



FACULTAD
CIENCIAS SOCIALES
Y DERECHO



**UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DERECHO
CARRERA DE PERIODISMO**

TRABAJO DE TITULACION

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO:

LICENCIADA EN PERIODISMO

TEMA:

**“EL PERIODISMO SOCIAL MEDIA COMO HERRAMIENTA DEL QUEHACER
PERIODÍSTICO ACTUAL”**

TUTOR:

LIC. JOSÉ OMAR VILLAVICENCIO SANTILLAN MSc.

AUTORA:

FERNANDA LISBETH PASMAY PESANTES

AÑO – 2018

CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del Proyecto de Investigación, nombrado por el Consejo Directivo de la Facultad de Ciencias Sociales y Derecho de la carrera de Periodismo

CERTIFICO

Que el diseño del Proyecto de Investigación con el Tema: **“EL PERIODISMO SOCIAL MEDIA COMO HERRAMIENTA DEL QUEHACER PERIODÍSTICO ACTUAL”** ha sido elaborado por la Srta. Fernanda Lisbeth Pasmay Pesantes bajo mi tutoría, y que el mismo, reúne los requisitos para ser defendido ante el tribunal examinador, que se designe al efecto.



Lic. José Omar Villavicencio Santillán MSc.

TUTOR

REPOSITARIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

FICHA DE REGISTRO de tesis

TÍTULO Y SUBTÍTULO:

“El Periodismo Social Media Como Herramienta Del Quehacer Periodístico Actual”

“Fidelización De Fuentes Informativas Digitales En Los Procesos Del Quehacer Periodístico Investigativo Web En El Diario “El Telégrafo”, Caso De Estudio: Odebrecht”

AUTOR/ES:

Fernanda Lisbeth Pasmay Pesantes

REVISORES:

Lic. José Omar Villavicencio Santillán

INSTITUCIÓN:

UNIVERSIDAD LAICA VICENTE
ROCAFUERTE DE GUAYAQUIL

FACULTAD:

CIENCIAS SOCIALES Y DERECHO

CARRERA: Periodismo

FECHA DE PUBLICACIÓN: 2018

N. DE PAGS: 92

ÁREAS TEMÁTICAS: Periodismo e Información

PALABRAS CLAVE:

Fuentes Informativas, Fidelización, Periodismo Investigativo, Periodismo Web.

RESUMEN:

El presente trabajo de investigación tiene como objetivo principal, Analizar el proceso de fidelización en las fuentes informativas digitales en el periodismo investigativo web que implemento diario “El Telégrafo en el caso Odebrecht. Se tomó en consideración los titulares emitidos por el diario El telégrafo en el contexto del caso Odebrecht, además se contrasto su interacción de respuesta por parte del público hacia su ideología estatal. El enfoque de la investigación es de carácter Mixto (Cuantitativo – Cualitativo), Se aplicó la técnica de la encuesta a 161 lectores del diario “El Telégrafo” seleccionados de la parroquia Rocafuerte, a través de un muestro aleatorio simple con filtros de edad entre los 18 a 45 años, en dicha encuesta se realizaron preguntas de fidelidad de contenidos y credibilidad ante notas emitidas

<p>en plataformas digitales o social media. Como resultado se busca caracterizar el formato de trabajo y filtro que utilizan los medios digitales para seleccionar fuentes web, a través de las conclusiones, recomendaciones se debate los resultados obtenidos.</p>		
N. DE REGISTRO (en base de datos):	N. DE CLASIFICACIÓN:	
DIRECCIÓN URL (tesis en la web):		
ADJUNTO URL (tesis en la web):		
ADJUNTO PDF:	SI <input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> NO
CONTACTO CON AUTORES/ES: Fernanda Lisbeth Pasmay Pesantes	0982769809	E-mail: jvillavicencios@ulvr.edu.ec fernandapasmay@gmail.com
CONTACTO EN LA INSTITUCION:	Nombre: MG. Marco Arturo Oramas Salcedo MG. Federico Varas Chiquito	
	Teléfono: 2596500 EXT. 249 Decano Director De Periodismo 251	
	E-mail: moramass@ulvr.edu.ec fvarasc@ulvr.edu.ec	

Urkund Analysis Result

Analysed Document: Pasmay F Final.docx (D40788114)
Submitted: 8/13/2018 8:34:00 AM
Submitted By: jvillavencios@ulvr.edu.ec
Significance: 1 %

Sources included in the report:

TT_FINAL-CHAPIN_MONTOYA.docx (D35816312)
TESIS lista.docx (D18608981)
Ponencia E75 INPIN 2018.docx (D40698040)
<http://www.planv.com.ec/historias/politica/55-momentos-del-caso-odebrecht-que-llevaron-la-prision-jorge-glas>

Instances where selected sources appear:

4


Lic. José Omar Villavicencio Santillán MSc.
TUTOR

Declaración De la Autoría y Cesión Derecho Patrimoniales

Yo, Fernanda Lisbeth Pasmay Pesantes, declaro bajo juramento, que la autora del presente de investigación, me pertenece en su totalidad, y me responsabilizo de los criterios y opiniones científicas que en el mismo se declara, como producto de la investigación realizada.

De la misma forma, cedo mis derechos patrimoniales a la UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE DE GUAYAQUIL, según lo establece la normativa vigente.

Este proyecto se ha ejecutado con el propósito de estudiar “EL PERIODISMO SOCIAL MEDIA COMO HERRAMIENTA DEL QUEHACER PERIODÍSTICO ACTUAL”

AUTORA


Fernanda Lisbeth Pasmay Pesantes

Autora

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios y mis padres quienes con esmero me ayudaron para que pueda culminar mis estudios y llegar hacer una gran profesional y hacer frente a cualquier a la adversidad de la vida.
Gracias padres queridos Oscar Pasmay y Margarita Pesantes.

DEDICATORIA

Dedico esta tesis a mi hija Romina Peñafiel quien me motivo para poder terminar mis estudios

A mis profesores quienes me enseñaron su saber y así poder llegar al término de mi carrera profesional.

TABLA DE CONTENIDO

1	PROBLEMA.....	4
1.1	PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	4
1.2	FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	6
1.3	SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA.....	7
1.4	OBJETIVOS	7
1.4.1	OBJETIVO GENERAL.....	7
1.4.2	OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	7
1.5	JUSTIFICACIÓN	8
1.6	HIPÓTESIS	9
1.7	VARIABLES	9
1.8	DELIMITACIÓN OBJETO DE INVESTIGACIÓN	9
2	MARCO TEÓRICO	10
2.1	ORIGEN DEL PERIODISMO IMPRESO MUNDIAL	10
2.2	PRIMEROS PERIÓDICOS EN CIRCULACIÓN	11
2.3	PRIMEROS PERIÓDICOS EN LATINOAMÉRICA	12
2.4	MEDIOS IMPRESOS EN ECUADOR.....	13
2.5	EL NUEVO MODELO DEL QUEHACER PERIODÍSTICO.....	14
2.6	PERIODISMO MULTIMEDIA	16
2.7	EL PERIODISMO DIGITAL ANTE LOS NUEVOS CONTEXTOS DE LA INFORMACIÓN GLOBALIZADA.....	21
2.8	FUENTES DE INFORMACIÓN Y SU CLASIFICACIÓN PARA UN MEDIO.....	25
2.9	IMPORTANCIA DE LAS FUENTES Y SU FIDELIZACIÓN.....	27
2.10	TIPOS DE FUENTES	28
2.11	LOS MEDIOS PÚBLICOS Y SU INFLUENCIA EN EL CONTEXTO LATINOAMERICANO	29
2.12	CASO ODEBRECHT EN LATINOAMÉRICA Y ECUADOR	32
2.13	ODEBRECHT EN EL PROCESO INVESTIGATIVO ECUATORIANO.....	34
2.14	DIARIO EL TELÉGRAFO TRAYECTORIA Y RENACIMIENTO AL MEDIO PÚBLICO	37
2.15	POSTEOS DE DIARIO EL TELÉGRAFO EN EL CASO ODEBRECHT	40
2.16	MARCO LEGAL.....	42
2.17	MARCO CONCEPTUAL	43
3	MARCO METODOLÓGICO.....	50

3.1	ENFOQUE INVESTIGATIVO	50
3.2	ALCANCE DE LA INVESTIGACIÓN	51
3.3	MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN	52
3.4	TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN	52
3.5	POBLACIÓN GLOBAL	53
3.6	MUESTRA POBLACIONAL	53
3.7	PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS.....	55
3.7.1	ANÁLISIS Y DEBATE DE LOS RESULTADOS.....	64
3.8	ENTREVISTA.....	66
3.9	ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LA ENTREVISTA	69
3.10	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES INVESTIGATIVAS.....	70
3.10.1	Conclusiones.....	70
3.10.2	Recomendaciones	72

INDICE DE TABLAS

Tabla 1	– Filtro: Rango de edad y sexo	54
Tabla 2:	Plataforma digital con mayor interacción	55
Tabla 3:	Reconocimiento de fuentes fidedignas	56
Tabla 4:	Validacion de fuentes informativas	57
Tabla 5:	Casos de corrupcion Odebercht	58
Tabla 6:	Calificación de las publicaciones en el caso Odebrecht.....	59
Tabla 7:	Información fidedigna y contrastado por parte de los medios nacionales	60
Tabla 8:	Ampliacion de contenidos a partir de notas digitales.....	61
Tabla 9:	Lineamiento periodistico del diario " El Telegrafo"	62

INDICE DE GRAFICOS

Gráfico 1 – Filtro: Rango de edad y sexo	54
Gráfico 2: Plataforma digital con mayor interacción	55
Gráfico 3: Reconocimiento de fuentes fidedignas	56
Gráfico 4: Validacion de fuentes informativas	57
Gráfico 5: Casos de corrupcion Odebercht	58
Gráfico 6: Calificación de las publicaciones en el caso Odebrecht	59
Gráfico 7: Información fidedigna y contrastado por parte de los medios nacionales	60
Gráfico 8: Ampliacion de contenidos a partir de notas digitales	61
Gráfico 9: Lineamiento periodistico del diario " El Tlegrafo"	62

RESUMEN

El presente trabajo de investigación tiene como objetivo principal, Analizar el proceso de fidelización en las fuentes informativas digitales en el periodismo investigativo web que implemento diario “El Telégrafo en el caso Odebrecht. Se tomó en consideración los titulares emitidos por el diario El telégrafo en el contexto del caso Odebrecht, además se contrasto su interacción de respuesta por parte del público hacia su ideología estatal. El enfoque de la investigación es de carácter Mixto (Cuantitativo – Cualitativo), Se aplicó la técnica de la encuesta a 161 lectores del diario “El Telégrafo” seleccionados de la parroquia Rocafuerte, a través de un muestro aleatorio simple con filtros de edad entre los 18 a 45 años, en dicha encuesta se realizaron preguntas de fidelidad de contenidos y credibilidad ante notas emitidas en plataformas digitales o social media. Como resultado se busca caracterizar el formato de trabajo y filtro que utilizan los medios digitales para seleccionar fuentes web, a través de las conclusiones, recomendaciones se debate los resultados obtenidos.

Palabras clave: Fuentes Informativas, Fidelización, Periodismo Investigativo, Periodismo

Web.

SUMMARY

The main objective of this research work is to analyze the loyalty process in digital information sources in the investigative web journalism that I implement daily "El Telégrafo" in the Odebrecht case. The headlines issued by the newspaper El telégrafo in the context of the Odebrecht case were taken into consideration, and their response interaction by the public towards their state ideology was contrasted. The focus of the research is Mixed (Quantitative - Qualitative), the survey technique was applied to 161 readers of the newspaper "El Telégrafo" selected from the Rocafuerte parish, through a simple random sampling with age filters between the 18 to 45 years, in this survey questions were asked about content fidelity and credibility before notes issued on digital or social media platforms. The result is to characterize the format of work and filter used by digital media to select web sources, through the conclusions, recommendations, the results obtained are discussed.

Keywords: Informative Sources, Loyalty, Investigative Journalism, Web Journalism.

INTRODUCCIÓN

Título: “Fidelización de fuentes informativas digitales en los procesos del quehacer periodístico investigativo web en el diario “El Telégrafo”, caso de estudio: Odebrecht”

El presente trabajo busca contrastar la fidelización que manejan los medios de comunicación en sus plataformas digitales con respecto a sus fuentes informativas, y como inciden en el formato del periodismo investigativo, como caso referencial en el diario público “El Telégrafo” el cual es uno de los medios estandarte icónicos de nuestra sociedad ecuatoriana por sus años de trayectoria y actual desenvolvimiento en la palestra periodística publica de los últimos años, el proceso de análisis se lo sectoriza en un tiempo específico permitiendo medir las variables implícitas en el trabajo, tomando como referencia el caso Odebrecht con respecto a las coimas públicas en relación de contratos y obras de los diferentes países de Latinoamérica que empezó desde el 21 de diciembre de 2016 en los países vecinos, tras una investigación del Departamento de Justicia de los Estados Unidos sobre la constructora brasileña; y en el 2016 en Ecuador. Su medición corresponde desde el mes de septiembre del 2016 hasta el mes de diciembre del 2017, donde se verificara cuáles son los procesos que ha tomado el medio estatal para poder socializar su información a través de sus plataformas digitales y la veracidad que mantuvieron sus fuentes de comunicación.

El impacto que generan en la actualidad las redes sociales por parte de los medios de comunicación ante la opinión pública, es tan relevante que causa en la sociedad un conflicto por diversos comentarios que se actualizan en cuestión de segundos, minutos y horas ante cualquier temática, sea deportiva, social o política, en este último caso existe

un conflicto constante a la hora de informar, ya que en esta era digital los soportes y fuentes dejaron de ser ocultos o inaccesibles, para volverse alcanzables y virales en cuestión de segundos, siendo este el motivo principal para materializar una problemática que se presenta de forma imperceptible ante la vista o análisis del público, como lo es la fidelización de la información, su fuente y origen, dejando a un lado la veracidad con la que siempre se debe presentar una nota, transformándola en un simple reposteo de acceso inmediato.

Bajo estas premisas se busca definir cuáles son los procedimientos que toman los medios digitales para la corroboración o sustento de sus fuentes y si cumplen el mismo rigor que en sus versiones tradicionales, de la misma forma, cuáles fueron los procedimientos impartidos por el medio estatal “El Telégrafo” en el manejo informativo y de datos en el caso Odebrecht, donde se realizaron varias denuncias de tergiversación de información y poco sustento periodístico para corroborar hipótesis e investigaciones ante conjeturas que fueron expuestas por los diferentes medios del país.

La estructura del presente trabajo se encuentra planteada de la siguiente forma:

En el capítulo I.- se abarcara la problemática identificada, bajo la fundamentación y esquematización de su estructura problémica, desde el área periodística tradicional y digital, ante el contraste y fidelización de una fuente.

En el capítulo II.- se realizara la fundamentación conceptual y teórica de las fuentes informativas dentro del proceso periodístico online y offline.

En el capítulo III.- se define la estructura metodológica de la investigación, los resultados desde las fuentes directas por medio de la entrevista, aplicada al editor web de noticias del objeto de estudio. Las encuestas que darán respuestas claras de cómo influye

en la sociedad los diversos contenidos que se publican, gráficos estadísticos con los resultados de las personas encuestadas así como el análisis de las diferentes opiniones.

