



System

change -

NOT climate

change

Fenómeno de El Niño en Ecuador: su impacto en televisión y redes sociales

Niño phenomenon in Ecuador: its impact on television and social networks

DOI

GEOVANNA SALAZAR, CARLOS ORTIZ, ABEL SUING

RESUMEN

La información y oportuna atención que demanda el Fenómeno de El Niño es constante. Las medidas de prevención y control que debe adoptar la población se vuelven necesarias y relevantes ante posibles consecuencias tanto para la ciudadanía como para bienes materiales. La investigación pretende determinar el impacto de este fenómeno natural en la programación televisiva (informativos) y redes sociales (Facebook y Twitter) de las estaciones televisiva ecuatorianas: Ecuavisa, Teleamazonas, TC Televisión y Ecuador TV; desde análisis cuantitativos y cualitativos, y entrevistas semiestructuradas a expertos en el tema de estudio. Las hipótesis de investigación son: 1) Las noticias sobre el Fenómeno de El Niño en Ecuador son frecuentes en sus noticieros y se les asigna un gran espacio dentro de los mismos; 2) Las redes sociales Facebook y Twitter no emiten contenido periódico que haga referencia al Fenómeno de El Niño. Se concluye principalmente que: el impacto del Fenómeno de El Niño en las cadenas de televisión ecuatorianas presenta una notable diferencia entre febrero y marzo del 2016, manifestándose en este último un incremento sustancial de información; son las cadenas de televisión privadas quienes asignan un mayor espacio al Fenómeno de El Niño dentro de sus noticieros.

PALABRAS CLAVE: TELEVISIÓN, REDES SOCIALES, FACTORES DE RIESGO, INFORMATIVOS, ANÁLISIS

ABSTRACT

Information and timely care required by the El Niño phenomenon is constant. The prevention and control measures to be taken by the population become necessary and relevant to possible consequences for both citizenship and for material goods. The research aims to determine the impact of this natural phenomenon in television programming (news) and social networks (Facebook and Twitter) of Ecuadorian television stations: Ecuavisa, Teleamazonas, Ecuador TC Television and TV; from quantitative and qualitative analysis and semi-structured interviews with experts in the subject matter. The research hypotheses are: 1) The news on El Niño in Ecuador are frequent in their newscasts and assigned a large space within them; 2) Social networking sites Facebook and Twitter do not emit periodic content that references the El Niño. It is concluded primarily that: the impact of El Niño on Ecuadorian television chains presents a striking difference between February and March 2016, the latter manifesting itself in a substantial increase in information; the private television stations allocated more space to El Niño in their newscasts.

KEYWORDS: TELEVISION, SOCIAL NETWORKS, RISK FACTOR'S, INFORMATIVE, ANALYSIS

1. MARCO TEÓRICO

Actualmente, el Fenómeno de El Niño obedece a una alteración a gran escala del equilibrio natural de la interacción existente entre el océano y la atmósfera, de manera que se altera el clima afectando las actividades económicas y humanas. Cada cierto tiempo y en los primeros meses del año, El Niño está asociado a la invasión de aguas superficiales más cálidas y menos salinas (Espinoza, 1996:116). Provoca torrenciales lluvias, particularmente en Perú y Ecuador, países donde el fenómeno suele estar relacionado con devastaciones en varios pueblos y ciudades, cada seis años aproximadamente y durante un periodo entre 12 a 18 meses (Glantz, 2001:17).

Durante los episodios de El Niño, por ejemplo, la temperatura del mar en la superficie en el Océano Pacífico tropical central y oriental suele ser muy superior de lo normal. Estos cambios de temperatura pueden provocar a importantes fluctuaciones climáticas en todo el mundo y, una vez iniciada, tales eventos pueden durar 12 meses o más (FAO, 2014).

Según el Atlas de las Dinámicas del Territorio Andino, en su informe denominado "Por encima de la Tierra" (2009:153):

“Los impactos del Fenómeno de El Niño en el territorio se traducen en el aumento de pérdidas por el incremento de lluvias, movimientos en masa e inundaciones, principalmente en las zonas bajas de Ecuador, Perú y Bolivia (costa y Amazonía, respectivamente). Por tanto, los efectos se traducen en daños en sectores productivos como la agricultura y la pesca, en la infraestructura vial, en las viviendas y en miles de damnificados por la pérdida de los bienes y medios de vida, así como por afectaciones en la salud por vectores que proliferan con cambios temporales en los regímenes climáticos”.

Datos del Centro Internacional para el Fenómeno del Niño (CIIFEN) indican que “el fenómeno continúa influyendo en el clima mientras declina lentamente. En febrero de 2016 las anomalías de la Temperatura Superficial del Mar disminuyeron en gran parte del Pacífico Tropical central-oriental, el afloramiento frente a las costas de Panamá contribuyó en la reducción de las anomalías térmicas en el extremo norte de Sudamérica”.

