

FUNDACIÓN UNIVERSITARIA LOS LIBERTADORES

COMUNICACIÓN SOCIAL- PERIODISMO

TRABAJO DE GRADO

LA LLEGADA DEL TWITTER Y EL IMPACTO EN EL PERIODISMO

PRESENTADO

POR:

JUAN MANUEL TRIVIÑO ORDUZ

ASESOR METODOLÓGICO:

Guillermo Cárdenas

PROYECTO DE GRADO

20 DE FEBRERO

2014

BOGOTÁ

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN.....	pág. 3
1.1. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	pág. 4
1.2. JUSTIFICACIÓN.....	pág. 5
1.3. PROPÓSITO.....	pág. 5
1.4. OBJETIVO GENERAL.....	pág. 6
1.5. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	pág.7
1.6. ANTECEDENTES.....	pág. 8
2. MARCO REFERENCIAL.....	pág.10
2.1. HISTORIA DEL TWITTER.....	pág. 11
2.2. RELACIÓN DEL PERIODISMO Y EL TWITTER EN 2012.....	pág. 12
2.3. LA REVOLUCIÓN DE LOS NOTICIEROS CON TWITTER.....	pág. 16
2.4. TWITTER COMO INSTRUMENTO POLÍTICO.....	pág. 19
2.5. TWITTER COMO HERRAMIENTA DE INTERACCIÓN.....	pág. 23
2.6. LAS DESVENTAJAS DEL TWITTER.....	pág. 27
2.7. LA TRANSFORMACIÓN DEL PERIODISMO.....	pág. 29
3. DISEÑO METODOLÓGICO.....	pág.34
4. TRABAJO DE CAMPO.....	pág. 35
5. CONCLUSIONES.....	pág. 39
6. REFERENCIAS.....	pág. 43
7. ANEXOS.....	pág. 46

1. INTRODUCCIÓN

Este trabajo de grado ofrece una perspectiva en relación a la transformación que ha sufrido el periodismo en los últimos años, por consecuencia de la aparición del servicio de microblogging, servicio que permite a los usuarios publicar y recibir mensajes breves, creado en el año 2006 llamado Twitter, red que permite a cientos de millones de usuarios seguir y enviar mensajes de texto a amigos, conocidos, personajes públicos, empresas, entre otros, mensajes no mayores a los 140 caracteres, más conocidos como Tweets. Actualmente, esta red social ha tomado mucha fuerza en el oficio del periodista, a tal punto que la mayoría de medios de comunicación han definido un espacio solo para noticias que surgen y emiten a través de esta herramienta de comunicación. Para mostrar este gran cambio, mediante una recolección de información sobre el periodismo arcaico, anterior a la llegada de las tecnologías de la información y comunicación TIC's, se plantea mostrar el panorama actual sobre el periodismo, haciendo un paralelo entre el pasado y presente del oficio del periodista y de los medios. Con lo cual se pretende revelar cómo el Twitter, como nueva plataforma y herramienta ha revolucionado el periodismo y la manera de ejercerlo en Colombia. El trabajo proyecta una relación en las teorías de los autores sobre la comunicación y el periodismo con la investigación de los periodistas que hoy laboran y se mueven en diferentes medios y empresas, para evidenciar aún más ese cambio que ha producido la innovación y tecnología en el periodismo. Todo esto centrado en la atención en el Twitter, la red social que permite que no sólo los periodistas puedan informar sobre los hechos, sino que cualquier persona del planeta pueda comunicar sobre diferentes acontecimientos que transcurren en tiempo real. Por medio de entrevistas a comunicadores que, actualmente, ejercen la profesión en canales de televisión, se miden los beneficios periodísticos de usar esta herramienta y el cambio que se ha dado en los medios de comunicación y el periodismo desde el año 2012. Con un balance y comparación de un profesional que usa Twitter y uno que no, también se pretende analizar las ventajas y desventajas que trae consigo la participación en esta red social, como los peligros y riesgos que tiene un periodista al tomar información y datos provenientes del microblogging. Por lo que se pretende demostrar ese cambio con la llegada del twitter a Colombia.

1.1 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

Los blogs y las redes sociales como el twitter han sido una gran revolución tecnológica que ha modificado notablemente el ecosistema de la información y la manera de hacer periodismo. La competencia entre los medios de comunicación privados ha llevado a buscar cada vez más la instantaneidad de la información. En medio de este cambio están los periódicos tradicionales, que día a día se enfrentan a la posibilidad de ser superados por los diarios digitales. No sólo por la parte económica, sino por todas las ventajas que ofrece la red. En el mundo ya existen cientos de blogs muy prestigiosos que se destacan por la instantaneidad en la publicación de noticias, serias, precisas con un trabajo periodístico bien hecho. En Estados Unidos y Europa, la información del blog periodístico funciona, de igual manera, como los portales de grandes periódicos con: noticias, análisis, reportajes, crónicas, entrevistas, videos, imágenes, etc. En Colombia, esto es cada vez más común con nuevas páginas de Internet y blogs informativos. En esta transformación periodística aparece Twitter, una red social que permite publicar un mensaje de texto no mayor de 140 caracteres, como también poder seguir de cerca a cualquier persona que tenga una cuenta registrada. Esta herramienta virtual no sólo permite estar informado de lo que está sucediendo en el mundo, sino que da la oportunidad para que cualquier persona pueda ser parte de este cubrimiento noticioso. El twitter es considerado el SMS de Internet al tratar de buscar cada vez más la instantaneidad. Este sistema ha hecho una diferencia significativa en el ejercicio de hacer reportería. Por lo tanto, con la llegada del Twitter es imposible detener ese gran cambio que se produce en el periodismo e inevitable pensar que toca estar en ese cambio para no ser improductivo. Luego surge la pregunta a desarrollar en este trabajo investigativo: ¿Cómo el Twitter cambió el periodismo en Colombia?

1.2 JUSTIFICACIÓN

Se realizó este trabajo de investigación para explicar el cambio que ha tenido el periodismo en Colombia con la llegada de las TIC's. En especial se buscó mostrar cómo el Twitter ha logrado transformar la labor del periodista, sus rutinas y forma de trabajo al vivir en una era digital. Este trabajo se hizo con el fin de mostrar el impacto que ha logrado esta herramienta virtual en la forma de comunicar y transmitir información. Así mismo, se produjo para conocer el panorama actual de esta profesión en un mundo digital centrándose en los medios de televisión en Colombia. El proyecto se debía hacer porque es un tema actual, es un cambio que ha venido ocurriendo, está pasando en este momento y seguirá transformando la manera de informar noticias. Este conocimiento no sólo es útil para periodistas o estudiantes de comunicación social y periodismo, sino en general para todas las personas que se deseen enterar de cómo el Twitter, siendo una herramienta de comunicación virtual, logró modificar la manera de informar y recibir información diaria sobre los hechos noticiosos que suceden en el mundo.

1.3 PROPÓSITO

Responde a la pregunta ¿Por qué? Y surge debido a que es un cambio palpable en los medios de comunicación, en la profesión y en el mundo de la información que cada vez toma más fuerza. El trabajo se centra al cambio en los noticieros del canal de televisión RCN para poder concretar aún más los resultados. Hace cinco años, los medios no tenían destinados periodistas para manejar las redes sociales, hoy hay equipos de trabajo y espacios para actualizar la información en Twitter, red social que le permite al canal de noticias señalar que es líder de opinión al superar los 3 millones 420 mil seguidores. Paralelamente, se construye un debate si esta red social es o no, un medio de comunicación. Para muchos periodistas lo es, para otros es un espacio para opinar, donde pueden decir lo que no pueden en sus notas informativas. Por lo que es un cambio real, no solo a nivel de infraestructura en las compañías de información, en las labores de los periodistas y los medios, sino en las personas que pueden obtener información instantánea, pueden interactuar con personas que antes no tenían acceso y pueden convertirse en reporteros con datos, fotografías y videos de lo que está sucediendo.

1.4 OBJETIVO GENERAL

Analizar cómo el Twitter ha cambiado el periodismo en Colombia.

1.5 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Demostrar el alcance e impacto del Twitter que ha tenido en los noticieros de RCN.
- Mostrar las ventajas y desventajas que enfrentan los periodistas al utilizar Twitter.
- Analizar cómo el Twitter es utilizado como instrumento político.
- Presentar los cambios de las noticias con la llegada del Twitter.
- Explicar cómo han cambiado las tareas de los periodistas en el nuevo escenario informativo.

1.6 ANTECEDENTES

Este trabajo de grado inicia con una investigación de la historia del periodismo, que nace con la prensa. Hay varias hipótesis sobre quién inventó el periódico, hay quienes dicen que fue Julio César en el año 59 antes de Cristo, porque circulaba a diario un pasquín con las acciones y eventos de la República, donde se apuntaban las órdenes y comunicaba. Otros historiadores dicen que se inventó en el imperio Chino en el año 713 después de Cristo. Pero en este trabajo de investigación, se parte de la existencia de la prensa con la imprenta de Guttemberg, y gracias a él a finales del siglo XV, surge en Alemania el primer periódico o panfleto con historias asombrosas y las noticias más relevantes. La prensa, el primer medio masivo del hombre. Obviamente, no de cualquier hombre, sino de la clase alta no más, la cual podía pagar por la información. Y no solo por los costos del periódico, sino que no todas las personas en ese entonces sabían leer y escribir; por tanto, la prensa era dirigida hacia un público específico. Lo cual determina más claro el ideal: la información es poder. Las personas informadas tenían el poder y el control en cierto punto sobre quien no estaba enterado. Más adelante apareció la radio que le dio un nuevo sentido al comportamiento del hombre; como primer medio masivo de comunicación y entretenimiento de mayor alcance, que llega a todas las clases sociales. El cual establece también un contacto más personal con el público, porque el oyente tiene un grado de participación en los acontecimientos y su opinión es tomada en cuenta.

El proceso de transformación que ha tenido la radio ha sido enorme. Aunque es difícil atribuir su invención a una sola persona, en 1896 Guillermo Marconi obtuvo la primera patente. Al año siguiente, creó la primera estación de radio en la Isla de Wight, al sur de Inglaterra. Dos años después abrió la primera empresa de equipos de transmisión al emplear a cerca de 50 personas, en su proceso consiguió transmitir señales de lado a lado del océano atlántico; años después, periodistas radiales leían los diarios o semanales textualmente, hasta que las historias y el vocabulario denso del periódico, la hizo revolucionar; por un lenguaje más sencillo, fácil, no tan culto y menos elegante. Eso sí, la rapidez entró a jugar de una forma desenfrenada en la acción de comunicar. La pelea entre los programas radiales por buscar la chiva o primicia era y todavía sigue siendo algo fundamental. Hoy se redactan noticias para radio pensando en un público radial. La radio siempre ha tenido la característica de acompañar al hombre y de producir las

tareas conjuntamente. Porque mientras una persona maneja o hace oficios internos de la casa, puede oír la radio.

Luego apareció el fenómeno de la televisión que produjo un gran impacto. La concentración del hombre viendo la caja negra con imágenes en movimiento. Los cambios de la televisión del blanco y negro a señales en directo y en color. La aparición del periodismo en la televisión. Donde el periodista reconocido radial era lanzado a otro escenario donde importaba enormemente la imagen y la estética.