CAPITULO I

1 PROBLEMA

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La prensa audiovisual, radial y escrita ha incluido en su perfil tradicional de trabajo el formato de transmisión digital, donde la mayoría de sus contenidos informativos, noticias y fuentes se socializan a través de una plataforma web o social media; tal es el caso del objeto de estudio diario “El Telégrafo”, el cual actualiza las noticias en diversas palestras web, dando una connotación principal a estas plataformas, donde un gran número de lectores entre su gran mayoría nativos digitales, se mantienen informados durante el día, tomando como fuente principal este modelo informativo por sus características de inmediatez y accesibilidad.

El impacto que generan en la actualidad las redes sociales por parte de los medios de comunicación ante la opinión pública, es tan relevante que causa en la sociedad un conflicto por diversos comentarios que se actualizan en cuestión de segundos, minutos y horas ante cualquier temática, sea deportiva, social o política, en este último caso existe un conflicto constante a la hora de informar, ya que en esta era digital los soportes y fuentes dejaron de ser ocultos o inaccesibles, para volverse alcanzables y virales en cuestión de segundos, siendo este el motivo principal para materializar una problemática que se presenta de forma imperceptible ante la vista o análisis del público, como lo es la fidelización de la información, su fuente y origen, dejando a un lado la veracidad con la que siempre se debe presentar un nota, transformándola en un simple reposteo de acceso inmediato.

Dentro del quehacer periodístico la herramienta fundamental de toda estructura noticiosa es la fuente informativa, al mencionar este aspecto en las plataformas web, digitales o también denominadas Streaming, la veracidad o fidelización de las mismas se convierte en un factor incierto, puesto que muchas de ellas se encuentran entrelazadas como vínculos o hipervínculos alternos, esto quiere decir que la información no siempre pertenece al medio por el cual se la está emitiendo, sino que está sujeta a otras versiones emitidas que han generado tendencia (Trending Topics) o un reposteo de los seguidores (Lectores Digitales del Medio).

En Ecuador el periodismo Investigativo y de datos, ha tenido que sujetarse a este nuevo formato o sistema periodístico, donde la fidelización de la fuente, cifras o porcentajes de trabajo son de dominio público en las diferentes redes o web del ciberespacio; en su gran mayoría estas investigaciones son sin fundamentos o procedimientos investigativos fidedignos que sustenten y aseveren lo que se publica, convirtiéndose en una cadena o viralización de contenidos sin contrastar, emitidos por paginas informativas y receptada por la masas desde sus diferentes dispositivos y equipos portátiles.

El presente trabajo busca contrastar la fidelización que manejan los medios de comunicación en sus plataformas digitales con respecto a sus fuentes informativas, y como inciden en el formato del periodismo investigativo, como caso referencial en el diario público “El Telégrafo” el cual es uno de los medios estandarte icónicos de nuestra sociedad ecuatoriana por sus años de trayectoria y actual desenvolvimiento en la palestra periodística publica de los últimos años, el proceso de análisis se lo sectoriza en un tiempo específico permitiendo medir las variables implícitas en el trabajo, tomando como referencia el caso Odebrecht con respecto a las coimas públicas en relación de contratos

y obras de los diferentes países de Latinoamérica que empezó desde el 21 de diciembre de 2016 en los países vecinos, tras una investigación del Departamento de Justicia de los Estados Unidos sobre la constructora brasileña; y en el 2016 en Ecuador. Su medición corresponde desde el mes de septiembre del 2016 hasta el mes de diciembre del 2017, donde se verificara cuáles son los procesos que ha tomado el medio estatal para poder socializar su información a través de sus plataformas digitales y la veracidad que mantuvieron sus fuentes de comunicación.

Bajo estas premisas se busca definir cuáles son los procedimientos que toman los medios digitales para la corroboración o sustento de sus fuentes y si cumplen el mismo rigor que en sus versiones tradicionales, de la misma forma, cuáles fueron los procedimientos impartidos por el medio estatal “El Telégrafo” en el manejo informativo y de datos en el caso Odebrecht, donde se realizaron varias denuncias de tergiversación de información y poco sustento periodístico para corroborar hipótesis e investigaciones ante conjeturas que fueron expuestas por los diferentes medios del país.

1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

Dentro del contexto social existe una gran toma de decisión, a la hora de seleccionar una fuente informativa de noticias y sucesos, en la cual se consideran las opiniones que se han emitido acerca de la temática, o sucesos presentados en su línea editorial, el tipo redacción, imágenes o titulares; pero dentro de esos procesos existe un grupo de lectores o público exigente que analiza cuales son las fuentes y la veracidad de las mismas a la hora de ser presentadas, como noticias de última hora o recreación de notas continuadas, durante un hecho tendencia en la palestra pública, lo que brinda la apertura para realizar la siguiente interrogante:

- ¿Cuál fue el proceso de fidelización en las fuentes informativas digitales en el periodismo investigativo web que implemento diario “El Telégrafo en el caso Odebrecht?

1.3 SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA

- ¿A través de que plataformas web, diario el telégrafo implemento notas de periodismo investigativo para el caso Odebrecht?
- ¿Cuáles fueron las fuentes web más citadas por parte del medio estatal dentro del proceso investigativo del caso Odebrecht en Ecuador?
- ¿Existe algún procedimiento que valide el uso o aplicación de determinadas fuentes informativos en los procesos del quehacer periodístico en Ecuador?
- ¿Cuál es la opinión por parte de los lectores en torno a cada una de las notas expuestas en la web por parte del medio estatal “El telégrafo”?

1.4 OBJETIVOS

1.4.1 OBJETIVO GENERAL

- Analizar el proceso de fidelización en las fuentes informativas digitales en el periodismo investigativo web que implemento diario “El Telégrafo en el caso Odebrecht.

1.4.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Definir las bases teóricas y metodológicas que sustenten el accionar del proceso de fidelización en fuentes informativas digitales ante el presente proyecto de investigación.
- Identificar las características principales que manifestaron las notas periodísticas en la línea editorial del diario en su plataforma web ante el

caso Odebrecht.

- Analizar el tratamiento y fidelización de las fuentes periodísticas utilizadas
- en el caso Odebrecht ante su socialización y consumo masivo de lectores.
- Exponer los factores que influyeron en la toma y selección de fuentes web
- de los medios digitales y cómo influye en su línea editorial ante la sociedad.

1.5 JUSTIFICACIÓN

El presente trabajo busca sustentar, que el constante uso de las redes y su posibilidad de gestionar contenidos no permite que los mismos usuarios puedan detectar la falsedad en las informaciones (fake), viralizando en muchas ocasiones comunicados o temáticas que no han sido contrastadas o verificadas por el medio que las emite, causando malestar y hasta pánico colectivo entre los mismos ciudadanos. Estos procesos y situaciones han pasado a formar parte de nuestro mundo y rutina de manera rápida, con ello las estructuras social se ha transformado de manera radical; las comunidades virtuales y la manera en la cual se comunica la sociedad en general ha cambiado por completo, por lo que la virtualidad ha tomado un papel muy importante dentro de esta nueva forma de relacionarse entre las personas acercándolas a nuevos contenidos pero muchos de ellos sin verificar o comprobar.

En cuanto a la temática Odebrecht existen muchos procesos investigativos durante el esclarecimiento de escándalos por toda Latinoamérica, las mismas que se pueden leer en las diferentes redes sociales, que las volvieron tan o más relevante de lo que se presentó en los medios de comunicación tradicional, generando dudas en torno a la veracidad de ciertos datos, concibiendo que no esté claro aún la participación o no de ciertas figuras dentro de este trama de corrupción. Es por esto la importancia de establecer, cuan veras es lo que se obtiene de la web y como se la puede utilizar dentro de una investigación tanto didáctica como empírica por parte del quehacer periodístico.

1.6 HIPÓTESIS

El proceso de Fidelización de fuentes web por parte de Diario el Telégrafo influyo en los aspectos de credibilidad y continuidad del periodismo investigativo y de datos practicados, en el proceso judicial contra la empresa brasileña Odebrecht en Ecuador.

1.7 VARIABLES

- **Variable Independiente:** Fidelización de Fuentes Informativas web
- **Variable Dependiente:** Procesos del quehacer periodístico investigativo

1.8 DELIMITACIÓN OBJETO DE INVESTIGACIÓN

- **Área:** Comunicación
- **Campo:** Periodismo investigativo / Periodismo digital
- **Objeto de Investigación:** Diario El Telégrafo
- **Parroquia:** Roca Guayaquil
- **Temporalidad:** 2017-201

CAPITULO II

2 MARCO TEÓRICO

El siguiente capítulo puntualiza las concepciones teóricas e históricas principales que sustentan el presente trabajo, que inicia con una línea de tiempo de los primeros vestigios del periodismo impreso hasta llegar al contexto digital nacional; la diferencia entre los medios impresos y digitales, la caracterización del periodismo digital así como el proceso de contraste y fidelización de fuentes informativos, tomando como punto central del trabajo, el caso de estudio nacional con la multinacional Brasileira Odebrecht, y su seguimiento mediático a través del medio estatal el Telégrafo, tomado como consideraciones principales de la investigación ¿cómo influyó la construcción de las notas informativas su figura pública?, y cuáles fueron sus procesos de fidelización de fuentes web para realizar periodismo investigativo.

2.1 ORIGEN DEL PERIODISMO IMPRESO MUNDIAL

En el contexto histórico universal, la necesidad de transmitir información a través de un sustento escrito o manuscrito se traslada a los egipcios, persas y griegos, quienes empezaron a relatar lo que sucedía a su alrededor por medio de papiros, pergaminos o papel, dejando en evidencia los diversos acontecimientos en las distintas épocas; al ser una fuente de comunicación escrita se podría destacar este lapso como el inicio de la comunicación impresa. No obstante muchos historiadores no concuerdan con esta aseveración y encasillan a otra civilización como la pionera en el génesis de la comunicación o periodismo escrito, destacando al imperio romano en el año 59 A.C donde se inició los comentarios anuales históricos y la “Acta Diurna” implementada por el emperador Julio Cesar, que permitía

comunicar a los ciudadanos todo lo relacionado con lo que se ejecutaba en el senado y el imperio (Mott, 1988).

En el otro lado del continente los países asiáticos como China, inventaron el papel de arroz, siendo la misma población la que se encargaba de redactar e imprimir los periódicos de vasta información divididos en secciones, es de esta forma que aparecen las hojas volantes o Gacetas portuarias en las que se anunciaban principalmente noticias referentes al comercio y embarcaciones con mercadería. Con el pasar de los años la aplicabilidad y función de las gacetas se diversificaron, se destacó el anonimato de sus publicaciones en los contextos históricos tiránicos de los gobiernos y monarquías, donde se los combatía arduamente en cada una de sus publicaciones, luego fueron usadas como medios masivos para mantenerse en el poder a los altos mandos de turno. Para el año de 1450, Johan Gutenberg da a conocer la imprenta en Europa y el primer libro impreso en tipos móviles de metal, fue la Biblia que apareció poco antes de 1456 (Pontificia Universidad Javerina, s.f.).

2.2 PRIMEROS PERIÓDICOS EN CIRCULACIÓN

Entre los primeros periódicos que destacaron en circulación se pueden mencionar al “Nurenberg Zeitung” el cual fue el primer periódico impreso que se publicó en Alemania para 1457, aunque muchos historiadores insisten en darle el honor como primer periódico a “La Gazette de Renaudot” que tuvo origen en París. En 1493 circuló en Europa algunas ediciones de una hoja llamada “Descubrimiento del Nuevo Mundo por Colón”, para 1541 en México nació “La Hoja de México” en donde se narraban acontecimientos varios. (Mott, 1988)

La Gazette de Renaudot considerada por varios historiadores como la pionera de la comunicación impresa nació en el año 1631 en París y su circulación fue una huella permanente en la historia del periodismo, fundada por Théophraste Renaudot quien es

considerado “El padre de la prensa”; éste periódico aparecía todos los viernes con 4 páginas cuya función era informar a la población sobre las noticias que acontecían en el exterior, pero se especializaba más que nada en asuntos políticos y diplomáticos (Gil, 1993).

En Inglaterra el diario “The Daily Courant o Current” es conocido como el primer diario del mundo, anteriormente conocido como “The New England Courant” consiguiendo un paso innovador y audaz para el periodismo, representando una gran evolución para el mismo. No obstante, cuando la supresión de la censura abrió nuevos campos para el pensamiento británico, se cambió de nombre a “The Daily Courant” el 11 de marzo de 1702 y siendo su fundador Elisabeth Mallet. En Estados Unidos uno de los principales medios fue el “New York Journal” el cual fue dirigido por Randolph Hearst en 1798, gracias a este medio se inicia el periodismo sensacionalista muy reñido a las normas clásicas, género que exalta la noticia, la lanza con grandes titulares al ancho de página en esta país, estos diarios eran censurados por escribir temas considerados tabúes en aquella época, como la religión y la filosofía, llegando a publicar notas de alcance político de forma clandestina (Gil, 1993).

2.3 PRIMEROS PERIÓDICOS EN LATINOAMÉRICA

Durante el siglo XVI, América fue protagonista de la conquista y la colonización, en ese mismo siglo la imprenta se introdujo y junto a ella la expansión de la cultura por la cuantiosa impresión de libros y boletines de prensa. Estos boletines tuvieron su primera aparición en México donde se instaló la primera imprenta en América Latina. El primer periódico de América fue la Gaceta de México y Nueva España, el cual surgió en 1722, siete años después tuvo su aparición la Gaceta de Guatemala y en 1743 la Gaceta de Lima, apareciendo esporádicamente con el fin de informar a la ciudadanía sobre acontecimientos relevantes. Para 1594 apareció una hoja informativa editada para satisfacer la curiosidad popular, con motivo de la captura en aguas peruanas del pirata Ricardo Hawkins. Este fue el

primer documento de esta índole que se editó en América del Sur. Los periódicos se publicaban mensualmente y continuaron en su expansión por otros países del sur de América, como en Colombia con la Gaceta de Santa Fe en 1785, ligados con la política del estado cafetero. El primer diario de América Latina se editó en Perú en 1790, y se denominó el “Erudito Económico y Comercial de América Lima”. De esta manera los periódicos y diarios se extendieron por Latinoamérica asentando un precedente dentro del contexto informativo, llegando a ser pioneros en información compitiendo incluso con diarios consolidados en Europa y Norteamérica.

2.4 MEDIOS IMPRESOS EN ECUADOR

La primera imprenta fue traída desde España a la Real Audiencia de Quito por la compañía de Jesús, en el año 1755. Hasta 1825 se utilizó la imprenta para imprimir hojas sueltas. El 5 de enero de 1792 circuló por primera vez en Ecuador un medio de comunicación escrita el cual se denominó “Primicias de la Cultura de Quito” siendo su precursor el Dr. Eugenio Espejo, este medio de comunicación presentaba cada 15 días sus ejemplares informativos, los cuales alcanzaron 7 publicaciones, puesto que se lo tipificó de “revolucionario” y “subversivo” siendo presidente de la república Vicente Ramón Roca.

