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

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN
PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
LICENCIADO(A) EN PERIODISMO

TEMA
PERIODISMO DIGITAL Y PERCEPCIÓN CIUDADANA

TUTOR
MSc. JULISSA VILLANUEVA BARAHONA

AUTORES
ERIKA ESTEFANÍA ERREYES CUENCA
JESSICA ELIZABETH GUALLI GUAMÁN

GUAYAQUIL
2022

REPOSITARIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA			
FICHA DE REGISTRO DE TESIS			
TÍTULO Y SUBTÍTULO: Estudio de la percepción ciudadana y el manejo de la información en plataformas digitales del medio Expreso y El Telégrafo.			
AUTOR/ES: Erika Estefanía Erreyes Cuenca Jessica Elizabeth Gualli Guamán		**REVISORES O TUTORES:** Msc. Julissa Karina Villanueva Barahona	
INSTITUCIÓN: Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil		**Grado obtenido:** Licenciado en Periodismo	
FACULTAD: Facultad de Ciencias Sociales y Derecho		**CARRERA:** Periodismo	
FECHA DE PUBLICACIÓN: 2022		**N. DE PAGS: 89**	
ÁREAS TEMÁTICAS: Periodismo e información			
PALABRAS CLAVE: Periodismo, periodismo digital, redes sociales, comunicación.			
RESUMEN: La comunicación se ha transformado con el pasar de los años, y con esto nuevas herramientas forman parte del periodismo en digital que permite que la información sea automatizada en los procesos de expansión y retroalimentación de los contenidos. El objetivo de este trabajo es investigar la incidencia ciudadana ante el desarrollo periodístico que realizaron los medios Expreso y El Telégrafo, en temas de interés social (Paro Nacional-Informe a la Nación) que se dio durante el primer año de gestión de Gobierno de turno. Para el avance de la investigación se aplicó un estudio cualitativo en el que se utilizó instrumentos como: fichas de observación, el análisis de los contenidos en las redes sociales de Instagram y Twitter de los dos medios objetos de estudio y entrevistas a periodistas especializados, el cual posibilitó que este tipo de abordaje incite a la ciudadanía en una constante interacción, debido a los acontecimientos sociales que resultan cercano a las personas y perciben una afectación directa o indirecta que incentiva a la sociedad a expresar criterios desde un enfoque perceptivo.			
N. DE REGISTRO (en base de datos):	**N. DE CLASIFICACIÓN:**		
DIRECCIÓN URL (tesis en la web):			
ADJUNTO PDF:	**SI** X		**NO**
CONTACTO CON AUTOR/ES: Erreyes Cuenca Erika Estefanía Gualli Guamán Jessica Elizabeth	**Teléfono:** 0968819052 0969691845	**E-mail:** eerreyesc@ulvr.edu.ec jguallig@ulvr.edu.ec	
CONTACTO EN LA INSTITUCIÓN:	Mg. Diana Almeida Aguilera, Decana **Teléfono:** 2596500 **Ext.** 250 **E-mail:** dalmeidaa@ulvr.edu.ec MsC. José Omar Villavicencio, Director **Teléfono:** 2596500 **Ext.** 250 **E-mail:** jvillavicencios@ulvr.edu.ec		

CERTIFICADO DE ANTIPLAGIO ACADÉMICO

PERIODISMO DIGITAL Y PERCEPCIÓN CIUDADANA

INFORME DE ORIGINALIDAD

8%	7%	1%	3%
INDICE DE SIMILITUD	FUENTES DE INTERNET	PUBLICACIONES	TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1	1erimpacto.com Fuente de Internet	<1%
2	dspace.utpl.edu.ec Fuente de Internet	<1%
3	Submitted to Universidad Tecnológica Indoamerica Trabajo del estudiante	<1%
4	repositorio.ucv.edu.pe Fuente de Internet	<1%
5	Submitted to Universidad Politecnica Salesiana del Ecuado Trabajo del estudiante	<1%
6	www.azprensa.com Fuente de Internet	<1%
7	Submitted to Infile Trabajo del estudiante	<1%
8	Submitted to Universidad de Málaga - Tii Trabajo del estudiante	<1%

DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS PATRIMONIALES

El(Los) estudiante(s) egresado(s) Erika Estefanía Erreyes Cuenca, Jessica Elizabeth Gualli Guamán declara (mos) bajo juramento, que la autoría del presente proyecto de investigación, Estudio de la percepción ciudadana y el manejo de la información en plataformas digitales del medio Expreso y El Telégrafo, corresponde totalmente a el(los) suscrito(s) y me (nos) responsabilizo (amos) con los criterios y opiniones científicas que en el mismo se declaran, como producto de la investigación realizada.

De la misma forma, cedo (emos) los derechos patrimoniales y de titularidad a la Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil, según lo establece la normativa vigente.

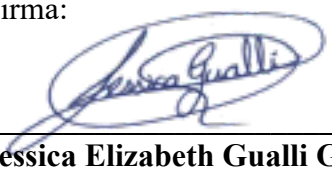
Autor(es)

Firma:

Erika Estefanía Erreyes Cuenca

C.I. 0751100504

Firma:



Jessica Elizabeth Gualli Guamán

C.I. 0958178410

CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del Proyecto de Investigación Periodismo Digital y Percepción Ciudadana, designado(a) por el Consejo Directivo de la Facultad de Facultad de Ciencias Sociales y Derecho de la Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil.

CERTIFICO:

Haber dirigido, revisado y aprobado en todas sus partes el Proyecto de Investigación titulado: Periodismo Digital y Percepción Ciudadana presentado por los estudiantes Erika Estefanía Erreyes Cuenca, Jessica Elizabeth Gualli Guamán como requisito previo, para optar al Título de Licenciados en Periodismo encontrándose apto para su sustentación.

Firma:

Msc. Julissa Karina Villanueva Barahona

C.C. 1204926016

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios, por ser el principal motor de mi vida, por darme la oportunidad de formarme profesionalmente y por su guía en cada paso de mi vida. También extiendo mi agradecimiento a mi mamá Marcia Susana Cuenca Zari, por su paciencia y comprensión constante. De una forma especial quiero agradecer a mi compañera Jessica Elizabeth Gualli Guamán y Msc. Julissa Villanueva Barahona, por su tiempo y dedicación en este proceso.

Erika Estefanía Erreyes Cuenca

AGRADECIMIENTO

En esta oportunidad estoy infinitamente agradecida con Dios por haberme permitido formarme profesionalmente y por ser mi guía en cada etapa de mi vida. También quiero agradecer el apoyo incondicional de mis padres, María Guamán Betún y Francisco Gualli Chumbi quienes estuvieron conmigo durante todo el proceso de mi educación.

De la misma forma agradezco a mi compañera de proyecto Erika Estefanía Erreyes Cuenca por su tiempo, comprensión y dedicación a este proyecto investigativo. Así mismo, darle las gracias a mi tutora de tesis Msc Julissa Villanueva Barahona, por todas sus enseñanzas, comprensión y ayuda durante todo este proceso.

Jessica Elizabeth Gualli Guamán

DEDICATORIA

Dedico esta investigación a Dios y a mis padres por su apoyo y compromiso constante durante la realización de mi carrera profesional. Gracias por estar y ser parte de este proceso que me inculcó a ser mejor cada día.

Erika Estefanía Erreyes Cuenca

DEDICATORIA

Dedico este proyecto de investigación a Dios y a mis padres por su apoyo incondicional y orientación durante todos los años de estudios. Muchas gracias por ser parte de mis procesos los cuales me han enseñado a ser mejor cada día. Sola me queda darles las gracias a todos aquellos que han formado parte de mi vida y que me han visto superarme, pues ahora son testigos de un nuevo logro personal, la obtención de mi título universitario.

Jessica Elizabeth Gualli Guamán

ÍNDICE GENERAL

PORTADA I
FICHA DE REGISTRO DE TESIS II
CERTIFICADO DE ANTIPLAGIO ACADÉMICO III
DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS PATRIMONIALES . IV
CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR V
AGRADECIMIENTO VI
DEDICATORIA VIII
DEDICATORIA IX
ÍNDICE GENERAL X
ÍNDICE DE TABLAS XII
ÍNDICE DE FIGURAS XII
ÍNDICE DE ANEXOS XII
RESUMEN XIII
ABSTRACT XIV
INTRODUCCIÓN 1
CAPÍTULO I 3
DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN 3
1.1. Tema: 3
1.2. Planteamiento del Problema 3
1.3. Formulación del Problema 4
1.4. Sistematización del Problema 4
1.5. Objetivo General 5
1.6. Objetivos Específicos 5
1.7. Justificación 5
1.8. Delimitación del Problema 6
1.9. Hipótesis o Idea a Defender 6
1.10. Línea de Investigación Institucional/Facultad. 6
CAPÍTULO II 7
2. MARCO TEÓRICO 7
2.1. Marco Teórico - Antecedentes de la Investigación 7
2.2. Conceptualización de periodismo digital 7

2.3. Inicios del Periodismo Digital 8
2.4. Características del periodismo digital..... 9
2.5. Herramientas Comunicacionales en el Periodismo Digital 10
2.6. Marco Conceptual..... 11
2.6.1. Periodista 2.0 11
2.6.2. Periodismo 3.0 11
2.6.3. Periodismo Ciudadano..... 12
2.6.4. Desinformación 13
2.6.6. Medios Impresos de Ecuador 16
2.6.7. Diario El Telégrafo 17
2.6.8. Diario Expreso 18
2.6.9. Percepción Ciudadana 19
2.6.10. Caso de estudio 19
2.6.11 Cronología de la investigación a partir de los sucesos: Informe a la Nación y ... 22
2.7. Marco Legal..... 31
CAPÍTULO III 36
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN 36
3.1. Metodología..... 36
3.2. Tipo de investigación..... 36
3.3. Enfoque..... 37
3.4. Técnica e instrumentos 37
3.4.1. Entrevista 37
3.5. Población y Muestra 38
3.6. Fichas de Observación..... 39
3.7. Conclusiones..... 63
3.8. Recomendaciones 64
3.9. Referencias Bibliográficas..... 65

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Ficha de observación de Expreso de mayo a junio 40
Tabla 2 Ficha de Observación de El Telégrafo de mayo a junio 42
Tabla 3 Ficha de observación de El Telégrafo de mayo a junio 44
Tabla 4 Ficha de observación de Expreso de mayo a junio 46
Tabla 5 Personajes consultados para las entrevistas 48
Tabla 6 Ideas principales de entrevista a Tubay 50
Tabla 7 Ideas principales de entrevista a Alvarado 56
Tabla 8 Ideas principales de entrevista a Flores 60

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Fotografía más viral en el paro nacional 2019 20
Figura 2 Discurso del presidente Guillermo Lasso en su primer informe a la nación. .. 22
Figura 3 Población y Muestra de las publicaciones en Instagram y Twitter de Expreso y El Telégrafo 38

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1 Cuestionario de Entrevista a Periodista 70
Anexo 2 Cuestionario de Entrevista a analista 70
Anexo 3 Entrevista a Johnny Alvarado 71
Anexo 4 24 de mayo del 2022 – Informe a la Nación 71
Anexo 5 24 de mayo 2022 - Expreso 72
Anexo 6 24 de mayo – interacción ciudadana, Diario Expreso 72
Anexo 7 24 de mayo 2022 – El Telégrafo 73
Anexo 8 24 de mayo – Interacción ciudadana, Diario El Telégrafo 73
Anexo 9 Twitter - junio 2022 Diario Expreso 74
Anexo 10 Entrevista al periodista Nelson Tubay Bermúdez 74
Anexo 11 Entrevista al periodista Johnny Alvarado Dominguez 75
Anexo 12 Entrevista a la periodista Diana Isabel Flores 75

RESUMEN

La comunicación se ha transformado con el pasar de los años, y con esto nuevas herramientas forman parte del periodismo en digital que permite que la información sea automatizada en los procesos de expansión y retroalimentación de los contenidos.

El objetivo de este trabajo es investigar la incidencia ciudadana ante el desarrollo periodístico que realizaron los medios Expreso y El Telégrafo, en temas de interés social (Paro Nacional-Informe a la Nación) que se dio durante el primer año de gestión de Gobierno de turno.

Para el avance de la investigación se aplicó un estudio cualitativo en el que se utilizó instrumentos como: fichas de observación, el análisis de los contenidos en las redes sociales de Instagram y Twitter de los dos medios objetos de estudio y entrevistas a periodistas especializados, el cual posibilitó que este tipo de abordaje incite a la ciudadanía en una constante interacción, debido a los acontecimientos sociales que resultan cercano a las personas y perciben una afectación directa o indirecta que incentiva a la sociedad a expresar criterios desde un enfoque perceptivo.

Palabras clave: Periodismo, periodismo digital, redes sociales, comunicación.

ABSTRACT

Communication has been transformed over the years, and with this new tools are part of digital journalism that allow information to be automated in the processes of expansion and feedback of content.

The objective of this work is to investigate the citizen incidence in the journalistic development of the media Expreso and El Telegrafo, on issues of social interest (National Strike-Report to the Nation) that took place during the first year of the current government.

For the progress of the research, a qualitative study was applied in which instruments such as: observation cards, the analysis of the contents in the social networks of Instagram and Twitter of the two media objects of study and interviews to specialized journalists were used, which made possible that this type of approach incites citizens in a constant interaction, due to the social events that are close to people and perceive a direct or indirect affectation that encourages society to express criteria from a perceptive approach.

Keywords: Journalism, digital journalism, social networks, communication.

INTRODUCCIÓN

Con el presente proyecto se busca dar a conocer y profundizar la percepción ciudadana frente al periodismo digital en base a temas periodísticos que generan impacto social, del mismo modo responder las incógnitas que surgen del cómo y por qué algunos temas de intereses sociales involucran la interacción de los usuarios a tal punto de utilizar las plataformas digitales como pieza clave en las cuales se generan diversas opiniones o controversias.

Cabe recalcar que el periodismo digital es un género relevante y libre, debido a que se puede desarrollar investigaciones personalizadas sin tener que pertenecer a un medio de comunicación. La ventaja de esta área del periodismo, es que cuentan con diversos medios de transmisión de contenidos tales como: vídeos, audio, y fotografías en tiempo real, con las cuales se crean vínculos de comunicación con la ciudadanía.

Además, la esencia del periodista digital es trabajar diariamente con la tecnología, así mismo su deber es permanecer alerta ante el surgimiento de nuevas herramientas. El objetivo de realizar periodismo digital es informar, comunicar e investigar para crear contenidos en las distintas plataformas.

Efectivamente, el periodista digital se enfrenta a nuevos retos, del cual no solo es conocer las herramientas que se muestran en la internet, sino más bien plasmar su investigación con credibilidad, de cierta forma cuidando cada detalle de su información para que no exista confusión en sus lectores. De la mano de la credibilidad está el rigor periodístico, puesto a que el profesional no está para especular o probar, sino para indagar lo que no sabe, profundizar los hechos y verificar los datos cuantas veces sean necesario, ya que esto le permitirá corroborar su investigación.

Finalmente, el periodista en la actualidad, tiene el gran reto de ser un profesional completo, no se puede ajustar a solo transcribir las noticias para ser publicadas. En tanto, el grave error del periodista digital es divulgar la información de forma urgente sin antes haber verificado las fuentes, ni contrastado la autenticidad de los datos; aquí es donde se manifiesta la importancia de realizar un constante chequeo de la capacidad de credibilidad.

El objetivo de la investigación es realizar un estudio de la percepción ciudadana y el manejo de la información en plataformas digitales del medio Expreso y El Telégrafo. Para ello la investigación está compuesta por:

En el capítulo I, de investigación se abordaron las áreas teóricas y el planteamiento del problema. De la misma forma, se expondrá que el periodismo digital ha permitido que los nuevos avances tecnológicos obtengan la información al instante que se desarrolla el hecho, de tal modo que ha permitido que se muestre los acontecimientos sociales de forma inmediata, también ofrece la oportunidad de interactuar y comunicarse con su comunidad de manera directa con el único objetivo de informar.

Este proyecto tiene como objetivo mostrar la importancia de la percepción ciudadana frente al periodismo digital, y de un correcto abordaje periodístico y contrastación de información, del mismo modo que, la opinión ciudadana es fundamental para quienes realizan el ejercicio periodístico.

En el capítulo II, expondremos el desarrollo de cada marco: Teórico, Conceptual y Legal. En la misma, se realizará un análisis a las teorías que existen dudas, además se abordará el trabajo investigativo sobre algún tema de coyuntura. En el estudio, se incluirá los antecedentes de la información que corresponde a una investigación verificada.

En efecto, el desarrollo de la investigación, incluirán los respectivos artículos constitucionales de la Ley Orgánica de Comunicación del Ecuador, que contribuirán con información necesaria para regular o contextualizar el marco normativo vigente del tema de estudio tratado.

CAPÍTULO I

DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

1.1. Tema:

Estudio de la percepción ciudadana y el manejo de la información en plataformas digitales del medio Expreso y El Telégrafo.

1.2. Planteamiento del Problema

El periodismo se ha reinventado a lo largo del tiempo, incluso se ha adaptado a los avances digitales y a las nuevas herramientas que ofrece el internet para el consumo de información. En este contexto, el periodista también ha evolucionado junto a los medios y empresas informativas que buscan un lugar en las nuevas plataformas digitales.

Es así, que la evolución del periodismo en la era digital, es fruto de las nuevas tecnologías ocurridas desde la última década. En poco tiempo ha logrado sobresalir frente a los medios tradicionales, el cual gozaba de una considerable audiencia. Pese a esto, ha logrado que estos medios creen su edición digital, sumándose facilidad y rapidez al momento de informarse. (Pérez, 2016)

A nivel mundial, el periodismo digital, ciberperiodismo o periodismo en línea, ha minado un campo prometedor, convirtiéndose así en un recurso factible para los periodistas, además que cuenta con el desarrollo de nuevas herramientas que ayudan al profesional a llevar la información con tan solo un click.