El Instituto Oceanográfico de la Armada de Ecuador (INOCAR) destaca que en Ecuador “para el trimestre febrero-abril se prevén lluvias sobre los valores normales para la mayor parte del litoral, Golfo de Guayaquil y Galápagos las cuales se generaron en su mayoría por procesos meteorológicos provenientes de la Amazonía y del sur del continente”.

Se evidencia que el Fenómeno de El Niño afecta a todos los márgenes costaneros, además de provocar daños a la infraestructura por el oleaje producido. Así también, el incremento de situaciones pluviales originan o dan pasos a dos amenazas concurrentes, las situaciones de desbordamiento de ríos e inundaciones provocadas por las intensas lluvias (Entrevista Carlos Espinoza, Instituto Nacional de Meteorología e Hidrología, 2016).

Sin embargo, el progreso científico en el entendimiento del Fenómeno de El Niño ha mejorado las habilidades de predicción, ayudando a que la sociedad se prepare para los peligros asociados tales como, fuertes lluvias, inundaciones y sequías. Los valores de estas predicciones se puede traducir en cientos de millones y un número considerable de vidas humanas salvadas (World Meteorological Organization, 2014).

Así, los países con mejor información en sus sistemas de seguimiento, están mejor preparados para pronosticar y prevenir sus efectos (Meek y Aldana, 1998:12). Resulta conveniente convocar esfuerzos de cooperación entre los países y la comunidad regional e internacional, para adelantar acciones que contribuyan a mitigar los impactos de dicho fenómeno.

La información orientada a prevenir desastres juega un papel fundamental. Si bien, los medios de comunicación informan a través de sonidos, imágenes o palabras impresas, pueden hacer mucho más, al explicar el significado de los hechos y servir como guías en un terreno incierto (Villalobos, 1998: 6).

Como destaca el Manual de Festión de Riesgos para Comunicadores Sociales de la Unesco (2014:18):

“El proceso de comunicación en la gestión de riesgo de desastre, visto desde la óptica de que no sólo es necesario informar a la población sino también formarla, es dinámico, intersectorial, interinstitucional e interdisciplinario y requiere de una estrecha interrelación y coordinación entre todos los actores que son parte del proceso para lograr una estrategia efectiva de comunicación para la reducción de los riesgos a todo nivel como veremos más adelante”.

Para Castillo, Martínez y Batllori (2007), se establece la necesidad de una comunicación preventiva, donde se plantea que más allá del urgente consumo, los medios deben: informar, educar, orientar, en concordancia con una planificación que incluya al riesgo como una realidad, considerando el contexto económico, organizativo, cultural, tecnológico y ecológico.

La información emitida con asertividad genera conocimiento, por lo que es importante tener acceso a información veraz y oportuna, para construir una cultura, que en este caso sea en materia de riesgos; pero no tan sólo por conocerlos y clasificarlos, sino para desarrollar la habilidad social en materia de prevención ante las diversas magnitudes de riesgos potenciales (Rosas y Tello, 2012: 6).

En este marco, las redes sociales juegan un papel preponderante. En este entorno, y como destacan Vélez y Zlateva (2015), servicios en línea y medios como Facebook y Twitter pueden actuar de forma inmediata en la resolución de problemas durante los desastres naturales. Las comunicaciones convencionales dejar de funcionar en este intervalo de tiempo, mientras que medios sociales o servicios de redes permanecen activos. Estas herramientas permiten a los individuos y organizaciones colaborar en formas mutuamente beneficiosas, en todas las etapas de gestión de emergencias: la mitigación, preparación, respuesta y recuperación.

Los medios sociales han cambiado la forma de comunicación. Se están convirtiendo poco a poco en una herramienta para salvar vidas. En teoría, es

un modelo de comunicación completa donde un usuario envía información, recibe retroalimentación y responde a ella (Saleem, 2015).

El propósito de la presente investigación es analizar el impacto del Fenómeno de El Niño en los informativos y redes sociales de las estaciones ecuatorianas de televisión, Ecuavisa, Teleamazonas, TC Televisión y Ecuador TV, durante febrero y marzo del 2016. Los datos obtenidos permitirían dar respuesta a interrogantes como: ¿Se destina un espacio representativo en los noticieros para tratar el tema? ¿Con qué frecuencia se emiten noticias o publicaciones sobre el Fenómeno de El Niño? Las hipótesis de investigación son: 1) Las noticias sobre el Fenómeno de El Niño en Ecuador son frecuentes en los informativos de televisión nacional y se les asigna un gran espacio en los mismos; 2) Las redes sociales Facebook y Twitter no emiten contenido periódico que haga referencia al Fenómeno de El Niño.

2. METODOLOGÍA

Para determinar el impacto del Fenómeno de El Niño en la programación de los canales ecuatorianos, Ecuavisa (privado), Teleamazonas (privado), TC Televisión (incautado – medio confiscado por el Gobierno Nacional) y Ecuador TV (público); se realizó un monitoreo de sus noticieros a través de una ficha que permitió ordenar la información, siguiendo los siguientes parámetros: número de noticias sobre Fenómeno de El Niño, medidas de prevención en las noticias, alarmas, mitigación, uso de fuentes oficiales, uso de fuentes no oficiales, información referente a sequías, inundaciones y daños en infraestructura.