El Origen del Periodismo en Ecuador (1792) estuvo principalmente en manos de la iglesia católica y se caracterizaba por contenidos de carácter político y social. Durante el siglo XVIII se vio el surgimiento de la prensa de combate, periódicos de corte político y revolucionario: El Republicano (1832), El Quiteño Libre (1833); periódicos literarios y científicos: como La Ilustración (1852), El Progreso (1853); la presencia de los periódicos de gobierno fue clara, aparecieron con diferentes nombres, pero su objetivo el transmitir leyes, decretos, circulares, entre otros documentos oficiales. El siglo XIX fue la consolidación del diarismo en Ecuador, nacieron los siguientes medios: El Día (1913), El

Universo (1921), El Mercurio (1924), El Sol (1951), El Tiempo (1955), El Telégrafo (1884), El Universo (1921), entre otros que son parte en la historia de nuestro país por su tradición y su gran aporte en el ente político, social, deportivo hacia la comunidad ecuatoriana que reside dentro y fuera del territorio patrio.

2.5 EL NUEVO MODELO DEL QUEHACER PERIODÍSTICO

El periodismo actual, ha traspasado las fronteras de la información en tiempo y espacio, logrando romper paradigmas sistemáticos tan comunes como el lenguaje, la cultura y la ideología, todo se lo puede apreciar a partir de la difusión de contenidos que se expresan a través de ciberperiodismo o denominado también el nuevo modelo informativo. Este modelo que se caracteriza por la combinación de herramientas tradicionales de los medios convencionales (Televisión, Radio, Prensa) y combinarlas con características propias (Hipertextualidad, Multimedialidad, Interacción). La más destacada es la interactividad la cual es el efecto de intercambio de roles entre emisor y receptor en situaciones de igualdad, en el que se forma una sucesión de niveles que implica ver y leer en una palestra digital hasta llegar al punto de componer de convertirse en emisor. Esta interactividad no sólo se manifiesta en la posibilidad del usuario de "responder" inmediatamente a una información, sino que, además le permite participar más activamente en algunos mecanismos tradicionales de los medios atraídos a la Red, tales y el acceso a un contacto directo con otros usuarios del mismo medio mediante "conversaciones y cambio de opiniones" a través de grupos con soporte digital. Pero, "el nuevo medio" acoge dos elementos que, aún buscados desde los inicios del periodismo impreso, no habían podido ser encontrados en un mismo espacio a la profesión como ahora vemos en las RSD: la inmediatez y la disponibilidad de un espacio casi infinito para publicar informaciones.

Los principales progresos que se han generado dentro del “Nuevo Medio” vienen de la mano del uso de las mencionadas Redes Sociales Digitales (*Facebook, Twitter, YouTube, LinkedIn, Google+, Instagram...*) alojadas en la Web 2.0 que no es más que una serie de aplicaciones y páginas web que se emplean para brindar interactividad en la red.

La rapidez con la que nos mantenemos informados y sobre todo poder interactuar, llama más la atención que la misma noticia, por eso es importante ver que el cambio que ha tenido el periodismo en la era multimedia, pero a pesar de esto hay quienes no comparten de todo la idea de verlo como una nueva forma de hacer periodismo, es el caso de la Presidenta de la Federación de Asociaciones de Periodistas de España (FAPE) quien en una entrevista dada al periodista Manuel Moreno fundador de TreceBits.com afirma que “Las redes sociales son muy importantes para el periodista, pero no son periodismo” destaco también que “Hay que diferenciar los medios de comunicación de las redes sociales, no son lo mismo” (González, 2017) .

Ante esto podemos ver que los periodistas no debemos confundir o asociar las RSD como nueva forma de hacer periodismo sino más bien como la mejor herramienta que tenemos para exponer su trabajo y tratar toda clase de temas siempre y cuando no se olviden los parámetros para redactar una nota y las funciones que cumple el periodismo, ya que eso no varía.

Una caracterización acerca de las funciones entre medios impresos y digitales permitirá conocer de forma más específica sus similitudes y diferencias en su contexto accionar informativo y laboral:

- **Medio Digital:** se refleja la actualización de las noticias.
- **Medio Impreso:** las noticia no se retroalimentan hasta su próxima edición.
- **Medio Digital:** el contenido es rápido, directo y no tanto extenso.
- **Medio Impreso:** su contenido informativo es extenso.

- **Medio Digital:** el contenido combina varias medias entre fotos, vídeos, audio e interacción con su público.
- **Medio Impreso:** se basa en fotos y texto escrito ya que en eso se sustenta su contenido.
- **Medio Digital:** el contenido se puede revisar cada vez que el lector desee ya que se guarda en una base de datos.
- **Medio Impreso:** el contenido muere a través que ha pasado el tiempo y no se posee el ejemplar impreso.
- **Medio Digital:** pueden laborar con pocas personas.
- **Medio Impreso:** labora con múltiples personas, departamentos y corresponsales.
- **Medio Digital:** el lector puede colaborar con la información y ser interactivo.
- **Medio Impreso:** el lector tiene que conformarse con lo que lee.

2.6 PERIODISMO MULTIMEDIA

El término Multimedia, en el mundo de la informática es la forma de mostrar información que utiliza una combinación de texto, imágenes, sonido, vídeo y animación. La mayoría de las aplicaciones multimedia incluyen agrupaciones predefinidas conocidas como hipervínculos o enlaces, que permiten a los usuarios ir de un sitio a otro de modo intuitivo. La conectividad que facilitan los hipertextos hace que las plataformas multimedia no solo sean presentaciones estáticas de imágenes y sonido, sino una experiencia interactiva infinitamente variada. La vinculación de información mediante enlaces se logra mediante programas o lenguajes informáticos especiales como el HTML empleado para crear páginas web. La animación del contenido es lo que realza los elementos gráficos y de vídeo

añadiendo efectos especiales como la metamorfosis, el paso progresivo de una imagen a otra es lo que da atracción a las plataformas multimedial. (Menjivar, 2001).

Desde hace más de dos décadas, los medios de comunicación tradicionales han visto una alarma encendida en su forma de hacer periodismo, pues los procesos que definieron a la profesión periodística durante el siglo XX están en decadencia, ante el reto de la digitalización y la rapidez con la que se mueve el mundo actual y la demanda informativa de los lectores digitales y tradicionales, es así como en 1994 fue el año en que los medios de comunicación impresos a nivel mundial usaron la plataforma digital para difundir su contenido.

Para (Guallar, Rovira, & Ruiz, 2010):

La web podría ofrecerle al periodismo: hipertexto, interactividad, multimedialidad, así como personalización y actualización constante del contenido. Conceptos vigentes y cruciales para entender el comportamiento de los cybermedios, caracterizando la funcionalidad que tiene una página en internet: video, audio, fotografía, texto y le dan la denominada "multimedialidad" (p.8)

En un estudio realizado a diez diarios en España sobre Multimedialidad en la Prensa Digital se consideró que hay consolidación de los medios en la plataforma multimedia, pero que no hay evolución en los contenidos, en ese lapso, considerando a la fotografía parte fundamental en el periodismo digital, como lo ha sido siempre en el impreso, en la Web no existen las limitaciones de espacio de unas páginas determinadas como en la prensa, por lo que las fotografías llenan las ediciones digitales de los diarios (Guallar, Rovira, & Ruiz, 2010).

La tecnología es responsable de la aparición de los denominados "nuevos medios" y de los cambios que los mismos están originando en el trabajo diario de la profesión

periodística. Cambios que afectan de forma directa como profesionales del periodismo que han de llevarnos forzosamente a reflexionar sobre ellos.

En la Revista Latina de Comunicación Social de España se abordó el tema La interactividad en el periodismo digital latinoamericano, un análisis de los principales cibermedios de Colombia, México y Ecuador (2016), destaco que en Ecuador hay una falta de desarrollo en el periodismo digital y que en el ciberperiodismo ecuatoriano impera sobre todo la opción de difundir los contenidos a través de las redes, especialmente mediante Facebook.

Para Larequi (2000) la aparición y consolidación de los "nuevos medios" como periodistas, y la reflexión acerca de cómo nos afecta, debe centrarse de manera fundamental en torno a cuatro puntos:

1. El uso de Internet ha de ser considerado como la aparición de un nuevo medio. La prensa digital, que en un principio sólo busca un nuevo soporte de distribución, ha de adaptarse rápidamente a esta competencia entrando en la red con nuevos productos. La aparición de uno no tiene por qué suponer la desaparición del otro, ya que el negocio no es el soporte sino la información.
2. En estos procesos la tecnología es básica, pero el periodista es periodista no informático ni técnico en telecomunicaciones. Los ordenadores son herramientas para realizar nuestro trabajo, no la esencia de nuestro trabajo. Por lo tanto, no hay que confundir "soporte" con "medio".
3. La aparición del "nuevo medio" hace surgir nuevas "sinergias" informativas y laborales que afectan tanto a las empresas como al trabajo de los profesionales que pasan a convertirse en "proveedores de contenido", independientemente del soporte en el que finalmente se distribuyan sus trabajos.

4. Los contenidos informativos de carácter periodístico deben ser introducidos en la red por periodistas, única forma de garantizar su calidad, objetividad, veracidad, etc. Es decir, dotar a la información periodística en la red del valor añadido de la credibilidad. Asimismo, esto dará lugar a la aparición de nuevos códigos éticos para la información periodística en la red.

El periodismo ha sufrido consecuentes cambios a lo largo de su historia, cambios que afectan a la profesión y a los peritos en el tema, todas estas evoluciones siempre vienen marcadas por los adelantos tecnológicos por los que atraviesa el mundo es por esto que el Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina (CIESPAL), realizó un estudio en el 2012 “Mapa de Estudios Digitales del Ecuador” para obtener una imagen cercana de la cantidad y realidad de los medios digitales en el país, mismo que se encuentra disponible en la página web www.ciespal.net.

Para (Rivera, 2012) los medios de comunicación en redes o también llamados cibermedios como ámbito de difusión presentan una clasificación y que destaca las siguientes características:

- **Matriciales.** - los que están en internet y tiene origen en papel, como la prensa o mediante difusión electrónica, como la radio y la tv. Desarrollan una evolución desde su matriz hasta la plena adecuación a internet.
- **Nativos.** - los nacidos dentro del internet sin referencia matricial alguna. Sin embargo, en la concepción de la primera etapa se aprecia un predominio de la mentalidad de los medios tradicionales y pasa por un proceso de mestizaje hasta que poco a poco, van adquiriendo sus características específicas.

En el periodismo digital el desafío constante abarca explicar con mayor detalle qué es lo que se está viviendo y qué es lo que se espera de esa noticia, permite la interacción

social de los usuarios siendo otra de las grandes ventajas que es la riqueza de la interacción social. Los medios de comunicación tradicionales eran de una sola vía, lo más interactivo que se podía apreciar eran las “Cartas a columna” en donde los lectores redactaban notas para ser publicadas en futuras ediciones. Su interacción constante con las RSD como plataformas asociadas a los medios de comunicación ha facilitado dos elementos que han cambiado la velocidad de la información por completo:

- **La primera** es que cada pieza de contenido puede ser comentada por los usuarios, generando opinión y conversaciones asociadas y lastimosamente a veces desasociadas.
- **La segunda** es que estas piezas de contenido pueden ser compartidas por estos particulares si les parece interesante, esto permite que la información se propague de forma veloz por la web generando en ocasiones “*Trends*” o “virales” que ayudan a catapultar temas o medios de comunicación. Es en esta búsqueda de medidas para continuar en la palestra de la información es cuando surge la convergencia informativa (Rivera, 2012).

Conforme pasa el tiempo el nuevo modelo de producción y difusión digital nos da la oportunidad de transformar los canales de transito e información para un consumo rápido y eficaz de la información que no solo se quedó en una plataforma digital, sino que llegó la plataforma multimedia donde hoy en día encontramos a las Redes Sociales Digitales que nos permite una retroalimentación constante.

Para (Freire, 2008) :

El fenómeno mediático actual de las redes sociales es una semilla germinada tras la crisis de crecimiento de Internet, al inicio de este siglo XXI. De los conocimientos, recursos humanos y redes de relaciones establecidas entre los informáticos que se

vieron envueltos o afectados por la explosión de la burbuja virtual surge, en primer lugar, la necesidad psicológica de mantener y alimentar esos contactos; y luego, poco a poco, esas redes interpersonales van creciendo y ampliándose hasta convertirse en algo más serio y organizado. Con tres o cuatro años de experiencia estas redes de relaciones sociales evolucionan hacia mayores organizaciones profesionales, con características de nuevos medios de comunicación. Ya hay numerosas redes, especializadas, generalistas, abiertas, elitistas, de distintos tipos y perfiles (p.34).

La Prensa apostó a la era digital, como opción mediática, y gracias precisamente al correcto uso de las "nuevas tecnologías", logró las notas más altas de calidad en su difusión y contenido de toda su historia.

Sin embargo, algo que desde el punto de vista de las empresas periodísticas, empezó como la búsqueda de un nuevo canal de distribución, como la adaptación a un nuevo soporte de un producto ya conocido, se convirtió en un nuevo medio, uno que aúna las características de los tres medios tradicionales: el uso del texto como la Prensa, el uso del sonido como la Radio y el uso de las imágenes en movimiento como la TV y que además, combina estas características con nuevas maneras de presentación de los contenidos apoyándose en el desarrollo tecnológico e incorporando conceptos tales como interactividad, multimedia, hipertexto, vínculo, etc., términos con los que se intentan definir las actividades desarrolladas por estos nuevos medios de comunicación digitales.

2.7 EL PERIODISMO DIGITAL ANTE LOS NUEVOS CONTEXTOS DE LA INFORMACIÓN GLOBALIZADA

La sociedad actual se encuentra enmarcada por una brecha tecnológica muy

definida en sus preceptos de consumo informativo, (*Castells*, 2002) presenta una definición de “un estado de desarrollo social caracterizado por la capacidad de sus miembros (ciudadanos, empresas y administración pública) para obtener y compartir cualquier información, instantáneamente, desde cualquier lugar y en la forma que se prefiera”, ante la definición y perspectiva del autor, es necesario manifestar que todo este se debe a la globalización informativa de contenidos que navegan en diversas plataformas o canales tecnológicos. La Real Academia de la Lengua Española (RAE, 2001) generaliza y conceptualiza el término globalización como “la tendencia de los mercados y de las empresas a extenderse, alcanzando una dimensión mundial que sobrepasa las fronteras nacionales”.

Esta manifestación tecnológica viral en los diferentes continentes, a trazado una brecha en el horizonte de la revolución informática; para López, Agudiez, & Príncipe (2007, p.190) “la revolución digital, y más concretamente el Internet, ha convulsionado el mundo de la Comunicación Social”, bajo ese lineamiento los autores ratifican que una de las ciencias sociales en la que de mayor forma se ha apuntado la revolución digital es en el periodismo o comunicación social por parte de algunas definiciones y términos del quehacer informativo, de esta forma se puede definir que las funciones y acciones de trabajo del periodista actual se dirigen con la siguiente postura investigativa, que los mismos autores denominan de la siguiente manera:

El periodista no es un mero intermediario o mediador entre el hecho y el público. Es un intérprete, el artífice que ayuda a entender la realidad que nos rodea, los sucesos que acontecen y afectan a nuestra existencia en el mundo. El profesional de la información periodística no debe caracterizarse por captar sin más los hechos, sino buscar con rigor y minuciosidad el

significado que esos acontecimientos poseen, pues bien sabemos que ver no es comprender. La objetividad y la veracidad del periodista en esta ocupación son elementos esenciales e imprescindibles. Deben hacerse todos los esfuerzos necesarios para garantizar que el contenido de las noticias sea fiel, esté libre de prejuicios y se ajuste al contexto, y que todas las opiniones implicadas sean presentadas de modo imparcial (López, *et al.*, 2007, p.194).

