



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

LICENCIADA EN PERIODISMO

TEMA

LA COMUNICACIÓN Y SU EVOLUCIÓN EN REDES

TUTOR

MGTR. JOSÉ OMAR VILLAVICENCIO SANTILLAN

AUTORA

TELLO CARDOZO MELANI DANIXA

GUAYAQUIL

2023



Presidencia
de la República
del Ecuador



Plan Nacional
de Ciencia, Tecnología,
Innovación y Saberes



SENESCYT
Secretaría Nacional de Educación Superior, Ciencia,
Tecnología e Innovación

REPOSITARIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

FICHA DE REGISTRO DE TESIS

TÍTULO Y SUBTÍTULO:

Análisis de los recursos digitales en la construcción de notas coyunturales, caso de estudio: Muerte Cruzada medio la Data, Guayaquil 2023.

AUTOR/ES:

Melani Danixa Tello Cardozo

REVISORES O TUTORES:

Mgr. José Omar Villavicencio Santillán

INSTITUCIÓN:

Universidad Laica Vicente Rocafuerte de
Guayaquil

Grado obtenido:

Licenciada en Periodismo

FACULTAD:

Facultad de Ciencias Sociales y Derecho

CARRERA:

Periodismo

FECHA DE PUBLICACIÓN:

2023

N. DE PAGS: 59

ÁREAS TEMÁTICAS: Periodismo e Información

PALABRAS CLAVE: Investigación y política de la comunicación, Comunicación política, Comunicación de Masas

RESUMEN: Los recursos digitales han revolucionado la forma en que se construyen y difunden las notas coyunturales. Estos recursos, como las redes sociales, los portales de noticias y las herramientas de análisis de datos, han permitido a los periodistas tener acceso a una gran cantidad de información en tiempo real y presentarla de manera más dinámica y atractiva para el público, los medios digitales se miden por el alcance que pueda tener sus publicaciones y las interacciones que puedan causar en los consumidores de estas notas periodísticas

En esta investigación determinaremos cuanto influyen las notas coyunturales sobre la Muerte Cruzada en Ecuador y la opinión sobre los recursos digitales como medios de difusión de información periodística.

N. DE REGISTRO (en base de datos):

N. DE CLASIFICACIÓN:

DIRECCIÓN URL (tesis en la web):

ADJUNTO PDF:	SI <input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>
CONTACTO CON AUTOR/ES: Melani Danixa Tello Cardozo	Teléfono:	E-mail: mtelloc@ulvr.edu.ec
CONTACTO EN LA INSTITUCIÓN:	PhD. Adriam Camacho Domínguez (Decano) Teléfono: (04) 259 6500 Ext. 250 E-mail: acamachod@ulvr.edu.ec Mgtr. Evelyn Cadena Chila (Directora de carrera) Teléfono: 2596500 Ext. 300 E-mail: ecadenach@ulvr.edu.ec	

CERTIFICADO DE SIMILITUD

La comunicacion y su evolucion en redes

INFORME DE ORIGINALIDAD

7%	7%	0%	5%
INDICE DE SIMILITUD	FUENTES DE INTERNET	PUBLICACIONES	TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1	wwwlegla.blogspot.com Fuente de Internet	2%
2	Submitted to Systems Link Trabajo del estudiante	2%
3	www.cuadernosartesanos.org Fuente de Internet	2%
4	Submitted to 53250 Trabajo del estudiante	1%
5	red.uao.edu.co Fuente de Internet	1%

Excluir citas

Activo

Excluir coincidencias < 80 words

Excluir bibliografía

Activo

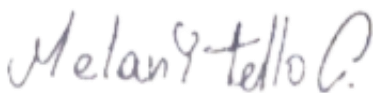


DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS PATRIMONIALES

La estudiante egresada **Melani Danixa Tello Cardozo**, declara bajo juramento, que la autoría del presente proyecto de investigación, "**La comunicación y su evolución en redes**", corresponde totalmente a la suscrita y me responsabilizo con los criterios y opiniones científicas que en el mismo se declaran, como producto de la investigación realizada.

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

Autora



Firma

Melani Danixa Tello Cardozo

C.I. 0958766859

CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del Proyecto de Investigación “**La comunicación y su evolución en redes**”, designada por el Consejo Directivo de la Facultad de Periodismo de la Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil.

CERTIFICO:

Haber dirigido, revisado y aprobado en todas sus partes el Proyecto de Investigación titulado: “**La comunicación y su evolución en redes**”, presentado por la estudiante **Melani Danixa Tello Cardozo** como requisito previo, para optar al Título de Licenciada En Periodismo, encontrándose apto para su sustentación.

Firma:



Nombre: Jose Omar Villavicencio Santillan

CI. 0926550500

AGRADECIMIENTO

En primer lugar, agradezco a mi mamá que siempre me ha brindado su apoyo incondicional para poder cumplir todos mis objetivos personales y académicos. Con su cariño me ha impulsado siempre a perseguir mis metas y nunca abandonarlas frente a las adversidades. También me ha brindado el soporte material y económico para poder concentrarme en los estudios y nunca abandonarlos.

Agradezco profundamente a mi tutor por su dedicación y paciencia, sin sus palabras y correcciones no hubiese podido lograr llegar a esta instancia tan anhelada. Gracias por su guía y todos sus consejos, los llevaré grabados para siempre en la memoria en mi futuro profesional.

Melani Danixa Tello Cardozo

DEDICATORIA

Dedico este proyecto de tesis a mi familia por su constante apoyo y su amor incondicional, han sido mi fuerza motriz y mi mayor inspiración para alcanzar este logro.

Gracias a todos por ser parte de mi viaje académico y por su influencia positiva en mi desarrollo como estudiante.

Melani Danixa Tello Cardozo

INDICE

INTRODUCCIÓN.....	12
CAPÍTULO I.....	2
1.1. Tema	2
1.2. Título.....	2
1.3. Planteamiento del Problema.....	2
1.4. Formulación del Problema	4
1.5. Objetivo general.....	5
1.6. Objetivos específicos	5
1.7. Idea a defender.....	5
1.8. Líneas de investigación	5
CAPÍTULO II.....	6
MARCO TEÓRICO	6
2.1. Antecedentes de la investigación.....	6
2.2. Componentes teóricos de los recursos digitales	7
2.2.1. Marketing Digital.....	7
2.2.2. Redes Sociales.....	9
2.3.1.1 Facebook.....	10
2.3.2.1. Instagram.....	10
2.2.3. Creación de contenido.....	11
2.4. Captación de los recursos digitales en medios transmedia	12
2.5. Recursos digitales y la socialización en medios transmedia.	12

2.6.	Consumo de noticias digitales.....	14
2.7.	Periodismo digital	15
2.7.1.	Medio nativo digital “La Data Ec”	16
2.8.	Constitución de la República del Ecuador	18
2.9.	Ley Orgánica de Comunicación	19
2.10.	Código de Ética Profesional Del Periodista.....	23
	CAPÍTULO III.....	25
	METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....	25
3.1.	Enfoque.....	25
3.2.	Método Inductivo	25
3.3.	Método Deductivo.....	25
3.4.	Alcances de la investigación.....	25
3.4.1.	Investigación Exploratoria	26
3.4.2.	Investigación Descriptiva.....	26
3.4.3.	Investigación Explicativa	26
3.4.4.	Investigación Correlacional.....	26
3.5.	Técnica e instrumentos.....	26
	3.5.1. Entrevista.....	26
	3.5.2. Ficha de análisis.....	27
3.6.	Presentación y análisis de resultados	29
	3.6.1. Análisis de las entrevistas	29

3.6.2. Ficha de análisis.....	36
3.6.3. Discusión de los resultados.....	37
3.6.4. CONCLUSIONES.....	39
3.6.5. RECOMENDACIONES.....	40
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	41
ANEXOS	44

ÍNDICE DE TABLA

Tabla 1 Contenido multimedia publicado por La Data	17
Tabla 2 Modelo de entrevista	27
Tabla 3 Modelo de ficha de análisis	28
Tabla 4 Entrevista a Marjorie Fuente.....	29
Tabla 5 Entrevista a Melissa Reyes	31
Tabla 6 Entrevista a Rolando Gilbert.....	32
Tabla 7 Ficha de análisis de contenido La Data	36

ÍNDICE DE IMAGENES

Imagen 1 La Data Ec.....	16
--------------------------	----

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo No. 1 Entrevista con Marjorie Fuentes.....	45
Anexo No. 2 Entrevista con Rolando	46
Anexo No. 3 Entrevista con Lcda. Melissa Reyes.....	47

INTRODUCCIÓN

En el desarrollo de este trabajo de investigación se realiza un análisis de los recursos digitales en la construcción de notas coyunturales emitido por el medio digital La Data, en el Ecuador. Por lo cual, se realizaron entrevistas y análisis de fichas del contenido publicado por este medio digital.

