

# El papel de las redes sociales en los desastres naturales. El caso de Facebook y el terremoto de Ecuador en 2016

Juan Pablo Arrobo<sup>1</sup>, Rosalba Mancinas-Chávez<sup>2</sup>, Ignacio Aguaded<sup>3</sup>

[jparrobo1@utpl.edu.ec](mailto:jparrobo1@utpl.edu.ec); [rmancinas@us.es](mailto:rmancinas@us.es); [aguaded@uhu.es](mailto:aguaded@uhu.es)

<sup>1</sup> Universidad Técnica Particular de Loja, y doctorando de la Facultad de Comunicación de la Universidad de Huelva, Loja, 110150, Loja, Ecuador.

<sup>2</sup> Universidad de Sevilla, Sevilla, 41004, Sevilla, España.

<sup>3</sup> Universidad de Huelva, Presidente del Grupo Comunicar, Director del Programa de Doctorado Interuniversitario de Comunicación, Huelva, 21007, Huelva, España

**Pages: 232-245**

**Resumen:** En este trabajo pretendemos analizar el papel que desempeñaron los usuarios de Facebook en la transmisión de información durante el terremoto de Ecuador de 2016. El método utilizado es mixto: en lo cuantitativo se consideró la cantidad de publicaciones realizadas durante el primer mes después del terremoto, se ha realizado un análisis que demuestra el papel de prosumidores por parte de los usuarios que convirtieron la plataforma en un aparador para buenas y malas noticias, información práctica e intercambio de mensajes entre los afectados. En lo cualitativo se recogen las opiniones a través de entrevistas semiestructuradas a los enviados especiales que cubrieron los primeros instantes, para conocer su criterio respecto al uso de las nuevas plataformas en la difusión de información. Se confirma así la funcionalidad de la red social para contribuir a la difusión de información no sólo en caso de divulgación social sino también en caso de emergencias.

**Palabras-clave:** narrativas; terremoto; cobertura periodística; Facebook; comunicación; Ecuador.

## *The role of social networks in natural disasters. The case of Facebook and the earthquake in Ecuador in 2016*

**Abstract:** In this work we intend to analyze the role played by Facebook users in the transmission of information during the 2016 earthquake in Ecuador. The method used is mixed: quantitatively, the number of publications made during the first month after the earthquake was considered, An analysis has been carried out that shows the role of prosumers by users who turned the platform into a showcase for good and bad news, practical information and the exchange of messages between those affected. From the qualitative point of view, opinions are collected through semi-structured interviews with the special envoys who covered the first moments, to know their criteria regarding the use of the new platforms in the dissemination

of information. This confirms the functionality of the social network to contribute to the dissemination of information not only in the event of social disclosure but also in case of emergencies.

**Keywords:** *narratives; earthquake; journalistic coverage; Facebook; communication; Ecuador.*

## 1. Introducción

Las redes sociales se han convertido en una herramienta fundamental en las problemáticas sociales del siglo XXI. Son un arma de doble filo, por un lado, contribuyen al intercambio de mensajes y favorecen la comunicación y, por otro lado, representan un grave peligro de desinformación. La cuestión es que son consideradas protagonistas inevitables en las situaciones de dificultad colectiva como es el caso de las crisis sociales o los desastres naturales. En 2016 Ecuador se vio estremecido por uno de los mayores desastres naturales en los últimos tiempos.

En el momento que los acontecimientos ocurren sin previo aviso y en segundos cambian las vidas de las personas, la circulación de información es una necesidad prioritaria para ubicar oportunidades de supervivencia (Felipe & Santos, 2012; Rodríguez, P., & Odriozola Farré, B. (2012).

La opinión pública internacional estuvo pendiente a través de las publicaciones de referencia. Las redes sociales jugaron un papel fundamental porque se convirtieron en agentes de información que cubrieron la necesidad de inmediatez. Los usuarios pasaron a ser productores de información, poniendo muy en práctica el concepto de prosumidor (Scolari, 2013). Desde la información más cercana, como el simple hecho de publicar un mensaje diciendo que estaban bien, hasta dar cuenta de lo que cada uno estaba viviendo en su entorno más inmediato, fueron eslabones en una cadena de información que unía a los ecuatorianos residentes fuera del país con los que estaban sufriendo la tragedia en carne propia.

En el viejo escenario de la comunicación, el medio (prensa, radio, televisión) era el rey. Así lo reflejaba el lema de The New York Times: «All the News That's Fit to Print» (el intermediario definía lo que merecía publicarse). Con la digitalización de los soportes y la diversificación empresarial, el foco se desplazó al contenido (National Geographic, dejó de ser solo una revista y se convirtió en una marca multiplataforma), y con la popularización de las redes sociales llegó el reinado de la conversación y de las comunidades. (Orihuela, 2015. p.43), los medios tuvieron que conectar de manera dinámica con su audiencia.

En esta investigación pretendemos investigar el papel que desempeñó la red social Facebook en este panorama de crisis por el desastre natural. Hemos elegido esta red porque fue el medio más usado como enlace entre las personas afectadas por el terremoto, familiares, autoridades y medios de comunicación, para estar al tanto de la situación durante las primeras horas de lo ocurrido. La razón por la que se considera que Facebook desempeñó un papel fundamental es porque durante las primeras horas se convirtió en la única fuente de información ya que los medios de comunicación tardaron cerca de dos horas en cubrir el acontecimiento con datos oficiales.