En este contexto, el doctor en comunicación, Ramón Salaverría, señala que los periodistas han empezado a escribir en Internet, pero siguen sin saber escribir para internet. Así mismo, manifiesta que <<es la especialidad del periodismo que emplea el ciberespacio para investigar, producir y, sobre todo, difundir contenidos periodísticos>> (Salavarria, Inicios del periodismo digital, 2016)

En esta misma línea, Víctor Pickard, profesor de la Universidad de Pensilvania, señala que, la evolución del periodismo digital comienza con el "'momento Indymedia' cuando muchos asumieron que la amplia participación online significaba que cualquier persona podía 'ser un medio'" (Mitchelstein & Boczkowski, 2020)Esta sensación de empoderamiento comunicacional fue de la mano de la utilización de herramientas digitales al servicio de realizar tareas periodísticas "en mucho menos tiempo con muchos menos recursos (aparte de una computadora portátil y acceso a Internet) que antes", señala Michael Schudson, profesor de la Universidad de Columbia, en Nueva York (Mitchelstein & Boczkowski, 2020)

Por otro lado, Silvio Waisbord, profesor de la Universidad George Washington, sostiene que, "la emergencia y consolidación de los medios sociales y los buscadores en Internet (básicamente Google) desplazaron a los sitios periodísticos como punto de entrada a las noticias y focos de atracción de la atención pública. Esto trajo aparejado una profunda transformación en la economía de las noticias, y la agudización de los problemas de las empresas periodísticas para ser viables solo gracias a los anuncios publicitarios (privados)" (Mitchelstein & Boczkowski, 2020)

Por ello es de gran importancia que el periodismo digital se fortalezca, mediante fuentes de información verificadas y contrastadas, dado a que en esta nueva era digital la desinformación forma controversia y confusión en la ciudadanía por la emisión de noticias falsas.

En este proyecto investigativo, analizaremos la percepción ciudadana frente al periodismo digital y como ha sido la adaptación de los periodistas a esta nueva forma de hacer periodismo.

1.3. Formulación del Problema

¿Cómo influyó el manejo del periodismo digital, de los medios impresos El Telégrafo y Expreso en la percepción ciudadana?

1.4. Sistematización del Problema

En esta etapa de la sistematización surgen las siguientes interrogantes.

a) ¿Qué importancia tiene el periodismo digital en la sociedad ecuatoriana?
b) ¿Cuáles son las herramientas comunicacionales a las cuales han recurrido los periodistas en la era digital?
c) ¿Desde el punto de vista pragmático qué características debe tener un periodista 2.0?
d) ¿De qué forma afecta la desinformación del periodismo digital en la percepción ciudadana?

1.5. Objetivo General

Analizar la influencia del manejo objetivo del periodismo digital de los medios El Telégrafo y Expreso en la percepción ciudadana.

1.6. Objetivos Específicos

- Determinar cómo el periodismo digital influye en el ejercicio profesional del periodista y la percepción ciudadana.
- Determinar los antecedentes del acontecimiento periodístico digital especializada en temas de interés social.
- Analizar cómo la red social Instagram y Twitter les ha permitido a los medios Expreso y El Telégrafo captar la incidencia ciudadana.

1.7. Justificación

Este proyecto investigativo pretende distinguir la percepción ciudadana e importancia del periodismo digital en nuestra sociedad tecnológica. Además, del abordaje periodístico en los diversos temas coyunturales, las cuales son emitidos por diversos canales de comunicación (redes sociales), en este estudio serán analizados los medios impresos El Telégrafo y Expreso, ambas con estrategias comunicacionales distintas.

Igualmente se realizará un análisis comparativo del manejo de las plataformas digitales en los acontecimientos más importantes como fue el caso del Paro Nacional y el primer Informe a la Nación, sucesos que estaban expuestos a opiniones manipuladas por diferentes medios: como páginas webs y redes sociales, que puedan afectar a la desinformación de sus lectores.

Cabe recalcar que la desinformación en las plataformas digitales puede afectar en la opinión ciudadana. Así mismo, esta problemática puede generar controversias y enfrentamientos virtuales entre los cibernautas. Por esto, es de suma importancia analizar y conocer la percepción ciudadana ante estos hechos.

1.8. Delimitación del Problema

Área: Comunicación

Campo: Periodismo

Alcance Poblacional: Guayaquil

Investigación: analizar medios digitales de El Telégrafo y Expreso.

Período: 2022

1.9. Hipótesis o Idea a Defender

El periodismo 3.0 ha logrado posicionarse con efectividad estableciendo conexiones y percepciones ciudadanas a través del uso de las nuevas herramientas comunicacionales.

1.10. Línea de Investigación Institucional/Facultad.

Sociedad civil, derechos humanos y gestión de comunicación/ Gestión de la comunicación, nuevas tecnologías y análisis del discurso.

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1. Marco Teórico - Antecedentes de la Investigación

En el presente desarrollo del proyecto de investigación se utilizará como referencias de búsqueda: repositorios de tesis y proyectos, páginas webs, medios de comunicación y artículos científicos que aborden la temática planteada. El propósito del periodismo digital, es informar, pero a su vez debe ser entretenido y creativo. En la actualidad, el periodismo digital o ciberperiodismo es el resultado de la convergencia de diversos medios de comunicación (radio, prensa y televisión) los cuales se puede encontrar en un solo lugar, la web. Esta nueva forma de comunicar se da gracias a los diversos recursos tecnológicos que emplean los medios de comunicación desde la aparición del internet, los cuales han facilitado la labor de comunicar.

Según Ramón Salaverría, Catedrático de Periodismo de la Universidad de Navarra España, define al periodismo digital como "la especialidad del periodismo que emplea el ciberespacio para investigar, producir y, sobre todo, difundir contenidos periodísticos". (Salavarria R. , 2001). En efecto, el periodista gracias a las nuevas tecnologías magnifica su rol en comunicar dado a que la web tiene un alcance mundial y la información que el profesional de la comunicación emita estará al alcance de quienes posean smartphones, computadoras o redes sociales.

Por su parte, el comunicador social (Sánchez, 2007) en su ensayo denominado, Una nueva etapa del periodismo moderno, recalca que: el periodismo digital es una nueva forma de ejercer la comunicación. Del mismo modo, advierte que la teoría periodística, conlleva el retorno al inicio del periodismo, puesto a que narra la obligación del periodista que es investigar, escribir de forma clara y contextualizada, con el fin de presentar fuentes que corroboren la credibilidad de su trabajo periodístico.

2.2. Conceptualización de periodismo digital

En un constante desarrollo tecnológico, el periodismo digital, aprovecha las múltiples herramientas que ofrece el internet, impulsando el avance persistente de información que la audiencia puede recibir de forma rápida, en cualquier momento y

lugar, sobre cualquier hecho noticioso o de interés público. Este género periodístico, otorga ventajas a la hora de informar, debido a la inmediatez en la transmisión de datos y contenido a través de imágenes, videos, o enlaces.

Según, (Gil, 1999), periodista español y consultor en el curso de posgrado de Periodismo Digital en la universidad de Oberta de Catalunya, en un documento denominado Diseñando al periodista digital, recalca que el concepto sobre "periodista" viene discutiéndose desde hace décadas y que la definición de periodismo no solo afecta a periodistas digitales, sino a la profesión entera. Del mismo modo, afirma que el verdadero periodismo digital rompe con la comunicación lineal y unidireccional, es decir que el profesional es más que trasladar contenidos de un periódico escrito a la red, pues involucra la variedad de posibilidades para presentar la información, para contextualizarla y complementarla.

2.3. Inicios del Periodismo Digital

El inicio del periodismo digital se remonta en la década de 1990, cuando el internet hizo su entrada al mundo, y con ello al mundo periodístico. El primer diario estadounidense que trasladó su información de forma digital a través de la red American Online, fue The Chicago Tribune (Uriarte, 2020).

Consiguiente e esto, aparecieron en línea versiones como: Mercury Center, The Chicago Tribune, The Atlanta Journal and Constitution, The New York Times, entre otros. Mientras que, en 1994, el diario británico Daily Telegrath de gran Bretaña, sacó su versión online. (Jorge, 2016)

Según el trabajo investigativo de (León & Rivera, 2018) menciona que a mediados de los 90, en América del Sur, los diarios argentinos como la Voz del Interior, también entraban en el ciberespacio.

Así también, en Ecuador, el periodismo digital nace en 1995, a través del medio Diario Hoy, mediante boletines informativos. De tal modo que, los periodistas ecuatorianos han tenido que acoplarse a las nuevas formas de comunicación en canales digitales. A pesar de que tienen que lidiar con la desinformación que se viraliza en redes sociales. (Fienco, 2013)

En las versiones digitales se visualizaba la información que se registraba de forma impresa. Al inicio de la aparición del periodismo digital, los medios no encontraban la forma de potencializar la información en las plataformas que ofrecía el internet, debido a que este nuevo género periodístico tiene sus características propias. (Falla, 2009)

De manera progresiva otras empresas apostaron por el mundo virtual y debido al optimismo que incorporaron en las plataformas digitales, estas fueron evolucionando, y se sumaron las herramientas interactivas como el correo electrónico y otros servicios que complementaron a la información, de esta manera se creó la información en línea. (Alvídrez, 2016)

El internet es un metamedio que junta el audio, texto e imágenes. Además, tiene la inmediatez de la radio, la profundidad del contenido de los periódicos y el impacto de la imagen televisiva. (López, 2013)

Según Criss Anderson, profesor de la Universidad de Leeds, manifiesta que, la era de las plataformas va desde el 2010 hasta el 2016, también recalca que, "es la época en que nos dimos cuenta de que el problema no era que los periodistas tenían demasiados competidores, sino que solo tenían uno: Facebook. El problema no era la libertad, sino el monopolio". (Mitchelstein & Boczkowski, 2020)

2.4. Características del periodismo digital

Según los términos fijados por (Salverría & Pélissier, 2009), las características particulares del periodismo digital, están fundamentadas en los principios del internet, tales como: la hipertextualidad, multimedialidad y la interactividad.

- Hipertextualidad: permite el uso de las multiplataformas e hipervínculos que enlaza el contenido con información y productos digitales. Además, ofrece acceder a la información de manera multidireccional y no lineal.
- Multimedialidad: en esta característica, el medio integra en una misma plataforma los formatos: imágenes, texto, vídeos, audios, animaciones, infografías, etc. Esta particularidad enriquece la manera de informar y construir

el mensaje con la combinación de formatos que aportan a la interactividad y experiencia de navegación.

- Interactividad: esta se presenta como una capacidad que tiene el usuario para interactuar con la información que le presenta el medio, los autores y el texto, permitiendo una forma de comunicarse directamente.

2.5. Herramientas Comunicacionales en el Periodismo Digital

En el periodismo digital, las herramientas comunicacionales se han convertido en el mayor aliado debido a que, facilitan la comunicación e interacción, estas herramientas te permiten desarrollar el intercambio de la información y la retroalimentación. Además de seguir conectados entre sí, nos ayuda a compartir experiencias con diferentes usuarios desde cualquier lugar y en cualquier momento, a una larga o corta distancia.

Según el sitio web denominado Herramientas de la comunicación (Pinto, 2019) puntualiza que estas herramientas tienen un papel fundamental que resalta por completo la perspectiva de la enseñanza, y que el objetivo es un nuevo paradigma de aprendizaje. De tal forma que, utilizan las tecnologías de la comunicación que permiten el incremento del diálogo, la interacción, discusión y debate. Así mismo, en su investigación, detalla dos tipos de herramientas comunicacionales: asincrónica y sincrónica; en la primera, hace énfasis del diseño desarrollado para la comunicación no real tales como: foros, correos electrónicos, navegadores y la World Wide Web, mientras que, el segundo tipo de herramienta, está para la comunicación existente, como: chats y videoconferencias.

Por otro lado, la investigación de grado, desarrollada por (Muñoz, 2020) cuyo tema es: Periodismo Digital e identidad institucional; indica que esta investigación se centra en el desarrollo de la comunicación y el surgimiento de nuevas tecnologías como es el caso de las redes sociales. Además, resalta las nuevas formas de comunicación y el avance tecnológico en telecomunicaciones, permitiendo así una infinidad de herramientas y aplicaciones que consienten una comunicación con mayor rapidez.

2.6. Marco Conceptual

2.6.1. Periodista 2.0

Así como el periodismo ha evolucionado en la era digital, el periodista también. De la mano de la tecnología, el comunicador ha desarrollado la habilidad en el uso de nuevas estrategias como profesionales. En la actualidad el rol del periodista 2.0 no solo es informar, sino más bien, ser capaz de manejar las herramientas actualizadas que nos pueda facilitar la información que queramos. Esta evolución del periodista, ha permitido que el profesional no se conforme con solo saber redactar, sino que debe estar apto en otros campos como: redes sociales, edición de video o audio, blogs, diseños de imágenes.

Por su parte (Flores, 2017) en su estudio titulado como: La formación del periodista 2.0 en las universidades venezolanas, está basado en el análisis del aprendizaje del periodista 2.0, para el cual empleó una investigación cualitativa, en el cual tomaron a 14 universidades públicas y privadas, para realizarlo. Los resultados arrojaron datos insatisfactorios puesto a que, solo una institución de educación superior no posee materias asociadas al estudio de nuevas tecnologías. El interés por la formación del periodista digital o periodismo 2.0 es baja, debido a que el profesional no tiene probabilidades de fortalecer su conocimiento en la plataforma 2.0, es por esto que al terminar sus estudios debe buscar especializarse o realizar el autoaprendizaje en su medio laboral. Mientras que, en las universidades privadas tienen una alta formación en el aprendizaje de las plataformas virtuales.

Consiguiente, esta investigación concluye que, con las nuevas plataformas digitales, el profesional permite desarrollar su formación con los instrumentos tecnológicos, de tal forma que ayude a adaptarse a los conocimientos básicos de las nuevas tecnologías para desenvolverse en los entornos virtuales.

2.6.2. Periodismo 3.0

Este nuevo término denominado periodismo 3.0 o periodismo ciudadano hace referencia a los nuevos formatos digitales que utiliza el periodista para informar. Sin embargo, hay que tener en cuenta cuál fue su origen y de qué forma influye en nuestra sociedad.

Para llegar a este punto, el periodismo tuvo que pasar por diversos cambios y uno de ellos fue su adaptación a la era digital. Es decir, el periodismo tradicional tuvo que migrar a la web, esta etapa fue denominada como periodismo 1.0 dado a que este consistía en traspasar los contenidos de los medios tradicionales (televisión, radio, prensa escrita) a la página web. Mientras que, en el siglo XXI con el avance de la tecnología surge el periodismo 2.0 el cual se enfoca en la creación de contenidos por y para la web, las características que fueron incluidas: la hipertextualidad, interactividad, videos y animaciones multimedia. En cambio, el periodismo 3.0 es considerado "la socialización de la información" así lo expresa Daniela García en su trabajo bajo el nombre: La repercusión del periodismo 3.0: los medios sociales, el periodismo ciudadano y el intrusismo laboral, pues destaca que en esta etapa se hace referencia a la participación virtual que existe entre el ciudadano y el periodista. (García Hernández, 2017)

Durante esta etapa, el periodista y la ciudadanía mantienen una cercanía gracias a la brecha comunicacional que existe por medio de las redes sociales, pues estos medios se han convertido en una herramienta comunicacional de primera mano, pues además de informar también se puede interactuar con los internautas. En la actualidad, los gigantes de la comunicación (medios tradicionales) cuentan con: Facebook, Twitter, Instagram espacios que son manejados por los periodistas, pues además de su rol de informar estos también se encarga de manejar el contenido de estos sitios, a su vez que se favorece el intercambio de datos, fotografías y opiniones. (Olea, 2020)

2.6.3. Periodismo Ciudadano

El avance de la tecnología ha permitido que el periodismo desarrolle las herramientas que ofrecen facilidad de diferentes contenidos. Sin embargo, el trabajo del profesional ha sido constantemente amenazada en su credibilidad, puesto a que, en la actualidad el ciudadano común, desde su dispositivo móvil puede producir información plasmada en: videos, imágenes, audio o texto; no obstante, esta información no ha sido contrastada, ni verificada, es por esto que, este nuevo género de comunicación se ha denominado como periodismo ciudadano. La participación del ciudadano sin haber estudiado periodismo, puede ser espectador de un hecho noticioso, así mismo se beneficia de la facilidad que ofrece la tecnología y utiliza los recursos que están a su

alcance e inicia con la creación de contenido informativo para ser difundido en distintas plataformas digitales, tales como las redes sociales y blogs.

Según el periodista español Meso, en el artículo titulado Periodismo ciudadano, una nueva alternativa de la profesión periodística, expresa que las herramientas del periodismo han evolucionado, así mismo la población no se limita en ser un consumidor de los medios, sino más bien juegan un papel importante del cual es participar, generar y transmitir información. En efecto, recalca que el objetivo del periodismo ciudadano es incitar cambios, uno de ellos es formar opinión pública mediante la creación de debates y promover la participación ciudadana. (Meso, 2005)

A nivel mundial el diario digital, OhMyNews de Corea del Sur es el pionero del periodismo ciudadano, este medio ha permitido a miles de ciudadanos convertirse en reporteros, cediendo el lugar al cambio político y transformando la perspectiva del país. El fundador de este medio, Oh Yeon-ho recibió aproximadamente a dos millones de personas diariamente en el cual los usuarios además de escoger noticias para leer, también tienen la oportunidad de escribirlas. Para Yeon-ho el principal objetivo es decirle adiós al periodismo del siglo XX, puesto a que el público solo consumía los medios tradicionales, mientras que, este espacio concede la oportunidad de convertirse en un reportero. (Meso, 2005)

2.6.4. Desinformación

En una sociedad en la que predomina la tecnología se ha vuelto frecuente escuchar acerca de la desinformación, noticias falsas o fake news (por su significado en inglés), sin embargo, hay que tener en cuenta que este término ha existido a lo largo de la historia, lo que ocurre en la actualidad es que escuchar dicho vocablo se ha vuelto habitual en nuestra sociedad.

Así lo confirma (Burgueño, 2020) en su reciente publicación: Las fake news, una compañía peligrosa a lo largo de la historia, en aquella investigación relata los acontecimientos más importantes de la historia de la humanidad cuyos sucesos fueron provocados por las fake news. Adicional, menciona que las noticias falsas y bulos-desinformación que son disfrazadas como noticias auténticas- se han convertido en

punto clave de artimañas que sirven para infiltrar dudas y falsedades cuyo objetivo es generar especulaciones en la opinión pública.

Por su parte, (Wendling, 2018)en su artículo publicado por la cadena BBC: La (casi) completa historia de las fake news, señala que dicho término pasó de ser un fenómeno de redes sociales a un cliché periodístico y un insulto político, esto haciendo referencia a los sucesos que ocurrieron durante las elecciones presidenciales de EE. UU en 2016, pues aquel momento democrático de una nación fue el escenario perfecto para la repercusión de noticias falsas. Además, concuerda con el periodista José Manuel Burgueño con respecto a la existencia de las denominadas noticias falsas, pues menciona que la desinformación, mentiras, engaños han existido desde siempre, la única diferencia es que en la actualidad a través de las redes sociales la masificación de información falsa es abismal.