El primer capítulo parte definiendo la problemática de esta investigación, evidenciando la importancia de las notas periodísticas de los medios digitales y como pueden influir el tipo de contenido transmedia y las herramientas digitales que utilicen los periodistas al momento de elaborar las notas.

En el segundo capítulo en el marco conceptual se define las teorías, e investigaciones relacionadas a la implementación de recursos digitales con las cuales se puede contrastar la investigación y ampliar la visión sobre los temas desarrollados en el proyecto en cuanto a los medios digitales y la interacción de los lectores con las notas coyunturales relacionadas con la Muerte Cruzada publicadas por el medio digital La Data.

Finalmente, en el tercer capítulo se ejecuta la metodología de la investigación, mediante el análisis de las notas coyunturales relacionadas con la Muerte Cruzada que fueron publicadas por el medio digital La Data en las que se define el alcance que tuvieron las publicaciones con mayor interacción. También se emplea las entrevistas para analizar el criterio de profesionales referente al proyecto de investigación. Con estos instrumentos de análisis se obtuvo las conclusiones y recomendaciones de este proyecto.

CAPÍTULO I

1.1. Tema

La comunicación y su evolución en redes

1.2. Título

Análisis de los recursos digitales en la construcción de notas coyunturales, caso de estudio: Muerte Cruzada medio la Data, Guayaquil 2023.

1.3. Planteamiento del Problema

En la actualidad, los recursos digitales han revolucionado la forma en que se construyen y difunden las notas coyunturales. Estos recursos, como las redes sociales, los portales de noticias y las herramientas de análisis de datos, han permitido a los periodistas tener acceso a una gran cantidad de información en tiempo real y presentarla de manera más dinámica y atractiva para el público.

Las redes sociales han ampliado las posibilidades de comunicación, ya que permiten interactuar con personas de todo el mundo de forma rápida y sencilla. A través de estas plataformas, se pueden enviar mensajes, compartir fotos y videos, y participar en conversaciones en tiempo real. Esto ha eliminado las barreras geográficas y ha facilitado la comunicación a larga distancia.

Estas herramientas de comunicación se han convertido en un instrumento fundamental para la construcción de notas coyunturales. A través de plataformas como Twitter, Facebook e Instagram, los periodistas pueden obtener información instantánea sobre eventos y situaciones que están ocurriendo en tiempo real. Además, las redes sociales permiten la interacción directa con el público, lo que facilita la recopilación de testimonios y opiniones que enriquecen la cobertura de los acontecimientos.

El siglo XXI se ha convertido en una era digital, debido a que existe un mayor acceso al internet. Ecuador también forma parte de ello, de acuerdo con el último

informe de Ecuador Estado Digital Julio 2021. En el país sudamericano más de 14 millones de personas acceden al internet. (Mentinno, 2021)

Por otro lado, los portales de noticias han evolucionado para adaptarse a la era digital. Ahora, los periodistas pueden publicar notas en línea de manera inmediata, lo que permite una cobertura más rápida y actualizada de los hechos. Además, los portales de noticias suelen utilizar recursos multimedia, como videos y gráficos interactivos, para presentar la información de una manera más visual y comprensible para el público.

Además, las herramientas de análisis de datos han facilitado la construcción de notas coyunturales basadas en investigaciones y datos reales. Estas herramientas permiten a los periodistas recopilar, procesar y visualizar grandes cantidades de datos en tiempo real, lo que les brinda la posibilidad de identificar tendencias y patrones que pueden ser relevantes para la construcción de una nota. Por ejemplo, en el contexto político, estas herramientas pueden ayudar a identificar cambios en el panorama político de un país, y proporcionar una visión más precisa y fundamentada de la situación.

No obstante, es importante destacar que el uso de recursos digitales en la construcción de notas coyunturales también conlleva ciertos desafíos. Por un lado, la inmediatez y la facilidad de acceso a la información pueden llevar a una menor rigurosidad en la verificación de los datos, lo que puede dar lugar a la propagación de noticias falsas o imprecisas. Por otro lado, el exceso de información disponible puede dificultar la selección y jerarquización de los datos relevantes, lo que puede afectar la calidad y profundidad de la nota.

Los recursos digitales han transformado la forma en que se construyen y difunden las notas coyunturales. Las redes sociales, los portales de noticias y las herramientas de análisis de datos han permitido a los periodistas acceder a información en tiempo real, interactuar con el público y presentar la información de manera más visual y atractiva. Sin embargo, es importante utilizar estos recursos de

manera responsable y consciente, asegurándose de verificar la veracidad de los datos y seleccionar la información relevante para ofrecer una cobertura de calidad.

La comunicación ha evolucionado de manera significativa con la llegada de las redes sociales. Estas plataformas han ampliado nuestras posibilidades de comunicación, nos han conectado con personas de todo el mundo y han facilitado la difusión de información. Sin embargo, es importante utilizarlas de manera responsable y consciente, teniendo en cuenta los desafíos y preocupaciones que han surgido con su uso.

La prensa digital en el Ecuador, ha tenido un gran avance muchos medios de comunicación han decidido extender su cobertura y captar audiencia a través de las plataformas digitales. En esta investigación se analizará el contenido transmedia de medios digitales como La Data, es un medio de comunicación digital que permite mantener a los usuarios informados de los eventos o noticias, estos espacios digitales generan un intercambio de información en línea entre los periodistas y los usuarios que lo consumen.

En los medios digitales, publican contenido transmedia con información relevante de hechos circunstanciales que afectan la nación Ecuatoriana u otros temas de interés para la sociedad, para el desarrollo de esta investigación se analizará un hecho relevante a nivel político suscitado el 17 de mayo del 2023, cuando el presidente de la Republica del Ecuador tomó la decisión de disolver la Asamblea Nacional, el órgano legislativo del Ecuador, a través de un mecanismo utilizado por primera vez en la nación el cual fue establecido en el artículo 148 de la Constitución del Ecuador, denominado “muerte cruzada”.

1.4. Formulación del Problema

¿Cómo influyen los recursos digitales en los medios de comunicación la Data ante la construcción de notas coyunturales como el caso de la Muerte Cruzada en Ecuador?

1.5. Objetivo general

Analizar los recursos digitales en la construcción de notas coyunturales medio la Data, caso de estudio: Muerte Cruzada.

1.6. Objetivos específicos

- Detallar los componentes teóricos que sustenten el desarrollo y aplicabilidad de los recursos digitales.
- Analizar los antecedentes que corresponden al impacto, clasificación y captación de los recursos digitales con audiencias en medios transmedia.
- Identificar las ventajas e impacto ante la implementación de recursos digitales como estrategias de proyección y socialización en medios transmedia.
- Establecer las interacciones generadas en los medios digitales “La Data” sobre el decreto de la muerte cruzada y su alcance y proyección coyuntural evidenciado con el engagement de sus plataformas transmedia.

1.7. Idea a defender

La implementación de recursos digitales en noticias coyunturales en redes sociales trasciende de forma significativa en el engagement generado entre audiencia y medio transmedia.

1.8. Líneas de investigación

Línea Institucional: Sociedad civil, derechos humanos y gestión de la comunicación.

Línea de la Facultad: Gestión de la comunicación, nuevas tecnologías y análisis del discurso.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes de la investigación

Para la preparación de esta investigación se consideró como fuente de información verificada otros estudios del mismo campo, con la finalidad de analizar el impacto de las notas coyunturales en los medios digitales de comunicación.

Los avances tecnológicos han generado con el pasar de los años un impacto en la sociedad, permitiendo que las personas tengan a su alcance distintos medios para mantenerse comunicados digitalmente, el desarrollo de las herramientas digitales ha permitido que los usuarios tengan acceso a redes sociales y al mundo de la tecnología.