El propósito último que se persigue es averiguar la utilidad de este tipo de herramientas tecnológicas en casos de emergencias como lo fue el terremoto de Ecuador. Se pretende analizar pormenorizadamente la situación con el fin de aprender de la experiencia y proponer mejoras para el futuro.

## 2. Marco teórico

Cuando hablamos de redes sociales, nos referimos esencialmente a las redes sociales en línea, las herramientas en internet que permiten formar comunidades virtuales en torno a diversas afinidades, situaciones o experiencias, por ejemplo Facebook, Twitter, Instagram, Snapchat y en los últimos días (2020) Tik Tok, entre otras. Las redes sociales han existido desde los inicios de la civilización humana, “cuando el hombre establecía lazos familiares y amistosos para sobrevivir en un entorno amenazante, en los albores de la humanidad; y para compartir experiencias, deseos y expectativas con sus allegados, posteriormente” (Mancinas-Chávez y Nogales Bocio, 2011, p. 668). Las herramientas tecnológicas aportan un nuevo significado. Para las nuevas generaciones son un espacio y campo de interacción y comunicación con su entorno. En cambio, para las generaciones mayores las redes sociales en línea son un mundo por descubrir. Originalmente la red social está conformada por los sujetos o individuos que son significativos y cercanos, constituyendo su ambiente social primario. Está red puede estar constituida por los miembros de la familia nuclear, amigos, vecinos, compañeros de trabajo y conocidos de su contexto (Abello Llanos y Madariaga Orozco, 1999).

Mancinas-Chávez y Nogales Bocio (2011), definen a las redes sociales como:

Sitios en Internet diseñados para facilitar al usuario el contacto personal a través de la publicación de un perfil, una herramienta que le permitirá compartir información personal y profesional, además de contenidos audiovisuales con usuarios que pertenecen a su círculo o con toda la comunidad (p. 668).

El contexto social del siglo XXI propicia que la sociedad se mueva en torno a las redes sociales en línea, las personas están más presentes a través de una de estas plataformas que en el ámbito presencial. Las nuevas plataformas han permitido expandir la zona de confort de los usuarios, permitiendo que puedan interactuar socialmente desde diversas latitudes sin necesidad de abandonar la comodidad de su hogar.

En cuanto una persona se convierte en usuario de un sitio web de redes sociales puede comenzar a relacionarse. Esta relación incluye la lectura de las páginas de perfil de otros miembros y, posiblemente, ponerse en contacto con ellos; puede organizar y combinar todos sus perfiles (Hermoso, 2010). Algunos de los beneficios que podemos encontrar al utilizar una red social es el llegar a establecer contacto con conocidos y desconocidos de todas partes del mundo. Entrar en la diversidad que supone Internet, con todos sus pros y contras. “Las redes sociales permiten al usuario la creación de una identidad virtual y con ello apelan a las pulsiones más ególatras y narcisistas de los seres humanos, facilitando la proyección del propio yo a través de la Red” (Mancinas-Chávez y Nogales Bocio, 2011, p. 670). El usuario pasa a crear una personalidad completamente digital, proyectando una imagen digital de su propia personalidad o en algunos casos una identidad inventada, un yo inventado.

## **2.1. El fenómeno de las redes sociales**

El fenómeno de las redes sociales se da con lo que se ha denominado web 2.0, que propicia una mayor interacción e interconexión entre varias personas en una misma plataforma.

Las redes sociales son aquel conjunto de vínculos que unen tanto a miembros individuales como a colectivos de una sociedad en distintos momentos sin necesidad de manejar un mismo lenguaje (Oltra, 2005). La función principal de estas plataformas digitales es la interacción, los miembros ingresan para interactuar con los demás; se debería de pensar en las redes sociales como algo colectivo más no algo individual.

Las redes sociales han llegado a adoptar formas, costumbres y comportamientos de la relación de las personas en la vida real. Si bien desde sus inicios las interacciones y la comunicación entre las sociedades se han dado de acuerdo con los intereses comunes de cada miembro.

Este tipo de herramientas comunicativas nos ofrecen, pues, una nueva realidad. Se trata de una hibridación de dos modalidades: plataformas para crear, editar y compartir contenidos generados por el usuario (User Generated Content), dando lugar a las redes sociales denominadas “de contenido”, y, por otro lado, sitios enfocados a generar servicios on line para favorecer las relaciones sociales (Online Social Networking). (Mancinas- Chávez y Nogales Bocio, 2011, p. 671).

Esta nueva forma de comunicación ha permitido que se rompa el sentido físico de la comunicación, se han roto unas limitaciones físicas y se han creado otras.

Las redes sociales se han convertido en un espacio de contenidos multimedia en donde los usuarios pueden gestar contenidos como: video, texto, audio, imágenes. Además son herramientas que permiten la socialización de las personas a través de la creación de grupos, foros, mini blogs y fanpages en donde los usuarios pueden participar activamente. (Hermoso, 2010, p. 15).

En definitiva, las redes sociales se han convertido en un espacio en Internet a través del cual los usuarios se unen mediante vínculos conforme a sus intereses; con estos espacios ellos pueden participar libremente y convertirse en gestores de contenidos en los diferentes formatos.

## **2.2. Aplicabilidad y usos de las redes sociales**

Las redes sociales se han convertido en un fenómeno social que desde su aparición en la web se han ido desarrollando como plataformas que ofrecen un conjunto de herramientas, que han alcanzado un alto nivel de popularidad y uso entre todos los sectores de edad y de posición económico y social (García, Navarrete, Medina, y Ruiz, 2015).