En cambio (Magallón Rosa, 2019) en su libro: Unfaking news cómo combatir la desinformación, toma como referencia el artículo del periodista Mike Wendling con el fin de explicar y contextualizar el nuevo fenómeno de las denominadas noticias falsas, las cuales cada vez tienen repercusión en la opinión ciudadana.

Por otra parte, (Alonso, 2019) en su artículo científico: Fake News: desinformación en la era de la sociedad de la información señala que las noticias falsas se han vuelto constante en el periodismo, incluso menciona que el internet y las redes sociales se han convertido en la puerta dimensional de las nuevas tecnologías, pues a través de ella se potencia la distribución de noticias falsas cuyos factores asociados como: la velocidad, amplitud y universalidad, hace que las fake news tenga un alcance masivo.

2.6.5. Medios Impresos

Los medios impresos son considerados medios masivos debido al alcance que este pueda llegar a tener, pero también es considerado como una forma de incentivar la lectura a través de diversos contenidos que estos medios escritos realizan. En el proyecto de grado (Morales, 2017) denominado: Medios impresos y su afluencia en el hábito de lectura señala que estos medios son idóneos para la transmisión de

información dado a que incitan a la reflexión y su perdurabilidad, es decir, la vigencia de la noticia se mantiene de una o dos semanas después de su publicación.

El contenido que publica la prensa escrita ya sea en diarios, revistas semanales o periódicos son en base a intereses o sucesos que ocurre en una población, cuyo resultado final se muestra en el formato físico papel. Los temas que son publicados por este tipo de medio de comunicación se basan en una previa investigación, la cual cuenta con cifras, estadísticas, entrevistas y testimonios, elementos que comprueban que la información ha sido verificada y contrastada, con el fin de evitar la desinformación y del mismo modo mantener a flote la credibilidad del medio.

Según el proyecto de investigación: medios impresos y campaña electoral de (Carrasco, 2018), señala que, la subsistencia financiera de estos medios se da mediante la publicidad, además se refiere a la prensa escrita como el pilar fundamental en donde los artículos, opiniones, información y entretenimiento tienen como aspecto fundamental informar.

Con el avance de la tecnología, los medios tradicionales han tenido que adaptarse a la era tecnológica, en el caso de los medios impresos estos tuvieron que acoplarse a la web. En la actualidad gran parte de los medios de comunicación escrito cuentan con la versión digital, la versión física de papel, poseen redes sociales, con las cuales el medio puede realizar el respectivo seguimiento de las noticias que son publicadas, además de seguir de cerca la interacción de sus internautas.

Un claro ejemplo de la adaptación de un medio impreso al formato digital es el diario estadounidense The New York Times, considerado como referencia a nivel global por ejercer un modelo de negocio, el cual es basado en la suscripción a la versión digital. En la investigación de (Nafría, 2017) denominada: La reinvención del New York Times relata de forma paulatina que el estudio está dividido en 4 partes.

En la primera parte de esta investigación el autor realiza un análisis acerca del NYT como fuente de inspiración para otras empresas mediáticas que buscan un modelo de negocio sostenible, para la segunda etapa, se detalla el recorrido histórico de los de las actividades del diario, es decir, se analiza cuáles fueron las innovaciones que hizo el

medio en cada año. En el tercero, Nafía estudia los aspectos relacionados con los productos que ofrece el diario tales como: las narraciones audiovisuales Snow Fall, la realidad virtual de NYT TV, y análisis del proyecto Upshot. Y como último capítulo, en la investigación se relata algunas vías de ingresos alternativas por el medio, como los viajes guiados Times Journeys, las incursiones del diario en el ámbito educativo y los ciclos de conferencia NYTLive.

Cabe destacar que, a pesar de la evolución del medio en la era digital, este aún conserva el slogan periodístico más famoso del mundo, pues aquello se ha convertido en un lema característico del New York Times: "All the news that's fit to print", en español como: Todas las noticias que se pueden imprimir. Aquella frase fue plasmada por primera vez el 18 de agosto de 1896, mediante un letrero luminoso en un promocional del Madison Square.

Mientras que para 1987, en su formato físico el slogan aparece en la parte superior izquierda de la portada The New York Times en su formato físico. En 1996 con el auge de la tecnología y el lanzamiento del sitio web del medio lanzo un concurso para sus lectores con el fin de encontrar un nuevo slogan para la web del Times, sin embargo, el diario optó por conservar su slogan característico, el cual en la actualidad llevaba más de cien años. (Nafría, 2017)

2.6.6. Medios Impresos de Ecuador

La historia de los medios impresos en Ecuador nace el 5 de enero de 1792, en la ciudad de Quito, con el periódico llamado "Primicias de la Cultura de Quito" cuya fecha de publicación era quincenal, ya que no tuvo la aceptación por parte de los quiteños. en sus páginas se plasmaron temas como: reflexiones morales, investigaciones filosóficas, recomendaciones en temas de salud, consejos de higiene, buenas costumbres, entre otros temas que eran tratados en esa época. Además, su circulación fue momentánea debido a que, solo contó con 7 ejemplares, pues en aquella época este diario fue denominado como revolucionario y anárquico, lo que conlleva el acoso hacia el diario y a su redactor y director, el doctor Eugenio Espejo.

Consecuente a esto, para 1982 en Ecuador aparece el primer periódico, cuyas publicaciones se realizaron de forma diaria a través del "Diario Hoy". Así mismo, para

1994 este diario se convierte en el primer periódico digital de Ecuador y América del Sur. Mientras que, en Guayaquil, el 21 de mayo de 1821 apareció el primer periódico porteño denominado "El Patriota de Guayaquil" cuyo ejemplar estaba titulado como "El Prospecto", su primera edición circuló 5 días después, para 1826 su circulación fue interrumpida, y en 1829 este desaparece. (Holguín & Ordeñana, 2016-2017)

En la investigación realizada por José Rivera Costales, asesor de estrategias de comunicación digital para medios señala que, en el Ecuador existen al menos 57 medios impresos: matriciales y tradicionales. De los cuales destacan: El Comercio, El Telégrafo, Expreso, Diario Extra, El Universo, Diario de Riobamba, La Hora, entre otros periódicos, los cuales se encuentran distribuidos en diferentes localidades del país. (Rivera, 2013)

2.6.7. Diario El Telégrafo

Este diario fue fundado el 16 de febrero de 1884 en Guayaquil, por Juan Murillo Miró. El nombre de "El Telégrafo" nace como tributo al servicio telegráfico, el cual se empezaba a promover en el país. Su historia está enlazada al desarrollo del periodismo moderno. El objetivo del fundador de este diario, fue convertirlo en un periódico independiente, el cual hizo que se convirtiera en el favorito de la ciudadanía en ese entonces (Telégrafo, 2019).

En 1885, diario El Telégrafo dedica varias ediciones, en base al fusilamiento del coronel Nicolás Infante, uno de los jefes revolucionarios alfaristas, tras este hecho el gobierno de Plácido Caamaño, ordenó la detención del fundador del diario Juan Murillo Miró, quien fue exiliado en Chile, debido a la persecución el diario dejó de circular el 6 de julio de 1886, tras imprimir su edición número 607 (ATDL, 2021).

Para 1898, las acciones de El Telégrafo, fueron adquiridas por el ambateño José Abel Castillo y este vuelve a circular, convirtiéndose en el principal diario matutino por varias décadas. Debido a los problemas económicos que tenía el medio, en 2007 el Estado ecuatoriano asumió El Telégrafo y lo proclamó como el primer diario público, con un enfoque y concepto ciudadano (Diario El Telégrafo, 2018).

Durante el 2020, Diario El Telégrafo dejó de imprimir su formato físico debido a la emergencia sanitaria, producida por el Covid-19. Incluso, durante el gobierno del ex presidente Lenín Moreno, el medio sufrió una reestructuración, cuya acción provocó el despido de más de 500 empleados. En la actualidad este medio se desarrolla de forma digital. Está presente en las diversas plataformas digitales como: Facebook, Twitter, Instagram, y su sitio web. En la red social de Instagram cuenta con alrededor de 96 mil seguidores, mientras que en Twitter cerca de 650 mil usuarios siguen a este medio. En este medio, predomina el color blanco en sus titulares y el degradé azul.

2.6.8. Diario Expreso

Este medio impreso fue fundado el 25 de julio de 1973 como un tabloide de 44 páginas, y dos secciones. Para 1976, el diario cambia el formato estándar de la época (32 páginas) a 8 columnas. Los fundadores de este diario fueron: Galo Martínez Merchán, Errol Cartwright Betancourt, Abelardo García Arrieta, Roberto Isaías Dassum, Esther Avilés Nugué, Roberto Dunn Barreiro, José Patiño Ycaza y Gabriel Roldós Garcés, quienes fundaron la empresa Gráficos Nacionales S.A, GRANASA, que hasta en la actualidad es la editorial del rotativo (Diario Expreso, 2020).

El objetivo de este medio es realizar un periodismo crítico y analítico en base a los problemas de mayor trascendencia del país. En sus secciones se encuentran temas de: política, economía, deportes, sociedad, cultura y entretenimiento. Además, de que se encarga de informar acerca de los problemas de los barrios y parroquias de Guayaquil. En la actualidad el medio impreso Expreso, cuenta con un club de suscriptores, en el que los lectores de este diario acceden a los diversos beneficios en las distintas categorías, tales como: salud, gastronomía, hoteles, entretenimiento, vestuario, entre otros.

Cabe destacar que GRANASA, se ha convertido en líder del país, por sumar participación en el mercado de diarios, convirtiéndose en una compañía editorial con alta calidad de profesionales y tecnologías al servicio de Ecuador. (Inostroza, 2017)

A diferencia del diario El Telégrafo, este medio circula de manera impresa hasta la actualidad. Con respecto a las redes sociales que maneja este medio, su cuenta de Instagram y Twitter están verificadas, la primera red cuenta con cerca de 300 mil

seguidores. Mientras que, en Twitter alrededor de 957 mil usuarios siguen a este medio. Su línea gráfica está compuesta por el color blanco y negro en sus titulares. El logo es sencillo y llamativo, puesto a que hace referencia a su nombre (Expreso).

2.6.9. Percepción Ciudadana

El propósito de la percepción ciudadana es influir sobre las decisiones públicas de la población, para llegar a la meta es importante oficializar mecanismos y procesos mediante una normativa legal. Este término puede ser neutralizado bajo una práctica de participación ciudadana con el fin de construir consensos y priorizar desigualdades con respecto a las opiniones por parte de los ciudadanos.

A lo largo de nuestra línea de tiempo, la historia de la humanidad se ha visto afectada por hechos denigrantes y monstruosos, que han forzado a reconsiderar y reorganizar el camino de una sociedad civilizada y sistematizada, en busca del bienestar de sus individuos como seres únicos y capaces de poseer raciocinio, característica que la diferencia de los demás seres. A raíz de dichos sucesos la humanidad empezó a crear estatutos, normas y leyes para proteger la integridad y "bienestar tanto de la multitud como la del individuo, de tal forma que da paso al origen de los derechos humanos, normas que protegen y reconocen la dignidad humana de todos los seres humanos, a su vez que estos derechos rigen en torno a cómo los individuos viven en la sociedad, su relación con el Estado y las obligaciones de dicha entidad hacia ellos (Salas & Vasquez, 2022)

2.6.10. Caso de estudio

Para el estudio de esta investigación se ha seleccionado a dos medios de comunicaciones impresos: Los Diarios El Telégrafo y Expreso, con los cuales se buscará analizar la percepción ciudadana de sus usuarios a través de las redes sociales: Instagram y Twitter. El análisis se realizará en base a un tema de conmoción nacional, en este caso: El paro nacional y a su vez también se analizará el rol del Estado frente a las protestas.

En los últimos años, la capital del Ecuador, Quito, se ha convertido en el escenario de grandes protestas sociales. Los protagonistas de las masivas

movilizaciones han sido el movimiento indígena, también conocido como: Confederación de Nacionalidades Indígenas del Ecuador (Conaie) quienes desde hace 32 años han elevado sus voces con un solo objetivo, que sean escuchados. (Tapuy, 2022)

Según la historia del Ecuador, uno de los escenarios más violentos y sangrientos se dio en el 2019, bajo el mando del ex presidente de la República, Lenín Moreno. En aquel entonces, Ecuador vivió 11 días de paralizaciones, luego de que el ex presidente, mediante una cadena nacional informará sobre la liberación del precio del combustible, una de las estrategias que formaron parte de las disposiciones económicas para el beneficio del país. (USFQ, 2020)

Estas medidas fueron rechazadas por gremios y confederaciones del país, quienes desestimaron esta resolución e inmediatamente anunciaron manifestaciones. Los transportistas fueron quienes iniciaron las protestas el 3 de octubre del 2019, seguido de los trabajadores e indígenas liderados por el presidente de ese entonces de la Conaie, Jaime Vargas y Leonidas Iza, presidente del movimiento indígena y campesino de Cotopaxi. (USFQ, 2020)

Figura 1 *Fotografía más viral en el paro nacional 2019*
Fuente: Agencia Bloomberg

El origen de estas movilizaciones tenía como objetivo realizarlas de forma pacífica y organizada, sin embargo, otro fue el enfoque, puesto a que, se convirtió en uno de los acontecimientos más violentos de la historia del Ecuador. El enfrentamiento entre uniformados y civiles ocasionó grandes disturbios y muertes, además de causar daños materiales a la propiedad pública y privada.

En 2021, el presidente de la República, Guillermo Lasso y Leonidas Iza se reunieron por tres ocasiones para analizar las propuestas del movimiento indígena contra el alza del precio de los combustibles; no obstante, en todas estas reuniones no llegaron a ningún acuerdo según Iza; mientras que el mandatario mencionó que sí hubo acuerdo y que se estaban cumpliendo paulatinamente. En mayo del 2022, Iza invitó a una reunión del movimiento aborigen, a la misma hora que el jefe de Estado daba inicio a el Informe a la Nación en la Asamblea Nacional, tras cumplir un año en el sillón de Carondelet. (Periodismo, Resumen del Paro Nacional ¿Toque de queda en Quito? , 2022)

En la Casa de la Cultura Ecuatoriana frente a la presencia de varios legisladores y dirigentes indígenas, dialogaron sobre las necesidades y la falta de ayuda que tienen algunas comunidades y enfatizaron su molestia debido a que no se han cumplido las propuestas del régimen. Allí informó sobre el inicio de las movilizaciones en todo el territorio ecuatoriano las cuales iniciarían el 13 de junio, además convocó a que más organizaciones se sumen y salgan a las calles a protestar por todas las carencias que atraviesa el país.

En la actualidad, Ecuador vuelve a vivir estos acontecimientos con el actual Gobierno de Guillermo Lasso. Mientras que, Leonidas Iza, vuelve a liderar las protestas, bajo la iniciativa de que el Estado cumpla con los 10 puntos que ha expuesto la Conaie en reuniones anteriores. El movimiento indígena recalcó que las movilizaciones no cesarán sin que el jefe de Estado ejecute con lo planteado por la organización. En aquel informe se detalla uno de los puntos más importantes para la población ecuatoriana: la reducción y no más subida del precio de los combustibles, el control de precios de los productos del campo, empleo, seguridad, educación, salud, entre otros.

2.6.11 Cronología de la investigación a partir de los sucesos: Informe a la Nación y Paro Nacional.

Figura 2 *Discurso del presidente Guillermo Lasso en su primer informe a la nación.*
Fuente: Asamblea Nacional

En Ecuador, cada 24 de mayo se conmemora la Batalla de Pichincha, un hecho trascendental en la historia del Ecuador, puesto a que dicho suceso hizo que los territorios de la Real Audiencia de Quito sean libres del dominio de la corona española.

En la actualidad, en esta fecha histórica se realizan diversos homenajes en la ciudad de Quito, con el fin de conmemorar los sucesos que ocurrieron en el siglo XVIII. Uno de los eventos que se realiza tiene lugar en la Asamblea Nacional, en ella el gobierno de turno se presenta ante el pueblo y los legisladores en el Palacio Legislativo en el cual da a conocer los resultados de su primer periodo de gestión.

Tras dos intentos de llegar a la presidencia, Guillermo Lasso en su tercera postulación toma posesión de la silla presidencial en Carondelet el 24 de mayo del 2021, lo que nos lleva a su primer año de mandato y a su vez a su primer Informe a la Nación.

Las propuestas con las cuales el mandatario busco la presidencia se basan en tres aspectos principales:

- Establecer una plena democracia.
- Promover una economía de ciudadanos libres y prósperos.
- Empoderar a los ciudadanos para que elijan con libertad los medios para alcanzar su realización personal.

El denominado plan de trabajo 2021 – 2025 contiene 87 páginas en los cuales se detalla los ejes en torno al ámbito: social, económico e institucional.

- **Plan masivo de vacunación:** Mediante esta propuesta el Gobierno Nacional buscó inocular a la población ecuatoriana frente a la propagación del virus Covid-19, el cual se llevó a cabo en los primeros 100 días del denominado "El Gobierno del Encuentro".
- **Salud:** Modernizar el Sistema de Salud Nacional mediante la implementación de las herramientas tecnológicas, con el fin de fomentar inversiones en el sector de salud asegurando su gratuidad en todos los sistemas de salud del país.
- **Empleo:** En el plan de trabajo se detalla que se generará al menos un millón de empleos productivos, así mismo, se menciona el aumento del salario básico a $500 durante los 4 años de gobierno.
- **Reforma laboral:** Este eje se basa en la creación de una nueva Ley de Oportunidades, con el cual se pretende crear mecanismo de contratación que fomente un cambio en el aspecto académico y el mercado laboral de los jóvenes.
- **Reducción de tasas de interés y eliminación de impuestos:** Para la reducción de las tasas se pretende realizarlo por medio del ingreso de la banca internacional del Ecuador, por lo que se crearía condiciones para acceder a ello. Con respecto a la eliminación del impuesto se pretende eliminar del 2% del impuesto de la salida de divisas y la venta de los pequeños negocios.
- **Emprendimiento:** Se basa en la aprobación de la Ley del Primer Emprendimiento, el cual se enfoca en las micro, pequeña o medianas empresas. En este eje, se detalla que se busca incluir la doble deducción del impuesto a la renta por la contratación de beneficiarios del Bono de

Desarrollo Humano, además de la deducción del doble impuesto a la renta por la creación de al menos diez empleos por cada emprendimiento.

- **Crédito Dirigido:** El cual está dirigido para las microempresarias y artesanas, cuyos créditos tendrían un interés anual del 5%.
- **Seguridad Social:** Implementar una reforma normativa que permita la cobertura de la seguridad social de los ecuatorianos con el fin de que gocen de una jubilación justa.
- **Educación:** Reapertura de al menos 900 escuelas de las zonas rurales, además de poner en marcha metodologías educativas innovadoras, las cuales estén al mismo nivel del área urbana.
- **Educación Superior:** Se propuso eliminar el examen para el acceso de la Educación Superior, con el fin de que el ingreso a las universidades sea libre.