El análisis se realizó durante una semana de febrero del 2016 (12 al 19) y una semana de marzo (29 al 04) tiempo que permitió comparar el impacto de este suceso en los noticieros. Similarmente, en medios sociales se tomó como muestra las mismas semanas para analizar las publicaciones tanto en Facebook (cuenta de los canales) como Twitter (cuenta de los informativos), que hagan referencia al tema de estudio. Se consideró éstas redes sociales basándose en el informe 2015 del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), en su apartado “Las redes sociales con mayor número de usuarios”.

En Facebook se utilizó el software Ghepi junto con la aplicación Netvizz, herramientas que permitieron visualizar diariamente la información suministrada desde la red social de los canales. En Twitter, se efectuó un análisis diario de las cuentas para determinar el impacto del Fenómeno de El Niño

en las cuentas de los noticieros. En Facebook y Twitter se aplicó la misma ficha que en canales nacionales, para obtener información sobre el contenido de las publicaciones. Se promedió los valores de febrero y marzo en redes sociales para establecer cifras representativas en los gráficos.

La metodología se complementó con tres entrevistas a Carlos Espinoza, coordinador zonal 7 del Ministerio de Medio Ambiente de Ecuador, Fabricio Riofrío, coordinador zonal 7 de la Secretaría de Gestión de Riesgos de Ecuador y Daniel Bustillos, encargado de Sinóptica, Monitoreo y Pronósticos del Instituto Nacional de Meteorología e Hidrología (INAMHI). Los perfiles de los entrevistados responden a la importancia de los organismos mencionados en la prevención y difusión del Fenómeno de El Niño dentro del Ecuador.

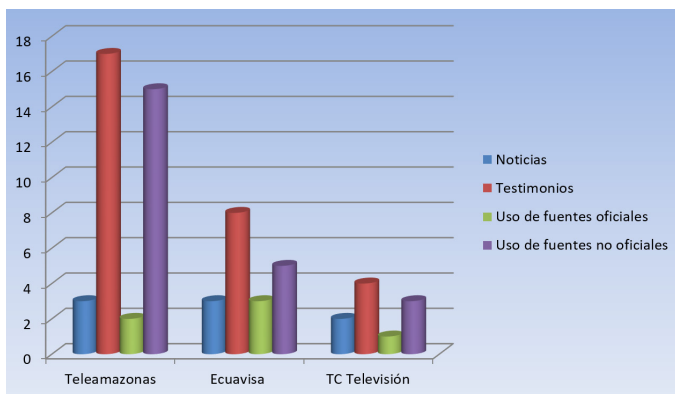
Las variables analizadas fueron: porcentaje de noticias en la emisión escogida (medio día), número de entrevistas sobre el Fenómeno de El Niño en el noticiero, temáticas tratadas en noticias (prevención, mitigación, alerta, sequía, inundaciones/lluvias/oleajes, daños en infraestructuras), fuentes oficiales y fuentes no oficiales. Para clasificar las noticias como oficiales y no oficiales, se consideró el Decreto Ejecutivo que señala a Gestión de Riesgos y organismos y/o ministerios directamente relacionados, como las únicas entidades autoridades a emitir información oficial sobre el tema.

3. RESULTADOS

Durante el mes de febrero, el canal que transmitió mayor información referente al Fenómeno de El Niño fue Teleamazonas con tres noticias y 17 testimonios, de los cuales dos fueron oficiales (provenientes de gobierno, organismos de riesgos u ONG) y 15 no oficiales (información otorgada por testigos de un hecho, pero que carecen de autoridad reconocida). Le sigue Ecuavisa con tres noticias, ocho testimonios, tres fuentes oficiales y cinco no oficiales. TC Televisión transmitió solamente dos noticias con cuatro testimonios sobre el tema, uno oficial y tres no oficiales.

Los datos extraídos denotan que el flujo de noticias sobre el Fenómeno de El Niño no es abundante, a excepción del noticiero de Teleamazonas, que complementa la información con un gran número de entrevistas directas a testigos afectados por el fenómeno natural. En el caso de Ecuador TV, no se registró información referente a la temática durante la transmisión de sus noticieros, por lo que no fue incluido dentro del gráfico.

GRÁFICO 1. TIPO DE FUENTES REFERENTES AL FENÓMENO DE EL NIÑO EN ESTACIONES DE TELEVISIÓN ECUATORIANAS (FEBRERO)

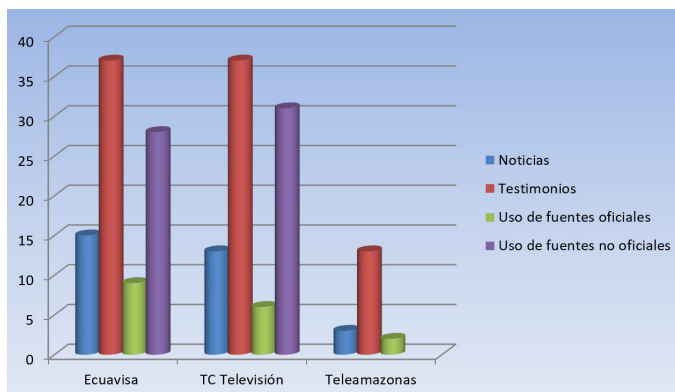


FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA.