En los últimos 10 años del periodismo mundial, se ha observado un cambio radical en el paradigma tradicional del quehacer periodístico, en el cual se conseguía la información *Insitu* de la noticia, siendo ese el principal desarrollo de sus fuentes y puntos ejes de contenido, los mismos que desde el departamento de redacción no se podían conseguir. Este modelo de trabajo se ha modificado de manera drástica, el internet y los diversos recursos tecnológicos ampliaron los recursos informativos, consiguiendo más adeptos desde el contexto periodístico para el uso y aplicación de sus fuentes, que se caracterizan mucho por la viralización, reposteo y colaboración ciudadana, que ha considerado de la presente autora se los puede denominar como periodismo ciudadano o social, puesto que es expuesto por los diferentes colectivos existentes en cada país, y se transmiten como una cadena de posteo, con el único mérito de mostrar mas no de informar, acompañados por las características principales de una nota digital, que son multimedialidad, hipertextualidad y reacción en cadena. Pero existe una problemática de fondo que no se idealiza de manera continua, tal como lo es, la incertidumbre de la fidelidad de las fuentes a las que se accede dentro del entorno digital, el periodista ignora cómo filtrar y fidelizar ese contenido cayendo en una falta de carácter profesional ante la utilización de una información con escaso tratamiento informativo del fenómeno, y que ante la primicia de emitirla se omiten los procesos tradicionales de comprobación.

Las fuentes y plataformas digitales han revolucionado los pilares clásicos en los que se sustentaba el oficio del periodista, así como sus bases epistemológicas de las diferentes teorías, escuelas y corrientes, el clásico modelo “ Pasivo” de las diversas audiencias acuñado por la teoría clásica de Wolf, que se ha vuelto con el pasar de los años más activo y socializador ante los diversos flujos informativos a los que se dirige, cambiando sus direccionamientos unidireccionales y verticales por nociones interactivas y bidireccionales. La figura del lector o consumidor dejó de ser un tradicional consumidor de textos sin capacidad de acción a un ente activo de comentarios, búsquedas y planificaciones de contenido mediático (Wolton, 2010, p.22).

El tradicional modelo periodístico que todos conocemos se ha visto superado por un sistema en donde las relaciones entre fuente, periodista y receptor se han transformado completamente. Las fuentes se han convertido en medios y los receptores son también fuentes que, a través de las redes sociales o sus espacios personales en la Web, pueden nutrir de información al periodista que está en la redacción elaborando una noticia. Cualquiera puede publicar, o incluso leer un dato y rectificarlo inmediatamente con las múltiples herramientas de participación que ofrecen los nuevos medios. Se trata de espacios, hasta ahora exclusivos de los periodistas, en donde el *User Generated Content* (CGU), término sobre el que se viene investigando desde los años 90, (García, 2010) ha encontrado su lugar.

Las nuevas tecnologías permiten a los periodistas acceder a multitud de fuentes, documentos y archivos en un tiempo record. Internet es una fuente permanente de consulta para los profesionales que cada vez invierten más tiempo en navegar por la Red. *How Spanish Journalists Are Using Twitter*, el último estudio publicado por Labápart, indica que más del 90% de los periodistas encuestados consideran Twitter como la mejor

red social para buscar información y contactar con fuentes. Así mismo, este estudio pone de manifiesto que los periodistas utilizan las redes sociales, en gran medida, para publicar y distribuir información (Carrera, 2011).

A pesar de la rapidez e inmediatez que conllevan los medios digitales, los profesionales consideran que es necesario contrastarlo siempre, pero las pruebas evidencian que esto no es así habitualmente. Fácilmente se encuentran noticias en diarios digitales sin fuentes informativas o como máximo con una fuente. Un ejemplo de esta aseveración lo encontramos en el análisis llevado a cabo en un diario digital de Madrid que reflejaba que la media de fuentes encontradas en las noticias codificadas durante una semana era de 0,88 lo que suponía que en algunas informaciones no existía atribución alguna a una fuente informativa; es decir, “no sé conocía de dónde salía la información” (Herrero, 2010, p. 152).

2.8 FUENTES DE INFORMACIÓN Y SU CLASIFICACIÓN PARA UN MEDIO

A lo largo del tiempo y con toda la información que recepta la sociedad de diferentes medios de información, ha surgido la pregunta: ¿Como un medio de comunicación obtiene la información que emite?; Pues a través de las reconocidas fuentes de información, no basta solo con el suceso y que el periodista este en la escena, ya que, los datos del hechos pueden otorgarse al medio por medio de redes sociales confiables, instituciones, entrevistas, agencias, declaraciones públicas, entre otros.

La fuentes que un diario usa para informar puede ser una o varias, en algunos casos suelen ser las mismas, en otros el medio puede tener la opción de actualizar sus fuentes, pero de la veracidad de las misma surge la reputación del medio, debido a que si este utiliza un fuente no confirmada, por el motivo de dar una primicia y al desmentirse

la noticia el medio destruye su reputación proyectando una imagen negativa del mismo, por este motivo una fuente debe ser confirmada para ganarse su credibilidad.

“Más allá de las clasificaciones, fuentes directas, indirectas, personales, documentales, *on the record* (se puede identificar la fuente) y *off the record* (no puede identificarse a la fuente ni reproducir la información obtenida de ella), lo importante es que el periodista tenga el criterio correcto para en cada caso saber a quién necesita acudir para conformar el relato adecuado del hecho” (Bullido, 2015).

Existen distintas variables de fuentes para una noticia pero al final del día y antes de ser emitida el periodista es el que tiene la decisión final de que fuente usar para constatar la nota que va a ser transmitida, y sobre todo que capte el interés de su audiencia, así mismo suele tener sus fuentes de confiabilidad y de uso frecuente. Según el modelo de comunicación de Shannon y Weber en su teorías considera que la fuente es el emisor porque es quien transmite la información al destinatario, pero ellos basaban la comunicación en cálculos estadísticos, en la actualidad este concepto es muy limitado y obsoleto ya que existen diferentes infinitudes para las fuentes que no tiene que ser exclusivamente una persona puede ser una entidad, una organización, un informe, entre otros.

La teoría de la agenda setting de Maxwell McCombs y Donald Shaw es la que más aplicable en el casos de fuentes referente a que este concepto explica que la temática que los medios elijan y le otorguen más relevancia en sus selecciones de noticias tendrán una fuerte influencia en público y sus desarrollo diario, ya que le otorga a la audiencia algo en que pensar. “Las personas no sólo reciben información a través de los medios sobre determinados temas o asuntos que ocurren en el mundo y son considerados prioritarios, sino que también aprenden de ellos la importancia y el énfasis que les deben

dar” (Rodríguez, 2004).

La agenda Setting menciona como influir en la opinión pública entonces aplicado a las fuentes de información, un medio debe elegir que fuente le va otorgar los datos de interés con el poder de influir en su audiencia, esto también es muy aplicado en temas de políticas es lo que más genera atención del público para el medio de comunicación.

“Los medios de comunicación identifican la información política como uno de los asuntos más destacados dentro de la agenda mediática. Apuestan por una buena cobertura de estas informaciones, consideradas como hard news, dentro del conjunto de contenidos informativos. Este interés se incrementa cuando la información política se ve orientada hacia casos de corrupción o escándalos políticos. En este caso se refuerzan las secciones de política y se modifican las rutinas productivas ante la aparición de grandes casos de corrupción” (Tirado, 2016).

2.9 IMPORTANCIA DE LAS FUENTES Y SU FIDELIZACIÓN

Los medios informativos se han convertido a lo largo en parte de los ingredientes fundamentales del desarrollo de la sociedad, ya que, como bien sabemos una sociedad sin comunicación no es proactiva, un medio aporta en la formación de criterio de un ciudadano ya que abastece la información necesario para que este discernía su opinión acerca de hechos políticos, sociales que acontezcan en el mundo.

Para Tirado (2016):

Los medios tradicionales tienen acceso a mayor número de fuentes y de más relevancia. Sin embargo, abusan de las fuentes veladas u omitidas, que les permiten la publicación de más informaciones en exclusiva. Mientras, los medios

de comunicación digitales citan un menor número de fuentes, pero las atribuyen en mayor medida.

Por ellos es importante la relación que tenga el medio con su fuente ya que esta proporciona el contenido que el lector va a consumir, para un medio la noticia más popular en el ámbito de política siempre va a ser la que esté vinculada a un escándalo de corrupción, estas noticias pueden durar meses de proceso investigativo y legal de lo cual el consumidor quiere mantenerse al día ahí se fideliza un receptor de información, estos casos de política generan mucha información para medios tradicionales y digitales.

2.10 TIPOS DE FUENTES

Existe una variable considerable de fuentes entre las más relevante tenemos: la fuentes exclusivas, fuentes compartidas, espontaneas, resistentes, abierta, ávida, impulsiva.

- Las fuentes exclusivas son las más privilegiadas para un medio, son muy difíciles de obtener, debido a que contribuyen gran credibilidad al medio y suministran información favorecida, y de primicia, por ello son las más apreciadas, importantes y valiosas.
- Las fuentes compartidas son las que proporcionan y garantizan un gran volumen de información de calidad a los medios. Las fuentes compartidas son las agencias de noticias, los gabinetes de prensa, las conferencias informativas, los comunicados oficiales, etc.
- Fuente espontánea: es la que acude al medio por iniciativa propia para ofrecer su información.
- Fuente resistente: es la que pone siempre grandes restricciones y

obstáculos.

- Fuente abierta: facilita información sin obstáculos y por lo general el periodista debe ir en su busca.
- Fuente ávida: es la que acude al medio cuando necesita que se den a conocer informaciones que sirven a sus intereses.
- Fuente compulsiva: es la que toma la iniciativa, en un intento de obligar al medio a comunicar su información.

2.11 LOS MEDIOS PÚBLICOS Y SU INFLUENCIA EN EL CONTEXTO LATINOAMERICANO

Actualmente el debate a nivel internacional, sobre la actuación de los medios de comunicación, al parecer la exigencia de una comunicación democrática y participativa, se ha convertido en el eco de las experiencias con los medios de comunicación públicos de Venezuela, Argentina y Ecuador, principalmente. En el sur del continente históricamente la configuración de los medios y del sistema de comunicación ha sido similar, un modelo copiado, por no decir impuesto desde occidente, que pondera a las empresas mercantilistas de la comunicación.

Europa y Norteamérica vivieron una conversión de medios a la inversa, es decir desde lo público a lo privado, a través de privatizaciones, remates, compra y venta de acciones. Pocos son los medios de comunicación que se mantienen como públicos y solo los televisivos han tenido una trascendencia internacional, ejemplo: la BBC (Londres), Televisión Chilena, EBC (Brasil), y otros recién creados que están en auge como: Canal 7 (Argentina) y Tele Sur (Venezuela), por mencionar algunos casos de medios que nacieron como públicos en un ambientes exclusivos de los medios privados. En cierto momento la construcción discursiva estuvo a cargo de la prensa privada, que se convirtió

en el único proveedor de información; es decir, eran aquellos que condicionaban los mensajes para la población. Sin embargo el alcance y las formas como se distribuye la información, es un factor que se verá inevitablemente intervenido por el desarrollo tecnológico.

Así es como la televisión, dentro de los medios convencionales, tiene mayores facilidades técnicas para lograr coberturas y alcance internacional, después del internet. Haciendo referencia a esto ya que los canales de televisión públicos no son una novedad en Latinoamérica, a pesar de corta su existencia, Chile posee una de las mejores experiencias en cuanto a televisión pública se refiere, al igual que Colombia y Brasil. En Argentina es tal el avance que se logró conformar todo un sistema nacional de medios públicos, Venezuela también articuló un gran conglomerado mediático que serviría como base para forjar lo que ahora es Tele Sur que se auto define como el intento para descolonizar las comunicación en la región y busca romper la hegemonía impuesta por las grandes cadenas y agencias de noticias internacionales como CNN o Televisa en México. MERCOSUR (Mercado Común del Sur) lidera la propuesta, que procura "recuperar y preservar la memoria de los pueblos reconociendo la rica diversidad cultural" (Rebelión, 2007), que entre otras cosas busca garantizar una comunicación democrática de sucesos con trascendencia internacional, que afiance los lazos regionales. Pero, también están los diarios impresos que juegan un importante rol en la conformación de la sociedad moderna, fueron y son los canales por donde se debaten los asuntos que conciernen a lo colectivo.

La prensa pública no ha podido trascender fronteras y no existe experiencias de medios públicos impresos internacionales, excepto contados casos de periódicos privados que cuentan con versiones impresas en varios países como el New York Times. Sin

embargo, la esperanza de un medio de comunicación público suramericano solo es posible mantenerla viva, mediante el firme compromiso de preservar y cuidar la existencia de la prensa escrita pública nacional.

Diario El Telégrafo es el primer medio impreso de circulación nacional en el Ecuador, más de cien años después se convirtió en el primer medio impreso de comunicación pública en el país. Las investigaciones sobre los medios públicos están en auge, la creación de este tipo de medios en diferentes países del continente suramericano ha colocado a nivel regional la discusión sobre su función e importancia en los procesos de construcción social y democratización de la comunicación. Queda expuesta la importancia política de su figura, sin embargo es importante aclarar que los trabajos teóricos por conceptualizar los medios de comunicación públicos son escasos, Valerio Fuenzalida y Ana María Miralles, hacen ciertas aproximaciones para entenderlos, en el Ecuador varios escritores, analistas, editorialistas, periodistas, en fin gente relacionada directamente con los medios de comunicación, hablan mucho sobre el deber ser de los medios públicos. Por ejemplo “El Club de la Pelea” de Gustavo Abad, además el “Nacimiento de los Medios Públicos en el Ecuador. La (re)construcción de lo público” que es una reciente investigación realizada por Romina Ordóñez en el año 2011, investigadora de la Universidad Andina Simón Bolívar. Ella analiza la Televisión Pública Ecuador TV, la Radio Pública del Ecuador, y al Diario Público El Telégrafo, y hace una cronología desde su creación y construcción en el escenario mediático del país. La inexactitud conceptual, sumada a la escasa experiencia en el manejo de medios públicos, las iniciales carencias legales y las consolidadas prácticas periodísticas, configuran el escenario ideal para generar un desconcierto general sobre el cómo asumirlos.

2.12 CASO ODEBRECHT EN LATINOAMÉRICA Y ECUADOR

Tipan (2017) en su trabajo investigativo *Comunicación política: caso Odebrecht-Ecuador* explicado desde la teoría del escándalo político destaca que la operación “Lava Jato” fue la que destapó el escándalo de corrupción de Petrobras permitiendo visualizar las prácticas de Odebrecht una de las mayores constructoras de Brasil con presencia en más de 27 países, puesto que brindó acceso al sistema tentacular de corrupción del conglomerado. Silvio Waisbord tras realizar un análisis de los escándalos políticos de Argentina dijo que los escándalos son como una cadena que llevan unos a otros y muestran las dinámicas del poder y la lucha entre elites (Citado en Peruzzotti y Smulovitz, citado en Jaramillo, p. 40).