Sin dejar de lado los avances en la prensa y radio que surgían naturalmente. Centrándose más en el periodismo escrito, en la prensa, ya que ha sido el medio de comunicación más antiguo y que a pesar del paso del tiempo se ha mantenido allí; informando con el grado más alto de veracidad. La prensa ha sido la forma de periodismo más fuerte del momento. Es por eso que en este trabajo de investigación se tiene que incluir el rompimiento del periodismo tradicional al literario que surgió en Estados Unidos a mediados de 1960. En donde se podía violar las reglas periodísticas de la objetividad al incluir habilidades de la novela para contar los sucesos. El periodismo tradicional, objetivo, plano, que solo se centraba en contar los hechos, era apenas estos un comienzo que empezaba a explicar lo que estaba sucediendo para los nuevos periodistas. Pero hay quienes se oponen a darle un nombre a ese género: El nuevo periodismo como lo llamó Tom Wolfe, “para algunos es, simplemente, un híbrido que combina las técnicas del novelista con los hechos que reúne el reportero. Puede ser así. Pero las películas combinan la grabación de voz con la fotografía” (Sims, Norman, 1996, p. 13). El nombre que publicó el reconocido periodista Tom Wolfe al género fue Nuevo Periodismo. Donde la novela realista entraba a jugar un gran papel y toma mucha fuerza al ser el género más leído y rico del momento. Periodistas y escritores como Capote, Wolfe, John McPhee, Joan Didion, Sara Davidson fueron definitivos para el género. Sims (1996) reportero de United Press International asegura también que: “Los nuevos periodistas o periodistas literarios siguen su propio conjunto de reglas. Al contrario del periodismo normal, el literario exige sumergirse en complejos y difíciles temas. Al contrario de los novelistas, los periodistas literarios deben ser exactos. A los personajes del periodismo literario se les debe dar vida en el papel, exactamente como en las novelas, pero sus sensaciones y momentos dramáticos tienen poder especial porque se sabe que sus historias son verdaderas”.

Todo esto para fijar los principios e ideología del periodista en cada etapa. La aparición de la Internet y su rápida penetración que le permitió llegar a 50 millones de usuarios en 6 años, le costó a la radio 38 y 13 años a la televisión, según datos del informe Revolución de las Tecnologías de la Información publicados en la página Web de Frecuencia Latina. La aparición del Twitter, la herramienta representa oportunidades y amenazas para los otros medios de comunicación, herramienta en la que se concentra este proyecto, produjo los cambios más inminentes.

2.0 MARCO REFERENCIAL

Este trabajo de grado pretende ampararse bajo la teoría funcionalista de la comunicación, la misma que define los efectos como una reacción a una acción realizada por los medios de comunicación. Corriente que nace a principios del siglo XX con la obra *World Politics and Personal Insecurity* y *Propaganda and Promotional Activities* del autor Harold Lasswell. Es decir, los medios como emisores de información tienen la intención de lograr un efecto sobre el público receptor. Con los interrogantes qué, quién, cómo, dónde y por qué se busca persuadir a los espectadores. La teoría hipodérmica entra a jugar un gran papel en el análisis del trabajo de grado. Esta teoría sobre la relación directa de los medios de comunicación de masas y la opinión pública, Lasswell la analiza con la influencia de los mecanismos de propaganda en la participación de los ciudadanos en la Primera Guerra Mundial. En el libro *Propaganda Techniques in the World War*, el autor afirma que la propaganda permite obtener la adhesión de los ciudadanos a unos objetivos políticos determinados sin recurrir a la violencia. Pues esto se da gracias a la manipulación, entendiendo de esta forma la comunicación en términos propagandísticos como la manera más eficaz de mediación (Laswell, 1927). El contenido de las redes sociales ayudan a establecer la agenda- setting desarrollada por McCombs y Shaw.

Por medio de la teoría funcionalista y de entrevistas a periodistas se busca explicar y darle respuesta a la pregunta de investigación: ¿Cómo el Twitter ha cambiado el periodismo en Colombia? Bajo esa interrogación se puede afirmar que esta red social tiene varios propósitos y

funcionalidades, entre ellas las de comunicar al poder emitir, transmitir y recibir ideas y pensamientos; informar al poder mantener actualizado a sus seguidores con datos y hechos puntuales; y opinar al convertirse en un canal le permite a los internautas desarrollar sus ideas y expresarse libremente sin ninguna responsabilidad judicial. El Twitter entonces entra a un sistema que es la comunicación social para adaptarse a ella, según la teoría del funcionalismo, interactuando con los demás organismos que componen el arte de comunicar para adaptarse a él.

2.1 HISTORIA DEL TWITTER

Para abordar el tema de investigación es necesario conocer cómo surgió el Twitter. Lo que lleva a “la historia de éxito de Twitter que arranca a principios del 2006, cuando un grupo de jóvenes emprendedores empleados de Odeo Inc, una empresa de podcasting en San Francisco, California, se vio en la necesidad de inventarse y buscar un nuevo concepto, ante la presión de la competencia de Apple y otras grandes empresas. En una de esas extenuantes lluvias de ideas, uno de ellos Jack Dorsey, habló sobre un servicio que usara SMS, a través de la Web, para mantener a un grupo de gente informada sobre lo que estaba haciendo” (Jaramillo, Ana María, 2011). A partir de esa reunión, la colombiana Ana María Jaramillo cuenta en su libro “Redes Sociales Para Todos”, publicado en el año 2011, que surgieron varias alternativas de nombre, pero, finalmente, se decidieron por Twittter, puesto que twett significa en inglés el trino de un pájaro y Twitter una ráfaga de información. “Jack Dorsey, uno de los tres creadores de la red social, asegura que la idea surgió porque le gustaba escuchar la forma en que la Policía y los paramédicos se comunicaban. Lo hacían en frases cortas. Años después, ese fue el concepto básico de Twitter” (RCN N. , Informe Especial: Twitter más que una red social, 2014). Por lo que en julio de 2006, Twitter fue lanzado al público. Jaramillo, la periodista y corresponsal de tecnología para *El Tiempo*, quien además es autora de dos libros sobre esta herramienta de comunicación virtual asegura que el Twitter “Es un híbrido entre red social, correo electrónico y mensajería de texto- SMS-. Un concepto que funciona muy bien para quienes lo usan para expresar sus estados de ánimo, compartir su opinión sobre un tema específico o, simplemente, para socializar con sus amigos de la red. Personalmente, y como periodista, creo que Twitter va

mucho más allá” (Jaramillo, Ana María, 2010). Con el paso del tiempo Twitter se ha convertido en el servicio más poderoso de *microblogging* que existe actualmente.

2.2 RELACIÓN DEL PERIODISMO Y EL TWITTER EN EL AÑO 2012

Aunque el Twitter fue creado en el año 2006, en Colombia empezó a tomar popularidad solo hasta el 2008. Incluso para esa fecha, los medios de comunicación no emitían información ni tenían cuentas oficiales donde podían interactuar con sus seguidores. Cuatro años después, el Twitter se empezó a robar la atención de la radio, prensa digital, escrita y los noticieros de los canales de televisión. En esos años, noticias como los 33 mineros atrapados en Chile tras el derrumbe de la mina San José, el terremoto de Haití, la muerte de Osama Bin Laden, el terremoto de Japón de 8.9 grados en escala de Richter, entre otros sucesos, incrementaron el uso de seguidores y el interés por estar informado de lo que sucedía en tiempo real.



(Twitter, 2013)

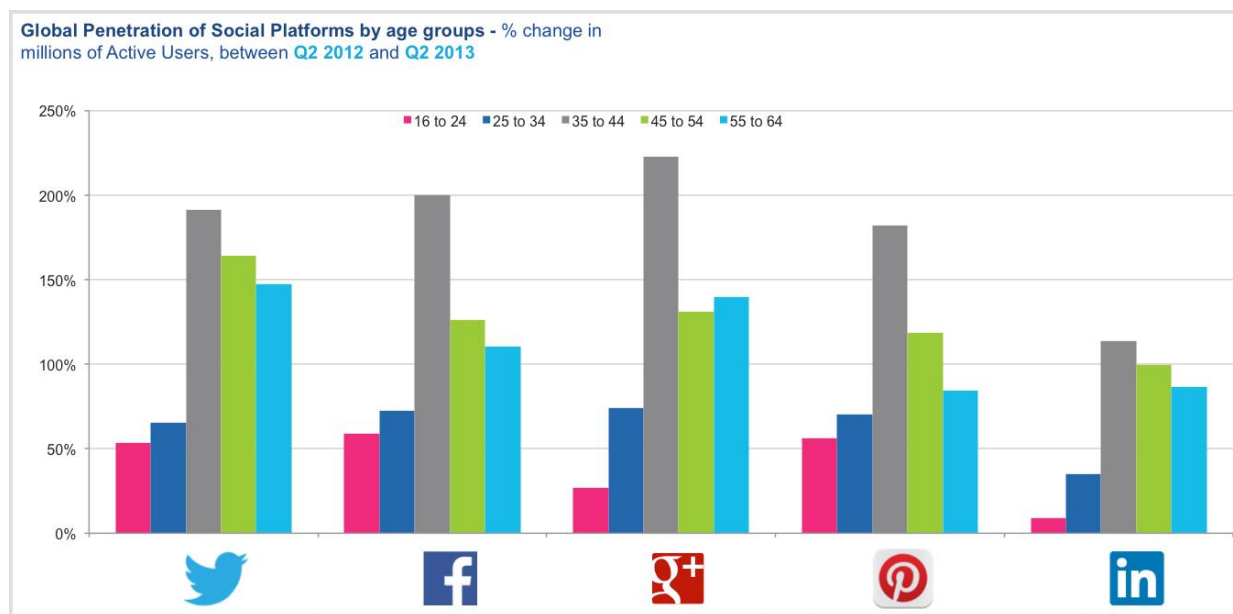
En la gráfica anterior publicada por Twitter, se evidencia que entre septiembre de 2009 y abril de 2010 no hay mayor incremento en el número de usuarios, sólo es hasta finales de octubre de 2010 que la red social llega a los 50 millones de usuarios; y casi un año más tarde, logra duplicar el número de seguidores a 100 millones. El microblogging se dispara a principios de septiembre de 2011, momento en que se da un sorprendente crecimiento, en dos años logra casi llegar a los casi 250 usuarios. “En 2012 twitter era una herramienta que no parecía ser muy confiable, en Colombia no muchos medios tenían twitter era algo que hasta ahora había llegado, pero que a nivel internacional ya se había disparado, se sintió como una amenaza por parte de la redes sociales hacia el periodismo tradicional. Después del 2012, los medios empezaron a tener twitter y a darle importancia a esta red a nivel de cercanía con los diferentes públicos, pero no era tan masivo como lo es actualmente” (Valencia, 2014). La periodista de Noticias RCN, Liliana Valencia cuenta de primera mano cómo ha sido esa transformación en el periodismo con la llegada y la implementación del Twitter en su medio. “Ha cambiado de manera radical, debido a que el twitter por un lado hizo que el periodismo se volviera más veloz, debido a que la noticia debe ser mucho más puntual y se debe enunciar de la manera más breve posible en 140 caracteres. Al ser un medio en el cual todos pueden subir y compartir fotos y videos, ya no es necesario tener a un periodista en el lugar de los hechos, ya el material visual puede ser enviado y compartido por terceros, disminuyendo el tiempo de emisión de la noticia” (Valencia, 2014).