Una de las principales características que poseen las redes sociales es su capacidad y adaptabilidad para que las personas puedan trabajar en grupo; permitiendo así expandir el círculo de relaciones que mantienen los usuarios con otras personas y propiciando que a través de ellas se llegue a comprender uno o varios de los siguientes elementos (Hermoso, 2010):

- Soporte a la interacción conversacional.
- Soporte a la retroalimentación social.
- Soporte a las redes sociales.

A estas alturas del siglo XXI, las redes sociales se han posicionado como un claro mecanismo de interacción, relación y comunicación. Galán afirma “estas nuevas aplicaciones y servicios permiten a las organizaciones y a los individuos nuevas formas de comunicarse, interactuar entre ellos y, en definitiva, generar un aprendizaje colectivo” (2011, p.7).

Las redes sociales son un soporte que no sólo se está utilizando de forma individual, también se ha convertido en un recurso indispensable para las empresas y toda clase de instituciones públicas y privadas, incluyendo los centros educativos, quienes ven en estas plataformas una oportunidad para mantener a sus usuarios informados gracias a las facilidades y mecanismos que estas poseen. Lo fundamental de destacar en esta parte es el rol activo que tiene el usuario, en donde con plena libertad se siente con la capacidad de interactuar, generar contenido y crear opinión acerca de un tema determinado.

Desde la aparición de las redes sociales, la información se ha vuelto más pública y de mayor divulgación entre las personas. Valenzuela (2013) afirma que “las redes sociales favorecen la publicación de información, el aprendizaje autónomo, el trabajo en equipo, la comunicación, la retroalimentación, el acceso a otras redes afines y el contacto con otros expertos, entre los elementos” (p.9). Se convierten así en una pizarra de aprendizaje para los usuarios, consumen contenido de canales afines a sus intereses en el ámbito educativo o de redes especializadas en áreas de trabajo, información, entretenimiento, deportes, ocio, etc.

### **2.3. Prosumidores: Contenido generado por usuarios**

La web 2.0 abre un abanico de comunicación entre los individuos, ampliando su presencia en línea y multiplicando las posibilidades de interacción. El flujo comunicativo se convierte en un ida y vuelta, más allá de la función de receptor pasivo que consume información. Las redes sociales brindan el atractivo de facilitar la generación de contenidos propios para alimentar los diferentes perfiles con información personal e historias que comparten con otras personas.

Las audiencias ya no están donde solían estar en las épocas del broadcasting. Scolari, nos afirma que las audiencias empezaron a verse fragmentadas a partir de la década de 1970 y 1980 con la difusión del cable y la televisión vía satélite. “La llegada de la World Wide Web y la explosión de nuevas experiencias de comunicación descentralizadas no hizo más que profundizar ese proceso de fragmentación de los consumidores” (Scolari, 2013, p. 220). Las audiencias se han vuelto líquidas. Aquellas audiencias que permanecían frente al televisor, observando el mismo programa a la vez, ahora son un fenómeno en extinción.

Las nuevas generaciones tienden a observar las cosas de forma diferente, en distintos medios y con diferentes modalidades de consumo (en vivo, streaming, descargas, etc.) (Scolari, 2013). Con el pasar del tiempo la televisión ha dejado de ser el centro de atracción en el núcleo familiar y se ha pasado a las pantallas múltiples.

Las audiencias se han vuelto fluidas y cada vez son más difíciles de organizar alrededor de un mismo medio. Siendo este punto el fundamental para la participación de las narrativas transmedia, quienes se perfilan como un recurso ideal para volver a reconstruir esas audiencias a partir de un relato y ya no alrededor de un único medio. “A grandes rasgos, podemos decir que las narrativas transmedia deben poner sobre la mesa contenidos textuales pensados tanto para el fan del producto como para el consumidor” (Scolari, 2013, p. 222). A este tiempo resulta imposible producir contenidos sin considerar primero a los fans, como tampoco se puede gestionar un mundo narrativo sin tomar en cuenta la producción a cargo de los usuarios.

#### **2.4. Los desastres a través de las redes sociales**

En los últimos desastres naturales reconocidos a nivel global, las redes sociales han jugado un papel esencial como herramientas para generar información. Fenómenos de grandes proporciones en diversos países como Japón, Chile, Haití, Perú y Ecuador, han sido conocidos de forma muy cercana por el flujo de información generado por los usuarios de la Red. Nos referimos a desastres que han tenido como principal actor a la naturaleza como terremotos, tsunamis, inundaciones y fenómenos en los que se hace presente la mano del hombre, como las guerras.

Es así que las redes sociales y sus diferentes herramientas se prestan para que la sociedad se pronuncie (Enríquez, 2016). La web y el periodismo 2.0 han permitido que el usuario no solo lea las noticias, sino que éstas invitan a que el usuario genere su propio contenido. Como hemos dicho anteriormente, Scolari los denomina prosumidores y se refiere a aquellas personas que no sólo consumen, sino que generan contenido a través de sus distintas plataformas.