En los últimos años Ecuador ha estado sumergido en una crisis política, social y económica. La pandemia por el Covid-19, el narcotráfico, la lucha contras las bandas criminales, las masacres carcelarias, y el desempleo son algunos escenarios a los que Guillermo Lasso y su gabinete legislativo se han tenido que enfrentar.

El denominado Gobierno del Encuentro bajo el mando de Lasso durante su primer mandato fue criticado por autoridades de otras funciones legislativas como: la Asamblea Nacional y la Corte Nacional de Justicia, debido a la poca visibilidad en los avances de sus obligaciones, e incluso en su momento se planteó la muerte cruzada.

Durante la intervención, Guillermo Lasso dio a conocer los avances de su gestión, incluso señaló que existe incertidumbre en los ecuatorianos dado a que no se ha informado a la ciudadanía sobre las decisiones que se han tomado en los últimos 12 meses, en el que ha estado al mando del Ecuador.

Vacunación

Una de sus propuestas de campañas era un plan de vacunación para contrarrestar el Covid-19, el cual buscaba inocular a 9 millones de personas en los primeros 100 días de gobierno. En el discurso, Lasso habla acerca del proceso de vacunación:

La historia registrará el trabajo de más de 80 000 profesionales de la salud pública, miles de uniformados de las Fuerzas Armadas, Policía Nacional, equipos de socorro, que recorrieron el país alcanzando un récord de hasta 420 mil dosis de vacunas aplicadas en un día, ubicándonos en julio de 2021 como el primer país a nivel mundial, proporcionalmente a nuestra población" (Lasso, 2022)

Además, señaló que hasta mayo del 2021 alrededor del 5% de la población ya había recibido una dosis de la vacuna: "Hoy el 83% de ecuatorianos mayores de **tres años** está vacunado con dos dosis; el 36% ya recibió la de refuerzo, y hace meses empezamos a colocar la cuarta".

Reparación de Cuentas Fiscales

Como segundo punto se aborda el tema del saneamiento de las cuentas fiscales, pues señala que mientras se resolvía la crisis sanitaria, también se buscaba salvar del inminente colapso económico que había heredado el país en regímenes anteriores. Además, menciona que la economía ecuatoriana ante el mundo inspira confianza, incluso considerado un generador de inversión y empleo.

"Quienes duden de esto sólo tienen que revisar los USD 5 000 millones en inversiones comprometidas durante este primer año de Gobierno".

Con respecto a las finanzas públicas recalca una reducción en el déficit del gobierno central con USD 5,000 millones de dólares entre el 2020-2022.

Empleo

Otras de las propuestas de campaña era el aumento del salario básico unificado a USD 500 dólares durante sus cuatro años de gobierno, el incremento del sueldo fue de USD 25 dólares, que para Lasso “es el alza más importante en muchos años”. Asimismo, el jefe de Estado hace referencia a las cifras de desempleo juvenil, pues señala que esta se ha reducido del 13% al 8.8% durante el primer trimestre del 2022, por lo que al menos 110 mil jóvenes en la actualidad cuentan con empleo.

Educación

En base a la inversión en la educación el gobierno dio a conocer que se ha invertido USD 200 millones de dólares en las infraestructuras educativas, lo que equivale al 42% de todas las escuelas y colegios fiscales del país. Además, señaló que la inversión no solo ha sido en infraestructura, sino también en docentes de los cuales se

destinó USD 2100 millones de remuneraciones "Pagamos los 200 dólares que estaban pendientes como bono de pandemia para alrededor de 10 000 profesores". Dijo Lasso.

Desnutrición Infantil

Con respecto a este punto el mandatario señala que su gobierno es el primero en la historia que se preocupa por la desnutrición infantil, pues basándose en datos mencionó que esta índole afecta a 3 de cada 10 niños menores de dos años y que en su mando pretende reducir esta problemática. Además, señala que la secretaria bajo el nombre "Ecuador Crece sin Desnutrición Infantil" en conjunto con los servicios del Ministerio de Salud vigilara de cerca el crecimiento de los menores de edad.

> "Más de 200 mil madres ecuatorianas están mejorando gratuitamente la calidad de vida de más de 300 mil niños con atención médica, vacunas, y las vitaminas que necesitan para prevenir la desnutrición".

Asimismo, menciona que alrededor de 25 mil mujeres en estado de gestación serán beneficiarias del bono los mil primeros días, con el cual se pretende cubrir la vida del niño desde el embarazo hasta los dos años.

Sector social

Busca expandir la entrega del Bono de Desarrollo Humano, en su intervención dijo "Hoy tenemos 78 mil nuevos beneficiarios del bono de desarrollo humano. En total, casi un millón y medio de núcleos familiares en el Ecuador reciben su bono a través de un sistema de pago seguro" 10,5%. Con respecto, a la pobreza extrema señaló que esta se redujo de 15.4% a 10,5% según datos de diciembre de 2021.

Desastres naturales y vivienda

En este ámbito el mandatario señala algunos desastres naturales ocurridos en el país como: el aluvión en La Gazca, el sismo en Esmeralda y las inundaciones que ocurrieron en algunas partes del Ecuador, con respecto a este punto el gobierno anunció que se prevé la construcción o el mejoramiento de al menos 450.000 viviendas. Asimismo, señala que alrededor de 7000 familias recibieron créditos del BIESS, incluso menciona que 3 mil familias han sido beneficiadas en la tasa hipotecaria fija de 4,99% cuya inversión pública de USD 70 millones hace posible la compra de viviendas.

Impulso del turismo y cuidado del ambiente

Durante su discurso Lasso destaca la creación de la nueva reserva marina Hermandad en Galápagos, además de explicar que el Ministerio de Ambiente ha logrado USD 190 millones en cooperación internacional para programas de preservación de biodiversidad, protección del agua entre otras, con el fin de mejorar la calidad de vida. Con respecto a los planes para el futuro, menciona que se prevé que para el 2025, el 22% el territorio ecuatoriano cuente con áreas de conservación.

Violencia de género

Lasso menciona que, hasta culminar su periodo de mandato se destinaran USD 24 millones en recursos para implementar una política pública, cuyo primer paso es la creación de los Centros Violetas. “En el 2022 contaremos con 6 de estos espacios que ofrecen atención integral en los ámbitos jurídico, de defensa, de salud y sicológico. Y al finalizar nuestra gestión serán 24. Uno para cada provincia del país”.
Con respecto a la tasa de femicidio, el jefe de estado señala que en su primer año de gobierno se ha disminuido de 0,87% a 0,75 por cada 100 mil mujeres.

Inversión en Salud

En esta área destacó la entrega de nombramientos a más de 15.000 profesionales de la salud. Además, anunció que en el 2022 se pagará mil becas de especialización entre médicos, personal de enfermería y técnicos. En cuanto al abastecimiento de medicamentos menciona que la entrega de las medicinas se realizará a través de las farmacias privadas.

Cabe destacar que el presupuesto para esta área en el 2022 cuenta con 3.200 millones, es decir, 400 millones más de lo que se ha destinado en el periodo 2017 – 2020. Además, menciona que la inversión en infraestructura será de 113 millones de dólares, en las que se inaugurará 4 hospitales, se repotenciar o se mejorará más de 37 hospitales y 23 centros de salud.

Carreteras

Durante su primer periodo la inversión a este sector fue de USD 5 mil millones en contratos de inversión privada, y el portafolio de la misma se amplió hasta USD 39

mil millones “lo cual no hace más que reafirmar que el Ecuador es un país de Oportunidades” dice Lasso.

Seguridad

Antes de finalizar su discurso, Guillermo Lasso destaca que en 2021 se desarticularon alrededor de 1350 bandas, se incautaron 7500 armas y decomisaron 231 toneladas de droga. Con respecto a la inversión que se realizará a este sector señala que se invertirán USD 1200 millones hasta el 2025 con el cual se busca fortalecer a la Policía Nacional y reclutar a 30 mil nuevos policías (Lasso, 2022).

Mientras que, en la Asamblea Nacional se llevaba a cabo el Informe a la Nación por parte del gobierno, en otro punto de la ciudad de Quito la Confederación de Nacionalidades Indígenas del Ecuador, dirigido por Leonidas Iza realizó un Informe a la Nación desde la” Realidad de los Pueblos y Organizaciones”, el cual se desarrolló en la Casa de Cultura de Quito.

A través de este acto el presidente de Conaie anunció la fecha en la cual se llevaría a cabo las manifestaciones en contra del gobierno Guillermo Lasso, lo que nos llevaría al recuento de las paralizaciones del mes de junio.

Paro Nacional

Día 1: lunes 13: Inicio de las manifestaciones convocadas por la Conaie, el cual implicó al menos el cierre de 20 vías en 11 provincias del país.

Día 2: martes 14: Durante ese día de protesta el presidente de la Confederación de Nacionalidades Indígenas del Ecuador, Leonidas Iza, fue detenido por la policía nacional. En primera instancia Iza fue trasladado a Quito y luego a Cotopaxi, el motivo de su detención según las autoridades se lo culpaba por el delito de sabotaje.

Día 3: miércoles 15: Para ese día**,** el presidente de la Conaie fue liberado de prisión y la Jueza Paola Bedón encargada del caso le otorgo medidas sustitutivas, una de ellas consistía en que debía de presentarse de manera periódica a la Fiscalía e incluso tenía prohibida la salida del país. En cambio, en la Perla del Pacífico el Municipio de Guayaquil instaló 16 maquinarias pesadas en cinco puntos de entrada a la ciudad.

Día 4: jueves 16: Las protestas aumentaron en la Capital, pues gremios de estudiantes, docentes, profesionales de la salud, ambientalistas entre otros se sumaron a las manifestaciones convocadas por la Conaie, las cuales para aquella instancia se regían en base los diez puntos planteados por la organización hacia el gobierno. Para aquel día, Leonidas Iza anunció que buscaba llegar a Quito con el fin de liderar la protesta. Así mismo, en las provincias de Tungurahua y Chimborazo se mantuvieron las protestas. Con respecto a la economía, las ventas por el día del padre se vieron afectadas por el paro.

Día 5: viernes 17: El pleno legislativo desecha ser mediador entre el Gobierno y los indígenas. En tanto, el presidente de la Asamblea señala que Lasso debe de culminar su mandato, que por lo tanto la muerte cruzada no se discute, incluso otras bancadas coinciden con aquella postura.

Día 6: sábado 18: Se decreta estado de excepción en Pichincha, Imbabura y Cotopaxi debido a la grave conmoción interna. Por otro lado, Leonidas Iza reiteró que las movilizaciones se mantienen y se trasladan a Quito. Asimismo, Lasso firma el decreto 455 el cual optimiza el gasto público.

Día 7: domingo 19: Las movilizaciones convocadas por la Conaie fue concurrida por mujeres, trabajadores, jóvenes, y adultos mayores. Para ese mismo día la Casa de la Cultura Ecuatoriana fue allanada por la Policía Nacional, luego de que se denunciará que en aquel lugar existiría material bélico.

Día 8: lunes 20: Para este día la Asamblea Nacional empezaba un debate sobre si se ponía en marcha revocar o no el estado de excepción, en tanto que el ejecutivo emitía un nuevo decreto el 457. Así mismo, el estado de excepción se extendió a las provincias de Chimborazo, Tungurahua y Pastaza.

Día 9: martes 21: Quito amanece con las vías bloqueadas y sin transporte convencional y municipal. Los indígenas que iban llegando a la capital fueron acogidos por la Universidad Central y Salesiana.

Día 10: miércoles 22: Los manifestantes ingresaron atacar al edificio de la Fiscalía General del Estado. En tanto que, la Conaie expuso un documento en el que detalla cuatro pedidos para aceptar el diálogo: eliminar el estado de excepción, desmilitarizar El Arbolito y la Casa de la Cultura.

Día 11: jueves 23: La Conaie ocupa la Casa de la Cultura después de que el Gobierno decidiera retirar a la Policía y Fuerzas Armadas. Además de que, el presidente de la Fenocin, Gary Espinoza solicité a la Asamblea activar la muerte cruzada. En tanto a que, los enfrentamientos se agudizan en el parque El Arbolito en el cual hubo un fallecido.

Día 12: viernes 24: En la Asamblea, el correísmo logra conseguir las firmas para iniciar el proceso de destitución del presidente. En tanto, las protestas continúan en El Arbolito y en la Asamblea de la Conaie en el que también se habla de la muerte cruzada.

Día 13: sábado 25: Para este día el movimiento indígena realizar limpieza en los lugares que fueron acogidos, incluso el presidente de la Conaie, Leonidas Iza permite ingresar los alimentos a Quito. Tras aquella disposición Iza acude a la Basílica del Voto Nacional a una reunión con los funcionarios del gobierno.

Día 14: domingo 26: Se anuncia la reducción de 10 centavos al precio de las gasolinas. Extra, Ecopaís y diésel. Durante ese día la dirigencia indígena mencionó que las manifestaciones se retomarían el lunes.

Día 15: lunes 27: Para este día el Gobierno, La Conaie, la Feine y la Fenocin se reunieron en la Basílica en presencia de otras autoridades, en dicha reunión no estuvo presente el presidente Lasso. Con respecto, a la rebaja del precio de la gasolina los indígenas solicitaban que la rebaja sea de 40 centavos. Sin embargo, luego del receso los representantes de gobierno no regresaron a la mesa de diálogo.

Día 16: martes 28: La muerte de un militar y varios heridos fue el resultado del enfrentamiento que se registró en horas de la madrugada. Aquel suceso provocó que el presidente Guillermo Lasso mediante una cadena nacional anunció la suspensión de las

conversaciones con la dirigencia de la Conaie. Con respecto, a la destitución de Lasso el correísmo no logró obtener los votos necesarios puesto a que solo obtuvo 92.

Día 17: miércoles 29: Guillermo Lasso realizó decretó un nuevo estado de excepción, el cual duraría 30 días esta vez focalizados en las provincias: Imbabura, Azuay, Sucumbíos y Orellana. Por otra parte, el ministro de Gobierno, Francisco Jiménez aceptó retomar el diálogo con la Conaie el cual tuvo mediación por parte de la Conferencia Episcopal Ecuatoriana.

Día 18: jueves 30: La Conaie y el gobierno fueron partícipes de un proceso de diálogo, el cual fue convocado por la Conferencia Episcopal Ecuatoriana, el cual también participo como mediadora. En aquel conversatorio estuvo presente autoridades gubernamentales y representantes de la Conaie, FEINE y FENOCIN. Tras 18 días de paro nacional, las organizaciones indígenas y el estado firman una Acta de Paz que fue elaborado por la iglesia, en aquel diálogo acordaron diversos puntos entre ellos:

- Reducción del precio del combustible y trabajar para focalizar su subsidio.
- Derogar el decreto ejecutivo 95, el cual hacía referencia a la ampliación de frontera extractiva minera o petrolera.
- Reformar el decreto 151 para prohibir la actividad petrolera en áreas protegidas.

Por su parte, la organización del movimiento indígena declaro que se cese las movilizaciones y se retorne a las comunidades, con respecto al acuerdo pactado se establecería una mesa de dialogo que duraría 90 días, cabe recalcar que el presidente de la Conaie señalo de que si en caso de no llegar a cumplirse los puntos planteados, las comunidades indígenas volverían a las protestas. (Guerra, 2022)

2.7. Marco Legal

La actual investigación toma como referencia los siguientes artículos de la (Ley Orgánica de Comunicación, 2013), en la que textualmente señala lo siguiente:

LEY ORGÁNICA DE COMUNICACIÓN

TÍTULO 1

Disposiciones preliminares y definiciones

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 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.

Art. 7.- Información de relevancia pública o de interés general. - Es la información difundida a través de los medios de comunicación acerca de los asuntos públicos y de interés general. La información o contenidos considerados de entretenimiento, que sean difundidos a través de los medios de comunicación, adquieren la condición de información de relevancia pública, cuando en tales contenidos se viole el derecho a la honra de las personas u otros derechos constitucionalmente establecidos.

Art. 8.- Prevalencia en la difusión de contenidos. - Los medios de comunicación, en forma general, difundirán contenidos de carácter informativo, educativo y cultural, en forma prevalente. Estos contenidos deberán propender a la calidad y ser difusores de los valores y los derechos contenidos en los instrumentos internacionales ratificados por el Ecuador y en la Constitución de la República del Ecuador.

CAPÍTULO II
Derechos a la comunicación
Sección I
Derechos de Libertad

Art. 17.- Derecho a la libertad de pensamiento y expresión. Para el desarrollo y aplicación de la presente Ley, toda persona tiene el derecho a la libertad de pensamiento de expresión. Este derecho comprende la libertad de buscar, recibir y difundir información ya sea oralmente, por escrito o en forma impresa o artística, o por cualquier otro procedimiento de su elección, e incluye el no ser molestado a causa de sus opiniones. No se puede restringir el derecho de expresión por vías o medios indirectos, tales como él abuso de controles oficiales o particulares de papel, de periódicos, de

frecuencias radioeléctricas o de enseres y aparatos usados en la difusión de información o por cualesquiera otros medios encaminados a impedir la comunicación y la circulación de ideas y opiniones.

Los espectáculos públicos pueden ser sometidos por la Ley a censura previa con el exclusivo objeto de regular el acceso a ellos para la protección de la infancia y la adolescencia, sin perjuicio de lo establecido en el inciso segundo.

Art. 22.- Derecho a recibir información de calidad. - Todas las personas tienen derecho a que la información de relevancia pública que reciben a través de los medios de comunicación sea verificada, contrastada, precisa y contextualizada. La verificación implica constatar que los hechos difundidos efectivamente hayan sucedido. La contrastación implica recoger y publicar, de forma equilibrada, las versiones de las personas involucradas en los hechos narrados, salvo que cualquiera de ellas se haya negado a proporcionar su versión, de lo cual se dejará constancia expresa en la nota periodística.

La precisión implica recoger y publicar con exactitud los datos cuantitativos y cualitativos que se integran a la narración periodística de los hechos. Son datos cualitativos los nombres, parentesco, función, cargo, actividad o cualquier otro que establezca conexidad de las personas con los hechos narrados. Si no fuese posible verificar los datos cuantitativos o cualitativos, los primeros serán presentados como estimaciones y los segundos serán presentados como suposiciones.

La contextualización implica poner en conocimiento de la audiencia los antecedentes sobre los hechos y las personas que forman parte de la narración periodística.