En el año 2012, el Twitter se convirtió la plataforma social de crecimiento más rápida. La siguiente gráfica publicada en ese año, muestra que la red social creció en un 40%, lo que logró acumular de 408 millones del segundo trimestre a 485 millones de cuentas para el cuarto y de 206 a 288 millones de usuarios activos, para finales de 2012. En el estudio realizado por Global Web Index se puede observar que el 88% de los usuarios acceden a Twitter por PC, el 57% desde un celular y el 26% desde un Tablet. Más de la mitad de los usuarios tienen la aplicación en sus aparatos móviles, lo que les permite revisar constantemente el “time-line” o línea del tiempo, las publicaciones que realizan en Twitter sin importar el lugar ni estar frente a un computador.

inicio del Twitter en el medio latino. “Cuando inició NTN24 tocó recuperar una cuenta que tenía un niño de 15 años que vivía en el Huila, él tomó el usuario y nadie se había dado cuenta, todo el mundo estaba dormido, no sabían la importancia de las redes sociales. Cuando la recuperamos tenía como 2 mil seguidores y seguía como a 5 mil. Y lo que hicimos fue hacerle una limpieza total a esa cuenta y empezamos seguir personas que tuvieran intereses comunes. Hoy NTN24 sigue a 64 personas y lo siguen 893 mil” (García, 2014).

Para el segundo trimestre de 2013, el grupo de edades que más usaba twitter estaba entre los 35 y 44 años. Seguido por las personas de 45 a 54 años de edad y en tercer lugar los de 55 a 64 años. De los 16 a los 34 años representan el menor número de usuarios activos. Los jóvenes no son los únicos que utilizan esta red social. De hecho para el segundo trimestre de 2013 hubo un aumento superior al 100% del uso por parte de los adultos de 55 a 64 años.

La primera gráfica expone el comportamiento de Twitter frente a la acogida de usuarios desde su creación hasta finales de septiembre de 2013, mientras que la segunda, presenta datos más específicos cómo el porcentaje de usuarios por países, el porcentaje de los tuiteros dependiendo de la profesión, tipo de empleo y la edad.



Global Penetration of Social Platforms by age groups (Index, Second Quarter of 2013, 2013)

2.3 LA REVOLUCIÓN DE LOS NOTICIEROS CON LA LLEGADA DEL TWITTER

Muchas personas se enteraron de la muerte de Michael Jackson, del virus H1N1, de la revocatoria de Gustavo Petro, de la lesión de Falcao y de la crisis en Venezuela, entre otros hechos, por Twitter primero que por los noticieros de televisión. Esta red social ha cambiado la manera de estar actualizado. Es por esta razón que los mismos medios tienen sus cuentas oficiales en las que compiten contra las redes de sus competencias por publicar más rápido el hecho noticioso, ya existe la chiva y primicia digital, registros que se hacen casi instantáneos en tiempo real. En medio de ese cambio de escenario informativo, Twitter empezó a ser fuente de noticias y a aparecer cada vez más en los titulares de los noticieros. En Noticias RCN los temas del día son acompañados por varios tweets o publicaciones de seguidores que son leídos por los presentadores al aire. Ya hay una sección en el noticiero de la emisión del medio día que dedican a los Tweets relacionados a las noticias, a los hashtags o etiquetas más relevantes y lo más comentado del día en Colombia y a nivel mundial. Inclusive las noticias del medio día, desde hace unos meses, presenta un informe diario de las noticias más comentadas en Twitter, con un conteo de 5 a 1, de las noticias más comentadas que acompañan con Tweets graficados de sus seguidores que leen los periodistas en voz en off. En ese cambio del contenido informativo entra a jugar también un prestigio frente al número de seguidores que tiene un noticiero. Es decir, entre más seguidores tenga un noticiero, llega a más personas y puede gozar de una superioridad digital. “Es un alcance muy importante debido a que el twitter se ha estado convirtiendo en la medida para saber la cantidad de seguidores que tiene un medio, en el caso de RCN al tener 3 millones de seguidores nos convierte en un líder de opinión, en pocas palabras es una herramienta que permite saber si eres o no un líder de opinión o si eres un medio con credibilidad o no. De igual manera, es una herramienta que avala la legitimidad de la información que se brinda, y que además da la capacidad de identificar tendencias de una manera medible que anteriormente no se podía hacer” (Valencia, 2014). La herramienta de comunicación cumple también con el papel de arrastrar audiencias del digital a la señal de televisión y viceversa. Al finalizar los informativos, los presentadores invitan a la audiencia a seguirlos en la cuenta oficial de twitter y a escribirles para ganar más seguidores y estar actualizados de lo que sucede sin

tener que esperar la emisión del próximo noticiero. Así también, por medio de esta herramienta de comunicación las cuentas de los medios anuncian entrevistas y temas noticiosos del noticiero para que los internautas sintonicen el canal de televisión.

Twitter como red social ha tomado un buen lugar especialmente en los medios y periodistas para difundir información y noticias.



Noticias RCN
@NoticiasRCN
Líder en noticias. Líder en opinión.
Colombia - noticiasrcn.com

TWEETS 124K SIGUIENDO 585 SEGUIDORES 3,42M **Siguiendo**

Noticias RCN @NoticiasRCN · 2 h
Resumen de los hechos que son noticia a esta hora en Colombia y el mundo.
bit.ly/NRyI2W
[Ver resumen](#) Responder Retweetear Favorito Más

Noticias RCN @NoticiasRCN · 2 h
Gracias por acompañarnos en nuestra emisión de las siete de la noche. Siga con nuestra programación.
[Abrir](#) Responder Retweetear Favorito Más

Noticias RCN @NoticiasRCN · 2 h
El Canal RCN recibió 60 nominaciones a los premios India Catalina, que se entregarán el próximo 15 de marzo.
bit.ly/12L5yRG
[Ver resumen](#) Responder Retweetear Favorito Más

Twitter de Noticias RCN (RCN N. , 2014)

2.3.1 TWITTER COMO VOZ A QUIEN NO TENÍA

En este momento Venezuela pasa por una difícil situación y crisis que ha alarmado a organismos internacionales, donde los medios de comunicación tradicionales como la prensa, la televisión y la radio deben regirse a los parámetros y lineamientos del Gobierno. Docenas de periodistas han emigrado a otros países por la censura de prensa que existe en el país. En medio de las protestas estudiantiles en contra del presidente Nicolás Maduro, en las que cientos de jóvenes han sido capturados, golpeados, violentados y hasta torturados, las redes sociales y en especial Twitter entra a cumplir la función de comunicar los hechos que los otros medios deben callar. “Se convirtió en una herramienta que le dio voz al público que antes no la tenía, le dio la posibilidad de opinar y de expresarse libremente, permitiendo la interacción y la retroalimentación” (Valencia, 2014). Las denuncias ante organismos internacionales sobre la crisis venezolana, el atropello a la democracia y la violencia por parte de la Guardia Nacional Bolivariana ante la población civil se ha logrado mediante videos y fotos compartidas en redes sociales.

2.3.2 EL PAPEL DE TWITTER ANTE LA CENSURA DE NTN24

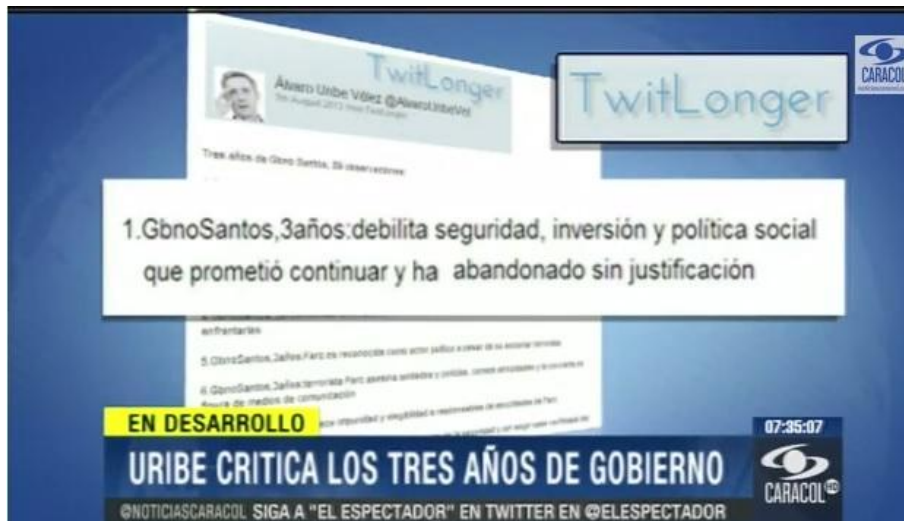
El 12 de febrero de 2014, la señal del canal internacional de noticias NTN24 fue retirada de las parrillas de programación de los cable operadores Movistar y DirecTV cuando informaba sobre las manifestaciones estudiantiles ante la inseguridad en Venezuela. El día después el presidente Nicolás Maduro, señaló que fue una decisión de Estado. Y ante la censura varios organismos internacionales han manifestado su posición y criticado al Gobierno venezolano por el atropello a la prensa y a la libertad de expresión. A pesar del retiro de la señal informativa en la nación suramericana, el canal de noticias sigue comprometido informando sobre los hechos noticiosos en este país y llevando su señal de televisión a plataformas virtuales que han sido víctima de hackeos. Por medio de Twitter no solo han informado acerca de la violación a los derechos humanos, sino que han publicado links para ver la señal en vivo por streaming. Así mismo, el canal ha creado una cuenta especial en Twitter de noticias venezolanas, NTN24ve, espacio que

constantemente informa y recibe todas las denuncias, registros y pruebas de la violencia por parte de la GNB.

El canal NTN24 incluso a través del hashtag #ReporteroNTN24 invita al público a volverse un comunicador sobre los hechos noticiosos. A través de esa tendencia los ciudadanos pueden compartir fotos, videos y publicaciones sobre el caos y el atropello a los derechos humanos. Tanto han sido las denuncias que la red social Twitter anunció que el Gobierno venezolano bloqueara sus imágenes en varias ocasiones.

2.4 TWITTER COMO INSTRUMENTO POLÍTICO

Hoy en día el Twitter tiene un alcance enorme, incluso, para los políticos quienes lo utilizan para opinar, criticar, acusar y hacer campaña política. Es decir, como un instrumento político del que hablan González Mendoza, Vanessa Petersen y María Daniela en su libro escrito en el año 2010, titulado Alcance del Twitter como herramienta política. Un ejemplo muy concreto de esto es la cantidad de veces que el expresidente Álvaro Uribe Vélez publica al día tweets o mensajes mediante esta red; convirtiéndose en la oposición del Gobierno actual del presidente Juan Manuel Santos. Un gran porcentaje de sus publicaciones o mensajes a través de la red son publicados en diferentes medios de comunicación. Al cumplirse los tres años de gobierno de Santos, vía twitter el expresidente Álvaro Uribe consignó 89 críticas donde calificó su política social, el proceso de paz, la economía, la relación con Venezuela y el fallo de la Haya.