Diego Toala y Byron Camino, en su investigación sobre las reacciones de los nodos de una red social luego del Terremoto de Ecuador, manifiestan que la red social *Facebook* jugó un papel importante en la difusión de la información al momento de difundir y compartir los hechos sobre el terremoto. “Los usuarios de las redes sociales actúan como sensores sociales que permiten identificar y difundir rápidamente la ocurrencia de un desastre” (Toala y Camino, 2017, p. 1038). Además, señalan los autores -como conclusión de su investigación- que “el análisis de los nodos de las publicaciones realizadas por Manta-Online, permitió identificar mediante la aplicación de métricas, grupos de nodos que tuvieron una o más reacciones con alguna de las publicaciones sobre el terremoto del 16A” (Toala y Camino, 2017, p. 1046). Nos referimos en este sentido a las redes sociales como espacio de intercomunicación personal basada en la interactividad multidireccional entre sus miembros. “Las empresas (los medios entre ellos) y algunas organizaciones han visto en los tráfico a millones de usuarios en la difusión de ideas productos y servicios” (Túñez, 2012, p. 238).

En los últimos diez años, las redes sociales principalmente *Facebook*, *Twitter*, *Intagram* y *Tuenti*, se han convertido en fuentes de información para las audiencias y medios de comunicación. La rápida expansión que tiene entre sus usuarios ha hecho que los medios de comunicación las adopten como plataforma de difusión de la información. Un ejemplo clásico es el caso que conmocionó a España, la desaparición y posible asesinato de Marta del Castillo, una joven de 17 años desaparecida y presuntamente asesinada en

febrero de 2009. “En *Facebook* se contabilizaron más de 150 perfiles relacionados con Marta del Castillo y un video realizado por sus amigos y colgado en Tuenti, recibió hasta 10.000 visitas” (Fernández, 2010, p. 11).

Para enero del 2016 de acuerdo con los datos expresados por Del Alcazar (2020) en Ecuador habla cerca de un millón seiscientos mil usuarios en *Facebook* siendo Guayaquil y Quito las ciudades con más usuarios en el país. Para el año 2020 *Facebook* en conjunto con sus marcas como *Instagram*, *Messenger* y *Whatsapp* alcanzan los trece millones de usuarios.

En el caso del terremoto del 2016 en Ecuador, las redes sociales se activaron con rapidez, *Facebook* fue una de las redes sociales más visitadas por la ciudadanía y los ecuatorianos que vivían fuera del país. De acuerdo con diario *El Comercio de Ecuador*, la red social para las 20,00 horas del 16 de abril activó una función para que las personas pudieran dar a conocer su estado de salud en ese momento y conocer cómo se encontraban sus familiares. Safety Check fue creado en el 2014 y es una herramienta que se activa ante cualquier desastre natural o ataque terrorista. Google, por su parte, activó su herramienta personal de Finder permitiendo buscar a las personas indexadas a la misma red (Islas, 2016).

Al igual que *Facebook*, *Twitter* jugó un papel importante, las comunicaciones se empezaron a dar utilizando los hasthag #DesaparecidosEc y #EncontradosEc. Así la plataforma se convirtió en fuente informativa para medios nacionales e internacionales dada la magnitud de información que se iba publicando con el pasar de los minutos, después del terremoto. Los medios de comunicación como la televisión tuvieron “una reacción tardía frente a la emisión de información. Su justificación se ampara en la Ley Orgánica de Comunicación, que señala que los medios de comunicación verán suprimido su derecho a la libre expresión en casos de emergencia nacional” (Rivera & Rodríguez, 2016, p. 200). La falta de energía eléctrica en las zonas que fueron más afectadas por el sismo de 7.8 grados provocó que los medios de comunicación no puedan entrar en contacto con sus corresponsales (Suing, 2018).

### 3. Metodología

La metodología aplicada es mixta, en el aspecto cuantitativo, se hizo un levantamiento de datos desde la plataforma de *Facebook*, teniendo un total de 1155 publicaciones acerca del terremoto de Ecuador. El periodo de análisis fue del 16 de abril al 16 de mayo del año 2016. Entre las variables analizadas estuvieron: la cantidad de publicaciones por día, la interacción y sentimiento de los usuarios, los sitios de mayor publicación a nivel nacional e internacional, así como las publicaciones de los medios de comunicación y el tipo de publicaciones que se dieron de acuerdo con las ofrecidas por la red social *Facebook*. El análisis y recolección de los datos se hizo a través de la herramienta de *Power BI* de Microsoft.

En cuanto al ámbito cualitativo, se realizaron entrevistas semiestructuradas a 5 reporteros y periodistas de Ecuador y Perú con experiencia en la cobertura de desastres y otros que realizaban una primera cobertura de este tipo de eventos naturales. Las entrevistas se realizaron entre abril y mayo del 2018 en las ciudades de Lima (Perú), Quito y Santo Domingo (Ecuador). Los periodistas entrevistados son: Álvaro Gastañadui,



Ricardo León, de *El Comercio* de Perú; Bolívar Velasco, de *El Comercio* de Ecuador, Andrea Samaniego y Freddy Paredes, de *Teleamazonas* de Ecuador. Las entrevistas se analizaron según la matriz de variables y luego se codificaron las respuestas respecto a la pregunta ¿Cómo valora la utilización de las redes sociales en la transmisión de la información sobre el terremoto por parte de los usuarios?

#### 4. Resultados

##### 4.1. Cantidad de publicaciones por día e interacción de los usuarios

La cantidad de publicaciones que se realizaron día a día, durante el tiempo de análisis se pudo evidenciar que 17 de abril un día después del terremoto fue el periodo con mayor número de publicaciones, obteniendo 226 (19.6%). El 16 de abril, día en que ocurrió el terremoto entre las 19h00 y 23h59 se publicaron 127 post (11%). La semana entre el 18 y 24 de abril la cantidad de publicaciones fue variando en porcentajes, el 18 de abril se dieron 91 publicaciones (7.9%) y el 24 de abril, se redujo a 18 post (1.6%). A partir del 26 de abril hasta el 16 de mayo la cantidad de publicaciones fueron entre 14 (1.2%) y 50 (4.3%) publicaciones por día.