El contenido transmedia que publican los medios digitales tiene como objetivo informar a los ciudadanos de los hechos que se desarrollan a nivel nacional e internacional de manera inmediata, a través de dispositivos tecnológicos como un celular o computadora. Según el autor Pena, indica que el periodismo digital es aquel que pone a “disposición la información periodística en un ambiente virtual, el ciberespacio, y organizada de una forma hipertextual con un potencial multimediático e interactivo” (Pena, 2009) Este periodismo tiene como principios la hipertextualidad, la multimedialidad y la interactividad.

El Internet llevó a muchos periodistas a que utilicen nuevos medios de comunicación para compartir las noticias, este contenido periodístico se publica de forma diferente aprovechando todas las herramientas que brindan los sitios en la web, como blogs y plataformas sociales las cuales distribuyen la información, sin comprometer la calidad del contenido.

Polyana Ferrari cita a (Pena, 2009) y afirma “que es preciso preparar a las redacciones y a los periodistas para las transformaciones de la profesión, desarrollando una visión multidisciplinar y la capacidad de trabajar con diversos

medios”. Por lo cual el internet cuenta con varias plataformas tecnológicas, y el periodismo debe evolucionar sin cambiar su esencia.

Según el autor Albornoz, las redes sociales digitales han inducido no solo las variaciones tecnológicas, sino conceptuales, los usuarios tienen acceso a más ramas del conocimiento, este cambio se basa en tres principios de internet. La multimedialidad, hipertextualidad y la interactividad. (Albornoz, 2007)

La multimedialidad consiste en integrar en un mismo soporte todos los formatos que son: texto, audio, video, gráficos interactivos, fotografías, animaciones, redes sociales, entre otros. La hipertextualidad es una forma multidireccional que rompe los esquemas de la linealidad. Su función es acceder a la información dentro de los sistemas digitales a través de enlaces. Por último, se encuentra la interactividad. En los nuevos soportes digitales, la audiencia puede compartir información tanto con el medio de comunicación como con otros usuarios. (Albornoz, 2007)

2.2. Componentes teóricos de los recursos digitales

2.2.1. Marketing Digital

En la era digital en la que vivimos, el marketing tradicional ha evolucionado y se ha transformado en una poderosa herramienta conocida como marketing digital. Este nuevo enfoque se basa en el uso de tecnologías de la información y la comunicación para promocionar productos y servicios a través de canales digitales como internet, redes sociales, dispositivos móviles y más. El marketing digital ha demostrado ser una estrategia efectiva y necesaria para las empresas en el mundo actual.

El marketing digital es la estrategia de mercado que está detrás de cualquier acción que se realiza online. El uso del social media puede formar parte de una estrategia de marketing digital (en realidad, hoy es prácticamente indispensable que una empresa tenga presencia en redes sociales). El social media está formado por un conjunto de plataformas de software que permite a unos usuarios compartir información alrededor de una temática específica. (Selman, 2017)

Una de las principales ventajas del marketing digital es su capacidad para llegar a un público más amplio y global. A través de internet, una empresa puede llegar a personas de diferentes partes del mundo, sin importar la distancia geográfica. Esto proporciona una oportunidad única para expandir el alcance de la marca y aumentar la visibilidad de los productos o servicios ofrecidos.

Una de las ventajas del marketing digital es la capacidad para segmentar y personalizar la comunicación con los clientes. A través del análisis de datos y el seguimiento del comportamiento en línea, las empresas pueden comprender mejor a su público objetivo y adaptar sus mensajes y estrategias de marketing de acuerdo con sus necesidades y preferencias individuales. Esto permite una comunicación más efectiva y relevante, lo que a su vez aumenta las posibilidades de conversión y fidelización de clientes.

Además, el marketing digital ofrece una amplia variedad de herramientas y canales para promocionar productos y servicios. Las redes sociales, por ejemplo, se han convertido en una plataforma esencial para el marketing digital, permitiendo a las empresas interactuar directamente con su audiencia, generar engagement y viralidad.

Sin embargo, el marketing digital también presenta desafíos y riesgos. La competencia en línea es intensa y las empresas deben esforzarse por destacar entre la multitud. Además, la rapidez con la que evoluciona la tecnología requiere una constante actualización y adaptación de las estrategias de marketing digital.

Esta herramienta se ha convertido en un medio indispensable en el mundo actual, pues proporciona a las empresas la oportunidad de llegar a un público global, segmentar y personalizar la comunicación, y utilizar una variedad de canales para promocionar sus productos y servicios. Sin embargo, es importante tener en cuenta que el marketing digital requiere un enfoque estratégico y una constante actualización para aprovechar al máximo sus beneficios. Aquellas empresas que logren dominar el marketing digital tendrán una ventaja competitiva significativa en el mercado actual.

2.2.2. Redes Sociales

Las redes sociales han revolucionado la forma en que nos comunicamos y nos relacionamos en la sociedad actual. Estas plataformas digitales nos permiten conectarnos con amigos, familiares, compañeros de trabajo y personas de todo el mundo de una manera rápida y sencilla. Además de su aspecto social, las redes sociales también se han convertido en una herramienta poderosa para el marketing, la promoción y la difusión de información. Sin embargo, también plantean desafíos y riesgos que debemos tener en cuenta.

Las redes sociales son una herramienta muy importante que se emplea en el mercadeo, estas hacen referencias a todas aquellas actividades con el fin de promover una marca por medio de Twitter, Facebook, Instagram, YouTube los cuales están en crecimiento y aceptación por los usuarios de internet, que facilitan la interacción de la marca con el público objetivo siendo más personalizado e interactivo que las mismas técnicas de mercadeo tradicionales. (Montoya, 2019)

Una de las principales ventajas de las redes sociales es su capacidad para conectar a personas de diferentes partes del mundo y facilitar la comunicación instantánea. A través de plataformas como Facebook, Twitter, Instagram y LinkedIn, podemos mantenernos en contacto con amigos y familiares, compartir momentos importantes de nuestra vida, e incluso establecer nuevas relaciones personales y profesionales. Estas plataformas nos brindan una sensación de comunidad y nos permiten estar conectados en todo momento, sin importar la distancia geográfica.

Además de su aspecto social, las redes sociales han abierto un mundo de oportunidades para el marketing y la promoción de productos y servicios. Las empresas pueden utilizar estas plataformas para llegar a un público más amplio, interactuar directamente con los clientes y promocionar sus productos de manera más efectiva. Las redes sociales permiten a las empresas crear una identidad de marca, generar engagement con los clientes y obtener retroalimentación en tiempo real. También ofrecen herramientas de publicidad altamente segmentadas que permiten dirigirse a audiencias específicas y aumentar la visibilidad de la marca.

2.3.1.1 Facebook

Facebook es la red social por excelencia: lo que nació como una herramienta que permitía a los estudiantes intercambiar notas y apuntes y organizar reuniones se ha convertido en una de las más populares del mundo. Es utilizada a diario por millones de personas y empresas para difundir, publicar y compartir datos, información, fotos, videos y prácticamente cualquier noticia que se desee. (Navarro, 2017)

Facebook, fundado por Mark Zuckerberg en 2004, se ha convertido en una de las redes sociales más populares y utilizadas en todo el mundo. Esta plataforma ha transformado la forma en que se comunican los internautas, se conectan y comparten información en línea. A través de sus diversas características y funcionalidades, Facebook ha logrado crear una comunidad global y ha tenido un impacto significativo en la sociedad.

Facebook se ha vuelto un aliado estratégico para el marketing digital debido a la acogida que esta dispone por los internautas, esta red social es la que más usuarios y alcance digital posee alrededor del todo el mundo, y como menciona (Hootsuite, 2018) “es la que mayor impacto tiene a la hora de interactuar y sobre la información que te proporciona cuando te informa de los resultados obtenidos en la publicación efectuada”, por lo cual las marcas han empleado estrategias adecuadas a los parámetros que permite esta red social llamada Facebook.

2.3.2.1. Instagram

Instagram, fundada en 2010 por Kevin Systrom y Mike Krieger, se ha convertido en una de las redes sociales más populares y utilizadas en todo el mundo. Esta plataforma ha revolucionado la forma en que compartimos nuestras vidas, permitiéndonos compartir fotos y videos de manera creativa y visualmente atractiva. A través de sus diversas funciones, Instagram ha creado una comunidad global y ha tenido un impacto significativo en nuestra sociedad.

