¿Tienes una cuenta en Facebook?	
a. Sí	b. No, ¿por qué?
10. ¿Cuál es el nombre que usas en Facebook?	
a. Tu nombre completo	c. Tu apellido
(anota)	e. Otro
b. Tu nombre	d. Tu apodo
11. ¿Qué tipo de cosas públicas en la red?	
a. Fotos personales	c. Videos
e. Sentimientos	g. Chistes
b. Canciones	d. Comentarios
f. Links	h. Otras (anota)
12. ¿Cuántos amigos tienes en Facebook? _____	
13. De esos amigos que tienes, ¿los conoces a todos?	
a. Sí	b. No
14. ¿Para qué usas Facebook?	
a. Para jugar	c. Para chatear
(anota)	e. Otras
b. Para escribir	d. Para trabajar
15. ¿Usas Facebook para conocer amigos nuevos?	
a. Sí	b. No
16. ¿Generalmente, Desde dónde te conectas a Facebook?	
a. Desde mi casa	c. Desde un Internet
b. Desde mi celular	d. Desde el trabajo
17. Cuando entras a Facebook, ¿cuánto tiempo la usas?	
a. Menos de una hora	c. Toda la tarde
b. Más de una hora	d. Toda la noche
18. ¿Conoces algo sobre la privacidad de Facebook?	
a. Sí	b. No
19. ¿Sabes cómo se maneja la privacidad en Facebook?	
a. Sí	b. No
SECCIÓN #4: INFORMACION GENERAL	
20. ¿Cuántos años tienes?	21. Género: a. M b. F
22. Nombre del medio de comunicación al que perteneces	

FICHA DE OBSERVACIÓN

PERFIL	EDAD	SEXO	GRADO DE INSTRUCCIÓN	NOMBRE DEL MEDIO	TIPO	ALCANCE
ESTRUCTURA	25	M	Egresado	Fama	TV	Local
MURO DE FACEBOOK 2014						
ID DE CUENTA	Fidel Vilca					
NOMBRE DE CUENTA	Fidel Vilca					
INFORMACIÓN	Fidel Vilca					
FOTO PORTADA	Paisaje					
FOTO PERFIL	Retrato personal					
# NÚMERO DE PAGINAS QUE SIGUE INFORMATIVOS						
ENTRETENIMIENTO						
# NUMERO DE CONTACTOS	783					
# NUMERO DE SEGUIDORES	346					
ANTIGÜEDAD DE LA CUENTA						

	SEMANA 1			SEMANA 2			SEMANA 3			SEMANA 4												
	L	M	M	J	V	S	D	L	M	M	J	V	S	D	L	M	M	J	V	S	D	
ENERO																						
FEBRERO																						
MARZO																						
ABRIL																						
MAYO																						
JUNIO																						
JULIO																						
AGOSTO																						
SEPTIEMBRE																						
OCTUBRE																						
NOVIEMBRE																						
DICIEMBRE																						

FICHA DE OBSERVACIÓN

MURO DE FACEBOOK 2014																														
	SEMANA 1							SEMANA 2							SEMANA 3							SEMANA 4							TOTAL	
	L	M	M	J	V	S	D	L	M	M	J	V	S	D	L	M	M	J	V	S	D	L	M	M	J	V	S	D	TOTAL	TOTAL %
																											Nº	%		
ENERO																														
Publicación	6	1					1	1	1					6	5	5				1	1	5					52			
Me gusta	3	7					1	2	8				5	1	2				5	1	1					52				
compartidos		3												1							1									
comentarios		14						3	1				2	1	1				3	2						54				