La interacción por parte de los usuarios en las publicaciones de la red social *Facebook* se clasifican en tres aspectos, se registró un total de 2.777,016 (70,16%) *Reacciones*, 134.215 (3,39%) *Comentarios*, y un total de 1.046,688 (26,4%) post de *Compartidos*. La participación de las personas a través de las reacciones, sean estas positivas o negativas de acuerdo con las posibilidades que brinda la plataforma llegó más allá de los tres millones y medio de reacciones.

Así observamos en la Figura No. 1 que el día con mayor interacción fue el 17 de abril con un total de 1.028,185 post. La mayor participación se evidencia durante la primera semana después de ocurrido el terremoto. A partir del 25 de abril, el nivel de interacciones entre los comentarios, reacciones y compartidos fue cayendo debido a la coyuntura que iba perdiendo la noticia. Para esta semana la agenda noticiosa de los medios iba variando con información de interés para otros grupos de personas.

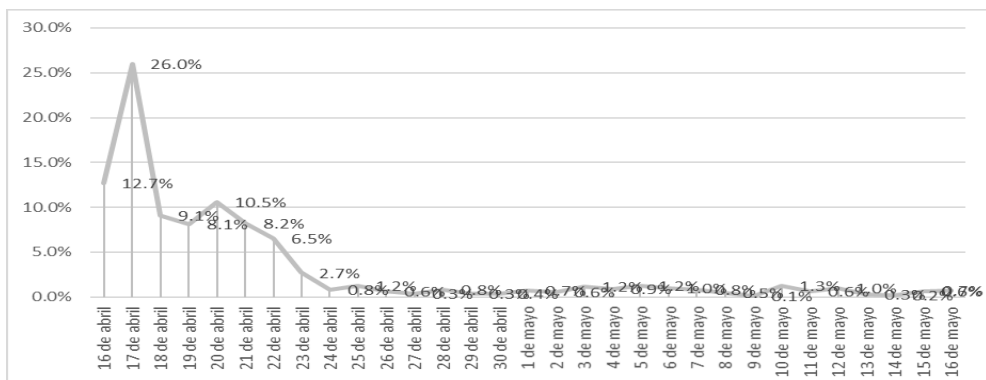


Figura 1 – Cantidad de interacción de los usuarios por día

Fuente: Elaboración propia



Considerando la participación ciudadana, se identificó las publicaciones con mayores resultados dentro de cada una de las categorías antes explicadas. Así, la publicación con la mayor cantidad de reacciones, con un total de 90.119 fue la realizada por *Tercer Cielo*. A través de esta cuenta el 22 de abril se compartió un video <https://bit.ly/34nijq7> del instante mismo en que ocurría el terremoto. El video es grabado en una Iglesia Evangélica donde se ve a la asamblea que siguen alabando y adorando a Dios, mientras va ocurriendo el movimiento.

La publicación con mayor cantidad de *Comentarios* fue realizada el 17 de abril. Se destaca la publicación del exjugador de la selección de Brasil y mejor jugador del mundo en su momento, Ronaldinho Gaúcho, quien tras publicar un mensaje de pesar y al mismo tiempo de ánimo por el terremoto que acaba de azotar Ecuador, llegó a tener 341 mil *Me Gustas*, 4.406 mil *Comentarios*. Por su parte la publicación con el mayor número de *Compartidos* fue una canción realizada por un joven migrante desde Italia, rápidamente la canción se viralizó entre las redes sociales, principalmente a través de *Facebook*, teniendo un alcance mundial al ser la publicación más compartida con 84.775 veces.

#### **4.2. Sentimiento de los usuarios**

A continuación, se analiza el nivel de reacción que tuvieron los usuarios a través de la Red Social frente a su posición, positiva, negativa o neutra. Al manifestar el sentimiento que sentían las personas al momento de visualizar y compartir las publicaciones que se daban sobre el terremoto de Ecuador, de forma positiva se expresaron 763 (66,1%) ante todo por la respuesta positiva de ayuda y colaboración que hubo por parte de los ecuatorianos, así como de la ayuda extranjera. En tanto que las respuestas negativas fueron de 324 (28,1%), y con un margen de un sentimiento neutral ante los hechos fue de 68 (5,9%) publicaciones.

#### **4.3. Sitios de publicación nacional e internacional**

El lugar desde donde surgió la información también fue punto de análisis para determinar el sitio que tuvo mayor presencia en la red social a nivel nacional e internacional. De acuerdo con la investigación se pudo determinar que las ciudades desde donde se compartió mayor información fueron las ciudades principales del país, y las zonas que fueron devastadas por el terremoto. En la Figura No. 2 se identifica las ciudades de Guayaquil 260 (39,7%) y Quito 181 (27,6%) con el mayor número de participación. La ciudad de Santo Domingo con 57 (8,7%), Esmeraldas con 12 (1,8%), Portoviejo con 26 (4%), Montecristi con 12 (1,8%), Manta con 17 (2,6), estas ciudades fueron las que tuvieron un número de publicaciones menores con relación a las primeras, esto se debe a que las zonas se mantuvieron sin energía eléctrica por algunos días y horas ya que fueron los sitios afectados directamente por el terremoto.