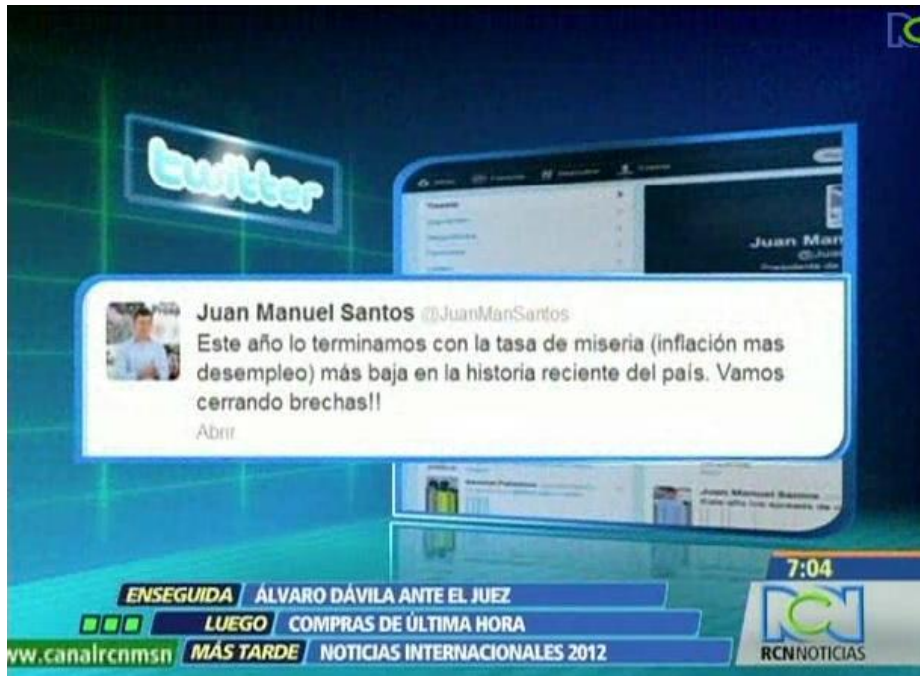


(Caracol, 2013)

Unos meses más tarde, los cruces de mensajes por Twitter entre el mandatario Juan Manuel Santos y el expresidente Uribe se volvieron a tomar los titulares de los medios en Colombia.



(RCN, 2013)



(RCN, 2013)

Así mismo, mediante esta red social el 20 de noviembre de 2013, el expresidente Álvaro Uribe publicó un comunicado a través de su cuenta oficial de Twitter en el que enumeró las diferencias entre el candidato presidencial Óscar Iván Zuluaga y el presidente Juan Manuel Santos.

"Presidente Santos abandonó la Seguridad Democrática y la denomina guerra después de haberla utilizado como plataforma electoral. Aceptaba como Ministro y Candidato que los terroristas son terroristas y ahora los legitima como actores políticos" (Vélez, 2013). Un comunicado en el que desarrolló cinco temas que criticó fuertemente: seguridad, inversión, cohesión social, Estado austero y descentralizado y diálogo popular. Cinco temas en los que comparó a su candidato presidencial con los actos del presidente Santos los cuales desprestigió y menos . Boletín con el que terminó: "Colombia ha pasado del honor al riesgo de la vergüenza. El honor de ser modelo mundial en la lucha contra el narcoterrorismo y la vergüenza de negociar la política contra las drogas con la Farc, que es el cartel de cocaína más grande del mundo. (Vélez, 2013).

Álvaro Uribe docenas de veces ha aparecido en los trending topics, las tendencias de los temas más hablados en Colombia. Es mediante el Twitter que sigue vigente el ex mandatario y continúa activo en la política y decisiones importantes en la agenda informativa del país.

Otro personaje público que ha utilizado esta herramienta digital para hacer campaña política es el alcalde de Bogotá Gustavo Petro. Durante su gobierno en la Alcaldía de Bogotá, Petro ha utilizado esta plataforma para exponer los avances de sus obras públicas, exaltar los resultados de su gobierno, como también ha realizado llamados para movilizarse y ha denunciado incluso amenazas de muerte mediante Twitter por grupos armados ilegales llamados Águilas Negras Bloque Capital.



Twitter de Gustavo Petro (Petro, 2014)



Noticias RCN (Petro, Amaneza de muerte, 2014)

Luego de ser destituido e inhabilitado por la Procuraduría General de Colombia, el alcalde inició una campaña por el NO a la revocatoria en las redes sociales. Su cuenta de Twitter ha sido su micrófono y medio para dirigirse al sus simpatizantes en Bogotá. En varias ocasiones ha llamado

a movilizarse por la decisión del procurador y en otras ha sido por la democracia en el país. A más de 717 mil personas se dirige en Twitter, un gran escenario que le permite expresarse con facilidad y denunciar la falta de garantías con la que busca la votación del NO a la revocación.

Un artículo publicado por la cadena BBC titulado: *How Twitter changed the world, hashtag-by-hashtag* o en español: Cómo el Twitter cambió el mundo, hashtag por hashtag, señala que la herramienta de comunicación tras entrar en vigencia en 2006, en un par de años se convirtió chat global del día a día. Y dentro de la línea de tiempo en el crecimiento relacionado a la política, el artículo asegura que el “Twitter se ha cimentado como una tribuna digital, y en un lugar donde los políticos se involucran directamente con la gente para hacer anuncios importantes. Es tan importante que para reelección del presidente de EE.UU. Barack Obama contrató a un equipo de especialistas dedicado al análisis y a las actualizaciones de estado en América” (Lee, 2013). Incluso menciona que cuando el presidente de los EE.UU. se impuso frente al republicano Mitt Romney en las elecciones, el Tweet de Obama abrazando a su esposa tiene aún el record de haber sido el más retuitado.

En la política las redes sociales y en especial el Twitter brinda la oportunidad de hacer una campaña de bajo presupuesto. “El Twitter no puede ganar las elecciones por sí mismo, pero sin lugar a dudas, es una de las herramientas de campañas más efectivas, en particular para llegar a los votantes que probablemente no presten atención a la emisión de un partido político” (Lee, 2013).

2.5 TWITTER COMO HERRAMIENTA DE INTERACCIÓN

2.5.1 INTERACCIÓN DESDE EL PUNTO DE VISTA TÉCNICO

Twitter es una herramienta de interacción, por un lado, desde el punto de vista técnico, pues la red social permite crear hashtags, publicar, responder, mencionar y retuitar a quienes tienen un perfil en él, generando opiniones que pueden ser de igual manera publicadas, logrando que dos o más personas se comuniquen entre sí.

Hay quienes se dedican a trabajar en redes sociales, ideando la manera de aumentar esta interacción, proponiendo temas de interés que puedan generar mayor opinión hasta el punto de ser convertidos en tendencia. Es por esto que pensando estratégicamente, los community managers (profesional quien se encarga de gestionar la imagen de una marca) a través de herramientas como Social Bro y Global Web Index, identifican los mensajes, imágenes, temas y personajes más llamativos que están generando mayor impacto en la red, por medio de cifras, porcentajes y tablas. Este análisis de una noticia en la red, se realiza con el objetivo de medir el impacto de los mensajes, y así mismo, permite que en futuras oportunidades se redireccionen los temas a lo que el público le presta mayor interés, y de lo que más comenta y habla en twitter. Es por ello que, actualmente, muchas empresas al igual que los medios de comunicación cuentan con personal idóneo que gestione y manejen las redes sociales para proporcionar información atractiva, logrando así, una retroalimentación de lo que piensan acerca de lo que se dice y cómo se dice. De esta manera, se puede decir que twitter permite determinar el impacto del mensaje frente a una noticia.

2.5.2 TWITTER DESDE EL PUNTO DE VISTA SOCIAL

Por otro lado, desde el punto de vista social, con Twitter se logra la interacción debido a que es un canal de múltiples vías, con eso se refiere a que permite:

A) Compartir información: se puede encontrar información acerca de lo que la gente está diciendo de las noticias o artículos de interés, se puede hacer preguntas, compartir hobbies con personas que tienen la misma manera de pensar, aprender y enseñar. Usar Twitter como una herramienta para estar actualizado de las noticias y eventos, o como una manera de marcar artículos para leer más tarde. Compartir las ideas con otros y ver que piensan ellos sobre eso, tener una retroalimentación valiosa por parte de la comunidad, para seguir desarrollando un periodismo cada vez más efectivo.

B) Generar tráfico: enviar tráfico a otras plataformas que a su vez hagan mención, en el caso de RCN tener la posibilidad de mencionar a NTN24 para que ellos respondan al llamado. El buen

contenido es, usualmente, bien recompensado por la comunidad con retweets, el cual ayuda a la viralidad de noticias y de la información. En otras palabras, entre más importante y relevante sea la noticia, más retweets e interacción va a tener ese contenido.

C) Administrar marcas (medios de comunicación): usarlo como intranet para conectarse con el equipo para recordar a los trabajadores de las tareas, o sea como una herramienta de colaboración. Para los periodistas es un reto tener que contar la noticia reducida a 140 caracteres, es por eso que deben elegir las palabras claves del mensaje. De igual manera, Twitter permite hacerle saber a las personas que detrás de ese tweet sobre noticias e información hay alguien detrás que puede ampliarle la información o en su defecto ayudarlo. Finalmente, el Twitter se debe ver como una herramienta para saber quién está hablando acerca del canal o al empresa de comunicaciones, rastrear los mensajes negativos y positivos para identificar la posición de los ciudadanos. “Cada vez tenemos que exigimos más en la manera de escribir y en lo que escribimos porque hay muchos usuarios que opinan, que critican el periodismo digital basados en que no se utilizan fuentes confiables. Ahora el periodismo debe ser más estricto, debido a la cantidad de información que hay en la red, nos podemos ver involucrados en escribir cosas que no tienen veracidad, generando críticas por parte del público. Es así de esta manera como Twitter nos ha exigido ser más precisos con la ortografía hasta con la información brindada. Se puede decir que el twitter ha permitido que el usuario exija más, y es por eso que nuestra función ahora es ofrecer, cada vez más, ventajas al usuario de la red, lo que implica conocerlos a la perfección.” (Caballero, 2014).

D) Crear redes: crear relaciones personales con los seguidores, permitiendo que tengan más confianza, porque es más probable que haya mayor interacción cuando conocen la veracidad del medio, y más si este es un líder de opinión. Así mismo, se tiene la posibilidad de participar en conversaciones, ayudar al otro y convertirse en un participante activo. Es muy importante ahora en la actualidad usar esta corriente social para impulsar el medio de comunicación a través de información valiosa que atraiga a los tuiteros. “Hay un receptor informativo menos pasivo que antes, ya ese receptor es más activo, es capaz de confrontar a los periodistas, de entregar su propia información”, (Bedout, 2014).

E) Servir a los seguidores: twitter puede ser usado para hacer encuestas para ayudar a obtener cifras respecto a un hecho actual próximo, por ejemplo, elecciones presidenciales. Los medios usan el twitter como un servicio de mensajería para hacerle saber a la gente lo que ocurre tal como es. Así mismo, utilizan estos mensajes con noticias en tiempo real para actualizar a las personas, y si es el caso, ofrecer solución e información acerca de un tema. “Me tocó durante décadas esperar a que llegaran cartas de los lectores y era un mecanismo muy ineficiente para saber lo que opinaba la gente sobre los contenidos que nosotros producíamos. Hoy es casi inmediata la posibilidad de saber por Twitter qué está pensando la gente” (Pardo, 2014). Explica el director de Noticias RCN, Rodrigo Pardo, en un informe especial que realizó el noticiero que dirige sobre el impacto del Twitter en el periodismo. Para finalizar, hay medios de comunicación que gracias a Twitter logran tener una relación uno a uno con los seguidores, que son quienes los vuelven líderes de opinión.

“Por otro lado, se convirtió en una herramienta que le dio voz al público que antes no la tenía, le dio la posibilidad de opinar y de expresarse libremente, permitiendo la interacción y la retroalimentación. Así mismo, al tener los medios de comunicaciones Twitter, les da la posibilidad a las personas de enterarse de la noticia sin necesidad de esperar al noticiero” (Valencia, 2014).