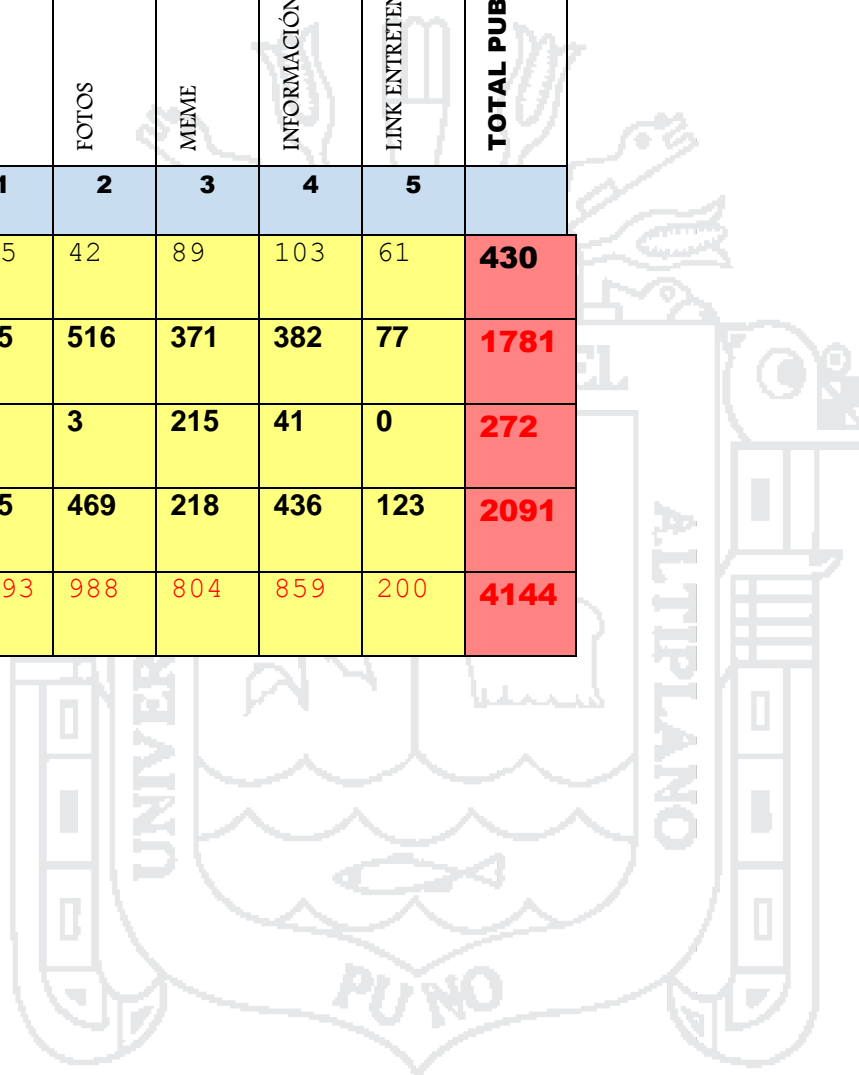
FICHA DE OBSERVACION

	FRASE	FOTO FAMILIAR	FOTO AMISTAD	MEME	INFO PERIODISTICA	LINK INFORMATIVO	LINK ENTRETENIMIENTO	TOTAL PUBLICACIONES	ME GUSTA	COMPARTIDOS	COMENTARIOS	
	1	2	3	4	5	6	7					
ENERO												
FEBRERO												
MARZO												
ABRIL												
MAYO												
JUNIO												
JULO												
AGOSTO												
SEPTIEMBRE												
OCTUBRE												
NOVIEMBRE												
DICIEMBRE												
TOTAL												
ME GUSTA												
COMPARTIDOS												
COMENTARIOS												
TOTAL												



FICHA DE OBSERVACIÓN

	MENSAJE	FOTOS	MEME	INFORMACIÓN	LINK ENTRETENIMIENTO	TOTAL PUBLICACIONES
	1	2	3	4	5	
TOTAL	135	42	89	103	61	430
ME GUSTA	435	516	371	382	77	1781
COMPARTIDOS	13	3	215	41	0	272
COMENTARIOS	845	469	218	436	123	2091
TOTAL	1293	988	804	859	200	4144



ALGUNAS PUBLICACIONES



Me gusta Comentar Compartir

Vickycita Chambi, Lariza Ruth Ramos y 52 personas más

Ver 29 comentarios más

- Orgullo Aimara** **Wñaymarca De La Meseta Andina** se te ve muy bien cuidado cuidado con lobitos jajajaja
12 de noviembre de 2014 a las 9:08 · Me gusta
- Vickycita Chambi** sheepimito no te preocupes
12 de noviembre de 2014 a las 13:46 · Me gusta
- Martin Mamani Artiaga** la novia ?¿¿¿
13 de noviembre de 2014 a las 16:21 · Me gusta
- David Mamani Torres** QUEN RICA CHINITA SASA S.....
17 de noviembre de 2014 a las 17:34 · Me gusta

Escribe un comentario...