Si las personas que son citadas como fuentes de información u opinión tienen un interés específico o vinculación de orden electoral, política, económica o de parentesco en relación a las personas o a los hechos que forman parte de la narración periodística, esto deberá mencionarse como dato de identificación de la fuente.

Art. 23.- Derecho a la rectificación. Las personas tienen derecho a que los medios de comunicación rectifiquen la información que han difundido sobre ellas, o sobre asuntos a su cargo por informaciones inexactas o agraviantes emitidas en su perjuicio a través de

medios de comunicación legalmente reglamentados y que se dirijan al público en general.

Los medios de comunicación tienen la obligación jurídica de realizar o publicar según el caso, de forma gratuita, con las mismas características, dimensiones, página y sección en medios escritos o en el mismo programa, horario o espacio en medios audiovisuales, para las rectificaciones que haya lugar en el término de 72 horas o en las próximas 3 programaciones, contadas a partir de presentado el reclamo por escrito de la persona afectada.

La persona afectada podrá ejercer las acciones constitucionales que le asistan o acudir a la Defensoría del Pueblo para que inicie los procesos de protección de derechos, de conformidad con sus competencias.

En ningún caso la rectificación eximirá de las otras responsabilidades legales en que se haya incurrido.

TITULO III

Sistema de Comunicación Social

CAPÍTULO I

Alcance

Art. 44.1.- Sistema de comunicación social. Es el conjunto articulado de personas naturales o jurídicas que voluntaria y sistemáticamente intercambian información, a través de los medios impresos o servicios de radio, televisión, audio y vídeo por suscripción, aptos para trasmitir, divulgar, difundir o propagar, en forma estable y periódica, textos, sonidos o imágenes destinados a la población.

TÍTULO VI

Medios de Comunicación Social

Art. 71.- Responsabilidades comunes. La información y la comunicación son derechos que deberán ser ejercidos con responsabilidad, respetando lo establecido en los instrumentos internacionales de derechos humanos, la Constitución y la Ley.

Todos los medios de comunicación tienen las siguientes responsabilidades comunes en el desarrollo de su gestión:

a) Respetar los derechos humanos y promover su plena aplicabilidad;
b) Desarrollar el sentido crítico de los ciudadanos y promover su participación en los asuntos de interés general;
c) Acatar y promover la obediencia a la Constitución, a las leyes y a las decisiones legítimas de las autoridades públicas;

d) Contribuir al mantenimiento de la paz y seguridad; así como promover la cultura de prevención del riesgo de desastres y servir de canal para la difusión de información oficial relacionada con las causas y efectos que puedan producir los eventos peligrosos que afecten a las personas, familias, comunas, comunidades, pueblos y nacionalidades;
e) Contribuir al mantenimiento de la paz y la seguridad;
f) Servir de canal para denunciar el abuso o uso ilegítimo que los funcionarios públicos o personas particulares hagan de los poderes públicos y privados;
g) Impedir la difusión de publicidad engañosa, discriminatoria, sexista, racista o que atente contra los derechos humanos de las personas;
h) Respetar las franjas horarias establecidas y las regulaciones relacionadas a las mismas;
i) Promover el diálogo intercultural y las nociones de unidad y de igualdad en la diversidad y en las relaciones interculturales;
j) Promover la integración política, económica y cultural de los ciudadanos, pueblos y colectivos humanos;
k) Propender a la educomunicación; y,
l) Respetar la propiedad intelectual, especialmente los derechos morales y patrimoniales de autor y derechos conexos, previstos en la normativa nacional e internacional.

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. Metodología

Durante el proceso investigativo, la metodología es fundamental, puesto que mediante la misma se pudo lograr los objetivos que fueron planteados con antelación, y en el transcurso que la investigación sigue su proceso, se evidencia su factibilidad, mediante la recopilación de datos informativos. Así mismo, fue indispensable el uso de diferentes tipos de investigación como la documental, exploratoria, descriptiva y de campo, enfoque de investigación cualitativa, y finalmente se utilizaron las técnicas e instrumentos de investigación como la entrevista, y las fichas de observación respectivamente.

3.2. Tipo de investigación

Para efectos de la investigación, se emplearon varios tipos de investigación, las mismas que tienen como finalidad la profundización del tema que se investiga, además la manera de la manipulación de las variables, la procedencia de los datos, etc. Según (Jurado, 2022), señala que la investigación documental aporta en gran medida a toda investigación, además fomenta al investigador a indagar sobre hechos históricos y teorías acontecidas en el pasado. En contexto, éste tipo de investigación facilitó la indagación de información relevante relacionada con el tema.

Por otra parte, (Galarza, 2020), expresa que la investigación exploratoria busca encontrar explicación y ciertos fenómenos que son motivos de investigación. En este sentido el propósito de esta investigación ayudó a la formulación del problema. Así mismo se empleó la investigación de descriptiva que para (Guevara, Verdesoto, & Castro, 2020), ésta investigación describe de forma concreta las características del problema que se investiga para que en lo posterior se pueda seleccionar procedimientos y toma de decisiones. La investigación de campo, proporcionó la recolección de información desde el mismo punto de origen en donde se suscitó la problemática.

3.3. Enfoque

El presente trabajo de investigación, tiene un enfoque de orden cualitativo, el mismo permitirá la observación, descripción y un posterior análisis del tema que es motivo de estudio, con propósito a comprobar la influencia que tienen los ciudadanos ante el periodismo digital en temas que son noticias por medio de las entrevistas y la observación.

Con el propósito de lograr los objetivos planteados se consideró plataformas digitales del medio Expreso y El Telégrafo entre varias existentes en la internet en las cuales se emite puntos sobre investigación periodística. El estudio, básicamente, estará enfocado en la trasmisión de contenidos digitales en contexto de noticias del momento, tal como la posesión del Gobierno del señor presidente Guillermo Lasso, su plan de gobierno, vacunación, el paro nacional, entre otros.

Para efectos de medición del impacto que tiene el periodismo digital ante la percepción de la ciudadanía, fue necesario establecer y plantear estrategias de observación de ciertos contenidos, identificar las narrativas transmediáticas y el medio utilizado, comprobación de tendencias en motores de buscador de internet tal como el Google, internet explorer, opera entre otros, las que de una u otra manera estén relacionadas con la temática que se está investigando y por calcular qué impacto generan en la sociedad, mediante dos redes sociales: Instagram y Twitter.

3.4. Técnica e instrumentos

3.4.1. Entrevista

El uso de la entrevista como técnica de investigación, para efecto de este trabajo, fue una herramienta que proporcionó información y datos relacionados con el tema que se investiga, por la facilidad de su uso, esta técnica al momento de ser aplicada resulta sumamente fácil, asi mismo la entrevista fue un conversatorio ameno entre dos personas, es decir el entrevistado y el investigador o entrevistador (Díaz, Tarruco, Martínez, & Varela, 2018).

Para el desarrollo de la presente investigación, con la ayuda de la entrevista se logró dar un contraste a los resultados conseguidos en las respectivas fichas de

observación, tal como en las plataformas del Instagram y Twitter del Diario Expreso y El Telégrafo. De la misma manera, la utilización de la entrevista facilitó la adquisición de ciertas posturas por medio del diálogo de interrogantes, las mismas que fueron previamente elaboradas y que después de ser aplicadas se procedió su respectivo análisis para luego ser verificadas. En este contexto, a tres connotados periodistas, los mismos que están especializados en el periodismo de investigación. Para el propósito de esta entrevista se efectuó un cuestionario de preguntas para ciertas interrogantes referentes al tema investigado.

3.5. Población y Muestra

La investigación planteada para este proyecto, denominado Periodismo digital y percepción ciudadana tiene como principal propósito examinar y evaluar la influencia del manejo objetivo del periodismo digital de los dos medios de comunicaciones objetos de este estudio en el lapso del 24 de mayo hasta el 30 de junio del 2022. El universo total de la investigación representa 708 publicaciones y de estas 456 pertenecen a Diario Expreso y 252 a El Telégrafo enfocadas en sus cuentas de Instagram y Twitter.

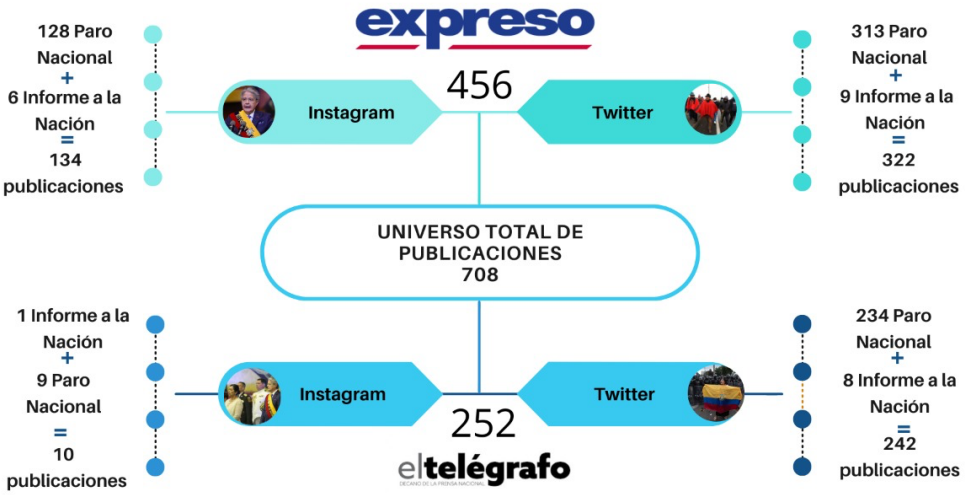


Figura 3 *Población y Muestra de las publicaciones en Instagram y Twitter de Expreso y El Telégrafo*
Fuente: Redes sociales de Expreso y El Telégrafo
Elaborado por**:** Erreyes & Gualli (2022)

3.6. Fichas de Observación

Las fichas de observación permiten al investigador realizar un análisis a un objeto de estudio, además posibilita que en el proceso de la investigación se realicen las descripciones del entorno o situaciones. Del mismo modo, esta técnica se puede emplear para evaluar las redes sociales o indicadores de gestión. De esta forma se emplean para registrar información, con el objetivo de realizar recomendaciones sobre los resultados alcanzados (Chávez, 2020)

En la presente gestión se realizó una investigación cualitativa de manera que se explica y describe mediante el análisis y la verificación de datos la información publicada por los medios de comunicación que se abordan en el estudio. Para esto, se realizarán entrevistas a especialistas en el área de periodismo digital, con el objetivo de abordar las aristas relacionadas a temas de intereses sociales, los cuales captan la atención de la ciudadanía.

Para efectos del desarrollo analítico de la información publicada en las redes de los dos medios de comunicación como: Instagram y Twitter de Expreso y El Telégrafo se diseñó estratégicamente cuatro fichas de observación compuestas por diez apartados entre los cuales se establecieron los siguientes: medio de comunicación a observar, periodo, información publicada, plataformas de difusión de información, número de publicaciones en la red, interacción ciudadana, métodos de comunicación y por último lo observado, cuyo ítem tiene el propósito de resumir toda la información obtenida a través del monitoreo de las plataformas digitales.

Es por eso que, las fichas de observación se aplicarán a los contenidos difundidos en las plataformas de Instagram y Twitter de los medios Expreso y El Telégrafo. Este estudio se ejecutará con base en las publicaciones posteadas en el periodo de estudio del 24 de mayo hasta el 30 de junio del 2022, así mismo se examinarán de forma detallada las noticias referentes al Informe a la Nación y Paro Nacional.

En la primera fase seleccionada, que hace referencia al Informe a la Nación se evalúa el tiempo que se desarrolló el primer año de gestión del Gobierno y las manifestaciones. Por ello, el objetivo de las fichas de observación, busca medir la

percepción ciudadana frente al manejo periodístico en estos dos casos de estudio que fueron de interés social. Para llevar a cabo el análisis se recopilarán publicaciones que obtengan mayor número de participación ciudadana tales como: likes y comentarios. Del mismo modo, se determinará el impacto social mediante las herramientas comunicacionales que fueron difundidos entre ellas: imágenes y vídeos. Para efecto de lo ya mencionado, se elaborarán cuatro fichas de observación, es decir, dos para el medio Expreso y a su vez dos para El Telégrafo, tal como se observa en la siguiente ficha de observación en la tabla 1.

Análisis de resultados

Fichas de Observación Expreso

De acuerdo con la tabla 1 de Expreso, durante el periodo de mayo a junio, este medio publicó en la red social Instagram alrededor de 134 publicaciones, con textos medianamente cortos, imágenes con titulares e imágenes propias, además de vídeos que expusieron la situación. Del mismo modo, las constantes publicaciones con respecto a los casos de estudio lo que originó participación ciudadana, por las diferentes herramientas comunicativas que utilizó el medio, a través de ello se pudo evidenciar, la interacción por medio de los likes y comentarios, de los cuales eran a favor y en contra.

Tabla 1

Ficha de observación de Expreso de mayo a junio.

FICHA DE OBSERVACIÓN	
Ficha N.º:	1
Título:	Paro Nacional 2022 e Informe a la Nación
Medio de comunicación a observar:	Expreso
Periodo:	24 de mayo - 30 de junio, 2022
Información publicada:	En el transcurso del 24 de mayo, Expreso realizó seis publicaciones referentes al caso de estudio Informe a la Nación. Mientras que, la información que respecta al Paro Nacional, posteó 128 noticias desde el 13 al 30 de junio, con un total de 134 publicaciones con referencia a los dos temas investigados. Dentro de estas publicaciones destacan dos notas. La primera, del 16 de junio, donde se hace mención a las pérdidas económicas del país, debido a la jornada de protestas del movimiento indígena. Mientras que, el segundo post, fue el 22 de junio, donde se hace énfasis al décimo día de protestas a nivel nacional, el cual se desarrolló en un ambiente violento por parte de los manifestantes y la Policía Nacional.
Plataformas de difusión de información:	**Instagram:** En esta red social se encuentran 128 contenidos relacionados al caso en estudio Paro Nacional. De los cuales,

	sobresalen los siguientes: **Título 1:** Paro indígena diluye la esperanza de la anhelada recuperación económica **Interacción:** 1, 676 likes y 244 comentarios. **Título 2:** Iza eterniza el caos nacional sin negociar **Interacción:** 1,758 likes y 311 comentarios **Instagram:** En tanto, en el informe a la nación del Gobierno, se realizaron seis publicaciones relacionadas al caso de estudio. De los cuales sobresalen los siguientes: **Título 1:** Se respira un ambiente de examen de Lasso en su informe a la nación **Interacción:** 1,515 likes y 186 comentarios **Título 2:** "Lo peor ya ha pasado" aseguró Lasso en su informe **Interacción:** 462 likes y 160 comentarios
Número de publicaciones en Instagram:	Del 24 de mayo al 30 de junio del 2022, el medio difundió 134 posts entre el Informe a la Nación y Paro Nacional.
Interacción ciudadana:	En el intervalo de los 18 días en el que se desarrolló el Paro Nacional, se difundió contenido donde se evidenció apoyo y rechazo de las familias ecuatorianas frente a las movilizaciones. "Es que no quieren diálogo, ese nunca ha sido el fin, por eso, cada vez que el Gobierno cede piden otra condición. Lo que quieren es tumbar al Gobierno y poner a otro salvador de la patria, como el prófugo de Bélgica, seguir llevándose el país en peso y borrar del sistema judicial todas las sentencias por corruptos y viva la vida loca. Ese es el trasfondo" comenta Loreto Morales, usuario de Instagram. Mientras que, @productoramultimedia escribe "no respeta la ley de discapacitados, les quita los bonos, no les dan empleo. ¿Hasta cuándo les favorece a los bancos? Nunca él ha ido a una tienda y nunca ha tenido que buscar empleo. Fuera corrupto. Con respecto al primer informe a la nación del presidente de la República, Guillermo Lasso, se pudo contrastar la mayor parte de comentarios negativos con relación a la gestión del Gobierno. "Cuando se vaya diremos: lo peor ya pasó, acaso las vacunas fue el gasto del Estado, nos donaron vacunas también y nada dice de la inseguridad con tantos guardaespaldas que le importa lo que le pase al pueblo", escribió @bettyahj.
Métodos de comunicación:	El medio Expreso utilizó diversas herramientas comunicacionales: reels, posts, caricaturas y shot de expreso. **Imágenes:** 100 **Vídeos:** 34
Lo observado:	De acuerdo con lo observado Expreso se caracterizó por dar seguimiento a los hechos noticiosos en el periodo mencionado. De la misma manera, se observó un seguimiento continuo por parte de su equipo periodístico con las diferentes herramientas digitales como Twitter e Instagram. En esta última red realiza el uso constante de imágenes y vídeos.

Fuente: Instagram y Twitter de Expreso
Elaborado por: Erreyes & Gualli (2022)

En relación con lo mencionado por el diario Expreso en los meses de mayo a junio, varios de los usuarios en las redes sociales como Instagram y Twitter dieron sus opiniones con respecto al paro nacional “La protesta indígena es ocasionada porque el Gobierno no atiende las necesidades del pueblo, solo busca sus propias conveniencias”, de la misma manera se refirieron del informe a la nación, “Por qué el presidente asegura que el país está en buen estado, cuando la delincuencia está cada vez peor”, estos son unos de los comentarios que se emitieron en dichas fechas. Cabe mencionar que, entre las palabras que más se repetían estaban: Gobierno, presidente, delincuencia, indígenas, violencia, terrorismo, entre otras.

En tanto, en la tabla 2 en relación al periodo de mayo a junio, del medio de El Telégrafo, realizó un mínimo número de publicaciones en la misma red social con referencia a los casos de estudio. En la plataforma digital de este medio, se pudo observar una escasez de cobertura periodística, pues durante ese lapso el diario publicó un total de 10 post. Con respecto a la interacción de sus internautas fue casi nula, dejando en evidencia el rechazo hacia el medio.