El Departamento de Justicia de los Estados Unidos el 21 de diciembre de 2016 publicó una investigación sobre la constructora brasileña Odebrecht S.A., revelando que la constructora había pagado 788 millones de dólares en sobornos a funcionarios públicos, candidatos políticos y partidos, a cambio de quebrantar las buenas prácticas en contratación pública en 12 países, entre los cuales están: Angola, Argentina, Colombia, Ecuador, Estados Unidos, Guatemala, México, Mozambique, Panamá, Perú, República Dominicana y Venezuela entre 2001 y 2016 (CNN Español, 10 de febrero de 2017).

A través del siguiente grafico se ilustra los pagos hechos por Odebrecht en millones en sus diferentes países de conexión:

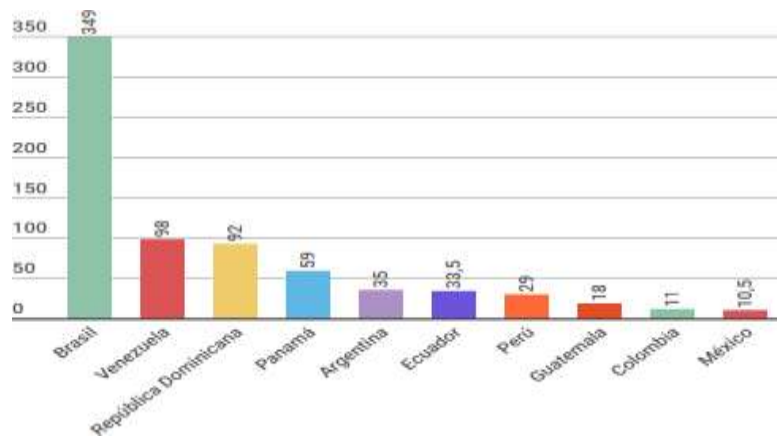


Figura 1 Países donde se realizó pagos por Odebrecht

Fuente: CNN Español

Elaborado por: Pasmay Pesantes, F (2018)

Estos pagos que fueron realizados en más de 10 países latinoamericanos y que en cada uno de ellos más de dos funcionarios de alto mando de gobiernos actuales y pasados han sido involucrados.

U.S. Department of Justice (2016, p.8) en 2006 creó como fachada la División de Operaciones Estructuradas para promover el sistema de sobornos, la cual era una estructura financiera secreta que funcionaba para desembolsar los pagos corruptos a funcionarios extranjeros. Para ocultar todas las actividades de la División de Operaciones Estructuradas utilizó un sistema de comunicación llamado “Drousys”, el cual se encontraba totalmente fuera de la red y permitía a los miembros de la División de Operaciones Estructuradas comunicarse entre sí y con operadores financieros externos sobre los sobornos mediante el uso de correos electrónicos seguros y mensajes instantáneos, utilizando nombres de código y contraseñas. Los montos de pagos de los sobornos se calculaban en base al beneficio que iba a obtener el conglomerado, y los pagos se realizaban en efectivo en el país en cuestión o depositados en cuentas indicadas por los beneficiarios finales, los cuales se hacían a través de distintas offshore alrededor del mundo intentando distanciar el origen de los fondos. Odebrecht obtuvo un beneficio

de más de \$ 1.4 mil millones en los países latinoamericanos con excepción de Brasil como resultado de estos pagos corruptos (CNN Español, 2017).

2.13 ODEBRECHT EN EL PROCESO INVESTIGATIVO ECUATORIANO

Odebrecht ha permanecido en el Ecuador por casi 30 años, entre sus múltiples proyectos que se han conferido se encuentran: Trasvase del río Daule, Vía Interoceánica, Trasvase La Esperanza-Poza Onda, Sistemas de tuberías Carrizal, Central Hidroeléctrica San Francisco, Central Pucará, Central Mandariacu, Trasvase Daule- Vinces, Ruta Viva, varias obras en la Refinería del Pacífico (Ortega, 2013).

Cuando se destapo el escándalo de corrupción existían varios proyectos en ejecución como el Metro de Quito, Acueducto La Esperanza, Poliducto Pascuales-Cuenca (El Universo, 2016). Según el departamento de Justicia de Estados Unidos entre 2007 y 2016 la empresa Odebrecht realizó pagos corruptos de aproximadamente \$ 33.5 millones a los funcionarios gubernamentales ecuatorianos, durante el periodo comprendido entre 2007 y 2016, y obtuvo un beneficio de más de \$ 116 millones de dólares (U.S. Department of Justice, 2016, p. 19).

Para Boscán (2017):

Las operaciones que Odebrecht ha tenido en el país son por, al menos \$ 5.135 millones en continuadas contrataciones con siete de los diez últimos gobiernos: los precedidos por León Febres-Cordero, Sixto Durán-Ballén, Fabián Alarcón, Jamil Mahuad, Gustavo Noboa, Alfredo Palacios y Rafael Correa.

Estas investigaciones apuntaron al menos a 18 funcionarios en el Ecuador. El primer vestigio de Odebrecht en el país comienza con el Trasvase de Santa Elena en 1987, y concluye en los últimos proyectos de la Revolución Ciudadana en el 2016.

Boscán (2017) menciona que los seis primeros gobiernos otorgaron a la constructora brasileña siete contratos por el valor de 1.357 millones de dólares. Si bien el gobierno de la Revolución Ciudadana frenó las operaciones de Odebrecht tras los escándalos de estafa de la construcción de la Central Hidroeléctrica San Francisco, en julio de 2010 se anularon todas las sanciones legales y financieras que se le imponían a Odebrecht, debido a la posición tajante del entonces presidente de Brasil Lula Da Silva, quien amenazó con congelar todos los proyectos de Cooperación Bilateral entre Brasil y Ecuador, de esta manera se firma un convenio de reparación técnica y una compensación económica de 20 millones de dólares a cambio de eliminar todas las acciones judiciales en curso, tanto a nivel nacional como internacional, de este modo Odebrecht volvió a las listas de contratación pública en Octubre de 2011 (Guerrero, 2017). Se puede decir que el gobierno de Rafael Correa ha sido el que mayor relación con la constructora ha tenido, ya que las ocho entregas de obras suman 1.638 millones de dólares más en contratos que sus seis antecesores

El escándalo de Odebrecht es una transgresión al artículo 49 de la Ley de Contratación Pública que reposa en la constitución aprobada el 22 de Julio de 2008 que indica el procedimiento que debe seguir la licitación de obras públicas:

(...) La fase preparatoria de todo procedimiento licitatorio comprende la conformación de la Comisión Técnica requerida para la tramitación de la licitación así como la elaboración de los pliegos. La fase precontractual comprende la publicación de la convocatoria, el procedimiento de aclaraciones, observaciones y respuestas, contenidos y análisis de las ofertas,

informes de evaluación hasta la adjudicación y notificación de los resultados de dicho procedimiento (Ley Orgánica del Sistema Nacional de Contratación Pública, 2014).

Tras el destape del escándalo el gobierno de la Revolución Ciudadana destacó que no aceptaría la denuncia ‘sin pruebas’ de los directivos de Odebrecht, ya que estaban negociando su responsabilidad ante la justicia de los Estados Unidos (El Telégrafo, 2016). En un intento por deslindarse de toda responsabilidad se tomó como antecedente la expulsión del conglomerado en 2008 por parte del gobierno; sin embargo, ante la magnitud del escándalo atrajo a los ciudadanos hacia la vida pública quienes reclamaron respuestas institucionales (Tipan, 2017).

Para Medios Públicos (2017) desde el momento que el delator de Odebrecht, José Conceição Santos, vinculó a Jorge G. y a su tío Ricardo R. con el escándalo de corrupción de Odebrecht, los dos procesados defendieron en más de una ocasión su inocencia, a continuación se presenta una cronología del proceso

- **3 de agosto**, el presidente Lenín Moreno retira las funciones a Jorge G. El Vicepresidente estaba a cargo del Consejo Consultivo Productivo Tributario y el Comité de Reconstrucción de las zonas afectadas por el terremoto de 2016.
- **5 de agosto**, delator de Odebrecht vincula a Jorge G. en el proceso. Santos enseña una grabación clandestina del Vicepresidente.
- **9 de agosto**, el vicepresidente rinde su versión libre y voluntaria en la Fiscalía por el denominado caso Singue y por el proceso de asociación ilícita del caso Odebrecht.
- **25 de agosto**, la Asamblea Nacional permite la vinculación de Jorge Glas al proceso, que lleva adelante el juez Miguel Jurado por el caso Odebrecht.

- **28 de agosto**, Jorge G. rindió su versión ampliada ante la Fiscalía y niega las vinculaciones.
- **29 de agosto**, el juez Miguel Jurado acepta la petición del fiscal Carlos Baca Mancheno y vincula judicialmente a Jorge G. en el proceso y prohíbe su salida del país. Se vincula a 11 personas en el caso.
- **23 de septiembre**, el Vicepresidente amplía su versión en la Fiscalía sobre el caso Odebrecht. Desvirtúa acusaciones y se refiere a las conversaciones de Ricardo R. sobre la empresa ‘offshore’ Glory International Industry.
- **26 de septiembre**, delator de Odebrecht dice que Glas le pidió un millón de dólares para la campaña. Afirma que el Vicepresidente conocía del pago de coimas a su tío Ricardo R. Además, cita presuntos sobornos para obtener contratos en proyectos hidroeléctricos como Manduriacu, Tránsito Daule-Vinces, entre otros. Habla de \$ 16 millones en sobornos para el actual Vicepresidente, a través de su tío Ricardo R.
- **27 de septiembre**, Ricardo R. rinde versión libre y niega la vinculación que le realiza el delator de Odebrecht.
- **28 de septiembre**, procuraduría presenta acusación particular en contra de 18 personas, entre ellas el vicepresidente Jorge G. y su tío Ricardo R.
- **28 de septiembre**, Ricardo R. amplía su versión y desmiente lo dicho por el delator José Conceição Santos y asegura no haber recibido dinero por parte de la empresa brasileña. (Medios Públicos, 2017)

2.14 DIARIO EL TELÉGRAFO TRAYECTORIA Y RENACIMIENTO AL MEDIO PÚBLICO

Diario El Telégrafo fue uno de los medios de comunicación, con mayor importancia a nivel nacional, de larga trayectoria periodística y con 130 años en esta labor, fuente

biográfica de la historia nacional, cuna y catapulta de grandes escritores como: Manuel J. Calle, Medardo Ángel Silva, José H. Simmonds, Juan Emilio Murillo, entre otros. La creación de los medios públicos generó una serie de expectativas entre la ciudadanía ecuatoriana, este ha sido un hecho que marcó un antes y un después en el ejercicio periodístico o por lo menos en el discurso del quehacer mediático. Entra en el escenario con el ofrecimiento de derrumbar los viejos mitos del periodismo tradicional.

Nace el 16 de febrero de 1884 en la ciudad de Guayaquil, lleva su nombre en homenaje al servicio telegráfico de comunicación que se instaló ese mismo año en el país, de la mano de Juan Murillo Miró, quien se inspira para fundar un medio de comunicación independiente, con la pretensión que los ciudadanos puedan expresarse libremente, siendo aquí donde se gesta el discurso radical que impulsará la Revolución Liberal. Durante el gobierno de José María Plácido Caamaño, de facción conservadora, llega al poder después del derrocamiento de Ignacio de Veintimilla, el medio de comunicación sufre la primera de una serie de clausuras, después de una publicación en contra del fusilamiento de uno de los jefes liberales (1885), el presidente Caamaño ordena el destierro a Chile del director del diario y el cierre inmediato del medio de comunicación, diez años más tarde en plena Revolución Alfarista, Abel Castillo compra las acciones del periódico y se establece como un diario de circulación nacional, al contar con la primera rotativa⁷ en el país. En 1972 el emblemático medio de comunicación pasa a manos de la banca privada y de algunos empresarios como: Rodrigo Ycaza Candel, José Antón y Fernando Aspiazú, con quienes empieza un lento proceso de declive y cambio de sus principios fundamentales, dejando de lado el compromiso con la sociedad, para ponerse al servicio de un pequeño pero poderoso sector.

Los cambios no pasan desapercibidos y una vez que se modificó su figura el diario perdió el gran protagonismo nacional, sin embargo siguió en circulación con un perfil muy bajo y poca trascendencia. Consecutivamente en sus ediciones se registran los grandes hechos históricos que marcaron el destino del país, documentando atrocidades gubernamentales, provocando la ira de corruptos e inescrupulosos quienes instigan nuevos exilios y repetidas clausuras “La eliminación de medios críticos del poder tiene una abundante historia. Los regímenes fascistas los suprimían y ocupaban sus instalaciones, los autoritarios los bloqueaban y a veces destruían sus equipos” (Moreano, 2010).

Las deudas y malos manejos, pasaron factura por lo que fue incautado por la Agencia de Garantía de Depósitos (AGD), durante el proceso en contra de las propiedades vinculadas al Banco del Progreso en el año 1999. En el 2007 durante el gobierno del Presidente Rafael Correa se produce una serie de incautaciones de otros medios de comunicación, lo que genera una nueva figura en este ámbito que son los medios incautados, que fueron empresas de comunicación en crisis que pasarían a manos de la administración estatal, no están muy bien definidos legalmente pero por lo menos, durante el tiempo hasta que se ejecute su venta, estos pertenecerán al Estado “los medios incautados están confundidos con el criterio de públicos y por eso, a través de ellos, se impone también el criterio del poder Ejecutivo porque ni siquiera es el Estatal” (El Universo; 10/01/2010). “Memoria Crisis Bancaria”.

Cuando llega el expresidente de la república del Ecuador Rafael Correa a la presidencia destacó que "estos millones deben ser recuperados"; y entre esos bienes incautados estaba El Telégrafo (entre otras empresas). Fue así como el diario El Telégrafo pasa a ser propiedad pública. Por otra parte, era muy importante no dejar morir a un símbolo

del Ecuador. Aquí a la gente le preguntas sobre El Telégrafo y te dice que es un diario, no el aparato propiamente dicho (Kirchner, 2013: s/r).

El Estado finalmente decide tomar posición absoluta del medio de la comunicación y pasa a ser parte de los bienes públicos. A la vez, el gobierno, muy acertadamente crea la radio y la televisión pública, que desde su aparición han sido espacios en constante construcción, convirtiéndose en el eje central de grandes disputas mediáticas, que lograron captar la atención de la opinión internacional, debido entre otras cosas, al gran vacío legal existente en ese momento, solo faltaba definir sobre todo reglamentaciones y el marco legal adecuado, moderno y pertinente que evite la intromisión de intereses individuales y partidistas, en la gestión de los medios, con el fin de lograr su correcto funcionamiento, encausando mecanismo para la elección de los directorios, entre otros temas que estaban ambiguos “... la capacidad real de actuar desde su autodefinición e interdependencia con la sociedad” (Gustavo Abad, 2013, entrevista).

Durante los tres primeros años como medio público, circuló de manera gratuita, más del 60% del material impreso se entregaba en las instituciones administrativas, educativas y demás espacios de control estatal; quizás uno de los factores que influyó en el deterioro del sistema de distribución, fue la poca aceptación que tenía el diario a nivel nacional, sumado aquellas concepciones de corte más cultural que prejuician o califican de ineficiente lo gratuito, el restante 40% se intentó vender a precio mínimo en calles y estanterías.