En marzo, puede apreciarse un gran cambio respecto al mes anterior (Gráf. 1). Ecuavisa y TC Televisión se posicionan como los canales que mayor información transmiten sobre el Fenómeno de El Niño. En el lapso de una semana, Ecuavisa emite 15 noticias, presenta 37 testimonios, nueve oficiales y 28 no oficiales. TC Televisión transmite 13 noticias, al igual que Ecuavisa presenta 37 testimonios, 6 oficiales y 31 no oficiales. Teleamazonas que en febrero se posiciona en primer lugar, denota en marzo un bajo número de noticias referentes al tema.

Los valores demuestran que en marzo existe un notable incremento en la transmisión de noticias referentes al Fenómeno de El Niño, evidenciando la importancia del tema por los posibles efectos adversos tanto en infraestructura como en vidas humanas. Ecuador TV, al igual que febrero, no emite en su noticiero de medio día información sobre el fenómeno natural.

GRÁFICO 2. TIPO DE FUENTES REFERENTES AL FENÓMENO DE EL NIÑO EN ESTACIONES DE TELEVISIÓN ECUATORIANAS (MARZO)



FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA.

Las temáticas abordadas en información sobre Fenómeno de El Niño varían entre canales.

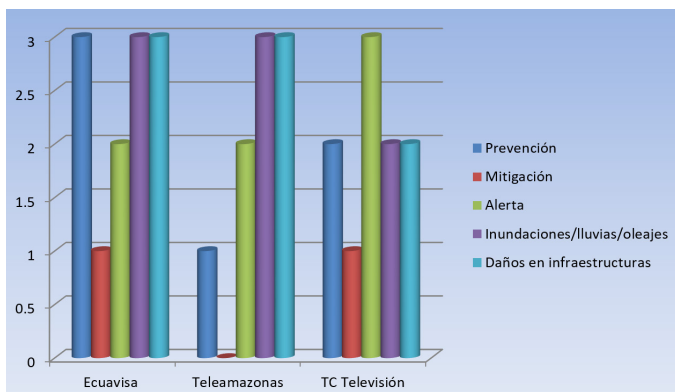
1. Ecuavisa menciona en tres ocasiones dentro de las noticias asuntos relacionados a la prevención, uno sobre mitigación, dos alertas, tres informaciones referentes a lluvias, daños u oleajes y tres menciones sobre daños en infraestructuras.

2. Teleamazonas menciona una vez asuntos sobre prevención, dos alertas, tres inundaciones, lluvias u oleajes y tres menciones a asuntos enfocados en daños en infraestructura.

3. TC Televisión hace referencia una sola vez a medidas de prevención al igual que de mitigación, avisos de alerta son mencionados en tres veces, similar a inundaciones y daños.

Los valores muestran que las temáticas con mayor alcance en noticias encontradas son, aspectos relacionados con lluvias/inundaciones/oleajes que afectaron a las costas ecuatorianas, causando daños severos en bienes materiales, como quedó evidenciado en una de las variables. Así también, las alarmas y prevención fueron tratadas durante las noticias.

GRÁFICO 3. TEMÁTICAS EN LAS NOTICIAS SOBRE EL FENÓMENO DE EL NIÑO (FEBRERO)



FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA.

En marzo se denota un incremento en el flujo de noticias y temáticas, como quedó registrado en el gráfico 2.

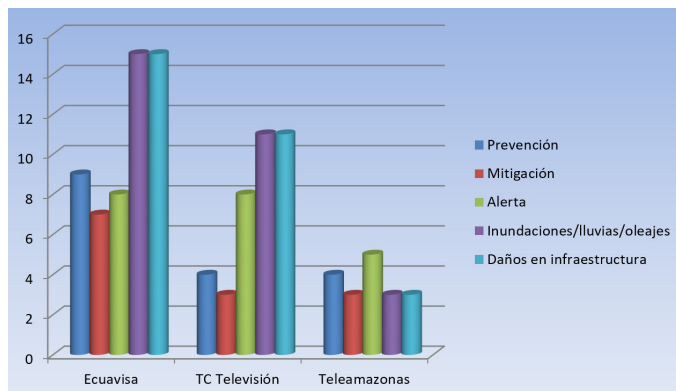
1. En Ecuavisa se hace mención a prevención en nueve ocasiones, mitigación siete, alerta ocho y aspectos ligados a inundaciones/lluvias/oleajes y daños, se menciona en 15 ocasiones en las dos variables.

2. TC Televisión expone medidas de prevención cuatro veces, mitigación tres, alerta ocho, e inundaciones/lluvias/oleajes y daños 11 veces cada temática.

3. Teleamazonas evidencia el menor índice entre los tres canales. Sus referencias respecto a prevención alcanzan cuatro, mitigación tres, alerta cinco e inundaciones/lluvias/oleajes junto a daños en infraestructuras llegan a tres menciones cada una dentro de las noticias.