Por otro lado, fue importante conocer el impacto que tuvo el fenómeno ocurrido en Ecuador a nivel mundial, es por eso que también se valoró las publicaciones provenientes de otros países. Así desde EEUU se hizo un total de 86 (17,2%) publicaciones, México 61 (12,2%) desde Perú se hizo 56 (11,2%) y España 30 (6%) publicaciones. Estos fueron los países con el mayor número de publicaciones en el transcurso del primer mes.

Sin embargo, se detectó un total de 169 (33.8%) que no se pudo determinar a qué ciudad o países pertenecían.

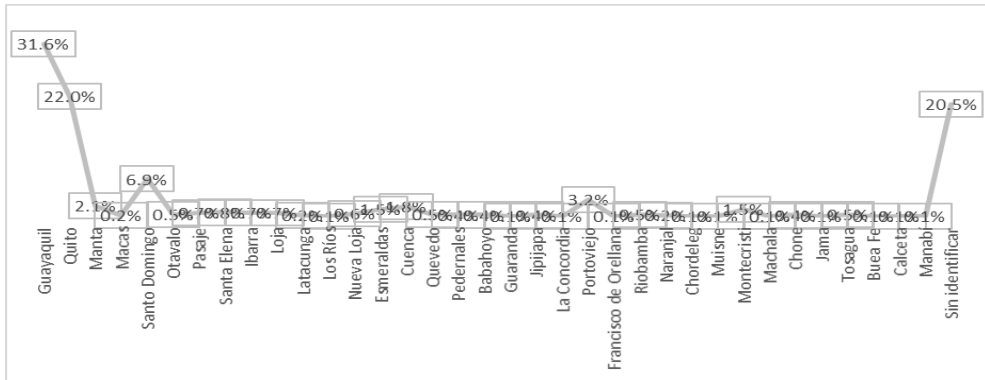


Figura 2 – Sitios con mayor nivel de publicaciones durante el terremoto  
Fuente: Elaboración propia

#### 4.4. Publicaciones a nivel de medios de comunicación nacionales e internacionales

Con relación a la cobertura y difusión que dieron los medios nacionales e internacionales a través de la plataforma de *Facebook*. Entre los medios nacionales primó *Ecuavisa*, televisora nacional con 94 (8.1%), seguido de diario *El Universo* con 48 (4.2%) *Teleamazonas* con 41 (3.5%), *RTS* con 12 (1.0%) y diario *El Comercio* con 11 (1.0%) publicaciones. Se identificó a estos como los 5 medios con mayor presencia en la red social durante el primer mes tras el terremoto. En tanto, que al referir los medios internacionales se puede detallar a *Azteca Noticias* con 10 (0.9%), diario *El Comercio* de Perú 7 (0.7%), *Univisión Noticias* 7 (0.6%) y *Telemundo* 4 (0.3%) publicaciones. Además, se pudo detectar un total de 140 (12,1%) identificados como Otros Medios y *Fanpage* de *Facebook*. Sin embargo, hubo un total de 726 (62,9%) publicaciones que no se pudo identificar a que medio correspondían.

#### 4.5. Tipos de publicaciones

De acuerdo con el tipo de publicaciones que se detectaron a través de *Facebook* se puede determinar que el *Link* (enlace) tuvo 365 (31,6%) publicaciones, la *Imagen* se compartió unas 328 (28,4%) veces, en tanto que el *Video* se compartió un total de 260 (22,5%) veces. Mensajes a través de *Texto* se publicaron en 122 (10,6%) momentos, los *Mensajes de Ánimo* se compartieron 51 (4.4%) veces, los *llamados a la Acción* se registraron 21 (2.2%), los *Consejos* 6 (0.5%) y *Concurso* 2 (0.2%) veces. Cada una de estas formas de publicaciones se dieron durante los primeros 30 días luego de ocurrido el terremoto.

#### 4.6. Utilización de las redes sociales en la difusión de información

La opinión por parte de los periodistas consultados sobre la utilización de las redes sociales en la transmisión de información fue variada. Coincide en que ayudaron a

dimensionar la magnitud del desastre, también fueron una plataforma para desinformar, si bien fue un vehículo de información positiva también se mostró mucha información negativa. Las opiniones recogidas corresponden a periodistas que cubrieron el terremoto de Pisco-Perú en el año 2007 y periodistas que cubrieron el terremoto en Ecuador en el 2016. Se puede observar sus aportes en la tabla 1.