Tabla 2

Ficha de Observación de El Telégrafo de mayo a junio

FICHA DE OBSERVACIÓN	
Ficha N.º:	2
Título:	Paro Nacional 2022 e Informe a la Nación
Medio de comunicación a observar:	El Telégrafo
Periodo:	24 de Mayo - 30 de junio, 2022
Información publicada:	En el transcurso del 24 de mayo, El Telégrafo realizó una publicación referente al caso de estudio Informe a la Nación. En tanto que la investigación del Paro Nacional, posteó 9 publicaciones, con un total de 10 publicaciones. La noticia que más resaltó, fue el 24 de mayo, donde destaca la misión de administración durante el primer año de gestión del Gobierno. Mientras que, la segunda se dio el 21 de junio, donde se hace énfasis a través de un vídeo promocional en el que promueve la paz, esto debido a las protestas.
Plataformas de difusión de información:	**Instagram:** Con respecto al Paro Nacional, este medio publicó nueve publicaciones con relación al tema de estudio. Del cual resalta una promo del medio en vídeo: **Título 1:** Ecuador es un país de paz **Interacción:** 820 likes y 50 comentarios

	Instagram: En esta plataforma, sobre el tema del informe a la nación, solo se realizó una publicación con referencia al caso de estudio. **Título 1:** Resultados del primer año de gestión **Interacción:** 68 **likes** y 31 comentarios.
Número de publicaciones en Instagram:	Del 24 de mayo al 30 de junio del 2022, el medio difundió once posts informativos entre el Informe a la Nación y el Paro Nacional.
Interacción ciudadana:	En el informe a la nación, que fue dada en un solo post de este medio, la incidencia ciudadana realizó críticas negativas y poco favorables para la administración del Gobierno. "La más grande sarta de mentiras que se pudo ver a nivel nacional, pero ustedes como medios vendidos al poder de turno repiten lo que les conviene y callan cuando así lo desean", escribió Marco Montalvo. Por otro lado, Eduardo Barreiro expresó "El primer año del inicio de una nueva era para el Ecuador de las oportunidades con bases fuertes en economía y finanzas." En el lapso de las noticias sobre el Paro Nacional, se evidenció el uso recursivo de vídeos promoviendo la paz para el fin de las protestas sociales, del cual recibieron comentarios positivos y negativos. Sin embargo, la falta de publicaciones con referencia al caso de estudio en este medio, hizo que algunos internautas escribieran mensajes negativos. "Dejen de ser periodistas invisibles, claro ustedes tienen sueldos fijos, muchos no. Dejen de estar con ese cuento de paz, cuando hay un montón de personas sin trabajo y no tener dinero para pagar" relató Isabela Cajamarca.
Métodos de comunicación:	El medio El Telégrafo utilizó dos tipos de herramientas comunicacionales tales como: imágenes y vídeos. **Imágenes:** 6 **Vídeos:** 4
Lo observado:	De acuerdo con lo analizado El Telégrafo, no realizó un trabajo continuo sobre las noticias más destacadas sobre el periodo mencionado, este medio recalca la falta de información que puede ofrecer a los usuarios que visitan su perfil. Además, se puede percibir la falta de recursos comunicacionales, debido a que esta red social ofrece una variedad de herramientas y estrategias para lograr un mayor alcance.

Fuente: Instagram y Twitter de El Telégrafo
Elaborado por: Erreyes & Gualli (2022)

Este medio de comunicación, expuso su falta de seguimiento periodístico con respecto a las noticias destacadas del Paro Nacional, donde muchas personas comentaron la falta de información sobre las manifestaciones realizadas en varias provincias del Ecuador, asi como los incidentes que se presentaron. En este sentido, este medio de comunicación, evitó brindar información con respecto a los sucesos que

mantenían en la expectativa de la ciudadanía, puesto a que esto estaba alejada de la realidad.

De la misma manera, se publicaron las distintas notas informativas del Gobierno a la nación, puesto que mientras el pueblo buscaba de manera urgente que el presidente atienda sus reclamos, el hacía y daba a conocer a medios extranjeros que el pueblo estaba en las mejores condiciones. Este medio, utilizó como herramientas de comunicación imágenes con titulares y vídeos.

A comparación con la red social Instagram, este medio, El Telégrafo, durante el lapso de tiempo mayo a junio publicó en Twitter alrededor de 242 noticias, como se observa en la siguiente tabla 3. De esta manera cabe mencionar que, la interacción por parte de la ciudadanía fue casi nula a pesar del seguimiento de los temas de los casos de estudio.

Tabla 3
Ficha de observación de El Telégrafo de mayo a junio

FICHA DE OBSERVACIÓN	
Ficha N.º:	3
Título:	Paro Nacional 2022 e Informe a la Nación
Medio de comunicación a observar:	El Telégrafo
Periodo:	24 de mayo - 30 de junio, 2022
Información publicada:	En el intervalo del 24 de mayo, El Telégrafo realizó ocho posts con respecto al Informe a la Nación. En cuanto al Paro Nacional publicó 234 noticias, con un total de 242 tweets entre el Informe a la Nación y el Paro Nacional. Los temas que más destacan se dieron el 17 de junio, en el cual los ciudadanos rechazaron las movilizaciones. Mientras que, el 19 de junio, el medio tuiteó que: la Policía Nacional, resguarda las instalaciones de la Casa de la Cultura en medio de las manifestaciones.
Plataformas de difusión de información:	**Twitter:** En relación al Paro Nacional, este medio realizó 234 publicaciones. De los cuales predominan los siguientes: **Título 1:** Policía Nacional, se quedará dentro de la Casa de la Cultura durante las manifestaciones **Interacción:** 14 retweets, 48 me gusta, y 7 comentarios **Título 2:** Rechazan el paro: ciudadanos se reunieron en dos puntos de Quito para rechazar las manifestaciones **Interacción:** 146 retweets, 378 me gusta, 4 tweets citados, y 19 comentarios.

	Twitter: En lo que respecta al informe a la nación, se posteó 8 publicaciones con referencia al caso de estudio. Del cual, destacan los siguientes: **Título 1:** Entrevista sobre el primer año de gestión (hilo) **Interacción:** 62 retweets, 119 tweets citados, 99 me gusta, y 386 comentarios. **Título 2:** Guillermo Lasso anuncia reunión con alcaldes para tratar temas de seguridad ciudadana. **Interacción:** 14 retweets, 6 tweets citados, 25 me gusta, 18 comentarios.
Número de publicaciones en Twitter:	Del 24 de mayo al 30 de junio del 2022, el medio difundió un total de 242 noticias en esta plataforma, entre el Informe a la Nación y el Paro Nacional.
Interacción ciudadana:	En alusión al Paro Nacional, se discernieron diferentes comentarios, de los cuales resalta: "Mi punto de vista es respetar y ser respetada, debería el señor Iza y el pueblo, protestar por recuperar el dinero robado y también debemos ponernos firmes en eliminar sueldos de asambleístas que no sirven para nada. Con ese dinero podemos hacer mucho para la educación." escribió Yliana Moreira. Mientras que, en el Informe a la Nación, se corroboró que, en la mayor parte de los comentarios de los tweets, existe una opinión negativa de la ciudadanía: "Un presidente que no se defiende en sus obras sino en seguir echando la culpa a sus antecesores, demuestra la incapacidad y debilidad para gobernar. A caso no lo eligieron para eso, para arreglar lo que estaba mal, y sus coidearios lo aplauden, pero ya en modo automático." tuiteó Víctor Hugo Gutiérrez.
Métodos de comunicación:	El medio El Telégrafo utilizó dos tipos de herramientas comunicacionales de acuerdo a la red social tales como: imágenes, vídeos e hilos. **Imágenes con titulares:** 229 Vídeos**:** 13
Lo observado:	De acuerdo con lo analizado, El Telégrafo se caracterizó por realizar el respectivo seguimiento a los temas de interés del momento. Sin embargo, la interacción de los cibernautas es casi nula. Además, en algunas publicaciones se pudo evidenciar ciertos errores ortográficos al momento de compartir titulares, e incluso generó comentarios negativos hacia el medio.

Fuente: Instagram y Twitter de El Telégrafo
Elaborado por: Erreyes & Gualli (2022)

En este lapso, el medio siguió de cerca los acontecimientos con relación a los temas anteriormente mencionados, a diferencia de la red social Instagram, en donde se emitieron vídeos e imágenes de los últimos acontecimientos del Paro Nacional, sin

embargo la participación ciudadana fue baja, por lo que respecta a likes, retweets, comentarios fue casi nula, a pesar del seguimiento de los hechos.

En la siguiente tabla 4, el medio Expreso en twitter publicó 322 noticias, los cuales estaban compuestas por imágenes, vídeos cortos, en vivos, entre otros. Expreso realizó una mayor profundización en los casos de estudio mediante hilos con imágenes propias. Para efectos de la observación, acontinuación se puntualiza la guía durante el periodo de investigación.

Tabla 4
Ficha de observación de Expreso de mayo a junio

FICHA DE OBSERVACIÓN	
Ficha N.º:	4
Título:	Paro Nacional 2022 e Informe a la Nación
Medio de comunicación a observar:	Expreso
Periodo:	24 de mayo - 30 de junio, 2022
Información publicada:	El 24 de mayo, Expreso realizó nueve publicaciones con referencia al Informe a la Nación. Mientras que, en el Paro Nacional tuiteó 313 noticias. Durante este tiempo, el medio publicó un total de 322 tweets de estos dos temas, cuyas publicaciones enviaban directamente a la noticia, puesto a que estas contenían enlaces que los dirigían a la página web, en la cual podían revisar la nota completa. En el transcurso de este periodo, Expreso realizó minuciosamente los acontecimientos más importantes. En esta etapa resaltan dos publicaciones de la red social Twitter. La primera del 23 de junio donde hacen referencia a las brechas indígenas y de la misma fecha donde se menciona el rechazo de los ecuatorianos con respecto al Paro Nacional.
Plataformas de difusión de información:	**Twitter:** En el intervalo del Paro Nacional, este medio realizó 313 publicaciones. De los cuales resaltan los siguientes: **Título 1:** Brechas entre los indígenas inquietan a Iza **Interacción:** 996 retweets, 46 tweets citados, 1,494 me gusta, y 121 comentarios. **Título 2:** El 75,8% de los ecuatorianos no apoya cómo se desarrolla el paro nacional- Según Cedatos. **Interacción:** 455 retweets, 27 tweets citados, 1,058 me gusta, y 111 comentarios **Twitter:** En base al Informe a la Nación, se posteó un total de nueve publicaciones con referencia al caso de estudio. Del cual, destacan los siguientes:

	Título 1: Plan de Gobierno: con más pendientes que cumplidos en su primer año **Interacción:** 16 retweets, 1 tweets citado, 42 me gusta, y 35 comentarios. **Título 2:** Informe a la nación: el año de la derrota moral. **Interacción:** 25 retweets, 6 tweets citados, 38 me gusta, y 10 comentarios.
Número de publicaciones en Twitter:	Del 24 de mayo al 30 de junio del 2022, el medio difundió un total de 322 noticias en esta plataforma, entre el Informe a la Nación y el Paro Nacional.
Interacción ciudadana:	En relación al Paro Nacional, los enlaces incluidos en los tweets facilitaron la lectura de los lectores, formando así una mayor interacción del perfil: "Después de 12 días recién se dan cuenta que está siendo usados. Tan peligrosa es la ignorancia" escribió Claudia Álvarez. Mientras que, en el Informe a la Nación, los recursos audiovisuales promovieron una mayor interacción en esta plataforma: "Los ecuatorianos debemos de enfocarnos en esto necesitamos exigir al CNE que nos entregue los formularios para proceder a recuperar la función del Estado. De cuentos y mentirás ya estamos cansados" tuiteó @alfaresponde.
Métodos de comunicación:	El medio Expreso utilizó varios tipos de herramientas comunicacionales de acuerdo a la red social tales como: imágenes, vídeos, hilos y enlaces. **Imágenes:** 219 **Vídeos:** 103
Lo observado:	De acuerdo con lo analizado, Expreso realizó el respectivo seguimiento en base a los temas de interés del momento. Del mismo modo, permitió el uso de diferentes herramientas comunicacionales que permitieron al internauta navegar en la página web del medio. El seguimiento que realizó en base a los temas expuestos con anterioridad tuvo diversas opiniones y posturas, cabe recalcar que a través de esta red el medio buscaba informar lo que sucedía en otras partes del país; es decir, que su enfoque no solo era en una ciudad, sino que se expandía en base a los sucesos que acontecían en torno al Paro Nacional e Informe a la Nación.

Fuente: Instagram y Twitter de Expreso
Elaborado por: Erreyes & Gualli (2022)

Según lo mostrado en la ficha anterior, se pudo denotar que el diario Expreso, constantemente estuvo utilizando las redes sociales para comunicar lo que ocurría con el Paro Nacional, bajo la dirección del presidente de la Confederación de Nacionalidades Indígenas del Ecuadro, Leonidas Iza, asi como las diferentes movilizaciones en las distintas provincias. Cabe mencionar que también se dio a conocer las pérdidas económicas que se presentaban y los desabastecimientos que tenía la ciudadanía. En

este medio, se dio el uso respectivo de herramientas que ofrece esta red social tales como: tweets, citado de tweets, vídeos, imágenes e hilos. Así también se observó una amplia interacción ciudadana.

Entrevistados

Tabla 5
Personajes consultados para las entrevistas

N°	Nombre	Perfil y especialidad	Imagen
1	Nelson Tubay Bermúdez	Redactor de Diario Expreso y magister en periodismo digital. Más de 20 años en Gráficos Nacionales S.A.	
2	Johnny Alvarado Domínguez	Periodista con más de 28 años de trayectoria en prensa escrita y Docente en la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil.	
3	Diana Isabel Flores Rodríguez	Estudió Marketing en la Universidad San Francisco de Quito. Actualmente es Freelance en temas audiovisuales y	

profesora de la USFQ en Diseño Interfaz de Usuario (UI).

Elaborado por: Erreyes & Gualli (2022)

Entrevistas
Nelson Tubay Bermúdez: La desinformación que circula en redes y otras plataformas es el principal enemigo de la información y de la verdad.
1. Desde su punto de vista ¿cuáles son las características que debería tener un profesional digital y de qué manera manejaría los contenidos mediáticos, como aquellos relacionados con temas políticos? Un profesional digital debe ser creativo, manejar herramientas, programas y aplicaciones que ayuden a simplificar y graficar de ser posible los contenidos que desea comunicar o explicar, sobre todo en temas usualmente complejos como los políticos.
2. ¿De qué forma considera usted que la transmedialidad le ha permitido al periodismo digital, generar una conexión en la ciudadanía, al momento de emitir opiniones en base a temas de interés social? Aunque hay excepciones, la transmedialidad aún no es común en el periodismo digital local. Apenas ha tomado fuerza la interacción con los ciudadanos. Pero aún falta llegar a otros niveles como los espacios y contenidos participativos. Pero lo que sí hace es cumplir su tarea esencial de informar al ciudadano para que pueda tener una opinión sustentada.
3. ¿Considera que existe una corresponsabilidad en la ciudadanía frente a los temas de intereses sociales (Paro Nacional) en base al seguimiento periodístico que realizan los profesionales de la comunicación en el área digital de las plataformas?

En líneas generales, considero que no. El paro nacional evidenció que predomina la actitud ciudadana de compartir o validar contenidos sin verificar su origen y sin diferenciar los que provienen de fuentes desconocidas que de los medios digitales.

4. ¿Según su experiencia, hasta qué punto el periodismo digital se convierte en una nueva forma objetiva de emitir cuestionamientos a través de las redes sociales?

El periodismo digital, sobre todo del que es nativo o exclusivamente digital, ha asumido nuevas formas de presentar sus contenidos que suelen diluir las barreras entre información y opinión, que de por sí no son fáciles de asumir para el lector común. En mi criterio, eso le resta objetividad a quienes apelan a esos recursos.

5.- ¿Usted considera que la desinformación que suele circular en diversas plataformas es el principal enemigo de un periodista digital?

La desinformación que circula en redes y otras plataformas es el principal enemigo de la información y de la verdad, por tanto, es más perjudicial para el ciudadano que para el periodista. Este debe tener siempre como mayor capital su credibilidad. Lo que le obliga siempre a asegurarse primero de que todo lo que publica está verificado.

Tabla 6

Ideas principales de entrevista a Tubay

Pregunta 1: Características de un profesional digital	El periodista digital debe de manejar herramientas, programas y aplicaciones que contribuyan a la explicación y graficación de los contenidos que se emitan.
Pregunta 2: Periodismo digital y transmedialidad	La transmedialidad aún no es común en el periodismo digital, puesto a que, apenas ha tomado fuerza la interacción entre el periodista y la ciudadanía.
Pregunta 3: Corresponsabilidad ciudadana frente a temas de interés social	Información no verificada por la ciudadanía.
Pregunta 4: Cuestionamientos a través	Periodismo Digital, asume nuevas

de redes sociales	formas de presentar contenidos que diluyen las barreras entre información y opinión.
Pregunta 5: La desinformación, principal enemigo de un periodista digital	Desinformación, principal enemigo de la información y la verdad.

Elaborado por: Erreyes &Gualli (2022)

Análisis de la entrevista a Nelson Tubay Bermúdez

De acuerdo con la postura de Tubay, sostiene que, un profesional digital debe ser creativo, además de manejar las diferentes herramientas y aplicaciones que permitan al periodista simplificar y graficar los contenidos que desea comunicar, sobre todo en temas complejos como la política. Con respecto a la transmedialidad, afirma que en la actualidad la interacción entre el periodista y el ciudadano apenas cobra fuerza, sin embargo considera que aún faltan espacios y contenidos participativos.

Así mismo señala que el comunicador cumple el rol de informar, para que el individuo pueda generar una opinión en base a informaciones verificadas. Consiguiente a esto, Tubay, menciona que el principal enemigo de la verdad es la desinformación, puesto a que el ciudadano se deja influenciar por las noticias falsas, aquello obliga al periodista a verificar que la información que va a publicar sea contrastada.

Johnny Alvarado Domínguez: En la actualidad al periodismo digital yo le llamaría el todo porque si no eres digital es como si no estás en nada.
1.- Desde su punto de vista ¿cuáles son las características que debería tener un profesional digital y de qué manera manejaría los contenidos mediáticos, como aquellos relacionados con temas políticos? Mira, en este momento estoy manejando dos periódicos digitales. El uno, es Ecuador 221, con un amigo mío, viejo periodista y colaborando en el periódico D'UNA que es un diario digital. Mi vida profesional, ha transcurrido 28 años de mi vida siendo periodista de prensa escrita y de diarios impresos; la transformación venía desde que comencé en el periodismo en el año 94 (ustedes todavía no deben haber

nacido) ya se hablaba de la transformación digital.

Yo llegué al periodismo en ese último aliento del periodismo tradicional, de la prensa, de la fotografía tomada con rollos; recién estaba iniciándose la digitalización de las fotos. He visto cómo se fue transfigurando el periódico de la plancha, del impreso al diario digital. También he sido el testigo de cómo hemos tenido que evolucionar en inclusive hasta en la forma de redacción, ojo, cuando hablo de evolucionar en la forma de la redacción, no me estoy refiriendo en el fondo, me estoy refiriendo a la forma. El fondo en el periodismo sigue siendo el mismo, la esencia del periodismo sigue siendo la misma; hemos visto transmutar al periodismo de trabajo, el periodismo de caminar, de hecho, en la organización se decía vamos a quemar la suela, decían viejos editores, vamos a quemar suela porque es la forma de trabajar.