Dejando de lado un poco la política, el tema social y la interacción, el Twitter es una herramienta de comunicación capaz de registrar hechos y acontecimientos en tiempo real. "Es saber casi inmediatamente qué está pensando la gente" menciona Rodrigo Pardo, director de Noticias RCN, en un informe especial que realizó la periodista Luisa Ballén para el noticiero RCN el 17 de febrero en la emisión del medio día. Como la autora Tania Lucía Cobos lo afirma en su libro Twitter como una fuente para periodistas, publicado en el año 2010, esta red es de gran ayuda para las personas que realizan la labor de informar, al poder enterarse mediante esta plataforma virtual de un hecho antes incluso de que un medio digital informe de lo sucedido. La corresponsal de tecnología para El Tiempo en Miami, la periodista Ana María Jaramillo, sostiene en su libro que el “Twitter se ha convertido en un poderoso medio de comunicación, que le permite a un ciudadano cualquiera o a la empresa periodística más importante del mundo, publicar contenido en tiempo real. Definitivamente, Twitter es sinónimo de instantaneidad y esa

capacidad de replicar rápidamente información en tiempo real hace que muchos mensajes aporten, en sí mismos, un contenido muy importante”. (Jaramillo, Ana María, 2010).

2.6 LAS DESVENTAJAS DEL TWITTER

No obstante, todas las ventajas señaladas que tiene el Twitter, trae consigo varias desventajas y riesgos no sólo para los periodistas que se informan y publican noticias mediante esta red social. Sino en general para todos los usuarios que están de cierta forma expuestos a virus informáticos, propaganda digital y al posible robo de información a través de la red. “Internet y las redes sociales han impulsado nuevas fórmulas de distribución de la información, que han sido aprovechadas, especialmente, por profesionales del marketing para crear el marketing viral. Sin embargo, estos procesos de redistribución de la información no son ajenos a las noticias periodísticas. En este artículo se investigan las fórmulas virales de difusión de la información. (Acosta, Yanet, 2011). El robo de la información que queda registrada en las cookies y archivos temporales de Internet es un tema actual. De hecho Google, el buscador más grande del planeta enfrenta una multa de 10 millones de dólares por la utilización de cookies para el seguimiento de los usuarios de Safari. Según la comisión estadounidense Federal Trade Commission (FTC) se violó la privacidad en Internet de los ciudadanos, los espionaron y logran dar con los hábitos de navegación. Hay quienes aseguran que hicieron todo esto para enviar a través de la red publicidad asertiva.

Entonces por un lado están los profesionales del marketing viral y por otro está el peligro constante de “la información viral falsa que se expande a gran velocidad por la Red, cuando parte de medios con cabecera reconocida, como New York Times NYT. El efecto viral se potencia cuando esta información es redistribuida por las agencias de noticias. Desmentir esta información es una acción propia de la comunicación de crisis” (Acosta, Yanet, 2011). Esto cada vez está sucediendo más al buscar la instantaneidad máxima, el periodista tal vez suele olvidar sus principios básicos como corroborar la información y confirmar con varias fuentes. Incluso el peligro es mayor, debido a que por un error digital puede transformar la noticia como tal.

“Internet se está posicionando con mucha más fuerza que los medios tradicionales. Su credibilidad puede hacer cambiar el curso de una noticia” (Acosta, Yanet, 2011).

Casos reales de información falsa publicada en Twitter que ha afectado sobremanera a grandes medios de comunicación por el afán de informar ha sido las muertes falsas que publican en la red social. Estos han sido algunas celebridades que en Twitter han sido dados por muertos: el falso fallecimiento del ex Beatles Paul McCartney se convirtió rápidamente en tendencia en todo el mundo, “RIP Paul McCartney” fue tema de interés y a la vez fue criticado fuertemente como una broma de mal gusto. “El portal Examiner.com precisó que la tendencia inició por el usuario Dougie Poynter. En el Tweet, el joven escribió que extrañaba a los Beatles, sobre todo ahora que también había muerto McCartney. El rumor se extendió en toda la red social. Sin embargo, el ex Beatle se pronunció sobre su muerte cibernética” (RPP, 2012). Twitter en varias oportunidades ha dado por muerto al comediante mexicano Roberto Gómez Bolaños, quien se ha ausentado de los medios en los últimos años por su delicado estado de salud; el premio nobel de literatura Gabriel Garcia Márquez fue asesinado en Twitter antes de su fallecimiento, al igual que los cantantes Justin Bieber, Kanye West y Britney Spears. La escritora británica J.K. Rowling también fue víctima en la red social. Un hombre haciéndose pasar por el novelista británico John Le Carré anunció la muerte de la autora de Harry Potter en Twitter.



Twitter de John Le Carré (RPP, 2012)

“Una noticia terrible. Mi editor me dice por teléfono que J. K. Rowling ha muerto en un accidente. Hace escasos minutos. Sin palabras”, fue el mensaje que encendió la alarma en Twitter. Al poco tiempo la cuenta fue cancelada y la falsa noticia desmentida.

Cadenas como CNN han estado involucradas con los falsos Tweets. En 2010, la cuenta oficial de la cadena de noticias reportó la muerte del actor estadounidense Morgan Freeman. Tras la viralidad de la falsa noticia, en un comunicado CNN aseguró que ellos no lo hicieron y que iba a investigar cómo se divulgó el mensaje por medio de su cuenta.

Sin embargo, los periodistas y los medios de comunicación no sólo han caído en la trampa de la inmediatez al lamentar fallecimientos que no habían sucedido. También han dado por ciertas noticias falsas como el regreso de la comedia Friends en 2014, en un capítulo especial de 10 años después de haber terminado su grabación, como también la supuesta homosexualidad de Daddy Yankee tras la aparición de una fotografía dónde se veían a dos hombres besándose, uno de ellos muy parecido al reguetonero. Rumor que luego fue desmentido por el mismo artista.

2.7 LA TRANSFORMACIÓN DEL PERIODISMO

Luego de este panorama general sobre el Twitter, que incluye sus grandes ventajas y peligros a la hora de informar, esta red social se puede explicar como una herramienta de comunicación, que tiene el arte de comunicar. Por lo tanto, viendo el Twitter como un instrumento de comunicación y medio para comunicarse en tiempo real por medio de mensajes que no superan los 140 caracteres, coincide con la teoría funcionalista de la comunicación, y se podría analizar como cualquier otro medio de comunicación al tener: emisor o codificador, mensaje fuente, código, mensaje primario, receptor o decodificador, canal, ruido, y la retroalimentación o (feed-back, mensaje de retorno); por lo que esta red social además de “tratar de hallar una interacción entre las partes y actores de la acción comunicativa. Así, cree que la intencionalidad del mensaje es un elemento definidor del mismo, como también las circunstancias en las que éste se produce”. (Braddock, Richard, Journal of Communication, 1958). Twitter logra agrupar los elementos del proceso de comunicación a los que se refieren los grandes autores de la teoría funcionalista.

Para desarrollar este tema de investigación es necesario devolverse a la historia de las primeras etapas del periodismo hasta llegar al periodismo digital de hoy, para luego concentrarse en cómo debe ser el rol del periodista en un mundo dominado por la internet. Teniendo en cuenta las esporádicas reuniones de los grandes dueños de los principales periódicos del mundo para conocer el rumbo del periodismo y así fijar todas las variables y cambios que ha producido el Twitter. Descifrar todas las oportunidades que trae esta red social junto a la tecnología de punta, que facilita la comunicación en cualquier parte del mundo. La transformación del modo de trabajar del periodista es fundamental en este trabajo de grado; el recrear cuál es el nuevo escenario y aproximarse en el qué hacer de los futuros periodistas, hacen posible responder al problema que ha generado la aparición de un mundo virtual. Ahora con una nueva guía de campo que es la microblogging, el periodismo tradicional se ve afectado. El cambio no es solo técnico porque no solo “Brindan al periodista técnicas cada vez más eficaces de encontrar fuentes diversas y fiables, comprobar los hechos y llegar a tiempo al cierre. También hacen cada vez más fácil el plagio y suponen una seria amenaza para la vieja escuela del reportaje de calle” (Pavlik, John, 2004). Sino que el cambio es ético también en la recogida digital de los datos. “El periodismo de investigación y revelación puede, con la ayuda de nuevas aplicaciones mediáticas, invadir cada vez más la intimidad de las personas.” (Pavlik, John, 2004).

John Pavlik en su libro *El periodismo y los nuevos medios de comunicación* expone que los nuevos medios están transformando el periodismo de cuatro maneras. En primer lugar, el carácter del contenido de las noticias está cambiando inexorablemente como consecuencia de las tecnologías de los nuevos medios que están surgiendo. En segundo lugar, en la era digital se reorganiza el modo en que ejercen su trabajo los periodistas. En tercer lugar, la estructura de la redacción y de la industria informativa sufre una transformación radical. Y por último, los medios están provocando una redefinición de las relaciones entre las empresas informativas, los periodistas y sus diversos destinatarios, que comprenden las audiencias, fuentes, competidores, publicitarios y gobiernos. La prensa digital además de estar constantemente actualizada, abre la puerta a un mayor conocimiento e información más sobre un tema con los hiperenlaces. Los cuales permiten enlazar noticias que se relación con el tema. “Mientras que la interacción de

audio, video, gráficos e información textual se percibe muchas veces como la fascinante ventaja de los hipermedia sobre los medios de comunicación tradicionales, puede que el mayor beneficio sean los enlaces entre páginas electrónicas como los que conectan cualquier noticia con otras con las que está relacionada y con otras fuentes de información” (Fredin, Eric, 1998). Pero el acceso a la información con un click de la prensa digital, no lo es todo, la participación de la audiencia es otro gran factor del periodismo online. Donde la mayoría de noticias pueden ser comentadas por el público y sus comentarios son leídos por millones de personas. Inclusive hay quienes van más allá, investigan e informan a las personas a través estas plataformas. “Los periodistas tienen que pensar ahora en una audiencia global que no sólo lee lo que escriben y cuentan sino que puede comentar, brindar puntos de vista y ofrecer ideas nuevas sobre las complejidades de una sociedad cada vez más global. Ésta es la esencia del periodismo contextualizado que es posible en la era digital” (Pavlik, John, 2004).

En Colombia, para ejercer periodismo hace unos años se necesitaba una tarjeta profesional que se entregaba al graduarse, como en derecho con los abogados, pero decretaron que no era necesaria la tarjeta, ya que cualquier persona, con estudios en ciencias política, medicina, ingeniería, o incluso sin estudios, podía hacer periodismo. Esto sumado a la aparición del Internet, es una amenaza para quienes no solo estudian comunicación social y periodismo, sino quienes ya son profesionales y se enfrentan con un mercado muy saturado. Gracias a la red el mundo ha dado un significativo giro, la posibilidad de acceder a cualquier tipo de información con tan solo un click, preocupa de gran manera a las editoriales, los grandes periódicos que de una u otra manera no descartan la posibilidad de desaparecer. Las nuevas generaciones crecen con un mundo que está constantemente comunicado, saciado de información. En las labores del periodista, el proceso de recolección de fuentes e información es diferente, en 1960 cuando se apareció el nuevo periodismo como lo llamó Tom Wolfe. Que consistía en un periodismo que se fusionaba con la novela, la recolección de fuentes era un trabajo de varios días, meses, incluso años. Los detalles de la novela prevalecían, por eso se realizaba una gran reportería. “Para algunos es, simplemente, un híbrido que combina las técnicas del novelista con los hechos que reúne el reportero. Puede ser así. Pero las películas combinan la grabación de voz con la fotografía” (Sims, 1996, p. 13). Pero hoy, ese proceso de búsqueda de información, inicia y termina con un click. El mundo avanza tan rápido, que la gente revisa constantemente las redes

sociales para enterarse de lo que sucede. La instantaneidad en los medios digitales es inminente. Los grandes periódicos y portales digitales se preocupan continuamente en ser los primeros en la publicación de los hechos y tener la chiva. Aparatos tecnológicos como el iPhone, el BlackBerry, el iPad, hacen posible revisar el correo electrónico, grabar y subir videos e imágenes a la web, estar activo en redes sociales, enviar información. El Skype por ejemplo permite hacer reportajes sin costo desde cualquier lugar del mundo en tiempo real, solo con la conexión a Internet. En esto, surge un conflicto por buscar cada vez más la prontitud en la publicación y conocimiento de los hechos, todo esto cambia drásticamente la labor del periodista tradicional. “La gente tiene la red permanentemente en sus celulares, en sus tabletas, lo que nos permite una interacción en tiempo real. Todo el que tenga una cámara puede publicar una fotografía, pero quien tiene la capacidad de saber cuál es el contexto, qué es lo que estaba pasando, qué ocurrió tiene la capacidad de dar información de calidad” (Ruiz, 2014).