Nombre del periodista	Respuesta a la pregunta: ¿Cómo valora la utilización de las redes sociales en la transmisión de la información sobre el terremoto por parte de los usuarios?
Álvaro Gastañadui	En aquel momento la información nos llegaba por correo electrónico. Era fundamentalmente la radio la que informaba y la internet se alimentaba de la radio en aquel momento.
Ricardo León	En ese tiempo no había redes sociales como las hay ahora. Yo recuerdo, en una zona no muy desarrollado en el sitio del terremoto Pisco, recuerdo que había una radio RPP, que incluso abrió algo así como ahora el <i>Facebook</i> , las alertas en está radio, ellos tenían una línea abierta permanentemente para que tu llamaras simplemente y dijeras que estabas bien o que estas con un niño, y que los padres son tal, y que el niño está bien. Tú dabas información para que las personas estén tranquilas.
Andrea Samaniego	Al principio ayudaron mucho para saber que el problema no era cualquier cosa, que era un problema realmente grave, era un terremoto de 7.8 grados que acabo con más de seiscientas vidas. Al principio nos ayudó a dimensionar las cosas.
Freddy Paredes	No es menos cierto que las redes sociales son un vehículo de información positiva, pero mucho más de información negativa, sensacionalista, morbosa; que engaña que miente porque lastimosamente esa es la naturaleza de las personas que así desean hacerlo. Entonces hay un flujo de información enorme que con la presencia de redes sociales, más bien genera una suerte de confusión tanto en la población interna como en el país. Entonces ahí es cuando cobra mucha más importancia el trabajo periodístico, porque la gente ya se ha dado cuenta, los ciudadanos de que no todo lo que está en las redes es verdad. Y para no tener que discernir que es lo que en realidad es verdad, que es sensacionalista, el ciudadano prefiere mejor las páginas de un diario de comunicación, o las redes sociales de periodistas que conocen y consideran que son serios, etc... Entonces se guían por eso, pero no solo de catástrofes naturales, sino en todo tipo de hechos.
Bolívar Velasco	Las redes sociales sirvieron para conocer lo que la televisión incluso no podía informar. Yo vi que las redes se convirtieron en un sustituto de esos canales de información primero para ir alertando donde estaban los daños donde habían ocurrido la mayor parte de las afectaciones, donde había gente damnificada y a nivel periodístico eso nos sirvió para ir creando una agenda de ruta con los otros equipos de Quito y otras ciudades. Lo que se publicaba en las redes sociales también nos sirvió como insumo para hacer noticias desde el escritorio para quienes estaban en Quito; también nos sirvió como apoyo a nuestras notas periodísticas que enviábamos desde el territorio.

Fuente: Elaboración propia

Tabla 1 – Participación de las redes sociales en la difusión de información

En los resultados de la entrevista semiestructurada realizada a los 5 periodistas se observa con claridad la irrupción de las redes sociales como herramienta de comunicación. Mientras que los periodistas que dieron cobertura al terremoto de Perú en 2007 hablan de mecanismos de comunicación como celulares y teléfono o incluso correo electrónico, los periodistas que dieron cobertura al terremoto de Ecuador en 2016 reconocen la

función tan importante de las redes sociales. En el caso del terremoto de Perú en 2007, la radio cubría la función de la inmediatez y el teléfono era el recurso más importante para que los periodistas establecieran contacto con la realidad más cercana de las víctimas. La radio abría un espacio para recibir llamadas permanentes y dar así la posibilidad de que las personas afectadas se pusieran en contacto con sus familiares y allegados y contribuyeran narrando su experiencia de los hechos.

Los periodistas ecuatorianos que dieron cobertura al terremoto en 2016 se encontraron con otro aliado para establecer contacto directo con las víctimas del desastre natural, las redes sociales. Reconocen que sobre todo al principio fue una herramienta fundamental para percibir que no se trataba de un problema cualquiera, sino que la situación era realmente grave. Los periodistas reconocen que la información volcada en redes sociales les ayudó a dimensionar la cuestión (A. Samaniego). Luego se quejan de que las redes sociales son un vehículo de información positiva pero mucho más de información negativa, sensacionalista y morbosa (F. Paredes). Finalmente reconocen que las redes sociales se convirtieron en un sustituto de los canales tradicionales de información, primero porque ayudaban en el proceso de alerta para localizar los datos, detectar los lugares con el mayor grado de afectación y localizar a los damnificados. A nivel periodístico, Bolívar Velasco reconoce que esa información volcada en redes por los ciudadanos sirvió para ir creando una agenda de ruta con los otros equipos.

## 5.. Conclusiones

Tras el análisis de la información se extraen algunas conclusiones interesantes. En primer lugar, con relación al número de publicaciones, a través de esta investigación se puede comprobar que el 17 de abril, después de ocurrido el terremoto fue el periodo donde más publicaciones se generaron de todo el mes analizado. La explicación puede ser debido a que el terremoto ocurrió en la noche del 16 de abril y varias ciudades y poblaciones quedaron sin servicio de energía eléctrica.

También se puede determinar que la agenda mediática de la información se llega a mantener durante las primeras horas o días de ocurrido el suceso. Así, en el evento ocurrido en Ecuador el interés y coyuntura de la información se mantuvo con una mayor expectación durante la primera semana, entre el 16 y el 25 de abril. Esto se debía a que durante este periodo de tiempo existía la posibilidad de encontrar personas con vida bajo los escombros. Esa esperanza y ese ambiente de expectativa elevaban la atención y el interés de las personas para generar información.

*Facebook* fue una alternativa en la transmisión de información, tanto de buenas como de malas noticias durante el terremoto. Las interacciones por parte del público llegaron a ser más de tres millones y medio. Esto determina que al momento de consumir y transmitir contenido las plataformas digitales como las redes sociales se han convertido en un espacio de consulta mediática de acuerdo con el tema y situación de nivel global que se pueda dar.

En un momento complicado como el que atravesó la población ecuatoriana tras el terremoto, se pudo determinar que el sentimiento de nacionalidad, de humanismo, de colaboración y ánimo fue en un sentido positivo por parte de quienes interactuaron a través de Facebook. Estos mensajes positivos estaban llenos de esperanza, de ánimo y fuerza a la población ecuatoriana para superar la pérdida de más de 600 personas fallecidas, y miles de millones en gastos para reconstruir el país.