Es una red social basada en imágenes y videos, cuenta con más de trescientos millones de usuarios activos. La principal ventaja es el incremento de visibilidad, debe ser lo más atractivo posible para conseguir la atracción de los futuros clientes para el negocio. Se dice que es una red aspiracional, por ende, cuanto mejores sean las imágenes, mayores será la repercusión de estas. Esta red cuenta con historias, mediante fotografías y la opción de crear videos cortos. Este tipo de estrategia resulta muy atractiva y demuestra un gran desafío de creatividad, algo muy bien recibido por el tipo de usuarios que la utilizan, en su mayoría jóvenes adultos seguidores a los dispositivos móviles y con interés por las tendencias digitales. (Copa S, 2018)

Instagram ha fomentado la creación de comunidades y subculturas en línea. A través de hashtags y etiquetas, los usuarios pueden descubrir y conectarse con personas que comparten sus intereses y pasiones. Esto ha llevado a la formación de comunidades de fotografía, moda, viajes, comida, incluyendo los memes como propuestas diferentes para captar el interés de los usuarios en esta red social.

2.2.3. Creación de contenido

Para definir qué es la creación de contenidos, (Workana, 2018) menciona que la creación de contenidos es un término que, en marketing digital, significa la producción de textos, artículos, imágenes, videos, audios o la combinación de estos formatos entre sí para dar como resultado más amplitud de contenidos y mejorar su calidad.

Su objetivo principal es informar y entretener al público objetivo con el fin de implementar nuevas estrategias de comunicación en la presentación de la información. Crear contenido y luego publicarlo en los sitios web o redes sociales actuales ayuda en parte a difundir el mensaje a una gran cantidad de personas y también a conseguir clientes potenciales, es decir, a maximizar la respuesta al contenido creado.

2.4. Captación de los recursos digitales en medios transmedia

Dentro de las estrategias de comunicación, como se ha mencionado mediante la digitalización de los medios se ha implementado el uso de contenido transmedia. Su viralidad, interactividad y efectividad ha facilitado que los medios de comunicación puedan difundir información de forma constante e inmediata a través de redes sociales, en especial Facebook e Instagram. El uso de este contenido como recurso para el periodismo ha permitido romper prejuicios y generar cercanía con los receptores de información.

Gracias a estos recursos las noticias han conseguido viralizarse a nivel mundial y Ecuador no es la excepción. De esta forma, múltiples medios de comunicación han logrado adaptarse para conectar a las multitudes y sobresalir en un mundo digitalizado.

2.5. Recursos digitales y la socialización en medios transmedia.

Como se ha mencionado, el mundo enfrenta una era tecnológica de la información pues la sociedad ha incorporado en cotidianidad el uso de dispositivos que permiten una comunicación más rápida y sencilla. Por este motivo las redes sociales se han vuelto indispensables ya que generan beneficios relacionados con el alcance y la libertad para expresarse. Existe una evolución en la forma en que las personas se comunican. Debido a su carácter inmediato e interactivo, las redes sociales ejercen una difusión de información masiva por lo que la sociedad está conectada todo el tiempo. Toma segundos en muchas ocasiones que las personas se enteren de noticias que llegan desde otros continentes.

Según el estudio de (Quiroz, 2014) entre las redes sociales más utilizadas actualmente para consumir noticias se encuentran Facebook (59.9%) y Twitter (19.9%). El informe "The State of the News Media 2012. An Annual Report on American Journalism" por (The Pew Research Center's, 2012), estableció que el 56% de quienes consumieron noticias, lo hicieron a través de Facebook en vez de los medios tradicionales. Por ello muchos periodistas ejercen su labor a través del ciberperiodismo haciendo hincapié en la interacción y retroalimentación que pueden

recibir en las redes. Sobre este último punto, la libertad de expresión es una de las consideraciones que impera en la profesión del periodista gracias al intercambio de opiniones y la interacción con el lector que se da en redes sociales (Cantos & Cumba, 2018)

De acuerdo con (Martínez & Arribas, 2021) las redes sociales favorecen la labor de los periodistas pues visibilizan sus artículos convirtiéndose en medios de información conocidos y creíbles para la sociedad. Además, permiten innovar en distintos planes que los periodistas pueden realizar de manera independiente sin pertenecer a un medio de comunicación fortaleciendo su identidad digital.

Los periodistas digitales pueden instalar contenido transmedia como video, audio, imágenes, etc. en las redes sociales, simplificando así la estructura de la información, ya que no es necesario abrir estas aplicaciones en otros sitios, a menos que los usuarios de las redes sociales lo deseen. Lógicamente, este tipo de contenido multimedia sólo es posible con una clara expresión y fusión de texto, imágenes y sonido.

Según (Lara, 2004) existen cinco requisitos que los medios deben cumplir si quieren consolidar sus redes sociales entre la audiencia:

- **Conectividad:** Desarrollar una relación de proximidad no sólo a partir del diálogo, sino también de contextos comunes que generen la suficiente confianza como para que los lectores diseñen sus propias redes y colaboraciones.
- **Servicio:** Superar la oferta informativa con productos adaptados para integrarse en los procesos informativos de medios ciudadanos (widgets, liberaciones de código, aplicaciones para Facebook).
- **Participación:** Esta debe ser abierta y de calidad, lo que implica establecer canales de retorno y ser ubicuos, con prácticas más relacionadas con la apertura de formatos y licencias con la idea de “encerrar” a los usuarios.

- Orientar y dinamizar. La mera habilitación de tecnología que permite la participación no significa que esta sea de calidad. Si el medio quiere un verdadero criterio social crítico debe dinamizarlo y gestionarlo, con el nuevo rol de mediador entre públicos y profesionales que se le presupone a todo medio de comunicación.

Muchos medios de comunicación crean cuentas en las redes sociales para dar a conocer su contenido y por ende noticias ya sean locales, nacionales e internacionales; utilizando imágenes, videos o en directo.

Por lo cual, dentro de esta investigación se llevará a cabo el análisis del contenido y el alcance que ha tenido en los usuarios sobre lo publicado por el diario digital La Data de la “Muerte Cruzada”, hecho relevante a nivel político en el Ecuador.

2.6. Consumo de noticias digitales

En la actualidad las noticias que circulan a través de los medios digitales se mantienen en un proceso de cambio constante. El autor (Casero-Ripollés, 2012) menciona que “la digitalización introduce numerosos cambios en el sistema comunicativo. La producción de contenidos, las rutinas de trabajo, los soportes y estrategias de distribución y los modelos de negocio están sufriendo importantes alteraciones. Los patrones de consumo del público también están viviendo profundas transformaciones que están modificando sustancialmente sus dinámicas tradicionales”.

Para este autor es importante resaltar que el consumo de noticias en la actualidad es canalizado a través de medios digitales que comparten contenido multimedia por medio de las plataformas online globales, por lo cual los usuarios en la actualidad están más interesados en consumir noticias en una nueva versión digital.

Por lo cual los hábitos de los usuarios para mantenerse informados han cambiado en la era digital, puesto que buscan medios informativos en esta red global llamada internet.

Los autores (Hernández-Serrano, Renés-Arellano, Graham, & Greenhill, 2018) mencionan en su investigación sobre las interacciones de la audiencia como una lógica social que “cambia significativamente el modo en el que pensamos sobre el consumo de noticias y las múltiples formas en que somos informados por los medios de comunicación”. Estas conexiones brindan una serie de enlaces conectados sin límite de referencias sobre un titular de noticia en específico.

2.7. Periodismo digital

El periodismo debe contribuir a la sociedad tratando de crear conciencia a través de una comprensión colectiva, clara y firme de su propósito como comunidad, para que puedan reconocer y cambia los eventos que suceden a su alrededor. En otras palabras, el propósito del periodismo es la función democrática con la cual empodera a la audiencia y la faculta para elegir, y tener una opinión precisa de los eventos que afectan su vida diaria.

Mientras que el periodismo digital brinda al usuario “la información periodística en un ambiente virtual, el ciberespacio, y organizada de una forma hipertextual con un potencial multimediático e interactivo” (Pena, 2009) este tipo de periodismo tiene como principios la hipertextualidad, la multimedialidad y la interactividad.

La escritora Polyana Ferrari cita a (Pena, 2009) “que es preciso preparar a las redacciones y a los periodistas para las transformaciones de la profesión, desarrollando una visión multidisciplinar y la capacidad de trabajar con diversos medios”. En esta era digital todos los periodistas deben evolucionar y trabajar en plataformas digitales con las cuales puedan compartir sus investigaciones y mantener informados a los usuarios.