2.8 TWITTER EN LA ACTUALIDAD

A pesar de consolidarse en 2012 como la plataforma social de mayor crecimiento y de finalizar ese año con 288 millones de usuarios activos, Twitter se estancó de acuerdo con el último informe de este microblogging. Hoy Twitter tiene más de 500 millones de cuentas registradas, pero cada vez menos usuarios activos. “El nivel de interacción aumenta, pero la red social gana cada vez menos adeptos, lo que podría convertirla en un medio exclusivo de colectivos como periodistas y famosos” (Twitter, Twitter Reports Fourth Quarter and Fiscal Year 2013 Results, 2013). Este es el informe del cuarto trimestre de 2013 y el cierre de ese año fiscal, la información publicada en febrero de 2014 muestra que tras su salida a la bolsa el 7 de noviembre de 2013, para competir contra Facebook en Wall Street, la empresa se está estancando y se enfrenta al escepticismo respecto al uso generalizado como red social. Sin embargo, ante la situación de la red social su CEO Dick Costolo mencionó en un comunicado: “Twitter terminó un gran año con el trimestre financiero más fuerte a la fecha. Somos la única plataforma que es pública, en tiempo

real, de conversación y de amplia distribución; estoy emocionado del número de iniciativas que tenemos en marcha para construir sobre la experiencia de Twitter” (Costolo, 2014).

Aunque Twitter se haya estancado como red social, en el campo de los medios y periodistas ha tomado mucha fuerza, a tal punto que la empresa no quiere que esta herramienta de comunicación esté segmentada solo en famosos, sus seguidores y los periodistas y a quienes ellos llaman adictos a las noticias. “Parece que el problema reside en parte en que para que Twitter siga creciendo, tiene que averiguar cómo resultar atractivo a más tipos de usuarios y facilitarles el uso del servicio. Pero como no está tan centrado como lo está Facebook en conectar con los amigos y la familia, quizá le resulte más difícil lograr un público tan amplio” (Metz, 2014).

3.0 DISEÑO METODOLÓGICO

El trabajo de grado inicia con una investigación expuesta en los antecedentes al mostrar la historia del periodismo que nace con la prensa desde el invento de Guttemberg. Lo importante que fue la imprenta para producir los primeros periódicos con noticias locales. Describiendo luego el proceso de la radio como primer medio de comunicación masivo para todas las clases sociales. Luego explicar el proceso y cambios de la televisión: las primeras imágenes en blanco y negro, imágenes a color y en directo de sucesos importantes, hasta llegar a la Internet y la aparición de las redes sociales; todo esto enfocado en el periodismo, para después de una recopilación de información sobre la historia de la comunicación, desarrollar y demostrar cómo el Twitter ha cambiado el periodismo y, por ende, el rol del periodista a la hora de informar.

La investigación de este proyecto es cualitativa, al buscar registrar el cambio y fenómeno del periodismo con la llegada del twitter, mediante entrevistas y observación participante como trabajo campo, para explorar lo que sucede con el Twitter y el periodismo. A través de entrevistas y cuestionarios, se buscó indagar sobre el tema de investigación. Lógicamente, buscando respuestas de profesionales expertos en Twitter, como también periodistas que son activos en esta red social y la utilizan en su profesión día a día. La segunda pregunta del cuestionario: ¿De qué forma el Twitter ha cambiado la manera de hacer periodismo? es la esencia de este trabajo de investigación y fue lo que se buscó contestar. Así mismo, se generó un debate sobre si el Twitter es o no, un medio de comunicación. A la pregunta ¿Cree que el Twitter al mover información de manera instantánea, ¿Es un medio de comunicación? Fue el inicio de este planteamiento que se desarrolla de manera paralela en el marco referencial y luego queda plasmado en las conclusiones. Por medio de entrevistas, apoyos gráficos, fotografías, Tweets y noticias en el trabajo se desarrolla y expone la historia del Twitter, la relación de la red social y el periodismo en el año 2012, el cambio de los noticieros con la llegada de esta herramienta de comunicación, el Twitter como instrumento político, como herramienta de interacción, la transformación del periodismo y el Twitter en la actualidad. Para luego concluir cómo ha sido el cambio del periodismo con la llegada de esta herramienta de comunicación.

4.0 TRABAJO DE CAMPO

Entrevistas a periodistas activos en Twitter, que trabajan en medios de televisión en Colombia, tiene experiencia en redes sociales y su labor diaria está relacionada al microblogging.

Entrevista a Yurani Caballero, coordinadora de las Plataformas Web del canal NTN24, canal de noticias aliado de RCN. Ella dirige al equipo de periodistas digitales que trabajan detrás de las redes sociales del medio informativo.

¿Con qué frecuencia utiliza twitter?

Todo el tiempo, twitter es la herramienta madre en este momento del periodismo digital, pese a los riesgos que hay a través de ella. Los twitteros y las personas que manejan las redes sociales son los nuevos periodistas, son las nuevas fuentes que hablan de todo en primicia, en nuestro caso diariamente. En NTN24 lo utilizamos todo el tiempo no sólo para monitorear temas, sino para hacer pública las noticias actuales, para que todos estén enterados.

¿Cómo inició Twitter en NTN24?

Inició hace 4 años cuando la fiebre de twitter empezó en el país y en el mundo, desde ese momento nos dimos cuenta que era una ventana para poder llegar a todo el mundo, lo que eventualmente no podía hacer la televisión o una página web debido a las limitaciones que había en algunos países para publicar. Empezamos a identificar las redes sociales como una fuente de información pero en especial de reporte de temas para luego monitorear lo que decía en ellas, y seguir todo lo que nos interesaba que la gente supiera. Este proceso de implementación del twitter en el canal fue un proceso lento que se fue alimentando y trabajando estratégicamente de acuerdo a lo que la gente pedía o necesitaba, identificando lo que a la gente le gustaba, como le gustaba ver la noticia si con fotos, videos e imagen.

¿De qué forma el twitter ha cambiado el periodismo?

De muchas maneras, cada vez tenemos que exigirnos más en la manera de escribir y en lo que escribimos porque hay muchos usuarios que opinan, que critican el periodismo digital basados en

que no se utilizan fuentes confiables. Ahora el periodismo debe ser más estricto, porque debido a la cantidad de información que hay en la red, nos podemos ver involucrados en escribir cosas que no tienen veracidad, generando críticas por parte del público. De esta manera twitter nos ha exigido ser más precisos con la ortografía hasta con la información brindada. Finalmente, se puede decir que el twitter ha permitido que el usuario exija más, y es por eso que nuestra función ahora es ofrecer, cada vez más, ventajas al usuario de la red, lo que implica conocerlos a la perfección.

¿Cuál es el impacto a alcance del twitter en los noticieros?

Los noticieros le están dando mucha importancia a las redes sociales, ha tenido tanta relevancia que hasta los mismos alcaldes, presidentes, mandatarios hacen a través de twitter, público la información en primicia, y de esta manera, la radio, la televisión se pega para hacer eco, y mostrar las noticias de quienes publican.

¿Qué papel juega twitter luego de ser censurada la señal del canal NTNT 24 y su página web en Venezuela?

Twitter se convirtió en la única alternativa de transmitir información debido a que tanto el canal como la página web fueron censurados. A través de twitter las personas han expresado la razón por la cual no pueden ver las noticias del canal. De igual manera se les ha informado y remitido al lugar al que pueden tener acceso a la información. Es así como twitter se ha convertido en la plataforma de reportaría ciudadana de Venezuela, en donde se migra a los usuarios a otros escenarios debido al bloqueo del dominio de la cuenta. Twitter entonces es la ventana en este momento y es vital para la transformación de un país, dejando evidencia de lo que está ocurriendo.

¿El twitter es un medio de comunicación?

Si, ya que Twitter puede estar a las puertas de quitarle protagonismo a muchos de los medios de comunicación tradicionales, twitter hace parte de esos nuevos medios a través de los cuales se comunica, y es el medio más público que hay, debido a que es al que todos pueden acceder.

Entrevista a la Comunicadora Social y Periodista Liliana Valencia, reportera de Noticias RCN encargada de cubrir temas sociales de población y afrodescendencia.

¿Con qué frecuencia usas twitter?

Diariamente, todos los días.

¿Hace dos años, en 2012, como era la relación Twitter periodismo?

En el 2012 twitter era una herramienta que no parecía ser muy confiable, en Colombia no muchos medios tenían twitter era algo que hasta ahora había llegado, pero que a nivel internacional ya se había disparado, se sintió como una amenaza por parte de las redes sociales hacia el periodismo tradicional. Después del 2012 ya los medios empezaron a tener twitter y a darle importancia a esta red a nivel de cercanía con los diferentes públicos, pero no era tan masivo como lo es actualmente.

¿De qué forma el Twitter ha cambiado el periodismo?

Ha cambiado de manera radical, debido a que el twitter por un lado hizo que el periodismo se volviera más velóz, debido a que la noticia debe ser mucho más puntual y se debe enunciar de la manera más breve posible en 140 caracteres. Al ser un medio en el cual todos pueden subir y compartir fotos y videos, ya no es necesario tener a un periodista en el lugar de los hechos, ya el material visual puede ser enviado y compartido por terceros, disminuyendo el tiempo de emisión de la noticia.

Por otro lado se convirtió en una herramienta que le dio voz al público que antes no la tenía, le dio la posibilidad de opinar y de expresarse libremente, permitiendo la interacción y la retroalimentación. Así mismo, al tener los medios de comunicaciones twitter, les da la posibilidad a las personas de enterarse de la noticia sin necesidad de esperar al noticiero.

¿Cuál es el alcance del Twitter en los noticieros?

Es un alcance muy importante debido a que el Twitter se ha estado convirtiendo en la medida para saber la cantidad de seguidores que tiene un medio, en el caso de RCN al tener 3 millones de seguidores nos convierte en un líder de opinión, en pocas palabras es una herramienta que te

permite saber si tú eres o no un líder de opinión o si eres un medio con credibilidad o no. De igual manera es una herramienta que avala la legitimidad de la información que se brinda, y que además da la capacidad de identificar tendencias de una manera medible que anteriormente no se podía hacer.

¿Cuáles son las ventajas de un periodista con Twitter a uno que no?

Existen muchos periodistas que no tienen twitter ahora pues no pretenden exponerse a la opinión pública, pero quien lo tiene, la ventaja depende también de la habilidad que se tenga para manejarlo(a quien sigues, quien te sigue) y permite tener la posibilidad de conocer más de cerca su labor. Sin embargo esto ya tiene que ver más con el interés social de cada uno y no define tampoco una ventaja diferencial porque los presentadores por ejemplo, pueden tener más seguidores que el periodista que escribe la noticia.

¿Cuáles son los riesgos que puede tener el periodista al usar la herramienta Twitter?