Para los periodistas entrevistados, existió una marcada diferencia en el acceso a la Internet y difusión de la información a través de redes sociales entre el terremoto de Pisco-Perú (2007) y el de Pedernales-Ecuador (2016). Sin embargo, en ambos momentos la tecnología jugó un papel importante, por su parte en Perú no contaban con redes sociales, pero ya existía la telefonía móvil y el correo electrónico, además los medios tradicionales como la radio fueron fundamentales en el momento de informar. Para Andrea Samaniego periodista ecuatoriana, las redes sociales permitieron dimensionar la magnitud de la situación, ya que la información comenzó a generarse desde los primeros momentos a través de las redes sociales.

Los resultados alcanzados tras el análisis de los datos obtenidos de la plataforma Facebook sobre el terremoto de Ecuador en el año 2016, evidencian una participación activa del usuario como prosumidor. Ligando esta afirmación con las apreciaciones de los periodistas que señalan la parte negativa de las redes sociales en las que se puede divulgar con mucha facilidad toda clase de bulos, alarmas falsas y otros contenidos que llevan a la desinformación, se plantea la necesidad de conocer en profundidad el alcance de estas herramientas como Facebook. Un conocimiento certero del papel que desempeñan los usuarios en los desastres naturales a través de experiencias como el comportamiento que han asumido en el terremoto en Ecuador, permitirá acercarse a la función del periodismo como la base para dar a conocer los hechos y ayudar a la ciudadanía a distinguir información de desinformación. En este sentido los gobiernos tienen también un papel fundamental que no es objeto de estudio en este trabajo pero que plantea una futura línea de investigación.

## Referencias

- Abello Llanos, R y Madariaga Orozco, C. (1999). Las Redes Sociales ¿Para Qué? Revista Psicología desde el Caribe. No 2-3, pp. 116-135. <https://bit.ly/3nHasN1>
- Del Alcazar, J. (2020). Estadísticas Facebook Ecuador. Mentinno Innovación & Lifetime Value Partners. Recuperado de: <https://bit.ly/2FNodbX>
- Enríquez, R. (2016). Comprensión de la utilización de las redes sociales en las narrativas transmedia en desastres naturales. Caso: Terremoto de Ecuador abril 2016 (Tesis de grado). Universidad Central del Ecuador, Quito, Ecuador.
- Felipe, L., & Santos, S. (2012). La responsabilidad social de los medios de comunicación ante el conflicto y la catástrofe The Social Responsibility of mass media in facing up social conflicts and natural disasters. Estudios Sobre El Mensaje Periodístico, 18(2), 613-622. <https://goo.gl/cGmDTu>

- Fernández, M, y Guirado, V. (2010). Comunicación y desarrollo en la era digital. Asociación Española de Investigación de la Comunicación. <https://bit.ly/34Lr3Xg>
- Galán, F. (2011). Aplicación de las redes en la empresa. Escuela de organización industrial (EOI).
- García, C., Navarrete, M., Medina, E., y Ruiz, M. (2015). Redes sociales, usos positivos y negativos: caso Facebook. *Etic@ Net. Revista Científica Electrónica de Educación y Comunicación en la Sociedad del Conocimiento*, 15. <https://bit.ly/3nIutCR>
- Hermoso, F. (2010). Redes Sociales. *Revista del Programa de Mayores Universidad de Extremadura*. Nº 29, Enero, Febrero, Marzo. pág. 22. Recuperado en 27 de junio de 2017 de <https://dialnet.unirioja.es/ejemplar/352591>
- Islas O. (20216). Redes sociales en el terremoto en Ecuador, *El Universal*. <https://bit.ly/2Hlq87M>
- Mancinas-Chávez, R. y Nogales Bocio, A. (2011). Redes sociales: generalidades y aplicaciones. En Reig, R. (dir.) y Langa Nuño, C. (coord.). *La comunicación en Andalucía. Historia, estructura y nuevas tecnologías*. Sevilla: Centro de Estudios Andaluces.
- Oltra, C. (2005). Reseña del libro *Análisis de redes sociales: Orígenes, teorías y aplicaciones* de Requena Santos, Félix (ed.) (2003). *Papers. Revista De Sociología*, 75. <http://dx.doi.org/10.5565/rev/papers/v75n0.1020>
- Orihuela, J. L. (2015). *Los medios después de internet*. Barcelona: UOC.
- Rivera, D. & Rodríguez, C. (2016). Periodismo ciudadano a través de Twitter. Caso de estudio terremoto de Ecuador del 16 de abril de 2016. *Revista de Comunicación*. (15), 198-215
- Scolari, C. (2013). *Narrativas transmedia, cuando todos los medios cuentan*. Barcelona: Deusto.
- Suing, A. (2018). La información en la televisión del terremoto ocurrido en Ecuador en abril de 2016. *Razón y Palabra*, 22(1\_100), 374-390. Recuperado a partir de <https://goo.gl/UUv4dy>
- Toala, D., y Camino, B. (2017). Reacción de los nodos de una red social luego del terremoto en Ecuador. *Conference Proceedings*, <https://bit.ly/3dmJeGG>
- Túñez, M. (2012). Los periódicos en las redes sociales: audiencias, contenido, interactividad y estrategias comerciales. *Estudios sobre el mensaje periodístico*. Vol. 18, núm. 1, pp. 221-239. Universidad Complutense de Madrid.
- Valenzuela Argüelles, R. (2013). Las redes sociales y su aplicación en la educación. *Revista Digital Universitaria*. Vol. 14, No.4. <https://bit.ly/3k5WJgF>