

Pilar García Soidán & Arturo Parada Diéguez (Eds.)

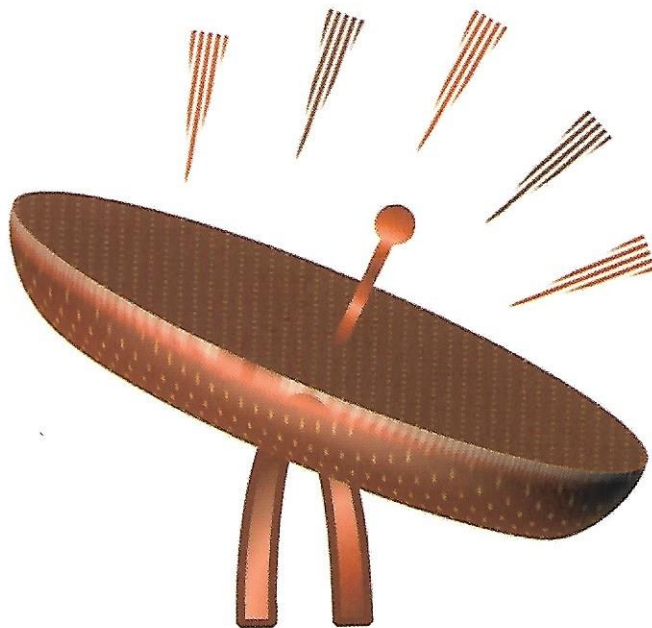
Investigacións en Comunicación: Actas das III Xornadas de Doutorandos/as en Comunicación

Programa de Doutoramento en Comunicación da Universidade de Vigo

Facultade de Filoloxía e Tradución & Facultade de Ciencias Sociais e da Comunicación

12-13 de xullo de 2017

Servizo de Publicacións da Universidade de Vigo
Universidade de Vigo



ational
Cs): um
acional

ANÁLISIS EMPÍRICO DE LA DIFUSIÓN DE NOTICIAS POR MEDIOS DE COMUNICACIÓN ECUATORIANOS EN TWITTER. ESTUDIO DE CASO: 30-S

Empirical analysis of the dissemination of ecuadorian media's news on Twitter. Case study: 30-S

Cinthya María Cevallos-Ludeña

Resumo

Las redes de comunicación de alcance mundial, junto con el despliegue masivo de dispositivos móviles, están generando sociedades altamente digitalizadas y conectadas. En este contexto, las redes sociales en línea están ocupando, cada vez más, un mayor protagonismo como medios para la diseminación de la información. Los medios de comunicación están participando de las redes sociales para difundir las noticias y para atraer nuevos lectores. Sin embargo, las redes sociales en línea presentan nuevas estructuras de comunicación, en las cuales la difusión es multidireccional y su fuente deja de ser focal. Esto está cuestionando los modelos tradicionales de influencia de los medios de comunicación y está dando paso a unos de mayor complejidad. En este trabajo, presentamos los resultados de un análisis empírico de la difusión de la información en *Twitter* producida por dos grandes periódicos ecuatorianos: *El Universo* y *El Telégrafo*, tres meses antes del 30 de septiembre del 2010 (30-S). Los resultados muestran que la información difundida por esos periódicos en *Twitter*, presenta una estructura de *swarming*, más que un modelo de dos pasos. Esto concuerda con un estudio preliminar sobre el flujo de la información de esos dos periódicos en *Twitter* durante el 30-S.

Palabras clave: Redes sociales en línea, difusión de la información, modelo de *swarming*, *Twitter*, medios de comunicación masiva.