Según (Fundamedios, 2015) en su artículo publicado hasta ese año se registraron 60 medios nativos digitales. Con estos resultados se demuestra que el periodismo por medio del internet se replica en toda la nación, a pesar de que dichos medios digitales muchas veces tienen un limitado presupuesto de recursos, pero por las preferencias del usuario migran o crean estas plataformas digitales puesto que los

usuarios hoy en día tienen alcance a un dispositivo electrónico con el cual se pueden mantener informados.

2.7.1. Medio nativo digital “La Data Ec”

La Data es un medio nativo digital creado el 27 de julio del 2020. Según su descripción en el sitio web desarrollan “Periodismo con clase y punto.” (Data, 2020). En esta plataforma digital publican contenido transmedia sobre los distintos temas de interés para la sociedad, ejerciendo periodismo informativo con la finalidad de captar audiencia y tener alcance significativo a nivel nacional.

Imagen 1. La Data Ec



Fuente: (Data, 2020)

Elaborado por: Tello M. (2023)

Para objeto de análisis de esta investigación se estudiará el contenido que se publica en este medio La Data, sobre un tema político controversial que se vive en la actualidad en el Ecuador, y es la denominada “Muerte Cruzada”. Este hecho fue invocado por el presidente Guillermo Lasso en el cual según la Constitución del Ecuador disuelve el ejecutivo y legislativo simultáneamente y convoca a elecciones anticipadas.

Tabla 1. Contenido multimedia publicado por La Data

Contenido	Fecha	Titular	Alcance
	Publicado por La Data, el 11 de agosto del 2023 sobre la muerte cruzada	¿La mejor opción para el país será junto a Xavier Hervas?	Interacciones: 114 Me gusta: 23 Comentarios: 33 Tasa Interacción:0,18%
	Publicado por La Data el 5 de agosto del 2023 sobre la muerte cruzada	¿Por qué Luisa Gonzalez busca la Presidencia del Ecuador?	Interacciones: 104 Me gusta: 16 Comentarios: 75 Tasa Interacción:0,17%
	Publicado por La Data el 7 de agosto del 2023 sobre la muerte cruzada.	¿Por qué Otto Sonnenholzner busca la Presidencia del Ecuador?	Interacciones: 48 Me gusta: 13 Comentarios: 24 Tasa Interacción:0,077%
	Publicado por La Data el 6 de agosto del 2023 sobre la muerte cruzada.	¿Por qué Xavier Hervas busca la Presidencia del Ecuador?	Interacciones: 20 Me gusta: 5 Comentarios: 12 Tasa Interacción:0,032%
	Publicado por La Data el 8 de agosto del 2023 sobre la muerte cruzada.	¿Por qué Jan Topic busca la Presidencia del Ecuador?	Interacciones: 7 Me gusta: 4 Comentarios: 1 Tasa Interacción:0,011%

Fuente: Diario La Data y Fanpage Karma

Elaborado por: Tello M. (2023)

En la tabla No. 1 se logra visualizar noticias recientes que han tenido gran alcance en redes sociales sobre un hecho que afecta políticamente a la nación. La “muerte cruzada” se encuentra contemplada en la Constitución de la República del Ecuador, y con este decreto, el primer mandatario evitó una posible destitución por parte de la oposición en el juicio político en su contra, por malversación de fondos públicos.

Cada uno de los contenidos publicados por el medio La Data expuestas en la tabla No.1 han sido analizados por una página online denominada (FanpageKarma, 2012) esta herramienta online permite analizar el contenido de las redes sociales y muestra cifras de interacciones con la finalidad de verificar el alcance y rendimiento en las redes sociales.

Marco Legal

2.8. Constitución de la República del Ecuador

La Constitución ecuatoriana, ratificada en 2008, refuerza y respalda los objetivos de este proyecto de investigación, ya que pretende que todos los ciudadanos reciban información objetiva, veraz y honesta.

Según el siguiente artículo, también rechaza cualquier tipo de situaciones violentas en la información que difunden los periodistas, por lo que no provocará cambios negativos en el comportamiento de las personas en la sociedad.

Art. 16.- Todas las personas, en forma individual o colectiva, tienen derecho a:

- Una comunicación libre, intercultural, incluyente, diversa y participativa, en todos los ámbitos de la interacción social, por cualquier medio y forma, en su propia lengua y con sus propios símbolos.
- El acceso universal a las tecnologías de información y comunicación.
- La creación de medios de comunicación social, y al acceso en igualdad de condiciones al uso de las frecuencias del espectro radioeléctrico para

la gestión de estaciones de radio y televisión públicas, privadas y comunitarias, y a bandas libres para la explotación de redes inalámbricas.

- El acceso y uso de todas las formas de comunicación visual, auditiva, sensorial y otras que permitan la inclusión de personas con discapacidad.
- Integrar los espacios de participación previstos en la Constitución en el campo de la comunicación.

Art. 18.- Todas las personas, en forma individual o colectiva, tienen derecho a:

- Buscar, recibir, intercambiar, producir y difundir información veraz, verificada, oportuna, contextualizada, plural, sin censura previa acerca de los hechos, acontecimientos y procesos de interés general, y con responsabilidad ulterior.

Art. 19.- La ley regulará la prevalencia de contenidos con fines informativos, educativos y culturales en la programación de los medios de comunicación, y fomentará la creación de espacios para la difusión de la producción nacional independiente. Se prohíbe la emisión de publicidad que induzca a la violencia, la discriminación, el racismo, la toxicomanía, el sexismo, la intolerancia religiosa o política y toda aquella que atente contra los derechos.

Art. 24.- Las personas tienen derecho a la recreación y al esparcimiento, a la práctica del deporte y al tiempo libre. (Constitución de la República del Ecuador, 2008)

2.9. Ley Orgánica de Comunicación

El artículo 10 de la Ley Orgánica de Comunicación de Ecuador menciona el código de ética que todo periodista debe conocer al momento de publicar cualquier tipo de información o comentario, y como menciona este artículo, los periodistas luchan por el desarrollo ético. Los medios y la ética protegen las presentaciones de los medios a las audiencias.

Art. 10.- Normas deontológicas

Todas las personas naturales o jurídicas que participen en el proceso comunicacional deberán considerar las siguientes normas mínimas, de acuerdo a las características propias de los medios que utilizan para difundir información y opiniones:

- Referidos a la dignidad humana:
 - Respetar la honra y la reputación de las personas;
 - Abstenerse de realizar y difundir contenidos y comentarios discriminatorios; y, respetar la intimidad personal y familiar.
- Relacionados con los grupos de atención prioritaria:
 - No incitar a que los niños, niñas y adolescentes imiten comportamientos perjudiciales o peligrosos para su salud;
 - Abstenerse de usar y difundir imágenes o menciones identificativas que atenten contra la dignidad o los derechos de las personas con graves patologías o discapacidades;
 - Evitar la representación positiva o a valorativa de escenas donde se haga burla de discapacidades físicas o psíquicas de las personas;
 - Abstenerse de emitir imágenes o menciones identificativas de niños, niñas y adolescentes como autores, testigos o víctimas de actos ilícitos; salvo el caso que, en aplicación del interés superior del niño, sea dispuesto por autoridad competente;
 - Proteger el derecho a la imagen y privacidad de adolescentes en conflicto con la ley penal, en concordancia con las disposiciones del Código de la Niñez y Adolescencia; y,

- Abstenerse de emitir contenidos que atenten contra la dignidad de los adultos mayores, o proyecten una visión negativa del envejecimiento.
- Relacionados con las prácticas de los medios de comunicación social:
 - Respetar la libertad de expresión, de comentario y de crítica;
 - Rectificar, a la brevedad posible, las informaciones que se hayan demostrado como falsas o erróneas;
 - Respetar el derecho a la presunción de inocencia;
 - Abstenerse de difundir publrreportajes como si fuese material informativo;
 - Cuidar que los titulares sean coherentes y consistentes con el contenido de las noticias;
 - Distinguir de forma inequívoca entre noticias y opiniones;
 - Distinguir claramente entre el material informativo, el material editorial y el material comercial o publicitario;
 - Evitar difundir, de forma positiva o a valorativa, las conductas irresponsables con el medio ambiente;
 - Asumir la responsabilidad de la información y opiniones que se difundan; y,
 - Abstenerse de realizar prácticas de linchamiento mediático, entendiendo por tales, la difusión de información concertada y reiterativa, de manera directa o por terceros, a través de los medios de comunicación destinada a desprestigiar a una persona natural o jurídica o reducir su credibilidad pública. El incumplimiento de las normas deontológicas establecidas en este artículo podrá ser denunciado por cualquier ciudadano u organización ante la Superintendencia de la Información y Comunicación, la que, luego de

comprobar la veracidad de lo denunciado, emitirá una amonestación escrita, siempre que no constituya una infracción que amerite otra sanción o medida administrativa establecida en esta Ley.