Como se observa en el gráfico, las temáticas más mencionadas en las noticias emitidas corresponden a inundaciones y sus efectos dentro del país, seguido de alertas en torno a efectos o consecuencias de la temporada invernal en el Ecuador a causa del Fenómeno de El Niño. Únicamente Ecuavisa presenta un índice representativo de prevenciones enfocadas a emitir medidas que pongan en aviso a la ciudadanía sobre posibles efectos negativos o acciones destinadas a aminorar el riesgo latente.

GRÁFICO 4. TEMÁTICAS EN LAS NOTICIAS SOBRE EL FENÓMENO DE EL NIÑO (MARZO)

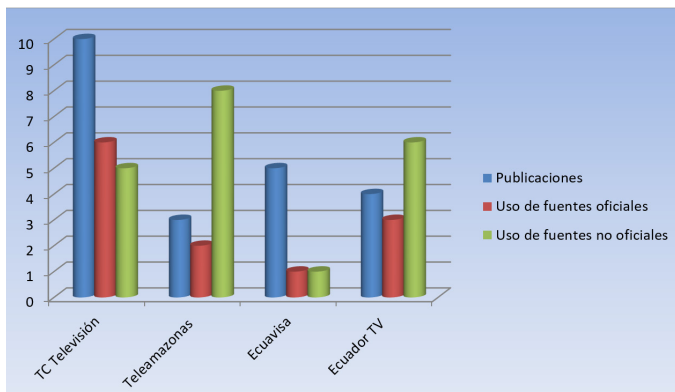


FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA.

En Facebook, la emisión de contenido referente al Fenómeno de El Niño disminuye considerablemente si se lo compara con el expuesto en televisión. Durante el periodo de estudio, la cuenta de TC Televisión publica 10 noticias referentes al tema, con seis fuentes oficiales y cinco no oficiales. Teleamazonas presenta dos publicaciones, utiliza dos fuentes oficiales y ocho no oficiales. Ecuavisa en su red social evidencia cinco publicaciones, con una fuente oficial y no oficial. Desde la cuenta de Ecuador TV se emiten cuatro publicaciones, usando tres fuentes oficiales y seis no oficiales.

Los datos evidencian que TC Televisión es la cuenta que mayor contenido generó en lo referente al Fenómeno de El Niño. Si bien, Ecuador TV en sus noticieros no transmitió información sobre el fenómeno natural, en redes sociales efectúa algunas publicaciones pero desde otro programa de la cadena televisiva, denotando que el canal quizá trató el asunto pero no en sus noticieros.

GRÁFICO 5. PUBLICACIONES EN FACEBOOK REFERENTES AL FENÓMENO DE EL NIÑO (PROMEDIO FEBRERO – MARZO)

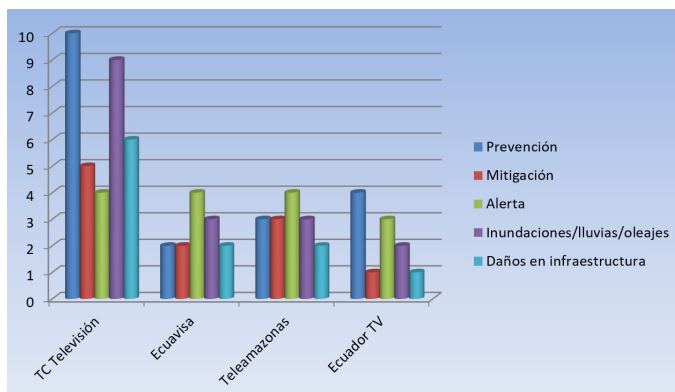


FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA.

En Facebook, la mayor referencia hacia temáticas puntuales la realiza TC Televisión, con 10 menciones sobre prevención, cinco de mitigación, cuatro de alerta, nueve referencias de inundaciones/lluvias/oleajes y seis sobre daños en infraestructuras. Respecto a la variable prevención, Ecuavisa la menciona dos veces al igual que mitigación, alerta cuatro, inundaciones/lluvias/oleajes tres y daños en infraestructura en dos ocasiones. Telemazonas denota un índice equitativo entre tres variables, se registran tres menciones de prevención, mitigación e inundaciones/lluvias/oleajes, tres menciones para alertas y dos para daños en infraestructuras. Ecuador TV en sus escasas publicaciones muestra el índice más elevado para prevención, solamente una mención para mitigación y daños, 3 alertas y dos menciones a inundaciones/lluvias/oleajes.

Los valores evidencian que respecto a las temáticas planteadas, TC Televisión utilizó en sus publicaciones éstas variables de forma notoria, queda demostrado también con el ritmo de contenido emitido en torno al tema. Como se observa el gráfico, Ecuavisa y Telemazonas mantienen un índice similar de referencia a los contenidos planteados y superior al de la estación televisiva pública.