2.15 POSTEOS DE DIARIO EL TELÉGRAFO EN EL CASO ODEBRECHT

A través de una ficha de observación, se pudo clasificar las notas web en función de sus contenidos políticos, derivados en su gran mayoría hacia el caso Odebrecht dentro de su

proceso de auge y apogeo, así como la reacción del público, acerca del tipo de contenido y fuentes que destacaron en cada uno de sus titulares web, a continuación la descripción:

Tabla 1: Clasificación de Notas web del diario el Telégrafo, caso Odebrecht

FECHA	NOTICIA	REACCIONES (ME GUSTA, ENCANTA, DIVIERTE, ENTRISTECE, SORPRENDE, ENFURECE)	REPOSTEO O COMPARTICIONES	FUENTE
25 de julio del 2018	Jaime Bayly dice que Odebrecht ofreció financiarle la campaña electoral	58	3	El Telégrafo
6 de Junio del 2018	Tribunal libera de culpa a 3 acusados en caso Odebrecht	72	46	El Telégrafo
24 de noviembre del 2017	VIDEO: Vicepresidente se dirige a la prensa	911	345	Facebook live: Diario El Telégrafo
9 Marzo del 2018	Serrano acusa a Baca tener acuerdo con Odebrecht y de editar audio	147	12	El Telégrafo

Fuente: Plataforma Facebook diario El telégrafo

Elaborado por: Pasmay Pesantes, F (2018)

2.16 MARCO LEGAL

Ley Orgánica de Comunicación

Título I Disposiciones preliminares y definiciones

Art. 1.- Objeto y ámbito. - Esta ley tiene por objeto desarrollar, proteger y regular, en el ámbito administrativo, el ejercicio de los derechos a la comunicación establecidos constitucionalmente.

Art. 4.- Contenidos personales en internet. - Esta ley no regula la información u opinión que de modo personal se emita a través de internet. Esta disposición no excluye las acciones penales o civiles a las que haya lugar por las infracciones a otras leyes que se cometan a través del internet.

Art. 5.- Medios de comunicación social.- Para efectos de esta ley, se consideran medios de comunicación social a las empresas, organizaciones públicas, privadas y comunitarias, así como a las 20 personas concesionarias de frecuencias de radio y televisión, que prestan el servicio público de comunicación masiva que usan como herramienta medios impresos o servicios de radio, televisión y audio y vídeo por suscripción, cuyos contenidos pueden ser generados o replicados por el medio de comunicación a través de internet.

Derechos a la Comunicación / Sección II / Derechos desigualdad e

Interculturalidad

Art. 35.-Derecho al acceso universal a las tecnologías de la información y comunicación

Con la Ley de Comunicación todas las personas tienen derecho a acceder, capacitarse y usar las tecnologías de información y comunicación para ejercer sus derechos y potenciar su desarrollo. Aparte de los derechos del acceso a los medios tradicionales, existe el derecho para los comunicadores sociales, todo lo referente al uso de la tecnológica y sus evoluciones que permitan maximizar la difusión de contenidos periodísticos.

Derechos de los Comunicadores

Art. 40. - Derecho a la reserva de la fuente- Ninguna persona que difunda información de interés general, podrá ser obligada a revelar la fuente de la información. Esta protección no le exime de responsabilidad ulterior. La información sobre la identidad de una fuente obtenida ilegal y forzadamente carecerá de todo valor jurídico; y, los riesgos, daños y perjuicios a los que tal fuente quede expuesta serán imputables a quien forzó la revelación de su identidad, quedando obligado a efectuar la reparación integral de los daños.

2.17 MARCO CONCEPTUAL

Fuentes Informativas

Las fuentes de información son instrumentos para el conocimiento, acceso y búsqueda de la información. Su objetivo principal es el de buscar, fijar y difundir la fuente de la información implícita en cualquier soporte físico. Es un término que con el tiempo ha ido adquiriendo mucha importancia, sobre todo con la aparición de la informática.

Fidelización

La Fidelización es una estrategia del marketing la cual permite que las empresas consigan clientes fieles a sus marcas, es importante señalar que la fidelización no es lo

mismo que retener al cliente, pues para que un cliente sea fiel a un producto o un servicio, este debe tener la voluntad de adquirirlo sin un compromiso establecido.

Fidelización De Fuentes

La fidelización de fuentes es guardar y no plagiar el contenido informativo que se va a transmitir o transcribir a un medio comunicativo.

Agenda Setting

Los medios hacen una agenda con anticipación sobre lo que van a publicar, establecen qué tan importantes son los hechos nacionales e internacionales, y les determinan un orden ideado y repasado con el propósito de tener más audiencia, más impacto en la sociedad, y a la vez se decide cómo impedir las referencias a determinada información.

Fuentes Indirecta

Las fuentes de información indirecta son aquellas que no tienen la intención de brindar información, se originan producto de la actividad del hombre, y expresan la existencia y características de esta y sus autores. Las fuentes de información indirecta son: las enciclopedias, los artículos de revistas, las biografías, los libros de texto, etc.

Fuentes Personales

Las fuentes personales son las técnicas de recogida de información que suponen contacto directo con las personas como las entrevistas personales, dinámicas de grupo, encuestas casa por casa, técnicas proyectivas, etc. Estas fuentes llegan a ser los medios de mayor influencia principalmente entre los consumidores, donde comúnmente es llamado por

estos como fuentes de boca a oreja. En pocas palabras, son las fuentes que se obtiene cuando se establece un contacto directo con otras personas.

Fuentes Documentales:

Uno de los elementos constitutivos del proceso de investigación es la voluntad del experto en comunicar y hacer públicos los resultados y las conclusiones a los que ha conducido su estudio, para su validación y uso por parte de la comunidad científica.

Fuentes Materiales

Todos aquellos hallazgos que no son documentos. Restos humanos, utensilios de trabajo, restos animales, armas, muebles, trajes, fósiles, pinturas, costumbres, fiestas y cultos, construcciones, monumentos, etc.

Fuentes Orales O Tradicionales

Encargada de la recogida de transmisiones anónimas o no de hechos y acciones del pasado, mantenidas algunas por la tradición oral que tras ser escritas, pasan a convertirse en fuentes escritas.

On The Record

La expresión off the record o a micrófono cerrado¹ hace referencia en periodismo a información que se ha obtenido de fuentes confidenciales o extraoficialmente con atribución de reserva total. Los informantes sujetos a este principio periodístico desean permanecer en el anonimato, que dan a conocer información que no debe ser publicada en un medio periodístico, y sirven para acercar al periodista a otra información. Es un aporte de datos más para el bagaje de información del periodista.

Off The Record

La expresión off the record o a micrófono cerrado¹ hace referencia en periodismo a información que se ha obtenido de fuentes confidenciales o extraoficialmente con atribución de reserva total. Los informantes sujetos a este principio periodístico desean permanecer en el anonimato, que dan a conocer información que no debe ser publicada en un medio periodístico, y sirven para acercar al periodista a otra información. Es un aporte de datos más para el bagaje de información del periodista.

Fuentes Públicas

Ocupa un cargo público. Eje. Un ministro de Estado, el secretario de Palacio de Gobierno, etc.

Fuentes Privadas

Informan en nombre propio. Eje. Empresas, universidades, etc.

Fuentes Confidenciales

No permiten que se las cite.

Fuentes gratis

Son aquellas de fácil acceso y libre publicación

Trending Topic

Es una denominación de la jerga de internet que describe un cierto tipo de palabras clave que van acompañadas de una etiqueta o Hashtag y que son altamente usadas

(tendencia), en plataformas como, por ejemplo, Twitter, siendo ésta la matriz donde el término Trending Topic fue gestado y, por ende, donde es usado en mayor escala.

Hipermedia

Toma su nombre de la suma de hipertexto y multimedia, una red hipertextual en la que se incluye no sólo texto, sino también otros medios: imágenes, audio, vídeo, etc.

Crossmedia

Consiste en extender la historia a otros formatos, pero éstos no tienen sentido por sí solos, y es necesario experimentar el conjunto para comprenderlos.

Transmedia

Consiste en extender la historia a otros formatos, pero éstos tienen sentido por sí solos, y no es necesario experimentar el conjunto para comprenderlos.

Multimedia

Que está destinado a la difusión por varios medios de comunicación combinados, como texto, fotografías, imágenes de video o sonido, generalmente con el propósito de educar o de entretener.

Nativos Digitales

Son los niños y jóvenes nacidos a partir de 1980, tienen destrezas con la computadora, tienen destrezas y formas de comunicarse que los mayores que los mayores no pueden entender. Son consumidores y productores de casi todo lo que existe en la red.

Inmigrantes Digitales

Son las personas nacidos en la era pre-digital entre los años 1940-1980 se considera que han sido espectadores del proceso tecnológico.

Ciberperiodismo

Periodismo digital, también llamado periodismo web o periodismo en línea o webperiodismo, designa la modalidad del periodismo que tiene a Internet como entorno principal de desarrollo, así como a las redes y dispositivos digitales en general como sus medios auxiliares.

Internauta

Es un neologismo resultante de la combinación de los términos Internet y del griego ναύτης (nautes, navegante), utilizado normalmente para describir a los usuarios habituales de Internet o red. Un internauta es todo aquel que navega constantemente en la red.

Convergencia

Procede del vocablo latino convergens, refiere al acto de converger. Este verbo a su vez alude a aquello que coincide a una misma posición o que tiende a unirse o a encontrarse con algo.

Ranking

(De voz inglesa) clasificación que ordena a sus elementos por orden de importancia o preferencia.

TIC

Las Tecnologías de la Información y la Comunicación, también conocidas como TIC, son el conjunto de tecnologías desarrolladas para gestionar información y enviarla de un lugar a otro. Abarcan un abanico de soluciones muy amplio. Incluyen las tecnologías para almacenar información y recuperarla después, enviar y recibir información de un sitio a otro, o procesar información para poder calcular resultados y elaborar informes.

CAPITULO III

3 MARCO METODOLÓGICO

En el presente capítulo se abordaran las nociones metodológicas e investigativas que la autora del presente trabajo direcciono para la ejecución del presente tema; partiendo del nivel investigativo que permite definir el grado de profundidad con el que se abordara el objeto o sujeto de investigación, en este caso las fuentes digitales implementadas por el diario el telégrafo en el proceso de información del caso Odebrecht, el diseño investigativo que compete a las diferentes estrategias subsecuentes que se plantean para la solución de la problemática, el enfoque investigativo que radica en su caracterización cuantitativa donde las cifras y porcentajes predominan el direccionamiento de la temática y el cualitativa, donde su proyección se basa en nociones sociales e investigaciones donde predominan fuentes y datos analizados desde una perspectiva de las ciencias sociales y humanas.

3.1 ENFOQUE INVESTIGATIVO

La presente investigación es de carácter mixto o dual (Cuantitativo – Cualitativo), ante las diferentes necesidades y recursos que enfocan la proyección del trabajo, las cifras y porcentajes que reflejan las nociones informativas de las diferentes fuentes desde la perspectiva digital, así como las nociones, corrientes teóricas, escuelas y autores de la temática digital contemporánea del periodismo investigativo.

El diseño es de carácter transversal, ya que se toma un contexto específico de una sociedad en tiempo y espacio, acerca de una tema de interés social de forma interna y externa, permitiendo extraer conclusiones acerca de los efectos acaecidos en la misma, de forma específica la influencia de la fuentes informativas digitales en los procesos.

3.2 ALCANCE DE LA INVESTIGACIÓN

Los tipos de investigación planteados para la proyección investigativa, se originan del objeto de estudio como del contexto que lo rodea, por lo que se plantea ejecutar un análisis exploratorio para la caracterización del problema, descriptivo para establecer su comportamiento, permitiendo a través de este estudio medir las variables investigativas del trabajo. La investigación es de carácter básico, ya que busca la comprensión de fenómenos predefinidos como es el caso de la fidelización de fuentes digitales dentro del contexto nacional, tomando como referencia el diario estatal el telégrafo, en el caso Odebrecht.

La fundamentación investigativa consiste en exponer a través de que procesos o medios, el quehacer periodístico fideliza las fuentes digitales que presentan en su línea investigativa, definiendo los procesos y pasos que conllevan en aspectos de la responsabilidad ulterior y deontológica.

Investigación Descriptiva.- se realiza ante un hecho o fenómeno, con el propósito de establecer su comportamiento, permitiendo a través de este estudio medir las variables implícitas en los objetivos de la investigación, fidelización de fuentes informativas (Variable independiente), quehacer periodístico investigativo (Variable dependiente).

Investigación Explicativa.- indaga el porqué de los fenómenos o hechos, mediante relaciones de causa – efecto, tal es el caso de como la fidelización de fuentes informativas digitales influye en el proceso del quehacer periodístico investigativo actual.

Investigación Correlacional.- se emplea para identificar el grado de relación entre las variables planteadas, prediciendo la dependencia existente entre unas y otras para explicar las causas del problema a través de la formulación de hipótesis y evaluación de dichas variables (Carballo, 2013).

3.3 MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN

En el presente trabajo investigativo se aplicaron los siguientes métodos de trabajo para la ejecución de su proyección práctica:

- **Método de Observación:** Es el método principal dentro de las proyecciones investigativas, se lo aplica para hacer un diagnóstico del problema, a través de la observación simple y directa de la realidad, con la finalidad de establecer ideas y nociones viables del problema.
- **Método Hipotético - Deductivo:** es aplicado ante la resolución de la problemática localizada por medio de la formulación de hipótesis que permiten direccionar las principales acciones investigativas ante la resolución problemática de la investigación. Para la aplicación de este método de investigación, fue necesario plantearse las siguientes interrogantes:
 - ¿A través de que filtros o procesos el diario El Telégrafo fidelizo el contenido de sus fuentes informativas en los reportajes y notas de periodismo investigativo?
 - ¿Cuáles fueron las fuentes digitales más compartidas por parte del Diario, en el caso de investigación Odebrecht?

3.4 TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN

Con la finalidad de consignar resultados que aporten al constructo investigativo del presente tema, y ante su enfoque mixto de investigación se plantean las siguientes técnicas de investigación:

Entrevista: se aplicara la entrevista al encargado de noticias digitales del diario el telégrafo, o a su editor de notas web, para conocer cuáles son los principales filtros o procesos que se utilizan para la fidelización de una fuente digital para la emisión de su

contenido. También se validara a través de un periodista investigativo las características de esta línea editorial y su trascendencia ante las fuentes digitales de apoyo.

Encuestas: Finalmente se aplicara una encuesta en la parroquia roca, donde se realizara la toma de una muestra no probabilística de carácter aleatoria simple a hombres y mujeres de 18 hasta 45 años, la misma que permitirá establecer si los ciudadanos reconocen las características de una nota fidedigna y si la misma ha sido validada para su socialización.

3.5 POBLACIÓN GLOBAL

El presente proyecto de investigación realiza en la Parroquia Roca, que se encuentra ubicada en la parte norte de la ciudad, dentro de sus límites urbanos se encuentran del Parque Centenario, también se encuentran los parques de la Madre y 24 de Mayo (San Agustín) los edificios de la Cruz Roja, Anfiteatro Anatómico Julián Coronel y Cementerio General con una población de 5.545 personas según el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC, 2010) entre la edad de 18 a 25 años se realizaron las encuestas.

El sector donde se aplicara la encuesta, es considerado estratégico, para el direccionamiento de la presente investigación, puesto que cubre las zonas de masificación principal del norte de Guayaquil, como los parque Centenario, San Agustín y edificio de la Cruz roja de Guayaquil, donde se podrá tomar una muestra aleatoria, que cumpla con los filtros de selección para una correcta aplicación investigativa.