Me gusta Comentar Compartir

Vickycita Chambi, Richard Absten y 15 personas más

Ver 23 comentarios más

- Vickycita Chambi** ¡a! que chistoso tu te verias genial...
1 de mayo de 2015 a las 6:12 · Editado · Me gusta
- Ccoa Henry** Muy linda.....yo kiero uno igual jajaja
1 de mayo de 2015 a las 6:19 · Me gusta
- Vickycita Chambi**
1 de mayo de 2015 a las 6:21 · Me gusta
- Mario Larico** sts linda victoria
1 de mayo de 2015 a las 7:10 · Me gusta

Vickycita Chambi 😞 se siente estresada.
12 de diciembre de 2014 ·

RAYOS... LAS CONSECUENCIAS... TODO POR DEJAR PARA LA ULTIMA HORA---

Me gusta Comentar Compartir

1

- Ruben Callasaca Callasaca** AHORA QUE PASO
12 de diciembre de 2014 a las 19:31 · Me gusta
- Vickycita Chambi** mi resumen... de todo el año ... ggg
12 de diciembre de 2014 a las 19:31 · Me gusta
- David Mamani Torres** OH .. KEEEEEEEEEEEEEE
14 de diciembre de 2014 a las 13:35 · Me gusta

Escribe un comentario...

Vickycita Chambi
20 de diciembre de 2014 ·

Se acabo el dia... Se viene la noche 😊 suficiente tiempo para renovar energias yujuyuuuu

Me gusta Comentar Compartir

Vickycita Chambi y Fredy Calloapaza Canaza

- Fredy Calloapaza Canaza** Bine dicho amia...
20 de diciembre de 2014 a las 19:35 · Me gusta

Escribe un comentario...

Adolfo Abel Villalba Diaz
6 de agosto de 2014 ·

Nuevos retos...

Me gusta Comentar Compartir

2

Escribe un comentario...

Perú declara alerta epidemiológica para evitar brote de ébola.



Perú declara alerta epidemiológica para evitar brote de ébola

Guinea Conakry, Liberia y Sierra Leona presentan una transmisión activa del virus, en tanto Nigeria sigue en evaluación

ELCOMERCIO.PE

Me gusta Comentar Compartir

Adolfo Abel Villalba Diaz

Escribe un comentario...

10 de agosto de 2014



Me gusta Comentar Compartir

Fidel Vilca Flores, Janetcita Djpc y 24 personas más

Ver 7 comentarios más

- Hildebrandt Robert Aguilar Quispe felicitaciones ... exitos 12 de agosto de 2014 a las 20:19 - Me gusta
- Nieves Marleny Gonzales Cayo Que lindos mmis hermanos 26 de noviembre de 2014 a las 23:17 - Me gusta
- Nieves Marleny Gonzales Cayo Dios los bendiga , prospere mas y mas amor y fortalezca su union bendiciones .) 26 de noviembre de 2014 a las 23:17 - Me gusta
- Nieves Marleny Gonzales Cayo 😊 26 de noviembre de 2014 a las 23:17 - Me gusta

Adolfo Abel Villalba Diaz
12 de septiembre de 2014

QUE TAL PODER...



Nadine Heredia es la persona más poderosa del país, según Datum

La primera dama desplazó al mandatario Ollanta Humala al segundo lugar, siendo Lima su plaza fuerte. Les sigue Alan García

ELCOMERCIO.PE

Me gusta Comentar Compartir

1 vez compartido

Escribe un comentario...



Adolfo Abel Villalba Diaz
9 de diciembre de 2014

Una tarde escuchando trova...

Me gusta Comentar Compartir

Eland Vera, Dorging Gonzales Gallegos y 2 personas más

- Alan Mendoza rock de los 80 en ingles es mejor... 😊 9 de diciembre de 2014 a las 19:23 - Me gusta
- Adolfo Abel Villalba Diaz jajaja 9 de diciembre de 2014 a las 19:23 - Me gusta

Escribe un comentario...