GRÁFICO 6. TEMÁTICAS PRESENTES EN PUBLICACIONES SOBRE EL FENÓMENO DE EL NIÑO EN FACEBOOK (PROMEDIO FEBRERO – MARZO)

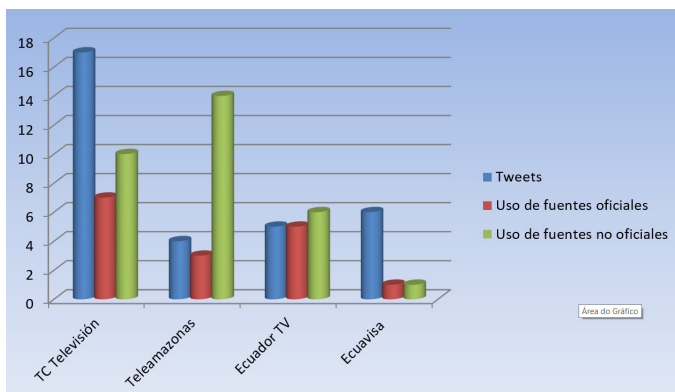


FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA.

La emisión de tweets durante los periodos de tiempo analizados no es regular ni significativa, únicamente TC Televisión (@elnoticiotc) se destaca con 17 tweets enfocados en el Fenómeno de El Niño y sus consecuencias, utilizando siete fuentes oficiales y 10 no oficiales. Telemazonas publica cuatro tweets cuya información o link contienen cuatro fuentes oficiales y 14 no oficiales. Ecuador TV publica cinco tweets con cinco fuentes oficiales y cinco no oficiales. Ecuavisa registra seis actualizaciones en Twitter, con una fuente oficial y no oficial.

Al igual que Facebook, el contenido sobre el Fenómeno de El Niño en Twitter no es regular ni periódico. Estos datos demuestran que en el caso de TC Televisión la emisión de información en la red social coincide en parte con la emitida en televisión y se está fortaleciendo y actualizando el contenido en pantalla y en la red, aunque la cantidad de noticias emitida en Twitter es mucho menor que la presentada en el informativo del canal.

GRÁFICA 7. CONTENIDO EN TWITTER SOBRE EL FENÓMENO DE EL NIÑO
(PROMEDIO FEBRERO – MARZO)

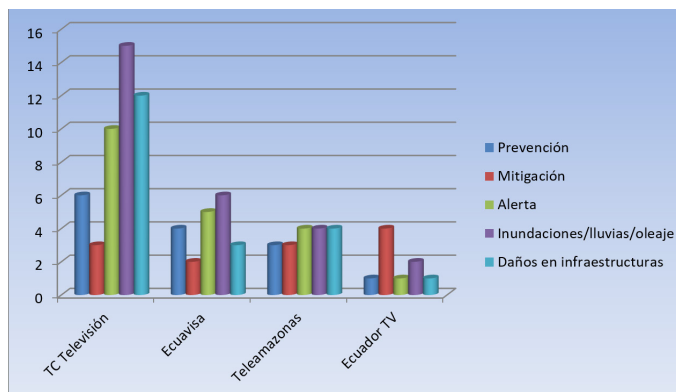


FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA.

En la red social Twitter, también es notorio el impacto que tienen las diferentes variables en la cuenta del noticiero de TC Televisión (@elnoticierotc) en comparación con los otros perfiles; prevención alcanza seis menciones, mitigación tres, alerta 10, inundaciones/lluvias/oleajes 15 y daños en infraestructura 12. Ecuavisa denota cuatro menciones referentes a prevención, dos a mitigación, cinco y seis a alerta e inundaciones respectivamente y tres a daños. Teleamazonas tiene un índice similar entre sus variables, prevención y mitigación tienen tres variables y alerta, inundaciones/lluvias/oleajes y daños cuatro. Ecuador TV al igual que Facebook tiene una reducida participación en Twitter, por lo que tiene el menor porcentaje; una medida de prevención, cuatro referencias a mitigación, una mención a alerta y daños y dos referencias a temáticas de inundaciones y lluvias.

El gráfico denota que la cuenta del informativo de TC Televisión es el que muestra mayor énfasis a las variables relacionadas con el Fenómeno de El Niño en el Ecuador. Al igual que en el gráfico anterior, Ecuador TV no efectúa una actualización de contenido constante en su cuenta, destinado a informar y reforzar medidas que contribuyan a sobrellevar este fenómeno natural.

GRÁFICO 8. TEMÁTICAS EN TWITTER SOBRE FENÓMENO DEL NIÑO (PROMEDIO FEBRERO - MARZO)



FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA.

Los expertos entrevistados profundizaron más en el tema. Fabricio Riofrío manifiesta que en Hispanoamérica el Fenómeno de El Niño afecta principalmente en el incremento de situaciones pluviales, con lluvias que originan o dan pasos a las dos amenazas concurrentes que son, las situaciones de desbordamiento de ríos y quebradas productos de las lluvias junto con inundaciones. Indica que por éstas situaciones se trabaja de forma permanente, contemplando acciones y tareas con la participación de toda la ciudadanía.