Ahora vemos un periodismo un poco más relajado, un poco más cómodo; veo periodistas que tienen muchas habilidades en la parte digital pero nulas capacidades en redacción, nulas capacidades de reaccionar ante un evento complejo que se pueda dar a última hora, por ejemplo, veo que periodistas redactan notas informativas, no periodismo en sí, notas informativas de lo que escriben en Twitter, de lo que escriben en los boletines de prensa; hacen notas interesantes, diversos estilos pero eso no es el periodismo, en sí, eso no es el periodismo.

El periodismo es de andar en la calle, periodismo es pensar, replantear, cuestionarse las cosas, esa es la esencia del periodismo, el periodismo no ha cambiado, debe seguir siendo la misma; se cambiaron las formas de redactar porque antes hacían planchas de seis mil, ocho mil caracteres, porque el domingo es el día de la lectura y la gente compraba su periódico para estar en la hamaca leyendo todo el día, ahora no, ahora la premura que genera el tiempo implica que la gente esté mucho más apremiante y las notas periodísticas terminen siendo muy condensadas: qué, cómo, cuándo, dónde, por qué y quiénes que son los elementos básicos de la noticia. Si bien el periodismo cambió de forma en su fondo se mantiene y se mantendrá durante muchísimos años.

2. - ¿Considera usted que el periodismo digital contribuye en la corresponsabilidad ciudadana y de qué manera lo hace? ¿Nos podría citar un caso en particular en el que usted considere que se evidencia la

corresponsabilidad social?

Cuando surge este periodismo corresponsable, este periodismo del prosumidor del que produce y consume, de la gente que va caminando y esta con una cámara fotográfica y se encontró con el accidente de tránsito y toma la foto e impacta, pero recuerden algo; que el prosumidor, consumidor que produjo también información no es periodista, lo que él hace es contar lo que ve, pero él no contextualiza, no contrasta, pero él no toma nota para decir qué pasó, por qué fue el accidente, el no entrevista al oficial de tránsito encargado que hable del accidente, él no entrevista a testigos.
Cuando uno va a algún lugar donde se ha suscitado un accidente de tránsito, mucha gente dice el periodista cuenta lo que ocurrió, no señor, el periodista no cuenta lo que pasó; el periodista cuenta lo más acercado a lo que ocurrió porque el periodista no estuvo ahí, lo que él hace es reconstruir el hecho con las versiones de los testigos, con la versión del oficial de tránsito, con la versión de los implicados, construye lo más cercano a la verdad.

3.- El periodismo digital ha estado en constante actualización lo que permite a la ciudadanía tener una mayor interacción. Desde su experiencia ¿qué importancia tiene el periodismo digital en nuestra sociedad?

En la actualidad al periodismo digital yo le llamaría el todo porque si no eres digital es como si no estás en nada, de hecho, el papel físico está desapareciendo; antes El Universo tenía un cuadernillo completo de clasificados, ahora hay diferentes formas de vender y gratis.

Esta transformación que se da en el periodismo digital juega un papel importantísimo en la sociedad, la tecnología de la información, cómo se mueve la información tan rápido. Antes cuando acontecía algo a las 22:00 de la noche ya no lo podía sacar en el periódico, tenía que esperar hasta el domingo; ahora se sube en la web y el domingo hace una pequeña reseña en el impreso, ya la gente no lee el impreso por eso hablamos mucho de la transmutación del periodismo digital, el periodismo es importante en la sociedad, todo el mundo se entera por los medios digitales, pero cuando hablamos de periodismo digital nos referimos netamente al medio de comunicación que da la noticia.

Con el periodismo digital también te expones mucho con la crítica, se expone

mucho al no ser imparcial, al no contrastar, al no conceptualizar por la premura de que tienes que salir temprano con las noticias y eso genera riesgos graves, los riesgos en el periodismo se tienen que asumir y un error te puede hacer perder la credibilidad.

¿Usted considera que en cinco años el periodismo impreso desaparecerá?

Yo creo que, en menos de cinco años, solo hagamos un repaso, miren la majestad que tuvo El Universo y en qué quedó un periódico berlinés al tamaño actual. Miren el Comercio en qué quedaron los dos periódicos más grandes de la costa y de la sierra y quedaron en un berlinés incipiente; el único periódico que se mantiene con el estándar, con la jerarquía es el diario Expreso. El periódico de papel va a desaparecer, eso es definitivo, se viene vaticinando hace 30 años. Yo creo que este tope que le han puesto al medio impreso es de largo aliento, yo creo que en dos o tres años va a desaparecer; no tiene sentido imprimir periódicos.

4.- **La inmediatez de la información permite que se la exponga desde diferentes frentes y en ocasiones es fácil caer en las Fake News. Desde este escenario ¿Cómo evalúa el abordaje periodístico digital con referencia a las movilizaciones del paro nacional de junio?**

Cuando uno quiere saber la realidad de las cosas debe recurrir al medio que te genere antecedentes, es decir, al periódico, el medio de comunicación recurrir a informadores como tal te puede llevar a tergiversar la información. Recuerden algo, los medios de comunicación como tal también son vendidos, también se someten a los poderes de facto, también se someten a poderes con fuerzas, a la presidencia.

Yo recuerdo en el 2019, que Quito se está incendiando y Teleamazonas estaba transmitiendo Bob esponja. El Ecuador se caía en pedazos y Teleamazonas tenía a la gente viendo Bob esponja ¿qué puedes confiar tú de un medio que no te cuenta la verdad? Que te cuenta la verdad siempre y cuando simpatice o no con el gobierno. Cuando vemos a breves rasgos qué postura tenían los medios de comunicación en la paralización, nos pudimos percatar que la mayoría de los medios trató de omitir lo que estaba pasando, trató de minimizar el levantamiento indígena; por ahí periódicos comunitarios, radios que no le deben nada a nadie que no dependen de nadie, ellos pusieron como más fortaleza en la información.

5.- ¿En qué proporción considera usted que el abordaje periodístico, de los medios de comunicación digitales permitió que la ciudadanía se involucre de forma más participativa en informaciones referentes al Paro Nacional y de qué forma los medios logran medir una cercanía con su audiencia en las plataformas digitales?

Las plataformas digitales tienen una ventaja, son poco reguladas, no reciben sanciones tan drásticas como un medio tradicional, por ejemplo, en el diario D'UNA y Ecuador 221 somos muy críticos con los gobiernos. Por ejemplo, el viernes pasado un editorial que decía "El lazo" que terminó hecho nudo, refiriéndome a Guillermo Lasso, que parecía el lazo que tenía el lacito para soltar la sorpresa y que todo sea color de rosa. Entonces el medio impreso tiene ciertas libertades porque es difícil que te clausuren, embarguen, en cambio los medios digitales son de una casa y genera un poco de libertades para trabajar, contrastar, contextualizar si nos genera ciertas libertades que un periódico impreso se enfrenta a limitaciones.

6.- ¿De qué forma considera usted que la transmedialidad le ha permitido al periodismo digital, generar una conexión en la ciudadanía, al momento de emitir opiniones en base a temas de interés social?

Los medios digitales y tradicionales se deben a su público, había un editor del periódico, periódico muy antiguo, Miguel Donoso Pareja, alguna vez le preguntaron por qué le da a la gente tanta basura en la publicación y el respondió muy acertadamente: si el pueblo quiere m, m hay que darle; dura la expresión.

Estamos viviendo una etapa distinta en el periodismo, periodismo transmedia, ese periodismo transversal, multiplataforma. La ciudadanía cada vez demanda mayor información, cada vez exige estar bien informado; lo lamentable es que no es toda la ciudadanía es un minúsculo grupo de ciudadanos, la gente no lee y eso genera que esos procesos tecnológicos relacionados con la información y con el periodismo se queden estancados, la gente no va al ritmo del que va la tecnología, pocas personas se atacan a esos cambios tecnológicos.

Cuando hacemos una remasterización de lo que fue el periodismo antiguo te

das cuenta que fue un periodismo más difícil, ahora, entregarle la batuta a gente que diga, haga, deshaga en una interrelación con el medio de comunicación, también se juega un papel crítico porque no tenemos el control de lo que dice la gente, mucho más si es en vivo y la gente dice cualquier cosa, muchas veces atentando con el medio de comunicación. Yo insisto, este avivamiento de la tecnología lo que nos ha generado es un periodismo más rápido y de pronto no tan profundo, pero sin temores. Porque los medios impresos si vivieron momentos duros, los canales, emisoras porque las sanciones se venían una tras otra y muchas veces sanciones tan grandes que no se equiparaban y muchas empresas periodísticas quebraban.

Tabla 7

Ideas principales de entrevista a Alvarado

Pregunta 1: Características de un periodista digital.	Evolución del periodista: pensar, replantear, cuestionar.
Pregunta 2: Corresponsabilidad ciudadana	Surgimiento del periodismo corresponsable: prosumidor y consumidor.
Pregunta 3: Importancia del periodismo digital	El rol del periodista es verificar y contrastar la información para evitar perder la credibilidad.
Pregunta 4: Abordaje periodístico digital	Los medios de comunicación considerados el cuarto poder.
Pregunta 5: Incidencia ciudadana en plataformas digitales	Limitada libertad de expresión en medios impresos.
Pregunta 6: Transmedialidad de periodismo digital	Exigencias de la ciudadanía para estar bien informados.

Elaborado por: Erreyes & Gualli (2022)

Análisis de la entrevista a Johnny Alvarado Domínguez

Para el periodista Johnny Alvarado, el periodismo digital lo es todo, porque juega un papel importante en la sociedad, debido a la inmediatez de la información. Así mismo, menciona que la esencia del periodismo no ha cambiado, sino más bien la forma de comunicar. Además cuestiona que el periodismo en papel, desaparecerá en

menos de cinco años, debido a las plataformas digitales que se han posicionado desde su aparición.

Con respecto a la transmedialidad, señala que estos existen debido a su audiencia, es por esto que la demanda de información en las multiplataformas es exigente. Sin embargo señala que, el público ha dejado el hábito de la lectura de los periódicos para trasladarse a lo digital, esto debido a que en la actualidad la sociedad recurre a las plataformas digitales para informarse.

Diana Isabel Flores Rodríguez: "Hablar de veracidad es un poco complicado pero siempre tienes que estar apegado a la veracidad de la información"
1.- ¿Considera usted que el periodismo digital contribuye en la corresponsabilidad ciudadana y de qué manera lo hace? **¿Nos podría citar un caso en particular en el que usted considere que se evidencia la corresponsabilidad social?** El periodismo digital contribuye en la corresponsabilidad ciudadana y esto de qué manera lo hace, primero con el tono de la comunicación porque la forma en que trasmites un mensaje la gente lo recibe bien o lo recibe mal, entonces el tono de la comunicación es siempre es importante y tienes otros factores que ya obviamente, el tema que vas a trasmitir. Porque te pongo el tono de primero, porque puede ser una noticia trágica por así decirlo, pero depende mucho que tono utilices para informar esa noticia de tal forma que ahuyentas a tu público o el público aprende de eso o el público saca algo o rescata algo de esa noticia entonces tienes bastante por ese lado ósea por el tema del tono que es algo que siempre lo recalco bastante. Todo es comunicación partiendo, de que todo es comunicación y a la final las personas necesitan receptar mensajes a través de los medios de comunicación, tienes esta contribución, esta responsabilidad de informar con certeza, hablar de veracidad es un poco complicado pero siempre tienes que estar apegado a la veracidad de la información que estás dando y eso obviamente se lo da a través de las fuentes y a la final depende mucho de la persona, creo que siempre va haber una disyuntiva en el

mundo periodístico por querer ganar con la información que tu das, entonces ahí depende mucho de las personas si en esa disyuntiva de ganar más o del ganar poco o del ganar o perder, de lo bien o lo mal, o alguna noticia a favor de alguien o a favor de la otra persona ósea entonces siempre vas a tener esa disyuntiva, pero creo que ahí viene la responsabilidad obviamente del periodismo, de la información, de la noticia.

Caso particular

Un caso particular son los medios impresos, si nos vamos un poco al extremo tú tienes aquí un diario que es por ponerlo en paréntesis (sanguinario) , creo que es el extra ahí tu evidencias bastante el tema la corresponsabilidad de la información entonces es justamente lo que te mencionaba, tu como informas , como das a conocer a veces das a conocer puedes utilizar un tono violento , formal, un tono informal, puedes hacer una sátira de la información, entonces ahí es donde obviamente se evidencia la responsabilidad de la comunicación del periodismo frente a la sociedad y esto obviamente trasciende en todos los aspectos, ósea desde la educación, desde la política y desde el tema ambiental y creo que ahí es donde puedes tener evidencias de la responsabilidad social que hay de por medio.

2.- El periodismo digital ha estado en constaste actualización lo que permite a la ciudadanía tener una mayor interacción. Desde su experiencia ¿qué importancia tiene el periodismo digital en nuestra sociedad?

Actualmente estamos súper globalizados con la tecnología, como por ejemplo mi novio lo primero que hace al despertarse es coger el celular y leer noticias en todos los medios digitales, en otros tiempos se esperaba salir a comprar los periódicos a las tiendas, ponerle un número al periodismo digital como importancia es muy alta, ya que la información es inmediata el cual significa que las personas receptan las noticias al instante. El tema actual en esta sociedad es que las noticias son más virales ya que el contenido que proyecto es para ganar público y que se informen de hechos verídicos. Si tengo que ponerle un número del 1 al 5 en estos tiempos, le pondría un 5.

3.- La inmediatez de la información permite que se la exponga desde diferentes frentes y en ocasiones en fácil caer es las Fake News. Desde este escenario ¿Cómo evalúa el abordaje periodístico digital con referencia a las movilizaciones del

paro nacional de junio?

Partimos de la credibilidad de los medios nacionales que actualmente están complicados, ya que al evaluarlos se sabe que existe mucho tras pie político en la información consiguiendo que los medios internacionales se tomen de estas noticias para exponer a los medios lo que está pasando. Si yo los evalúo desde un punto cuantitativo o cualitativo es muy complicado porque en el Paro Nacional se evidenció que el periodismo dentro del país está pataleando en su credibilidad, desconfiando del medio nacional y etiquetándolos como medios vendidos, porque sabemos que el trasfondo político jala para su lado más conveniente. Es un tema de la responsabilidad sistémica del Gobierno y los canales para la comunicación humana en donde se debería evaluar desde un punto más alto.

4.- ¿En qué proporción considera usted que el abordaje periodístico, de los medios de comunicación digitales permitió que la ciudadanía se involucre de forma más participativa en informaciones referentes al Paro Nacional y de qué forma los medios logran medir una cercanía con su audiencia en las plataformas digitales?

La proporción es un término complicado de medir, estos datos pueden tenerlos más los medios o canales. Lo que te puedo decir es que no existe una participación directa de la gente con los canales de televisión. Si bien sabemos que existe un público o segmento de mercado que se tiene a partir de los 55 años que todavía cuestan alternar el noticiero la mañana, tarde y noche. La gente lo que busca es, las redes sociales para generar la participación de las personas, es generar rechazos o para involucrarse realmente y sacar información que se necesita saber. Los medios pueden medir la cercanía de audiencia en plataformas digitales según la cantidad de personas conectadas al mismo tiempo vía streaming en una medición. También existen otras formas de medir la audiencia según cada canal y su software, dentro de cada canal y dentro de las plataformas se mide la audiencia a través de las estadísticas que te dan cada plataforma ya sea YouTube, Facebook, etc. Existen un centenar de mediciones para medir el tráfico que tienen tus redes sociales de una manera abrupta.

5.- ¿Según su criterio, hasta qué punto el periodismo digital aporta en la reacción objetiva de los usuarios a través de las redes sociales?

Hasta el punto que se esté dando realmente la información verídica con datos

de manera que los usuarios obtengan una reacción objetiva, manifestando la información muy subjetiva y teniendo como resultados en redes sociales o en una sala de prensa, dependiendo de cómo se presenta la información.

Todos tenemos diferentes niveles de subjetividad dependiendo de los datos que nos lleguen siempre y cuando sean de gustos y placeres se puede obtener una subjetivad muy grande siempre y cuando estemos hablando de estadísticas, estudios, etc.

Tabla 8
Ideas principales de entrevista a Flores

Pregunta 1: Corresponsabilidad ciudadana	Importancia del tono en la comunicación
Pregunta 2: Importancia del periodismo digital	La información es inmediata y sus contenidos son verificados.
Pregunta 3: Inmediatez de la información	Credibilidad de medios nacionales fue puesta en duda por su parcialidad, lo que llevo a que medios internacionales expongan a estos medios.
Pregunta 4: Abordaje periodístico de los medios digitales	Uso de las redes sociales para incentivar participación ciudadana.
Pregunta 5: Reacción objetiva de los usuarios en redes sociales	Verificación de información que permite a los usuarios obtener de forma objetiva los resultados de la información por diversos medios.

Elaborado por: Erreyes & Gualli (2022)

Análisis de la entrevista Diana Isabel Flores Rodríguez

Para Diana Flores, el tono de comunicación es primordial en la corresponsabilidad ciudadana, puesto a que señala que, a través de esto, la ciudadanía recepta el mensaje de diversas formas. Según la freelancer, todo es comunicación y a través de los medios tradicionales se receptan los mensajes. También destaca que, ellos tienen la responsabilidad de informar con veracidad.

En tanto al abordaje periodístico, señala que las redes sociales se han convertido en el medio por el cual la ciudadanía manifieste su rechazo o su participación con respecto a la información de su interés.

Por otro lado, evaluó desde un punto cualitativo que es muy complicado detallar los acontecimientos del Paro Nacional, debido a que se evidenció que el periodismo dentro del país está pataleando en su credibilidad, lo que provocó la desconfianza en los medios nacionales, catalogándolos como medios vendidos, aquello hizo que los medios internacionales o medios en ascenso realizaran la respectiva cobertura con respecto a las movilizaciones, debido a la escases de información por parte de los medios ecuatorianos.

Análisis de las Entrevistas

En el análisis de las entrevistas, se pudo llegar a la conclusión que el periodismo digital, cumple un rol importante dentro del periodismo, debido a la gran participación de los medios digitales y sus usuarios en temas de intereses sociales. En efecto, la incidencia ciudadana es inclusiva en las temáticas más relevantes de una sociedad, puesto a que la involucración y el descontento se pueden evidenciar mediante las redes sociales. La cobertura de los medios digitales en sucesos de conmoción nacional ha provocado incertidumbre y desconfianza hacia lo que conocemos como medios tradicionales, pues la falta de seguimiento ha provocado que la ciudadanía acuda a las redes sociales para informarse.