En la ley, también encontramos que el artículo 26 prohíbe estrictamente a los periodistas incitar al "linchamiento de los medios", lo que significa repetir cierto tipo de información, cuyo contenido es dañino y puede influir en gran medida en la mente y el comportamiento de la audiencia.

Art. 26.- Linchamiento mediático. - Queda prohibida la difusión de información que, de manera directa a través de terceros, sea producida de forma concertada y publicada reiterativamente a través de uno o más medios de comunicación con el propósito de desprestigiar a una persona natural o jurídica o reducir su credibilidad pública.

La Superintendencia de la Información y Comunicación podrá disponer, previa la calificación de la pertinencia del reclamo, las siguientes medidas administrativas:

- La disculpa pública de la o las personas que produjeron y difundieron tal información.
- Publicar la disculpa establecida en el numeral anterior en el medio o medios de comunicación, en días distintos, en el mismo espacio, programas, secciones, tantas veces como fue publicada la información lesiva al prestigio o la credibilidad de las personas afectadas.

Estas medidas administrativas se aplicarán sin perjuicio de que los autores de la infracción respondan por la comisión de delitos y/o por los daños causados y por su reparación integral.

Art. 62.- Prohibición. Está prohibida la difusión a través de todo medio de comunicación social de contenidos discriminatorios que tenga por objeto o resultado menoscabar o anular el reconocimiento, goce o ejercicio de los derechos humanos reconocidos en la Constitución y en los instrumentos internacionales. Se prohíbe también la difusión de mensajes a través de los medios de comunicación que

constituyan apología de la discriminación e incitación a la realización de prácticas o actos violentos basados en algún tipo de mensaje discriminatorio.

Art. 66.- Contenido violento. Para efectos de esta ley, se entenderá por contenido violento aquel que denote el uso intencional de la fuerza física o psicológica, de obra o de palabra, contra uno mismo, contra cualquier otra persona, grupo o comunidad, así como en contra de los seres vivos y la naturaleza. Estos contenidos solo podrán difundirse en las franjas de responsabilidad compartida y adultos de acuerdo con lo establecido en esta ley. El incumplimiento de lo dispuesto en este artículo será sancionado administrativamente por la Superintendencia de la Información y Comunicación con una multa de 1 a 5 salarios básicos por cada ocasión en que se omita cumplir con esta obligación.

Art. 67.- Prohibición. Se prohíbe la difusión a través de los medios de comunicación de todo mensaje que constituya incitación directa o estímulo expreso al uso ilegítimo de la violencia, a la comisión de cualquier acto ilegal, la trata de personas, la explotación, el abuso sexual, apología de la guerra y del odio nacional, racial o religioso.

Queda prohibida la venta y distribución de material pornográfico audiovisual o impreso a niños, niñas y adolescentes menores de 18 años. El incumplimiento de lo dispuesto en este artículo será sancionado administrativamente por la Superintendencia de la Información y Comunicación con una multa de 1 a 5 salarios básicos por cada ocasión en que se omita cumplir con esta obligación, sin perjuicio de que el autor de estas conductas responda judicialmente por la comisión de delitos y/o por los daños causados y por su reparación integral. (Ley Orgánica de Telecomunicación, 2013)

2.10. Código de Ética Profesional Del Periodista

Los periodistas tienen el derecho y el deber de desempeñar su labor profesionalmente y de no empañar su conducta laboral en el “Código de Ética Profesional para Periodistas” se destacará los siguientes artículos:

Capítulo I: El periodista y la comunidad

Artículo 1. - El periodista tiene la obligación de proporcionar a la comunidad una información objetiva, veraz y oportuna.

Artículo 2.- El periodista debe lealtad a las aspiraciones y a los valores fundamentales de su comunidad.

Artículo 3. - El periodista está obligado a promover el desarrollo integral del país, la educación, la ciencia, la cultura y a luchar por la liberación del hombre y los pueblos.

Artículo 4. - La comunidad tiene derecho a ser correctamente informada y el periodista está obligado a evitar la deformación y tergiversación de las informaciones.

Artículo 5.- El periodista no debe utilizar su profesión para denigrar o humillar la dignidad humana.

Artículo 6.- El periodista está obligado a respetar la convivencia humana. Le está prohibido preconizar la lucha racial o religiosa. Defenderá la supervivencia de los grupos étnicos y sus derechos a la integración y al desarrollo del país.

Artículo 7.- El periodista está obligado a defender el derecho y el ejercicio de la libertad de expresión de todos los sectores de la comunidad, especialmente de los marginados de la comunicación social. (Federación Nacional de Periodistas del Ecuador, 1980)

El Código de Ética Profesional, en su Cap. 1, Art. 3, mencionó un punto que fue determinante en el desarrollo de este estudio, pues considera que los periodistas deben contribuir al desarrollo integral del país, y esto solo se puede lograr a través de un buen manejo de la información y la oportunidad de capacitarlos de determinada manera a los ciudadanos a través de la información que comparten en sus plataformas informativas.

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. Enfoque

En la investigación a realizar se considerará un enfoque mixto (cualitativo-cuantitativo), incluyendo la recolección y análisis de datos de investigación cuantitativa y cualitativa. En este proyecto se realizarán entrevistas a periodistas del medio digital La Data con la finalidad de obtener un análisis de opinión relacionado con el tema de investigación.

La metodología de investigación aplicada a este proyecto se realizará de manera inductiva y deductiva, permitiendo recopilar y segmentar datos para realizar conclusiones generales y recomendaciones.

3.2. Método Inductivo

Incluye el análisis de la información desde lo general hasta lo específico de la investigación. El proyecto analizará cada escenario a estudiar.

3.3. Método Deductivo

Este método permite el análisis de hechos y causas reales para sacar conclusiones sobre ideas. Este método le permite simplificar el motivo de la investigación, para sacar conclusiones precisas.

3.4. Alcances de la investigación

La importancia de los tipos de investigación influye en la construcción real de los resultados según los criterios establecidos en el proyecto. Este estudio ha sido elaborado teniendo en cuenta el tipo de investigación adecuado para la recolección de datos.

3.4.1. Investigación Exploratoria

Es una investigación que se enfoca en el estudio de datos científicos o problemas que se encuentran en sus primeras etapas.

3.4.2. Investigación Descriptiva

Se centra en el diseño de preguntas y el análisis de datos para el desarrollo de problemas.

3.4.3. Investigación Explicativa

Está enfocada en explicar la causa y efecto del problema y su causa principal.

3.4.4. Investigación Correlacional

Este es un tipo de investigación no empírica con el objetivo de medir las variables y resultados estadísticos del proyecto.

3.5. Técnica e instrumentos

Para recopilar información se aplicarán dos herramientas de investigación: entrevistas y ficha de análisis.

3.5.1. Entrevista

Según la Real Academia Española (RAE), es una conferencia entre dos o más personas en la que el entrevistador realiza una serie de preguntas para obtener información veraz sobre un tema determinado. (Real Academia Española RAE, s.f.).

En este proyecto de investigación se utilizarán las entrevistas para examinar la incidencia del contenido digital publicado por el medio La Data sobre las notas coyunturales de la “Muerte Cruzada”.

Tabla 2 Modelo de entrevista

Entrevista
1. Desde su perspectiva profesional considera usted ¿Que los recursos digitales estructuran un periodismo más competitivo en el marco de informar con mayor inmediatez e interpretación por parte de los colectivos ciudadanos?
2. ¿Qué recursos digitales se utilizan con mayor frecuencia para publicar contenidos informativos en el marco del periodismo digital nacional?
3. ¿Cuáles considera usted que son las ventajas e impacto ante la implementación recursos digitales en temáticas como la muerte cruzada en colectivos ciudadanos como el guayaquileño?
4. ¿Dentro de su conocimiento cual considera usted que es el recurso o los recursos digitales con mayor alcance dentro de los colectivos ciudadanos guayaquileños a la hora de presentar una noticia o información trascendental?
5. ¿Cuál es su percepción acerca de la credibilidad e imparcialidad en las noticias del Diario La Data sobre las notas coyunturales de “la muerte cruzada”?
6. ¿Cuál es su percepción acerca de la credibilidad e imparcialidad en las noticias digitales a nivel nacional “la muerte cruzada” y su impacto en los colectivos nacionales?