Explica que ningún plan de contingencia puede tener éxito si no hay la participación ciudadana, es decir, el plan de contingencia contempla las acciones y las tareas que realizará cada entidad, pero si las personas no se involucran no hay un empoderamiento, además, sin una concienciación frente al tema de seguridad ningún plan de contingencia puede tener éxito. Es necesario generar estrategias para que la familia o la comunidad se sientan empoderadas de los mecanismos de seguridad.

Riofrío comenta que los medios de comunicación constituyen una estrategia por lo que permanentemente se busca su apoyo y hasta el momento ha existido esa preposición, convirtiéndose en un canal adecuado para llegar a la ciudadanía con la información veraz y oficial en gestión de riesgos, porque no se puede trasladar o difundir información que no sea verídica, más aún al actuar y trabajar para la seguridad de seres humanos, donde no puede permitirse un margen de error. Todo dato es totalmente confirmado y comprobado por nosotros antes de darlos a conocer a la ciudadanía.

Carlos Espinoza destaca que se está trabajando a través de las instituciones públicas y medios de comunicación en campañas de difusión sobre el Fenómeno de El Niño, en áreas que ya están mapeadas y son consideradas críticas, mediante procesos de capacitación y concienciación para preparar a la ciudadanía en caso de un desastre; se actúa junto con las dirigencias de Gestión de Riesgos para evitar desinformación en la población y falta de conocimiento respecto a las medidas de prevención y evacuación. El Sistema Nacional Descentralizado de Gestión de Riesgos se constituye como el organismo que garantiza la protección de personas en relación a los efectos negativos de desastres naturales, como el Fenómeno de El Niño.

Añade que es necesario reforzar las medidas de alerta en medios de comunicación, asumir con mayor criterio y conocimiento temas como riesgos ambientales, para contribuir y también ayudar a la población. Espinoza acota que si bien existe una intervención de los medios en difundir toda esta información, debe existir un mayor sustento en los temas que se está tratando.

Respecto al uso de redes sociales, manifiesta que si son utilizadas de forma adecuada y responsable ayudarían a multiplicar cualquier mensaje, además de transmitir información que contribuya a optar por medidas de prevención destinadas a salvar vidas y actuar frente al desastre. Pero también reconoce que como Gestión de Riesgos existieron experiencias negativas cuando los medios sociales generaron información que no está apegada a una directriz pública.

Daniel Bustillos manifiesta que es importante como se ha venido dando la información acerca del fenómeno, porque con el respectivo conocimiento del tema algunas personas mejoran la infraestructura en sus casas, además, en los municipios preparan obras que son de última hora, pero necesarias como el alcantarillado pluvial. A su criterio, es necesario que las autoridades gubernamentales presionen un poco más a los gobiernos autónomos para que sus obras siempre estén destinadas a prevenir desastres como el Fenómeno de El Niño.

Bustillos expone que junto a estas acciones, el reforzar medidas de prevención y alerta sobre el Fenómeno de El Niño en medios de comunicación ayudaría a evitar algunos desastres o en el caso de estarse presentando, la gente se tomaría las medidas necesarias de protección. Dice que entidades gubernamentales y redes sociales van encaminadas a la prevención; por ejemplo el INAMHI cuenta con una página en Facebook y Twitter y al existir una alerta climatológica se transmite por estos medios alertas dirigidas a la población. Existen también aplicaciones del INAMHI y otras entidades gubernamentales que ayudan a transmitir volantes de aviso.

4. CONCLUSIONES

El impacto del Fenómeno de El Niño en las cadenas de televisión ecuatorianas presenta una notable diferencia entre febrero y marzo del 2016, manifestándose en este último un incremento sustancial de noticias e información respecto al tema. Marzo se constituye como el mes con mayor contenido en torno al tema estudiado.

Se observa que las estaciones televisivas que mayor énfasis otorgan al tema del Fenómeno de El Niño y sus consecuencias, pertenecen a televisoras privadas. La cadena de televisión pública de Ecuador no efectuó una actualización constante de material informativo en sus noticieros.

En las noticias son más utilizadas las fuentes no oficiales, denotando que al momento de obtener información sobre los principales daños causados por el Fenómeno de El Niño, se acude directamente a tomar versión de quienes están siendo afectados por este fenómeno para que expresen su versión.

Según los datos encontrados, las temáticas más presentes en las noticias sobre el fenómeno natural corresponden a inundaciones, daños, lluvias y oleajes que fueron los efectos más notorios del invierno en Ecuador.

En las noticias emitidas referentes al Fenómeno de El Niño, la información y fuentes oficiales proviene del Ministerio de Medio Ambiente, Secretaría de Riesgos e Instituto Nacional de Meteorología e Hidrología (INAMHI). Se comprueba que las estaciones de televisión se acogieron al decreto ejecutivo que autoriza a las tres entidades a emitir información sobre el tema.

El movimiento de información en redes sociales no es continuo. Los perfiles en Facebook y Twitter de los canales analizados no emiten actualizaciones constantes, a excepción de TC Televisión que aunque no en gran medida, publica datos sobre el Fenómeno de El Niño y temporada invernal.