El riesgo es que está expuesto a la opinión pública lo que no sucede en otros medio como la radio, en donde no se puede conocer lo que las personas piensan u opinan. Un aspecto importante a resaltar es que twitter se podría denominar como un “opinadero” todos dicen lo que piensan y muchas de las cosas que se publican no son veráz, lo que hay que considerar aquí es la fuente que emite la noticia o la información si es un medio reconocido como RCN.

¿Twitter es un medio de comunicación?

No, twitter es una red social que está afectando de manera directa a los medios de comunicación.

5.0 CONCLUSIONES

El Twitter cambió el periodismo en Colombia. Las noticias que surgen en Twitter por comentarios de líderes de opinión o políticos cada vez más se toman la agenda informativa de los medios de comunicación. Ahora un Tweet graficado acompaña y le da fuerza a una noticia. De hecho hay noticias que surgen de solo reacciones y enfrentamientos en Twitter. Este microblogging es la única red social que ha logrado entrar de gran manera en los medios informativos. Incluso aparecer en titulares oportunidad que no ha tenido Facebook, LinkedIn, Instagram, Flickr, Foursquare, entre otras redes sociales.

De igual manera, cambió la forma de ejercer esta profesión en los medios colombianos. Hace cinco años no existían periodistas dedicados a las redes sociales, pero actualmente los medios tienen un departamento y equipo de trabajo que maneja las plataformas digitales. No solo la página web, sino el Twitter oficial de la compañía de comunicaciones para la cual trabaja. Estos periodistas digitales tienen la tarea de informar mediante 140 caracteres lo que sucede en el momento. En busca de la instantaneidad, un periodista debe escribir casi titulares mediante Twitter, pensar para redactar la noticia en un Tweet que puede ser acompañado de una imagen, video o link.

Así mismo, el Twitter es la herramienta de comunicación pública que permite escribirle directamente a personalidades, políticos, periodistas, etc, lo que antes la televisión, la prensa y la radio no permitían. Esta plataforma ha exigido calidad periodística a los medios y periodistas. Pues están expuestos y cualquier error puede ser abiertamente criticado en comentarios que millones pueden ver y tener acceso. Por esta razón, los periodistas sienten que el Twitter de cierta forma mide su oficio y tarea. Al momento de escribir mal un hablador o banner o emitir una información errónea, los primeros en salir a corregir los datos son los usuarios en Twitter. Y es a través de esta red social que han tenido que salir a pedir excusas.

Por medio de esta herramienta de comunicación se da una interacción tan fuerte que un usuario en otro lugar puede convertirse en reportero o protagonista al registrar lo que sucede en tiempo real. En los medios de televisión sus comentarios, opiniones y críticas son mostradas en los informativos al aire.

El Twitter se ha convertido en un micrófono para quienes no lo tenían, en un medio para hacer campaña política y estar activo en la agenda informativa del país. Si no fuera por Twitter el expresidente Álvaro Uribe hubiera quedado atrás como los otros expresidentes de Colombia. Pero fue a través de Twitter que se convirtió en el primer crítico y opositor del presidente Juan Manuel Santos, por sus numerosas críticas a las políticas de gobierno.

En una era de globalización de la información, Twitter se consolida como el servicio más importante de microblogging al permitir comunicar en tiempo real un mensaje a cualquier persona sin importar su ubicación.

Al contar con emisor, receptor, mensaje, código, entre otros, cumple con la teoría funcionalista de un medio de comunicación. Por lo que surge un debate de considerar o no esta red social como un medio de comunicación. Para varios periodistas, entre ellos la corresponsal de tecnología para El Tiempo en Miami, EEUU, Ana María Jaramillo quien ha escrito varias publicaciones entre estos, Twitter para todos: su negocio en 140 caracteres y Redes sociales para todos su negocio en la web 2.0.: lo es, es un medio de comunicación. Yurani Caballero, coordinadora de las plataformas de noticias Web de NTN24 también señala que es un medio de comunicación. “Twitter puede estar a las puertas de quitarle protagonismo a muchos de los medios de comunicación tradicionales. Además de ser una red social, es el medio de comunicación más público que hay, porque al que todos pueden acceder pueden opinar, pueden hacer pública sus inquietudes, sus inconformidades, al que todos pueden acceder” (Caballero, 2014). Incluso el periodista Gustavo Gómez señala que Twitter "Es la posibilidad de llevar en el bolsillo, a donde yo vaya, un medio de comunicación" (Gómez, 2014). Sin embargo, para otros expertos en marketing y redes sociales, como la periodista escritora y profesora española Yanet Acosta, quien ha trabajado como redactora de la agencia EFE, escribe en la revista de la Red Académica Iberoamericana de Comunicación y actualmente es presidenta de la Asociación de la Prensa Gastronómica y Nutricional. “No es un medio de comunicación, sino una herramienta de comunicación” (Acosta, 2012). Acosta, quien además sostiene que Twitter no es una fuente, sino una herramienta. “El periodista debe indagar en qué perfiles son los más interesantes para seguir según su trabajo y debe aprender a utilizar esta red de una forma inteligente”. (Acosta, 2012).

Para la periodista de Noticias RCN, Liliana Valencia Twitter no es un medio de comunicación.

“Twitter es una red social que está afectando de manera directa a los medios de comunicación” (Valencia, 2014). Al igual que para la directora de noticias RCN Radio Yolanda Ruiz, la información de Twitter es de vital importancia rectificarla. “Para nosotros no es una fuente primaria, en ese sentido, toda información que llega de Twitter es información que debemos rectificar” (Ruíz, 2014).

A pesar de cumplir con la teoría funcionalista, que de hecho es de las más importantes sobre el proceso de comunicación y de tener una gran eficacia mediática, tema que se refiere a la eficiencia de los medios con relación a los resultados y objetivos premeditados. Aunque para algunos periodistas Twitter es el medio digital más completo que permite mover miles de millones de Tweets entre los millones de seguidores, esta red social tiene muchas opiniones y comentarios subjetivos y alarma noticias falsas que terminan siendo tendencia diferente a lo que pretende un medio de comunicación. Por lo que en conclusión, Twitter es una herramienta, de gran utilidad para los periodistas, que revolucionó los medios de comunicación y lo seguirá haciendo.

Frente a la mayor ventaja que ofrece el Twitter y la cual termina siendo el más grande peligro que conlleva esta herramienta de comunicación es la inmediatez. Debido a que la prontitud y el afán ha llevado a los periodistas a no contrastar las noticias. Lo que ha desatado un problema de comunicación conocido como la información viral. Que no es más que un rumor o información falsa que se convierte en noticia encontrando una gran difusión a través de la red. En Twitter han matado varias veces al comediante mexicano Roberto Gómez Bolaños, el peligro viene cuando un medio de comunicación cae en la trampa y por el afán de informar no verifica y sale con una mentira en un Tweet.

Para los periodistas y medios que utilizan esta herramienta de comunicación, también existen otros riesgos como la suplantación de la cuenta. Porque hasta las cuentas de presidentes de Latinoamérica y entidades del Gobierno de Estados Unidos han sido jaqueadas por piratas informáticos.

Del trabajo investigativo teórico, experimental y de campo se concluye que efectivamente el Twitter ha transformado el periodismo, no sólo en su infraestructura, sino ha cambiado los

hábitos de los periodistas y, por ende, la manera de informar y estar informado. Es tan grande el cambio que ahora los periodistas digitales tienen que pensar en redactar Tweets no mayores a los 140 caracteres. También se puede afirmar que no es necesario tener una cuenta registrada para ejercer esta profesión en la actualidad, sin embargo existe una gran ventaja entre un periodista que tiene una cuenta de Twitter y sigue a los personajes que la vez son sus fuentes, con uno que no.

El impacto del Twitter en los noticieros de Colombia ha sido eminente. Todos los periodistas entrevistados afirmaron que hubo un cambio en la manera de hacer periodismo. La información incluso aparece primero en Twitter antes de salir en la radio, prensa o televisión. “Los noticieros le están dando mucha importancia a las redes sociales, ha tenido tanta relevancia que hasta los mismos alcaldes, presidentes, mandatarios hacen a través de twitter, público la información en primicia, y de esta manera, la radio, la televisión se pega para hacer eco, y mostrar las noticias de quienes publican” (Caballero, 2014).

En el nuevo escenario informativo, el Twitter aparece como la herramienta digital más importante en la que los medios pueden informar noticias en tiempo real. Sin embargo, por el afán y por buscar la inmediatez es necesario no olvidar los principios elementales de una noticia y del periodista. Como cualquier persona puede tener acceso a escribir un Tweet, es necesario confirmar la veracidad de la información. Por medio de los gráficos se pudo evidenciar que Twitter con sus mensajes cortos y rápidos es muy dependiente al uso móvil y a los teléfonos inteligentes, lo que permite leer noticias y estar actualizado desde cualquier lugar con conexión a internet sin estar frente al computador.

En la actualidad, el Twitter cada vez más toma fuerza en el periodismo. Es tan grande esta penetración que la empresa enfrenta un escepticismo con relación a sus perspectivas como una red social de uso más general. En términos de crecimiento, la plataforma social en 2012 pasó de ser la de mayor crecimiento a un estado de estancamiento. La preocupación de la empresa está en dirigirse solo a famosos, sus seguidores, los periodistas y los amantes de las noticias. Twitter ahora está en busca de nuevos usuarios y para esto tiene que averiguar cómo puede ser atractiva como red social para un público más amplio.

7.0 REFERENCIAS

- Acosta, Yanet, (2011). La información viral. Estudio del caso del cierre temporal de elBulli. Revista de la Red Académica Iberoamericana de Comunicación. <http://revistaraic.files.wordpress.com/2012/02/02-02-203.pdf>
- Braddock, Richard, (1958). An extension of the Laswell Formula. Journal of Communication. Vol 8.
- Cobos, Tania Lucía, (2010). Twitter como una fuente para periodistas latinoamericanos. Kindle Edition.
- Jaramillo, Ana María, (2010). Twitter para todos. Su negocio en 140 caracteres. Editorial Vergara. Bogotá, Colombia.
- Jaramillo, Ana María, (2011). Redes sociales para todos: Su negocio en la Web 2.0. Editorial Vergara. Bogotá, Colombia.
- Gómez, G. (2014). Informe especial: Twitter, más que una red social.
- Pavlik, John V, (2004). El periodismo y los nuevos medios de comunicación. Editorial Paidós. Barcelona, España.
- Redacción El Espectador (2010). Los gerentes de las redes sociales, [en línea]. Colombia: Diario El Espectador. <http://www.elespectador.com/articulo-232527-los-gerentes-de-redes-sociales>
- Redacción Qweb (2010). Díez secretos para ser un buen community manager, [en línea]. España: Blog Qweb. <http://www.qweb.es/noticias/10-secretos-para-ser-un-buen-community-manager.html>
- Sims, Norman, (1996). Los periodistas literarios o el arte del reportaje personal. El Ancora Editores, Bogotá, Colombia.