Fuente: Entrevista - Técnica de Recolección

Elaborado por: Tello M. (2023)

3.5.2. Ficha de análisis

La ficha de análisis se aplicará para analizar el alcance de las 5 publicaciones con más interacción relacionadas con la Muerte Cruzada que realizó el medio La Data en el mes de agosto del 2023. Se seleccionaron las mencionadas publicaciones por el impacto que tienen en su audiencia. Para la elaboración de la ficha de análisis se considerarán las siguientes variables:

- Fecha de publicación: Fecha en la que se publicó la nota
- Tema: Titular de la nota
- Url: Link de la nota

- Público: Al público que va dirigido, puede ser: local, provincial o nacional.
- Recurso transmedia: fotografías, infografías o videos.
- Género Periodístico: Nota informativa, crónica, reportaje, entrevista o artículo de opinión.
- Fuente: Oficial, no oficial, de pronunciamiento, testimonio o criterio.
- Tono: Puede ser: positivo, negativo, crítico o neutro.
- Alcance: La cantidad de visitas que obtuvo la nota.

Tabla 3 Modelo de ficha de análisis

Fecha Publicación	Tema	Público	Recurso	Género periodístico	Fuente	Tono	Alcance	URL

Fuente: Ficha de Análisis - Técnica de Recolección

Elaborado por: Tello M. (2023)

3.6. Presentación y análisis de resultados

El análisis se realizó utilizando instrumentos de medición y recopilación de datos obtenidos de fuentes confiables tabulados para ayudar en el diseño de la investigación.

3.6.1. Análisis de las entrevistas

Tabla 4. Entrevista - Marjorie Fuente

Análisis de entrevista a Marjorie Fuente		
Entrevista: Marjorie Fuentes, Coordinadora Medios Digital La Data		
Pregunta	Respuesta	Análisis
<p>Desde su perspectiva profesional considera usted ¿Que los recursos digitales estructuran un periodismo más competitivo en el marco de informar con mayor inmediatez e interpretación por parte de los colectivos ciudadanos?</p>	<p>Los recursos digitales son un boom, si analizamos a raíz de la pandemia todas las personas utilizan sus teléfonos celulares para informarse, debido a la inmediatez. En un periódico tradicional debemos esperar hasta el día siguiente para tener más información de la noticia. Entonces en un celular, tenemos todas las redes sociales y la información nos llega al momento, es más práctico, porque incluso muy pocos usuarios ven televisión o escuchan la radio.</p>	<p>En la era digital, todos los periodistas o medios digitales deben migrar a las plataformas digitales en donde pueden compartir información verificada para mantener informado al conglomerado.</p>
<p>¿Qué recursos digitales se utilizan con mayor frecuencia para publicar contenidos informativos en el marco del periodismo digital nacional?</p>	<p>Los recursos digitales que se utilizan con mayor frecuencia para publicar contenidos, es el celular. Por ejemplo, vas por la calle y le robaron a una señora, sacas el celular y haces las tomas, luego redactas lo que paso y ya tienes tu noticia, por medio del celular tenemos todos los recursos para informar creando contenido de difusión de manera inmediata.</p>	<p>Los medios tecnológicos son el aliado estratégico del periodista al momento de publicar o compartir una nota con el público.</p>

<p>¿Cuáles considera usted que son las ventajas e impacto ante la implementación recursos digitales en temáticas como la muerte cruzada en colectivos ciudadanos como el guayaquileño?</p>	<p>El tema de la muerte cruzada fue tendencia porque es un tema que no se habló de un día para otro, inicio desde la administración de Guillermo Lasso y por la difusión de los medios digitales creo mayor impacto en los lectores, tanto así que esta influencia logro que el pueblo pidiera la muerte cruzada, impulsando al presidente a que firme el decreto.</p>	<p>La Muerte Cruzada se considera un tema estructurado por varios meses con la finalidad que obligue al ejecutivo a la toma de esta decisión.</p>
<p>¿Dentro de su conocimiento cual considera usted que es el recurso o los recursos digitales con mayor alcance dentro de los colectivos ciudadanos guayaquileños a la hora de presentar una noticia o información trascendental?</p>	<p>Las ultimas notas fueron realizadas de acuerdo a lo que el pueblo quería leer, identificando esto mediante los comentarios que dejaban los usuarios en los contenidos publicados por el medio digital. Existían muchos comentarios sobre la muerte cruzada, donde realizaban diferentes preguntas sobre este tema, ya que existía poca información. A través de post, carruseles y Reels se explicaba este tema para la mejor comprensión de los lectores.</p>	<p>El contenido publicado por los medios se da por las recomendaciones del público en el cual realizan preguntas de todo tipo y con la finalidad de que el público disipe sus dudas realizaban post sobre los temas mencionados.</p>
<p>¿Cuál es su percepción acerca de la credibilidad e imparcialidad en las noticias digitales a nivel nacional "la muerte cruzada" y su impacto en los colectivos nacionales?</p>	<p>Todo lo redactado se hablaba en base a lo que el pueblo quería leer y expresar.</p>	<p>Los medios digitales publican información de acuerdo a lo que su público objetivo le interesa mantenerse informado, y más de un hecho político tan importante como la Muerte Cruzada</p>

Fuente: Entrevista Técnica de Recolección

Elaborado por: Tello M. (2023)

Tabla 5 Entrevista a Melissa Reyes

Análisis de entrevista a Melissa Reyes		
Entrevista: Melissa Reyes, Community Manager CRE Satelital		
Pregunta	Respuesta	Análisis
<p>Desde su perspectiva profesional considera usted ¿Que los recursos digitales estructuran un periodismo más competitivo en el marco de informar con mayor inmediatez e interpretación por parte de los colectivos ciudadanos?</p>	<p>Los recursos digitales son muy buenos, siempre y cuando se los sepa usar de manera sabia. Hay periodistas que por querer "tener la primicia" creen lo primero que ven y no contrastan la información, sea con una fuente directa o algún medio de que se caracteriza por su veracidad.</p>	<p>Los recursos digitales son de gran aporte para informar al público, pero es importante que esta información sea verificada de medios oficiales.</p>
<p>¿Qué recursos digitales se utilizan con mayor frecuencia para publicar contenidos informativos en el marco del periodismo digital nacional?</p>	<p>Las redes sociales son los medios digitales de publicación. Twitter es una de las redes sociales (dependiendo de los temas que sigas) más informativas q puedes encontrar. Ahora, también suele ser un arma de doble filo si no se va a los perfiles de las entidades verificados o en ciertos casos las del perfil del involucrado en la noticia.</p>	<p>La red social más informativa es twitter, siempre y cuando el contenido que sigan sea de medios que compartan información verificada.</p>
<p>¿Cuáles considera usted que son las ventajas e impacto ante la implementación recursos digitales en temáticas como la muerte cruzada en colectivos ciudadanos como el guayaquileño?</p>	<p>Creo que lo que se busca actualmente es involucrar de cierta manera a los ciudadanos para que sientan ese "poder de decidir" en los temas políticos, sin embargo, considero que hay ciertos temas en los que no debe intervenir la ciudadanía. ¿Para qué existen las votaciones, si a la final quieren que nosotros nos tiremos "la soga al cuello" para poder decir "ustedes eligieron"?</p>	<p>Los ciudadanos deben estar informados, y en esta era digital existen los medios con los cuales pueden ilustrarse de todo tipo de contenido con el cual les permitirían formar su propio criterio en base a la información que consumen de los medios digitales.</p>