3.6 MUESTRA POBLACIONAL

La determinación de la muestra poblacional obtenida de 161 personas es definida a través de la fórmula universal para poblaciones finitas, acorde a lo planteado por

Hernández Sampieri y otros autores en el marco de su libro Investigación de Mercado (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio,2003), se expone de la siguiente manera:

$$n = \frac{z^2(p \cdot q)}{e^2 + \frac{z^2(p \cdot q)}{N}}$$

n= Tamaño de la muestra
Z= Nivel de confianza deseado
p= Proporción de la población con la característica deseada (éxito)
q= Proporción de la población sin la característica deseada (fracaso)
e= Nivel de error dispuesto a cometer
N= Tamaño de la población

Margen: 10%

Nivel de Confianza: 99%

Población: 5.545 (entre edad de 18 a 25 años se realizaron las encuestas)

Una vez aplicada la fórmula con un nivel de confianza del 99% y un margen de error del 10%, se obtuvo como resultado que las encuestas que se deben ejecutarse son un total de 161.

3.7 PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

Filtro: Rango de edad y sexo de las personas encuestadas

Tabla 1 – Filtro: Rango de edad y sexo

Opciones	Sexo	Frecuencia	Porcentaje
Entre 18-25 años	Masculino	100	62%
Entre 26-60 años	Femenino	61	38%
Total		161	100%

Elaborado por: Pasmay Pesantes, F (2018)

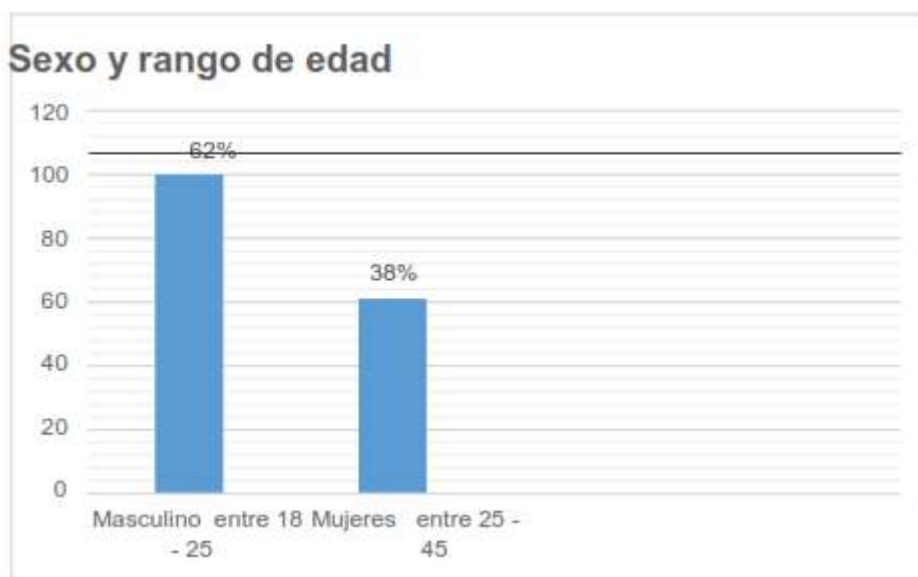


Gráfico 1: Rango de edad y sexo

Elaborado por: Pasmay Pesantes, F (2018)

Análisis

Dentro del rango de sexo y edad, un gran porcentaje de entrevistados fue de orden masculino en su participación, mientras que el género femenino tuvo una participación baja.

Pregunta 1: ¿A través de que plataforma digital usted se informa con mayor frecuencia acerca de los acontecimientos nacionales e internacionales?

Tabla 2: Plataforma Digital que maneja con mayor interacción el encuestado

	Frecuencia	Porcentaje
Facebook	47	29%
Twitter	45	28%
YouTube	5	3%
Páginas web	32	20%
No uso redes sociales	32	20%
Total	161	100%

Elaborado por: Pasmay Pesantes, F(2018)

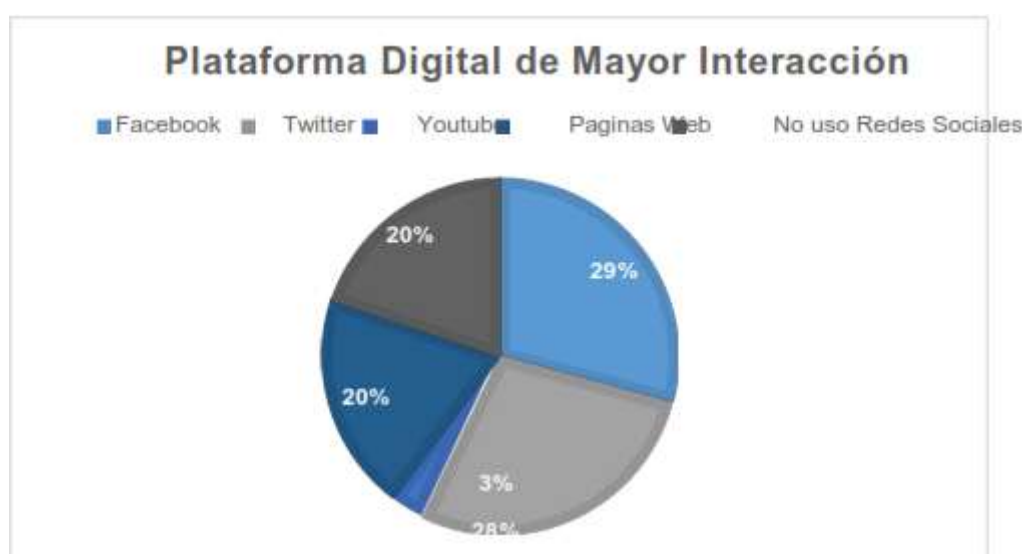


Gráfico 2: Plataforma Digital de mayor Interacción

Elaborado por: Pasmay Pesantes, F (2018)

Análisis

Bajo la interrogante, ¿qué plataformas son las de mayor dominio y acceso a la hora de estar informado?, el público entrevistado mencionó que *Facebook* es su primera opción, convirtiéndola en la plataforma base de interacción seguida por *Twitter* que también es utilizado como una plataforma viralizadora.

Pregunta 2: ¿Sabe reconocer la fidelidad de una nota que es presentada como seria, o acontecimiento de último momento en las redes sociales a través de la fuente que se remite?

Tabla 3: Reconocimiento de Fuentes Fiables

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
SI	97	60%
NO	64	40%
TOTAL	161	100%

Elaborado por: Pasmay Pesantes, F (2018)

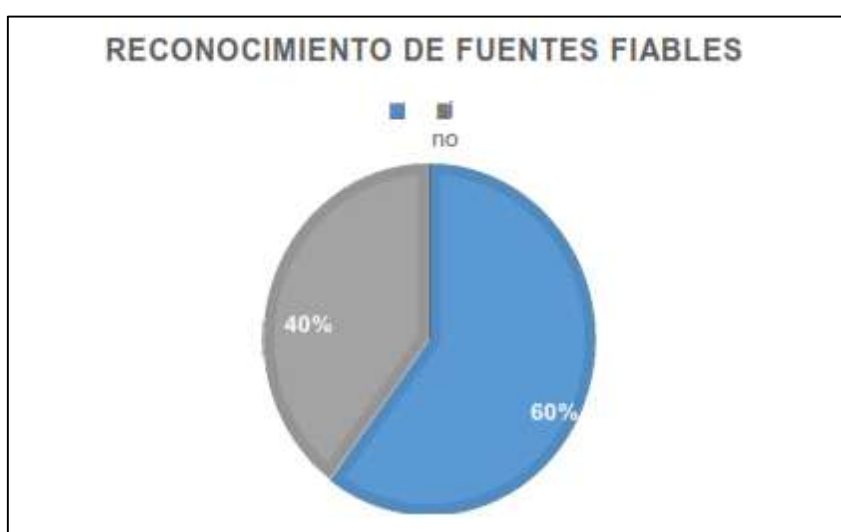


Gráfico 3: Reconocimiento de Fuentes Fiables

Elaborado por: Pasmay Pesantes, F (2018)

Análisis

Ante la consulta de si puede reconocer la fidelidad de una nota web sobre acontecimientos nacionales o internacionales, el público encuestado respondió que sí con una gran convicción de sus discernimiento digital (Esto se puede apelar por los diversos contenidos y reacciones que se han manifestado en la web informativa ecuatoriana), seguido de un porcentaje neutral que reconoce no saber cómo identificar este tipo de fuentes.

Pregunta 3: ¿Cuál es el procedimiento que puede atribuir usted, para constatar que una fuente digital es fidedigna en su contenido, y no un reposteo mal intencionado o falso?

Tabla 4: Validación de fuentes informativas

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Analizo la URL y los términos de privacidad de donde procede la nota	20	12%
Observo las reacciones o comentarios de los demás lectores	23	14%
Verifico su redacción y faltas ortográficas	18	11%
Contrasto la información con otras páginas de la misma línea editorial	59	37%
Desconozco como constatar su fidelidad	41	26%
Total	161	100%

Elaborado por: Pasmay Pesantes, F (2018)



Gráfico 4: Validación de fuentes informativas

Elaborado por: Pasmay Pesantes, F (2018)

Análisis

El público encuestado considera que para comprobar si una nota es real y fidedigna primero compara con otras páginas de la misma índole para luego socializar, mientras que el restante de la población no sabe cómo contrastar.

Pregunta 4: ¿Tiene conocimiento de los casos de corrupción presentado por la prensa nacional e internacional de la empresa brasilera Odebrecht en nuestro país?

Tabla 5: Casos de Corrupción Odebrecht

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
SI	159	99%
NO	2	1%
TOTA	161	100%

Elaborado por: Pasmay Pesantes, F (2018)



Gráfico 5: Casos de Corrupción Odebrecht
Elaborado por: Pasmay Pesantes, F (2018)

Análisis

A través del presente ítem los encuestados aseguraron conocer de esta problemática y solo mínimo sector de la población manifestó su desconocimiento ante la temática de orden nacional y global.

Pregunta 5: ¿Cómo califica las publicaciones presentadas por los diferentes medios digitales acerca de los casos de corrupción de la empresa contratista Odebrecht?

Tabla 6: Calificación de las publicaciones en el caso Odebrecht

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Informativas	85	53%
Desinformativas	29	18%
Desconcertantes	27	17%
Estrategias Políticas	20	12%
Total	161	100%

Elaborado por: Pasmay Pesantes, F (2018)



Gráfico 6: Calificación de las publicaciones en el caso Odebrecht

Elaborado por: Pasmay Pesantes, F (2018)

Análisis

En la presente pregunta se solicitó que se calificara, como se presentaron las noticias acerca de los casos de corrupción por parte de Odebrecht en Ecuador en los medios digitales, los encuestados catalogaron de informativas con gran aceptación, mientras que un pequeño sector como desinformativas, primando la figura.

Pregunta 6: ¿Considera usted que los diferentes medios nacionales compartían información fidedigna y contrastada, acerca de los casos de corrupción por la empresa contratista en nuestro país?

Tabla 7: Información fidedigna y contrastada por parte de los medios nacionales

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Si	98	61%
No	63	39%
Total	161	100%

Elaborado por: Pasmay Pesantes, F (2018)



Gráfico 7: Información fidedigna y contrastada por parte de los medios nacionales

Elaborado por: Pasmay Pesantes, F (2018)

Análisis

Ante la consulta de la consideración que los medios nacionales presentaron en sus informaciones, los encuestados en su mayoría afirmaron la presencia de fidelidad en sus notas, no dejando de lado la manifestación que no fueron contrastadas o fidelizadas por la minoría consultada.

Pregunta 7: ¿Cree usted que las notas informativas digitales, permitieron una ampliación de contenidos e información acerca de esta problemática internacional, ante los diferentes colectivos de ideologías y posturas ciudadanas?

Tabla 8: Ampliación de contenidos a partir de las notas digitales

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	87	54%
De acuerdo	42	26%
Indeciso	22	14%
En desacuerdo	10	6%
Total	161	100%

Elaborado por: Pasmay Pesantes, F (2018)



Gráfico 8: Ampliación de contenidos a partir de las notas digitales

Elaborado por: Pasmay Pesantes, F (2018)

Análisis

Acerca de esta problemática internacional, los encuestados estuvieron totalmente de acuerdo acerca de que las notas web fueron un referente de consulta y análisis acerca de esta problemática, permitiendo ampliar el campo de proyección y análisis de estos contenidos informativos.

Pregunta 8: A partir de las siguientes notas web, ¿Que lineamiento considera usted que Diario el telégrafo manifestó en su quehacer periodístico en el caso Odebrecht?

Tabla 9: Lineamiento periodístico del diario El Telégrafo

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Prevaleció su postura periodística informativa e investigativa	32	19%
Sesgó la información con datos escuetos	31	19%
Primaron notas de otros tópicos, antes que la del caso Odebrecht	15	9%
Su postura de medio estatal no le permitió el desarrollo de la temática	89	53%
Total	161	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Pasmay Pesantes, F (2018)

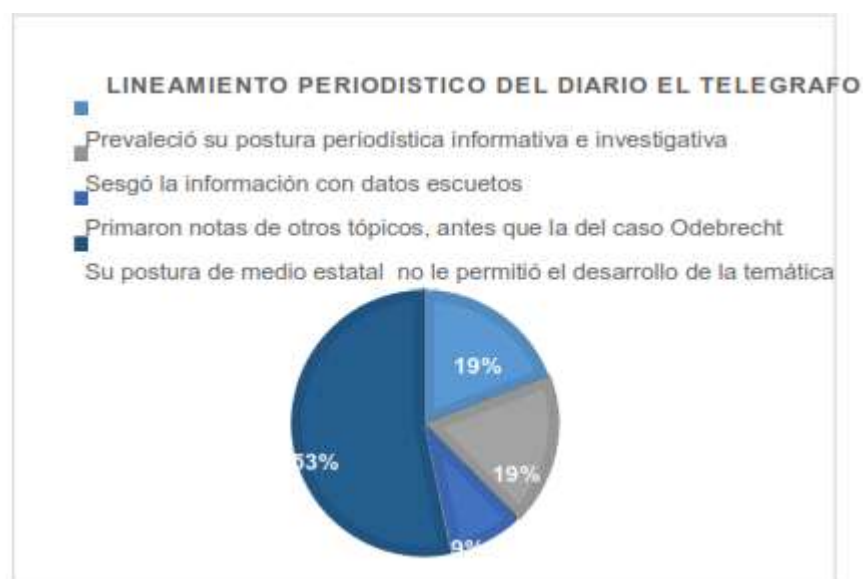


Gráfico 9: Lineamiento periodístico del diario El Telégrafo

Elaborado por: Pasmay Pesantes, F (2018)

Análisis

La interrogante fue precedida por dos titulares presentes en los anexos, acerca del caso Odebrecht por parte del diario, el público manifestó rotundamente que la postura de medio estatal no le permitió el desarrollo de la investigación.