Esto demuestra que es mayor el contenido expuesto en televisión que en redes sociales. Se observa que no se explota al máximo los medios sociales como generadores de contenido que alerten a la ciudadanía en tiempo real sobre posibles consecuencias del tiempo invernal.

El Fenómeno de El Niño representó una variación en la programación televisiva en el mes de marzo. Esto se evidenció en el tiempo dedicado a tratar ésta temática en comparación con el mes anterior. De una o dos noticias por semana registradas en febrero, se pasó a transmitir incluso 12 o 15 noticias a la semana en marzo.

5. COMPROBACIÓN DE HIPÓTESIS

1) Las noticias sobre el Fenómeno de El Niño en Ecuador son frecuentes en sus noticieros y se les asigna un gran espacio dentro de los mismos.

Esta hipótesis se comprueba, en el tiempo analizado se constató la afluencia de noticias respecto al tema y cómo se incrementó la información sobre el Fenómeno de El Niño en el transcurso del tiempo analizado. Esto se verificó en el número de noticias emitidas desde las estaciones televisivas,

2) Las redes sociales Facebook y Twitter no emiten contenido periódico que haga referencia al Fenómeno de El Niño

Se comprueba ésta hipótesis. Durante el tiempo de análisis en medios sociales de las estaciones televisivas ecuatorianas, el contenido publicado fue escaso y no se equiparó con la información emitida en televisión. Las publicaciones no fueron regulares y tampoco se detectó actualizaciones con datos adicionales a los presentados en pantalla.

BIBLIOGRAFÍA

- CASTILLO, Delfina, MARTÍNEZ, José y BATLLORI, Eduardo (2007). Los medios de comunicación masiva ante los fenómenos naturales, Revista Espacios Públicos, p. 244.
- CENTRO INTERNACIONAL PARA LA INVESTIGACIÓN DEL FENÓMENO DE EL NIÑO. Recuperado el 07 de marzo de 2016, de http://www.ciifen.org/index.php?option=com_content&view=article&id=278%3Apreguntas-frecuentes-de-enos&catid=77%3Afaqs&Itemid=92&lang=es
- COMUNIDAD ANDINA DE NACIONES. Por encima de la Tierra. Recuperado el 10 de marzo de 2016, de http://www.comunidadandina.org/public/Atlas_9_Desde_donde_se_desliza.pdf
- Entrevista Carlos Espinoza, Instituto Nacional de Meteorología e Hidrología (INAMHI), 2016.
- ESPINOZA, Jorge (1996). El Niño y sus implicaciones sobre el medio ambiente, Instituto Oceanográfico de la Armada del Ecuador – Acta Oceanográfica del Pacífico, p. 116.
- FOOD AND AGRICULTURE ORGANIZATION OF THE UNITED NATIONS (2014). Understanding the drought impact of El Niño on the global agricultural **áreas**: An assement using FAO's Agricultural Streets Index (ASI). Recuperado el 30 de marzo de 2016, de <http://www.fao.org/3/a-i4251e.pdf>
- GEPHI. <https://gephi.org/>

- GLANTZ, Michael (2001). *Currents of change. Impacts of El Niño and La Niña on Climate and Society*. Cambridge: University Press.
- INSTITUTO OCEANOGRÁFICO DE LA ARMADA INOCAR. Época lluviosa presenta condiciones con mayor intensidad. Recuperado el 10 de marzo de 2016, de <http://www.inocar.mil.ec/web/index.php/comunicamos/535-epoca-lluviosa-presenta-condiciones-con-mayor-intensidad>
- MEEK, Elizabeth y ALDANA, Hugo (1998). Fenómeno Climático de El Niño. Memorias del seminario Experiencias para la prevención de daños y la reconstrucción de zonas afectadas en la agricultura. Bogotá: Santa Fe de Bogotá.
- NETVIZZ. <https://apps.facebook.com/netvizz/>
- ROSAS, María. y TELLO, Alfonso (2012). La responsabilidad social de los medios de comunicación ante los riesgos de la zona conurbada de Tampico, Revista Razón y Palabra, p. 6.
- SALEEM, Vijdam (2015). How people turn to social media during natural disasters. Recuperado el 31 de marzo, de <http://www.downtoearth.org.in/blog/how-people-turn-to-social-media-during-natural-disasters-49587>
- UNESCO (2014). Manual de Gestión de Riesgo de Desastre para Comunicadores Sociales. Recuperado el 31 de marzo de, <http://unesdoc.unesco.org/images/0021/002191/219184s.pdf>
- VELEV, Dimiter y Zlateva, Plamela (2012). Use of Social Media in Natural Disaster Management. International Conference on Innovation, Trade and Economics, ICITE 2012, p.42.
- VILLALOBOS, Margarita (1998). Uso de los medios de comunicación en la prevención de desastres, DIRDN, p. 6.
- WORLD METEOROLOGICAL ORGANIZATION (2014). El Niño/ Southern Oscillation. Recuperado el 31 de marzo, de http://www.wmo.int/pages/prog/wcp/wcasp/documents/JN142122_WMO1145_EN_web.pdf