Cuestionario de preguntas
1. ¿Qué importancia tiene el periodismo digital en nuestra sociedad? 2. 3. ¿Considera usted que el periodismo digital contribuye en la corresponsabilidad ciudadana y de qué manera lo hace? 4. ¿Desde su punto de vista cómo evalúa el abordaje periodístico digital con referencia al último acontecimiento en el país (Paro Nacional)?

5. ¿De qué manera considera usted que el abordaje periodístico digital permitió que la ciudadanía se involucre de forma más participativa en el Paro Nacional y de qué forma los medios logran medir una cercanía con su audiencia en las plataformas digitales?

6. ¿Según su criterio, hasta qué punto el periodismo digital aporta en la reacción objetiva de los usuarios a través de las redes sociales?

Cuestionario de entrevistas

1. Desde su punto de vista ¿cuáles son las características que debería tener un profesional digital y de qué manera manejaría los contenidos mediáticos, como aquellos relacionados con temas políticos?

2. ¿De qué forma considera usted que la transmedialidad le ha permitido al periodismo digital, generar una conexión en la ciudadanía, al momento de emitir opiniones en base a temas de interés social?

3. ¿Considera que existe una corresponsabilidad en la ciudadanía frente a los temas de intereses sociales (Paro Nacional) en base al seguimiento periodístico que realizan los profesionales de la comunicación en el área digital de las plataformas?

4. ¿Según su experiencia, hasta qué punto el periodismo digital se convierte en una nueva forma objetiva de emitir cuestionamientos a través de las redes sociales?

5. ¿Usted considera que la desinformación que suele circular en diversas plataformas es el principal enemigo de un periodista digital?

3.7. Conclusiones

Es importante analizar la influencia del manejo objetivo del periodismo digital de los medios El Telégrafo y Expreso en la percepción ciudadana, por medio de las redes sociales tales como Instagram y Twitter, puesto que la mayoría de las personas utilizan esos medios para informar y comunicarse. Así mismo, estos medios, emplean diversas herramientas de comunicación con el fin de persuadir a los usuarios y que estos generen su propia opinión al momento de interactuar con los casos relacionados de interés social.

Es necesario determinar cómo el periodismo digital influye en el ejercicio profesional del periodista y la percepción ciudadana, cabe destacar que la inmediatez es una de las razones, por las cuales este nuevo género periodístico genera diversas reacciones, es por esto que el periodista debe estar en constante actualización de herramientas digitales. En la actualidad, el profesional no puede conformarse con solo saber redactar, sino ser polifuncional, tanto a que, está en una constante evolución y los periodistas tienden a adaptarse a las distintas aplicaciones. Del mismo modo, el uso de las plataformas digitales hace posible que el alcance del periodismo digital cruce fronteras.

Es preciso determinar los antecedentes del acontecimiento periodístico digital especializada en temas de interés social, porque cada uno de los acontecimientos que ocurren dentro del país, son relevantes para las empresas periodísticas como el Expreso y El Telégrafo, cuyo objetivo es, contrastar y verificar la información que es emitida por sus diferentes canales de comunicación.

Se requiere analizar cómo las redes sociales Instagram y Twitter, han permitido a los medios de comunicación Expreso y El Telégrafo compartir los hechos en temas de interés nacional. El Paro Nacional y el Informe a la Nación, fueron los temas que más impacto tuvo dentro de la ciudadanía. Aquello pudo ser verficado por sus redes sociales las cuales tuvieron mayor interacción y que más repercusión tuvo en medios internacionales. Por cuanto estas plataformas, permiten el libre acceso de publicar y compartir cada uno de los sucesos, asi como es un medio de socialización y de dar opiniones sobre lo que se muestra.

3.8. Recomendaciones

Se recomienda que cada uno de los periodistas deban hacer uso de todos las herramientas digitales, que las redes sociales ofrecen, así como lo realiza El Telégrafo y el Expreso, que son empresas periodísticas que comparten imágenes y vídeos para que la ciudadanía se informe de manera proactiva.

Se recomienda analizar la interacción entre el periodista y la ciudadanía en base a los diversos temas de interés.

Se considera necesario elaborar un estudio general en base a los referentes teóricos que inciten a la población mantener interés en temas mediáticos.

Se recomienda que toda noticia de interés público sea analizada, contrastada y verificada, debido que la información tergiversada puede generar desinformación. Cabe mencionar que las empresas Expreso y El Telégrafo son instituciones que poseen una gran trayectoria en los medios de comunicación, lo que hace que sean medios creíbles al momento de compartir información.

3.9. Referencias Bibliográficas

Alonso, M. (2019). Fake News: desinformación en la era de la sociedad de la información. *Ámbitos Revista Internacional de Comunicación*, 31-32.

Alvídrez, N. (7 de marzo de 2016). *SlideShare.* Obtenido de Historia del Periodismo Digital: https://pt.slideshare.net/marinaalvidrez1/historia-del-periodismo-digital-59224343

ATDL. (2021). *Asociación Técnica de Diarios Latinoamercanos*. Obtenido de El Telégrafo: https://www.atdl.org/diarios/48-el-telegrafo

Burgueño, J. (14 de mayo de 2020). *The Conversation*. Obtenido de Los Fake News, son falsas pero no nuevas: https://theconversation.com/adan-y-eva-neron-maria-antonieta-o-trump-las-fake-news-son-falsas-pero-no-nuevas-138645

Carrasco, H. (2018). *Repositorio UCE.* Obtenido de Medios impresos y campaña electoral: análisis de los diarios El Comercio y El Telégrafo sobre la información publicada sobre los candidatos en la campaña electoral de primera y segunda vuelta electoral. (2017): http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/16377/1/T-UCE-0009-CSO-041.pdf

Chávez, A. (2020). *Repositorio ULVR.* Obtenido de Plataformas digitales y comunicación política: http://repositorio.ulvr.edu.ec/bitstream/44000/4166/1/T-ULVR-3493.pdf

Diario El Telégrafo. (16 de Febrero de 2018). *El Telégrafo*. Obtenido de El Telégrafo nació hace 134 años como un diario liberal: https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/editoriales/1/el-telegrafo-nacio-hace-134-anos-como-un-diario-liberal

Diario Expreso. (2 de Mayo de 2020). Obtenido de Expreso: tradición y vanguardia: https://www.expreso.ec/actualidad/expreso-tradicion-vanguardia-suscripcion-digital-10132.html

Díaz, L., Tarruco, U., Martínez, M., & Varela, M. (2018). La entrevista, recurso flexible y dinámico. *Revista Investigación en Educación*, 162-167.

Falla, S. (2009). *Maestros del web.* Obtenido de Periodismo Digital: definiciones y características: https://www.maestrosdelweb.com/periodismo-digital-definiciones-caracteristicas/

Fienco, S. (21 de abril de 2013). *Venga y le digo*. Obtenido de Cual fue el primer diario de Ecuador: https://sergiogfc87.wordpress.com/2013/04/21/primer-diario-digital-del-ecuador-y-su-historia/

Flores, I. (2017). *Dialnet*. Obtenido de La formación del periodista 2.0 en las universidades venezolanas: file:///Users/macbookair/Downloads/Dialnet-LaFormacionDelPeriodista20EnLasUniversidadesVenezo-6057565%20(1).pdf

Galarza, C. (Diciembre de 2020). Alcances de una investigación. *Revista CienciAmérica, 9*(3), 1-5.

García Hernández, M. D. (2017). *RULL-Repositorio institucional.* Obtenido de La repercusión del periodismo 3.0: los medios sociales, el periodismo ciudadano y el intrucismo laboral: https://riull.ull.es/xmlui/handle/915/6944

Gil, Q. (1999). *Calameo*. Obtenido de Diseñando el periodista digital: https://es.calameo.com/read/0001348840f6d509d6df7

Guerra, D. P. (2022). *Especiales El Comercio*. Obtenido de https://especiales.elcomercio.com/interactivos/cronologia-paro-indigena-manifestaciones-2022/

Guevara, G., Verdesoto, A., & Castro, N. (2020). Metodologías de la investigación educativa. *Revista Recimundo, 4*(3), 163-173.

Holguín, D., & Ordeñana, M. (2016-2017). *Repositorio ULVR*. Obtenido de La importancia de los verificadores de a información para la contrastación de publicaciones en medios impresos de Guayaquil en el primer semestre del 2015: http://repositorio.ulvr.edu.ec/bitstream/44000/912/1/T-ULVR-0212.pdf

Inostroza, Ó. (2017). Principales diarios de Ecuador. *Asociación Técnica de Diarios Latinoamericanos*, 1-32.

Jorge, R. (3 de marzo de 2016). *Ux Designer. Research. Ux Writer*. Obtenido de Breve hsitoria del periodismo digital: https://rominajorge.com/2015/06/01/breve-historia-del-periodismo-digital/

Jurado, Y. (2022). *Técnicas de investigación documental.* Mexico: Thomson.

Lasso, G. (24 de 05 de 2022). Obtenido de https://drive.google.com/file/d/1p4Rw0S_YKS7QLuZVvD-PrbNe9HeHXluP/view

León, L., & Rivera, D. (2018). *Repositorio UNEMI.* Obtenido de Influencia del periodismo digital en nuestra sociedad actual: http://repositorio.unemi.edu.ec/bitstream/123456789/4351/1/INFLUENCIA%20DEL%20PERIODISMO%20DIGITAL%20EN%20NUESTRA%20SOCIEDAD%20ACTUAL.pdf

López, B. Prezi. *Historia del Periodismo Digital.* Obtenido de Historia del Periodismo Digital: https://prezi.com/d8xwp28d5zl9/historia-y-evolucion-del-periodismo-digital/

Magallón Rosa, R. (2019). *UnfakingNews, como combatir la desinformación.*

Meso, A. (2005). El periodismo ciudadano, una nueva alternativa de la profesión periodística. *Chasqui*, 13-14.

Mitchelstein, P., & Boczkowski, E. (3 de mayo de 2020). *Infobae*. Obtenido de Periodismo digital, innovacion y crisis: https://www.infobae.com/america/opinion/2020/05/03/periodismo-digital-entre-la-innovacion-y-la-crisis/#:~:text=La%20evoluci%C3%B3n%20del%20periodismo%20digital%20ha%20estado%20signada,TikTok%2C%20los%20medios%20digitales%20han%20tenido%20grandes%20

Morales, S. (2017). *Universidad Técinica de Babahoyo.* Obtenido de Medios impresos y su influencia en el hábito de lectura de los moradores del sector el recreo del cantón Quevedo parroquia San Camilo: http://dspace.utb.edu.ec/handle/49000/4312

Muñoz, G. (2020). *Universidad Laica Vicente Rocafuerte*. Obtenido de Repositorio ULVR: http://repositorio.ulvr.edu.ec/bitstream/44000/4144/1/T-ULVR-3456.pdf

Nafría, I. (Abril de 2017). Obtenido de https://www.ismaelnafria.com/nytimes/all-the-news-thats-fit-to-print-el-eslogan-periodistico-mas-famoso-del-mundo/#:~:text=mundo%20%7C%20Ismael%20Nafr%C3%ADa-,%E2%80%9CAll%20the%20News%20That's%20Fit%20to%20Print%E2%80%9D%3A%20El%20eslogan,period%C3%ADsti

Nafría, I. (Abril de 2017). *La reinvención de The New York Times*. Obtenido de https://www.ismaelnafria.com/nytimes/all-the-news-thats-fit-to-print-el-eslogan-periodistico-mas-famoso-del-mundo/

Olea, T. (2020). *Repositorio de Universidad Técnica de Babahoyo.* Obtenido de Periodismo digital y su aceptación en el público mayor a 45 años, cantón Montalvo: http://dspace.utb.edu.ec/handle/49000/8848

Pérez, P. (20 de abril de 2016). *El Pais*. Obtenido de El periodismo en la era digital: https://elpais.com/elpais/2016/04/13/opinion/1460540302_620130.html

Periodismo, B. (Dirección). (2022). *Resumen del Paro Nacional ¿Toque de queda en Quito?* [Película].

Pinto, M. (2019). *ALFin eees*. Obtenido de Herramientas de comunicación: http://www.mariapinto.es/alfineees/comunicacion/que.htm

Rivera, J. (enero-febrero de 2013). Obtenido de file:///C:/Users/Usuario/Downloads/Dialnet-MediosDigitalesEnEcuadorCuantosSonYQueHacen-5791082%20(2).pdf

Salas, I., & Vasquez, D. (2022). *Repositorio ULVR.* Obtenido de Periodismo Investigativo y Percepción Ciudadana: http://repositorio.ulvr.edu.ec/bitstream/44000/5178/1/T-ULVR-4175.pdf

Salavarria, R. *Aproximaciones al concepto de multimedia.* Madrid-Espana.

Salavarria, R. (marzo de 2016). *Inicios del periodismo digital*. Obtenido de ResearchGate:

https://www.researchgate.net/publication/303857182_Los_inicios_en_el_periodismo_digital

Salverría, R., & Pélissier, E. (2009). *Periodismo Digital: definiciones y características*. Obtenido de Maestros del Web: https://www.maestrosdelweb.com/periodismo-digital-definiciones-caracteristicas/

Sánchez, D. (2007). *El Periodismo Digital, una nueva etapa del periodismo moderno.* Antioquia: Revista Lasallista.

Tapuy, C. (12 de Junio de 2022). *Confeniae*. Obtenido de Recordadno 30 años de la historia, luchas y logros del primer levantamiento Indígena: https://confeniae.net/2020/recordando-30-anos-de-la-historia-luchas-y-logros-del-primer-levantamiento-indigena-de-la-conaie-1990

Telégrafo, E. (16 de Febrero de 2019). *El Telégrafo*. Obtenido de El Telégrafo, un diario de transformaciones historicas: https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/hemeroteca/1/eltelegrafo-aniversario-especial

Uriarte, J. (9 de marzo de 2020). *Caracteristicas.com*. Obtenido de Periodismo digital: https://www.caracteristicas.co/periodismo-digital/#:~:text=Historia%20del%20periodismo%20digital%20Los%20albores%20del%20periodismo,adicional%20al%20exhibido%20en%20papel%20o%20en%20TV

USFQ, R. (2 de Febrero de 2020). *ElOutsider.* Obtenido de ¿Qué pasó en Ecuador en octubre de 2019?: https://revistas.usfq.edu.ec/index.php/eloutsider/article/view/1567/2136

Wendling, M. (22 de Enero de 2018). *BBC Trending* . Obtenido de The almost complete history of 'fake news': https://www.bbc.com/news/blogs-trending-42724320

ANEXOS

Anexo 1 Cuestionario de Entrevista a Periodista

Cuestionario de preguntas
1. ¿Qué importancia tiene el periodismo digital en nuestra sociedad? 2. ¿Considera usted que el periodismo digital contribuye en la corresponsabilidad ciudadana y de qué manera lo hace? 3. ¿Desde su punto de vista cómo evalúa el abordaje periodístico digital con referencia al último acontecimiento en el país (Paro Nacional)? 4. ¿De qué manera considera usted que el abordaje periodístico digital permitió que la ciudadanía se involucre de forma más participativa en el Paro Nacional y de qué forma los medios logran medir una cercanía con su audiencia en las plataformas digitales? 5. ¿Según su criterio, hasta qué punto el periodismo digital aporta en la reacción objetiva de los usuarios a través de las redes sociales?

Anexo 2 Cuestionario de Entrevista a analista

Cuestionario de entrevistas
6. Desde su punto de vista ¿cuáles son las características que debería tener un profesional digital y de qué manera manejaría los contenidos mediáticos, como aquellos relacionados con temas políticos? 7. ¿De qué forma considera usted que la transmedialidad le ha permitido al periodismo digital, generar una conexión en la ciudadanía, al momento de emitir opiniones en base a temas de interés social? 8. ¿Considera que existe una corresponsabilidad en la ciudadanía frente a los temas de intereses sociales (Paro Nacional) en base al seguimiento periodístico que realizan los profesionales de la comunicación en el área digital de las plataformas? 9. ¿Según su experiencia, hasta qué punto el periodismo digital se convierte en una nueva forma objetiva de emitir cuestionamientos a través de las redes sociales? 10. ¿Usted considera que la desinformación que suele circular en diversas

plataformas es el principal enemigo de un periodista digital?

Anexo 3 Entrevista a Johnny Alvarado

Anexo 4 24 de mayo del 2022 – Informe a la Nación

Anexo 5 24 de mayo 2022 - Expreso

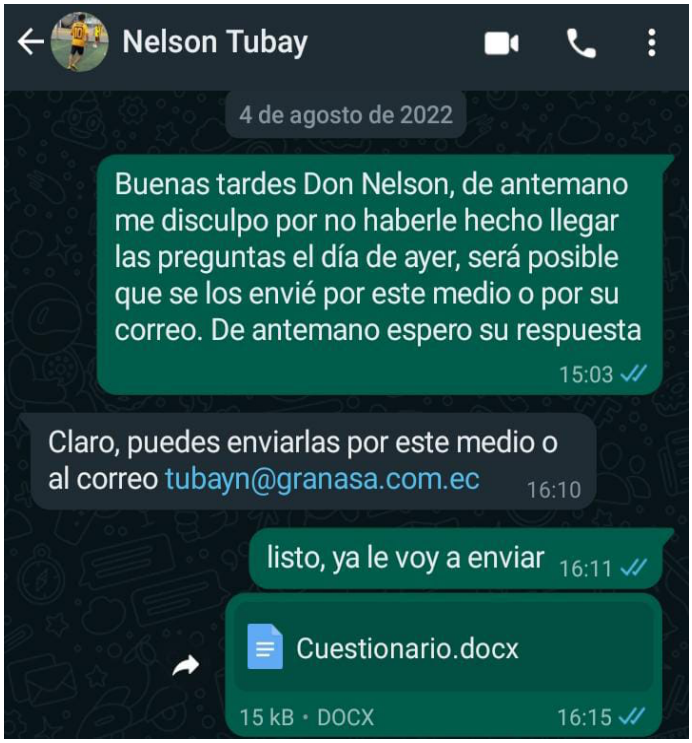
Anexo 6 24 de mayo – interacción ciudadana, Diario Expreso

Anexo 7 24 de mayo 2022 – El Telégrafo

Anexo 8 24 de mayo – Interacción ciudadana, Diario El Telégrafo

Anexo 9 Twitter - junio 2022 Diario Expreso

Anexo 10 Entrevista al periodista Nelson Tubay Bermúdez



Anexo 11 Entrevista al periodista Johnny Alvarado Dominguez

Anexo 12 Entrevista a la periodista Diana Isabel Flores