- Caballero, Y. (15 de febrero de 2014). El alcance e impacto de Twitter en Colombia.
- Caracol, N. (Agosto de 2013). Uribe critica los 3 años de gobierno. Colombia.
- Costolo, D. (2014). Fourth Quarter and Fiscal Year 2013. San Francisco, California, USA.
- García, D. (2014). El inicio de las redes del canal NTN24.
- Index, G. W. (Diciembre de 2012). globalwebindex.net. Recuperado el 2012, de https://globalwebindex.net/wpcontent/uploads/downloads/2013/02/Twitter_GWI_2013.df
- Index, G. W. (2013). Second Quarter of 2013.
- Laswell, H. (1927). Propaganda Techniques in the World War. Martino Fine Books.
- Lee, D. (7 de noviembre de 2013). BBC News, Technology. Obtenido de <http://www.bbc.co.uk/news/technology-24802766>
- Metz, R. (10 de febrero de 2014). El crecimiento de Twitter se estanca. Mit Technology Review .
- Noticias, C. (Agosto de 2013). Uribe critica los 3 años de gobierno. Colombia.
- NOTICIAS, C. (Agosto de 2013). Uribe critica los 3 años de gobierno. Colombia.
- Petro, G. (4 de febrero de 2014). Amenaza de muerte. Bogotá D.C., Colombia.
- Petro, G. (7 de enero de 2014). Convoca a manifestaciones en plazas públicas. Colombia.
- RCN, N. (Diciembre de 2013). Cruce de mensajes sobre la gestión de gobierno. Colombia.
- RCN, N. (2014). Twitter . Colombia.
- RCN, N. (2014). Informe Especial: Twitter más que una red social.
- Ruíz, Y. (2014). Informe especial: Twitter más que una red social.

- RPP. (22 de marzo de 2012). <http://www.rpp.com.pe/>. Obtenido de http://www.rpp.com.pe/2012-03-22-falsa-muerte-de-paul-mccartney-convierte-en-tema-de-interes-en-twitter-noticia_464000.html
- Twitter. (2013). How Twitter changed the world.
- Twitter. (2013). Twitter Reports Fourth Quarter and Fiscal Year 2013 Results. San Francisco, California.
- Valencia, L. (14 de febrero de 2014). Periodista de Noticias RCN.
- Vélez, Á. U. (Noviembre de 2013). El candidato Óscar Iván Zuluaga y el Presidente Santos. Colombia.

6.0 ANEXOS

Informe especial: Twitter, más que una red social. (Video anexo en CD).

El noticiero RCN realizó un informe sobre el impacto del Twitter en el periodismo el día 17 de febrero de 2014, a puertas de que la red social cumpla los 8 años de su creación. Los entrevistados, reconocidos periodistas y directores de medios de comunicación hacen un balance de las ventajas del Twitter, cuentan cuáles son sus principales usos a nivel personal y hablan sobre la forma en que debe ser analizada la información proveniente de la red social.

Entrevista a la experta en social media Ana María Jaramillo, escritora de dos libros sobre las redes sociales. Actualmente, vive en Miami y trabaja para El Tiempo como periodista y corresponsal de tecnología.

¿Con qué frecuencia utiliza su Twitter?

Todos los días tres o cuatro veces al día, pero no soy adicta. Creo que aún una herramienta tan poderosa como Twitter, debe ser usada con mesura.

¿De qué forma el Twitter ha cambiado la manera de hacer periodismo?

Es la red social que más ha cambiado el periodismo, porque contamos con millones de personas que están en los lugares y en los tiempos precisos cuando ocurren los hechos y que los transmiten a través de su cuenta. La clave es no ver a estos periodistas ciudadanos como competencia, sino como un complemento de nuestro trabajo de informar.

¿Un periodista que cubra x fuente debería tener Twitter? ¿Por qué?

Es impensable que un periodista en ejercicio no tenga cuenta de Twitter, porque está dejando de competir bajo las mismas condiciones con quienes si lo tienen y le sacan el máximo provecho. Además, dejeme decirle que una de las mejores maneras de conseguir una entrevista difícil es por medio de Twitter.

Cree que el Twitter al mover información de manera instantánea, ¿es un medio de comunicación?

Definitivamente es un medio de comunicación, con la ventaja que cada usuario es su propio dueño, sin los gastos y dolores de cabeza que conlleva la infraestructura y mantenimiento de un medio de comunicación tradicional, sea en televisión, radio o prensa escrita.

¿Qué responsabilidad debe tener un periodista al momento de reportar una noticia que se origine, o simplemente surja tras un tweet?

Es una gran irresponsabilidad hacerlo. Los tweets son pistas para llegar a una noticia, por eso hay que verificarlas y como regla nunca publicarlos antes que lo haya hecho el medio de comunicación para el que trabaja.

¿Qué ventajas tiene un periodista que utilice Twitter en comparación a uno que no?

La mayor ventaja es el acceso a la información y recordemos que quien tiene la información tiene el poder. Cada vez hay más personajes de la vida pública que están en Twitter y cuentan todo a través de ese medio, por lo que no estarlos siguiendo, nos pone en desventaja con nuestra competencia.

¿Cuál es el peligro de publicar o emitir noticias que terminan siendo falsas en Twitter?

Además del daño a la imagen profesional propia, puede ocasionar serios prejuicios a nuestro medio y a las partes involucradas. Hay que tener en cuenta que lo que se publica, no desaparece solamente con borrarlo.

Conociendo las ventajas del Twitter, ¿cuáles son las desventajas, riesgos o falencias?

Las desventajas están en el mal uso de las ventajas, como la inmediatez y el acceso a la información. Las redes sociales son micrófonos abiertos, por lo que hay que tener criterio y responsabilidad a la hora de hablar a través de ellas.

Entrevista con Ismael Triviño, Productor de Oppenheimer Presenta, exdirector de la mesa de trabajo de W Radio en Miami, periodista y colaborador de El Espectador.

¿Con qué frecuencia utiliza su Twitter?

Mínimo una vez al día.

¿De qué forma el Twitter ha cambiado la manera de hacer periodismo?

Es un arma de doble filo, porque es muy eficaz a la hora de investigar sobre: qué está diciendo una fuente directamente desde su cuenta y es eficaz en cuanto a su inmediatez. Pero es peligrosa porque esa misma inmediatez te puede hacer caer en errores.

¿Un periodista que cubra x fuente debería tener Twitter? ¿Por qué?

Creo q todo el mundo debería tener Twitter. Pero el hecho no es tener o no tener el hecho es cómo usar esa herramienta. No dar por hecho que lo que se diga en Twitter sea veraz. Puede servir como herramienta de guía mas no como una verdad absoluta.

¿Cree que el Twitter al mover información de manera instantánea, ¿es un medio de comunicación?

Claro que sí, un medio de comunicación digital.

¿Qué responsabilidad debe tener un periodista al momento de reportar una noticia que se origine, o simplemente la fuente sea el mismo Twitter?

Púes la responsabilidad sería confirmar por otra vía esa información que está viendo en Twiter, y a su vez citar que lo está sacando de Twiter y no darlo por hecho q es verdad. Porque fácilmente le han podido jaquear la cuenta a alguien.

¿Qué ventajas tiene un periodista que utilice Twitter en comparación a uno que no?

Tiene más acceso a la información al hecho noticioso, y/o al personaje que es noticia. A su vez le permite ver qué dicen los otros medios o que dicen las otras fuentes involucradas con esa noticia, con ese hecho noticioso o con el personaje que es noticia, la ventaja es inmensa.

¿Cuál es el peligro de publicar o emitir noticias que terminan siendo falsas en Twitter?

El peligro sería perder su credibilidad, pero también puede perder el puesto y si no salir al aire a corregir el error.

¿Conociendo las ventajas del twitter, ¿cuáles son las desventajas, riesgos o falencias?

Te pueden hackear la cuenta, te pueden robar la identidad, pueden hacer falsas acusaciones

Entrevista a la periodista, escritora y profesora española Yanet Acosta, quien ha trabajado como redactora de la agencia EFE. Escribe en la revista de la Red Académica Iberoamericana de Comunicación y actualmente es presidenta de la Asociación de la Prensa Gastronómica y Nutricional.

¿Con qué frecuencia utiliza su Twitter?

Diariamente.

¿De qué forma el Twitter ha cambiado la manera de hacer periodismo?

Totalmente. La inmediatez para hablar con una fuente, el medir qué temas gustan o preocupan a través de los trending topics, el dar a conocer tu trabajo personalmente al instante, son aspectos que han revolucionado el ejercicio de la profesión en un buen sentido. Sin embargo, también existe una parte negativa, ya que la inmediatez ha llevado a no contrastar las noticias con el tiempo necesario y se ha pasado a la información viral, es decir, cuando un rumor o información falsa se convierte en noticia que encuentra gran difusión a través de la red.

¿Un periodista que cubra x fuente debería tener Twitter? ¿Por qué?

Twitter no es una fuente, es una herramienta. El periodista debe indagar en qué perfiles son los más interesantes para seguir según su trabajo y debe aprender a utilizar esta red de una forma inteligente.

¿Cree que el Twitter al mover información de manera instantánea, ¿es un medio de comunicación?

No. Twitter es una herramienta de comunicación, no un medio.

¿Qué responsabilidad debe tener un periodista al momento de reportar una noticia que se origine, o simplemente la fuente sea el mismo Twitter?

La primera máxima del periodista es contrastar las fuentes.

¿Qué ventajas tiene un periodista que utilice Twitter en comparación a uno que no?

Depende, porque lo importante es la fuente, no el método con el que se consigue hablar o seguirla. Un periodista con gran experiencia puede obtener los mismos excelentes resultados con Twitter o sin él.

¿Cuál es el peligro de publicar o emitir noticias que terminan siendo falsas en Twitter?

La información viral se produce con gran asiduidad por olvidar los principios básicos de la profesión. No obstante, el tiempo hará que los lectores sigan o retuiteen a fuentes acreditadas, que ejerzan con honestidad su trabajo.

Conociendo las ventajas del Twitter, ¿Cuáles son las desventajas, riesgos o falencias?

Esta red social no es buena ni mala, simplemente existe. Lo importante es el uso que se haga de ella y si es consciente e inteligente puede ser muy interesante para la comunicación. Si el uso es malo, pues resultará un lugar repleto de ruido del que los usuarios finalmente huirán.

Entrevista María Duarte, ingeniera de sistemas e informática. Trabaja en marketing e internet, es una apasionada de las redes sociales y actualmente escribe y toma fotos para una revista digital.

¿Con qué frecuencia utiliza su Twitter?

Utilizo twitter todos los días, para informarme y para informar.

¿De qué forma el Twitter ha cambiado la manera de hacer periodismo?

Twitter agiliza la forma de conocer las noticias y también la forma de contactar a personas que de alguna forma te puede acercar a la noticia.

¿Un periodista que cubra x fuente debería tener Twitter? ¿Por qué?

Un periodista que cubre por fuente tiende a tener información especializada sobre un tema, esto lo vuelve un especialista y esto puede ser provechoso en Twitter, porque las personas tienden a seguir cuentas por intereses.

¿Cree que el Twitter al mover información de manera instantánea, ¿es un medio de comunicación?

No necesariamente, los medios de comunicación por lo general tienen posturas neutras para informar con veracidad. Twitter tiende a contener muchas opiniones y una opinión es subjetiva.

¿Qué responsabilidad debe tener un periodista al momento de reportar una noticia que se origine, o simplemente la fuente sea el mismo Twitter?

Con Twitter las noticias deben comprobarse primero, se puede usar la herramienta para llegar a las personas que originan la noticia y comprobarlo, o también se puede usar la plataforma para buscar ver qué tanto se puede estar hablando de una noticia y tener argumentos para encontrar su veracidad.

¿Qué ventajas tiene un periodista que utilice Twitter en comparación a uno que no?

No necesariamente, Twitter tiene un público un poco diferente, el usuario tiende a buscar la información puntual que le interesa y cuando quiere conocer todo el panorama sale de la plataforma y la consulta en otras fuentes.

¿Cuál es el peligro de publicar o emitir noticias que terminan siendo falsas en Twitter?

Pienso que la más importante es la pérdida de la credibilidad como fuente de información.

Conociendo las ventajas del Twitter, ¿Cuáles son las desventajas, riesgos o falencias?

Como toda plataforma de tecnología se cuenta con el riesgo del hacking, suplantación o robo de cuenta.