3.7.1 ANÁLISIS Y DEBATE DE LOS RESULTADOS

- En el rango de sexo y edad, un gran porcentaje de entrevistados fue masculino
- El público entrevistado menciona que Facebook es su primera opción de plataforma o canal web informativo, seguido por Twitter y el resto de plataformas web informativas.
- La muestra encuestada respondió que si conoce cuando una fuente o nota web es fidedigna (aunque esto se puede apelar por los diversos contenidos y reacciones que se han manifestado en la web informativa ecuatoriana), y solo una pequeña parte no sabe cómo identificar este tipo de fuentes.
- Se puede destacar que el procedimiento básico que utiliza la muestra encuestada para conocer la veracidad de una nota, es comparándola con otras páginas de la misma índole para luego socializar, mientras que una pequeña parte, no sabe cómo contrastar este tipo de fuentes.
- La mayoría de los encuestados aseguro conocer la problemática de casos de corrupción de Odebrecht en Ecuador y solo un 1% manifestó su desconocimiento.
- Un 53% de la muestra catalogaron las notas digitales de los medios informativos nacionales como informativas mientras que un 18% como desinformativas, primando la figura de información en todo el proceso investigativo.
- Ante la consulta de si considera que los medios nacionales informaron con sustento y fidelización informativa, el 61% afirmo la fidelidad.

- Ante la interrogante si las notas informativas digitales, permitieron una ampliación de contenidos e información acerca de esta problemática internacional, el 54% estuvo totalmente de acuerdo acerca de esta situación permitiendo destacar que las notas web fueron un referente de consulta y análisis acerca de esta problemática.

- La interrogante fue precedida por dos titulares presentes en los anexos, de dos publicaciones acerca del caso Odebrecht por parte del Telégrafo, el público manifestó rotundamente con un 53% que la postura de medio estatal no le permitió el desarrollo de la temática investigativa al diario El Telégrafo.

3.8 ENTREVISTA

Entrevistado: Lic. Omar Jaén Jailinch

Perfil: Periodista profesional hace 14 años, 10 de ellos ha colaborado en Diario el Telégrafo, actualmente ocupa el cargo de editorialista Web en el mismo en el área Digital.

➤ **P.-** ¿Cuáles son los filtros o procesos, que diario El Telégrafo utiliza para seleccionar sus fuentes digitales en el posteo de noticias de su portal web?

➤ **R.-** Básicamente nosotros hacemos lo que en una facultad de comunicación indica lo que uno tiene que verificar, contrastar fuentes, por lo general la mayoría de información ahora llega vía redes sociales lo cual es un arma de doble filo porque si bien te da inmediatez, en redes circula cualquier tipo de información, por lo cual siempre el primer paso es tener claro el tema, nosotros tenemos la disposición de que si una información circula en redes no quiere decir de que sea automáticamente publicación, verificamos fuentes, contrastamos informaciones, puesta que ya hemos cometido el error en una o dos ocasiones por el apremio o inmediatez de querer ser el primero en informar, para lo cual ahora tenemos una directriz de cómo manejar este tipo de temas.

➤ **P.-** ¿A través de que plataformas digitales, diario el telégrafo implemento notas de periodismo investigativo para el caso *Odebrecht*?

➤ **R.-** Fue un trabajo acumulado con la redacción impresa, básicamente ellos circulan los reportajes fuertes de largo aliento, mientras nosotros hacíamos una expectativa el día anterior y en la mañana siguiente salía en portada en el *Hong* de la página web, difundiendo a través de medios digitales con videos e infografías multimedia.

➤ **P.-** Dentro de su registro de actividades periodísticas ¿Cuáles fueron las fuentes web más citadas por parte del medio estatal, dentro del proceso investigativo del caso

Odebrecht en Ecuador?

- **R.-** Entre las fuentes básicas estaba la fiscalía, que es el organismo de justicia que está encargado de las investigaciones; si bien se habló con personas que presentaban denuncias, se las colocaba como una fuente, mas no como la fuente madre del tema.
- **P.-** ¿Existe algún procedimiento que valide el uso o aplicación de determinadas fuentes informativas digitales, en los procesos del quehacer periodístico en Ecuador?
- **R.-** Es necesario recalcar que por más que como periodistas estemos al día en el área digital, no abandonamos el procedimiento básico de fidelización, que lo realiza desde el pasante hasta el editor de política del impreso.
- **P.-** ¿Cuál fue la publicación digital, en el proceso investigativo del caso *Odebrecht*, que causó más controversia entre los seguidores del telégrafo?
- El caso de *CAPAYA*, de Calos Pareja Yanuseli, fue el tema que más impacto causó, hay que tener en cuenta que el caso tuvo diferentes extractos y niveles del periodismo investigativo.
- **P.-** ¿El medio estatal ha recibido alguna sanción o llamado de atención por parte de la *SUPERCOM*, ante la fidelidad del contenido de una sus notas procedentes de una fuente web?
- **R.-** Con respecto al caso *Odebrecht* no, pero si hemos recibido sanciones económicas y llamados de atención por parte de la *SUPERCOM* y de la *CORDICOM*, sobre todo en temas de asesinatos y violaciones donde hemos utilizado imágenes que a los mejor pueden atentar el honor o la honra de cierta personas
- **P.-** Dentro del formato digital que presenta diario el Telégrafo, considera usted que ¿Prevalece el sustento del artículo 40 de LOC, sobre el derecho a la reserva y protección de la fuente?

- **R.-** En el caso específico de *Odebrecht*, el tema de la reserva de fuentes se ha mantenido, pero insisto, ya a estas alturas del partido por ejemplo las primicias ya son algo obsoleto en los medios de comunicación, pero en este caso en particular, fue algo tan notorio que prácticamente a las dos o tres horas ya todo era información de manejo público.

3.9 ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LA ENTREVISTA

Según el medio de comunicaciones impresos el telégrafo en pro sediento que ellos utilizan para contrastar una fuente es el mismo que se utiliza para la formación universitaria, es de decir existe una relación entre la academia y el contenido profesional.

Respecto al caso odebreht el telégrafo recopiló información para dar una mejor nota periodística a sus lectores dándole a conocer por medios impresos y digitales.

Con la redacción impresa básicamente ellos circulan los reportajes fuertes de largo aliento mientras nosotros hacíamos una expectativa el día anterior y en la mañana siguiente salía en portada en el Hong de la página web, difundiendo atreves de medio digitales con videos e infograffas multimedia.

El caso CAPAYA Carlos Pareja Yanuseli fue el caso que impacto a los lectores siendo asi que tuvo extractos y niveles de investigación periodística.

Este caso a sido emitido por varias fuentes informativa que al momentos de trasmitir información que conocía diversas opiniones en el cual a veces se hacía un poco dudoso el escuchar o ver varios tipos de información.

3.10 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES INVESTIGATIVAS

3.10.1 Conclusiones

- Una gran parte de la sociedad ecuatoriana conoce cuando una fuente o nota web es fidedigna, más si es necesario destacar que esta labor debe estar de la mano con todos los procesos investigativos profesionales y sociales de cada ciudadano responsable que se convierte en vocero o medio de información en la web.
- El procedimiento básico que utilizan una parte de la sociedad ecuatoriana para conocer la veracidad de una nota, es a través del método comparativo, con otras páginas de la misma índole para luego socializar, pero se debe exhortar a la búsqueda otros procedimientos más ágiles y de mayor veracidad ante la primicia de informar y comunicar.
- Una gran parte de la sociedad Guayaquileña conoce y domina la temática de corrupción presentada por la contratista Odebrecht en el pasado gobierno nacional.
- De la muestra tomada, los guayaquileños denominan a las notas digitales de los medios nacionales como informativas, primando la figura de información y credibilidad en el presente proceso investigativo.
- La muestra tomada manifestó que las notas web fueron un referente de consulta y análisis acerca de la problemática de corrupción en Ecuador, por parte de Odebrecht.
- Dentro de las conclusiones del presente trabajo, la muestra de campo destaca que la postura de medio estatal no le permitió el desarrollo de la temática investigativa al diario El Telégrafo acerca del caso Odebrecht, mientras que la referencia investigativa, por parte la autora del presente trabajo, manifiesta que

las fuentes y necesidades del periodismo investigativo fueron manejadas con mucha cautela y sigilo por parte del medio, mencionando también que la primicia en los medios digitales son contextos utópicos en el desarrollo de un periodismo tradicional en pleno siglo XXI.

3.10.2 Recomendaciones

- Se recomienda realizar un estudio que profundice los esquemas de redacción y publicación en función de las fuentes web, ante temáticas de política y periodismo judicial.
- Caracterizar las herramientas y competencias profesionales de los actuales periodistas, ante las necesidades informativas que se observan en los diversos recursos digitales a la hora de ejercer su labor informativa en un diario web.
- Un estudio más profundo sobre el tema de la fidelización de fuentes web, permitirá encasillar las características y constructos teóricos que expresa este recurso social, que con el pasar de los años se ha apoderado de las palestras multimediales de nuestra era globalizada.
- Tomar en consideración esta investigación como referencia para futuros estudios sobre el tema y como aporte a los estudiantes y líneas de investigación de la ULVR.

Referentes Bibliográficos

- Alcazar, J. P. (2017). *Ranking de Redes Sociales*. Obtenido de <http://blog.formaciongerencial.com/ranking-redes-sociales-sitios-web- aplicaciones-moviles-ecuador-2017/>
- Avendaño, S. (16 de enero de 2017). *Facebook se integra al periodismo confiable*. Obtenido de <https://www.unocero.com/noticias/redes- sociales/facebook-se-integra-al-periodismo-confiable/>
- Caldevilla, D. (2009). *La politica se introduce en las redes sociales*. Obtenido de <http://revistas.ucm.es/index.php/PEPU/article/view/PEPU0909220031A/1528>
- Bullido, E. (17 de 04 de 2015). *Apuntes de redacción periodística: la importancia de las fuentes*. Obtenido de Enrique Bullido: <https://enriquebullido.com/>
- Carballo, B. (01 de Marzo de 2013). *Pensamiento de Sistemas*. Obtenido de Definiendo el alcance de una investigación: exploratoria, descriptiva, correlacional o explicativa.: [http://pensamientodesistemasaplicado.blogspot.com/2013/03/definien do-el-alcance-de-una.html](http://pensamientodesistemasaplicado.blogspot.com/2013/03/definien-do-el-alcance-de-una.html)
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2003). *Metodología de la Investigación*. México, D.F.: McGraw-Hill.
- Larequi, J. C. (15 de Noviembre de 2000). *Periodismo e internet, nuevo medio, vieja profesión*. Obtenido de http://pendientedemigracion.ucm.es/info/periodoI/Period_I/EMP/Numer_07/7-3-Pone/7-3-02.htm
- Origen y evolución del periodismo en el mundo*. (26 de Agosto de 2013). Obtenido de <http://fabiiizziiia.blogspot.com/2013/08/periodismo-i- origen-y-evolucion-del.html>
- Rodríguez Díaz, R. (2004). *Teoría de la Agenda-Setting: aplicación a la enseñanza universitaria*. España: A. F. Alaminos.
- Tirado Pascual, N. (2016). Corrupción y fuentes informativas en medios tradicionales y nativos. *Miguel Hernadéz Communication Journal*, 257 a 285.

Anexos

Anexo 1

Modelo de Entrevista

- 1.- ¿Cuáles son los filtros o procesos, que diario El Telégrafo utiliza para seleccionar sus fuentes digitales en el posteo de noticias de su portal web?
- 2.- ¿A través de que plataformas digitales, diario el telégrafo implemento notas de periodismo investigativo para el caso Odebrecht?
- 3.- Dentro de su registro de actividades periodísticas ¿Cuáles fueron las fuentes web más citadas por parte del medio estatal, dentro del proceso investigativo del caso Odebrecht en Ecuador?
- 4.- ¿Existe algún procedimiento que valide el uso o aplicación de determinadas fuentes informativas digitales, en los procesos del quehacer periodístico en Ecuador?
- 5.- ¿Cuál fue la publicación digital, en el proceso investigativo del caso Odebrecht, que causó más controversia entre los seguidores del telégrafo?
- 6.- ¿El medio estatal ha recibido alguna sanción o llamado de atención por parte de la SUPERCOR, ante la fidelidad del contenido de una sus notas procedentes de una fuente web?
- 7.- Dentro del formato digital que presenta diario el Telégrafo, considera usted que ¿prevale el sustento del artículo 40 de LOC, sobre el derecho a la reserva y protección de la fuente?

4. **¿Tiene conocimiento de los casos de corrupcion presentado por la prensa nacional e internacional de la empresa brasilera Odebrecht en nuestro pais?**

- Si
- No

5. **¿Cómo califica las publicaciones presentadas por los diferentes medios digitales acerca de los casos de corrupcion de la empresa contratista Odebrecht?**

- Informativas
- Desinformativas
- Desconcertantes
- Estrategias políticas

6. **¿ Considera usted que los diferentes medios nacionales compartian informacion fidedigna y contrastada, acerca de los casos de corrupcion por la empresa contratista en nuestro pais?**

- Si
- No

7. **¿Cree usted que las notas informativas digitales, permitieron una ampliación de contenidos e información acerca de esta problemática internacional, ante los diferentes colectivos de ideologías y posturas ciudadanas?**

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Indeciso
- En desacuerdo

8.- A partir de las siguientes notas web, ¿Que lineamiento considera usted que Diario el telégrafo manifestó en su quehacer periodístico en el caso Odebrecht?

et Diario El Telégrafo
1 de octubre de 2017 · 🌐

En la siguiente nota hacemos un repaso a la relación entre Jorge Glas y su vinculación con el caso Odebrecht ▶ <http://tinyurl.com/y8sn8weu>



Caso Odebrecht y Jorge Glas (cronología)

El delator de Odebrecht, José Conceição Santos, vinculó a Jorge Glas y a su tío Ricardo R. con el escándalo de corrupción de Odebrecht. La Fiscalía...

ELTELEGRAFO.COM.EC

et Diario El Telégrafo
2 de enero · 🌐

#Justicia | Cuatro exministros se suman a los investigados por la red Odebrecht ▶ <http://tinyurl.com/y9hhgcs4>

La lista de investigaciones en la trama de Odebrecht parece no tener fin. Hasta la semana pasada, la Fiscalía General abrió dos nuevos expedientes por supuestas irregularidades cometidas en la contratación de obras de la constructora brasileña en los últimos años.



Cuatro exministros se suman a los investigados por la red Odebrecht

Un año lleva la investigación de la trama más grande de corrupción que se registra en Ecuador y América Latina y nuevos exfuncionarios están vinculados al caso:

En el mapa de los Procesos penales, la mayoría está en indagación previa

En el caso trabajan 11 fiscales, policías de Criminalística, peritos en lavado de activos, informáticos, entre otros

La Fiscalía General abrió dos nuevos expedientes por supuestas irregularidades cometidas en la contratación de obras de la constructora

Ambos casos se basaron en los informes de la Contraloría, que determinaron indicios de responsabilidad penal en participación en procesos contractuales de:

- Poliducto Pascuales-Cuenca (Pástor)
- Trasvase Daule-Vinces (Bernal y Solís)
- Refinería del Pacífico (Merizalde)

etelégrafo

- Prevaleció su postura periodística informativa e investigativa
- Sesgó la información con datos escuetos
- Primaron notas de otros tópicos, antes que la del caso Odebrecht
- Su postura de medio estatal no le permitió el desarrollo de la temática

Anexo 3 fotografías

Entrevista al Lic. Omar Jaén Linch



Encuestas realizadas en la Parroquia Rocafuerte de la ciudad de Guayaquil