<p>¿Dentro de su conocimiento cual considera usted que es el recurso o los recursos digitales con mayor alcance dentro de los colectivos ciudadanos guayaquileños a la hora de presentar una noticia o información trascendental?</p>	<p>Me mantengo que son las redes sociales.</p>	<p>Las redes sociales son los medios con los cuales se pueden informar de todas las situaciones a nivel nacional e internacional.</p>
<p>¿Cuál es su percepción acerca de la credibilidad e imparcialidad en las noticias digitales a nivel nacional "la muerte cruzada" y su impacto en los colectivos nacionales?</p>	<p>Lo que sucede con el tema digital es que no toda la ciudadanía tiene acceso a los recursos digitales de los medios tradicionales, es por eso que aún existen personas que consumen periódicos y radio. Las pocas personas que tienen el acceso a esta información digital, algunas (por no decir en su mayoría) no poseen ese discernimiento para poder verificar y contrastar lo que consumen, lastimosamente es gente a la que le gusta el amarillismo y es ahí donde nace la propagación de la desinformación. Me he topado con mucha gente que se colapsa por toda la información de las redes, porque hay de TODO y mi familia, amigos y conocidos me escriben directamente a saber realmente lo que sucede y me ha tocado hacer esa investigación por ellos y nunca falta uno que tiene "el medio digital de la verdad" y se ponen a pelear con uno, también influyen las inclinaciones políticas. Pero a nivel digital, al periodismo en general, pero en especial a los que hacen política, le falta mucho desarrollo.</p>	<p>Los medios digitales deben publicar información verificada, con la finalidad que el público pueda mantenerse informado y evitar el amarillismo porque esto causa desinformación y confusión de los sucesos reales del país. El periodista debe ser responsable de la información que publica en las plataformas digitales.</p>

Fuente: Entrevista Técnica de Recolección

Elaborado por: Tello M. (2023)

Tabla 6 Entrevista a Rolando Gilbert

Análisis de entrevista a Rolando Gilbert		
Entrevista: Rolando Gilbert Barzola, Community Manager		
Pregunta	Respuesta	Análisis
<p>Desde su perspectiva profesional considera usted ¿Que los recursos digitales estructuran un periodismo más competitivo en el marco de informar con mayor inmediatez e interpretación por parte de los colectivos ciudadanos?</p>	<p>Sí considero que, con estos nuevos recursos digitales, se logra cada vez crear un ambiente más competitivo en el marco de informar; pero a su vez esto puede tener un doble filo, ya que en su objetivo de lograr la inmediatez y la primicia muchos medios no contrastan la información e incluso muchos periodistas en redes sociales en su afán de figurar lanzan información sin verificar, rumores y hasta incluso contenido generado por IA. Así que en este sentido creo importante que, aunque tengamos todos estos recursos digitales, siempre debe ir de la mano con una apropiada verificación de la información. Sí considero que, con estos nuevos recursos digitales, se logra cada vez crear un ambiente más competitivo en el marco de informar; pero a su vez esto puede tener un doble filo, ya que en su objetivo de lograr la inmediatez y la primicia muchos medios no contrastan la información e incluso muchos periodistas en redes sociales en su afán de figurar lanzan información sin verificar, rumores y hasta incluso contenido generado por IA. Así que en este sentido creo importante que, aunque tengamos todos estos recursos digitales, siempre debe ir de la mano con una apropiada verificación de la información.</p>	<p>Los recursos multimedia son importantes al momento de informar al público, pero es importante que tanto los medios como los periodistas se percaten de la información y verifiquen las fuentes antes de publicar contenido en sus redes sociales, para no generar falsas noticias que se pueden viralizar y causar malos entendidos entre el público que consume el contenido en los diarios digitales.</p>

<p>¿Qué recursos digitales se utilizan con mayor frecuencia para publicar contenidos informativos en el marco del periodismo digital nacional?</p>	<p>Las redes sociales son los medios digitales de publicación. Twitter es una de las redes sociales (dependiendo de los temas que sigas) más informativas q puedes encontrar. Ahora, también suele ser un arma de doble filo si no se va a los perfiles de las entidades verificados o en ciertos casos las del perfil del involucrado en la noticia.</p>	<p>En la era digital es de gran importancia que el periodismo nacional sea publicado a través de redes sociales, sin embargo, el público debe verificar que la información que publican estos medios sean datos verificados de fuentes confiables.</p>
<p>¿Cuáles considera usted que son las ventajas e impacto ante la implementación recursos digitales en temáticas como la muerte cruzada en colectivos ciudadanos como el guayaquileño?</p>	<p>Las ventajas claramente son poder hacer entender al ciudadano de a pie temas que pueden resultar tediosos o que pueden tener un lenguaje muy técnico para personas que no están acostumbradas a este. Brindar proximidad a noticias para que la gente las entienda en términos a los que están más acostumbrados, poder viralizar esta información y que sea compartida fácilmente para que la ciudadanía lo entienda de mejor manera.</p>	<p>En los medios digitales para poder tener mayor alcance y que los colectivos consuman el contenido que publican, deben proporcionar información de acuerdo a su mercado objetivo con la finalidad que puedan comprender la situación actual de las noticias nacionales sin tecnicismos.</p>
<p>¿Dentro de su conocimiento cual considera usted que es el recurso o los recursos digitales con mayor alcance dentro de los colectivos ciudadanos guayaquileños a la hora de presentar una noticia o información trascendental?</p>	<p>Dentro de los recursos con mayor alcance, yo me inclinaría a mencionar que la plataforma "X", previamente llamada Twitter es uno de los canales con mayor alcance, y es vista como sus usuarios como una fuente de contenido noticioso.</p>	<p>Como herramienta principal para viralizar noticias en la actualidad, la red social con más alcance para informar a la ciudadanía es twitter.</p>

¿Cuál es su percepción acerca de la credibilidad e imparcialidad en las noticias digitales a nivel nacional "la muerte cruzada" y su impacto en los colectivos nacionales?

Sobre la credibilidad de las noticias de la "Muerte Cruzada", me parece que sí se manejó de la forma correcta en cuanto a citar el recurso constitucional que usó el presidente para hacerlo. Lo que cabría analizar es el contexto en el que lo usó y aquí sí podríamos hablar sobre la imparcialidad, ya que algunos medios no especificaron que lo hizo como una medida para evitar una posible destitución por parte de la Asamblea y no se analizó la subjetividad de la "gran conmoción nacional" que se planteó por parte del presidente para poder hacer uso de este recurso. Por parte de la ciudadanía, el impacto de la noticia también estuvo dividido, entre quienes aplaudieron esta decisión del presidente y lo tomaron como una manera de tener mejor gobernabilidad y toma de decisiones; y otro sector que no se sintió satisfecho con esto porque lo vieron como un escape al "impeachment" del presidente y que no cumplía con todas las causales para ser usado.

Los medios digitales publicaron las noticias en contexto a la situación política del país, sin embargo, imparcialidad en criterios sobre la Muerte Cruzada dependió mucho del contenido previo a la situación política del país, ya que la persecución política de la Asamblea contra el Ejecutivo, volcó al presidente a tomar la decisión del llamado a la Muerte Cruzada.

Fuente: Entrevista Técnica de Recolección

Elaborado por: Tello M. (2023)

3.6.2. Ficha de análisis

Tabla 7. Ficha de análisis de contenido La Data

Fecha Publicación	Tema	Público	Recurso	Género periodístico	Fuente	Tono	Alcance	URL
5/8/2023	¿Por qué Luisa Gonzalez busca la Presidencia del Ecuador?	Nacional	Fotografía	Informativo	Criterio	Neutro	Interacciones: 104 Me gusta: 16 Comentarios: 75 Tasa Interacción:0,17% Me gusta: 23 Comentarios: 33 Tasa Interacción:0,18%	https://www.facebook.com/474341764698535/posts/757431993056176
6/8/2023	¿Por qué Xavier Hervas busca la Presidencia del Ecuador?	Nacional	Fotografía	Informativo	Criterio	Neutro	Interacciones: 20 Me gusta: 5 Comentarios: 12 Tasa Interacción:0,032%	https://www.facebook.com/474341764698535/posts/758136482985727
7/8/2023	¿Por qué Otto Sonnenholzner busca la Presidencia del Ecuador?	Nacional	Fotografía	Informativo	Criterio	Neutro	Interacciones: 48 Me gusta: 13 Comentarios: 24 Tasa Interacción:0,077%	https://www.facebook.com/474341764698535/posts/758826979583344
8/8/2023	¿Por qué Jan Topic busca la Presidencia del Ecuador?	Nacional	Fotografía	Informativo	Criterio	Neutro	Interacciones: 7 Me gusta: 4 Comentarios: 1 Tasa Interacción:0,011%	https://www.facebook.com/474341764698535/posts/759508509515191
11/8/2023	¿La mejor opción para el país será junto a Xavier Hervas?	Nacional	Fotografía	Informativo	Criterio	Neutro	Interacciones: 114 Me gusta: 23 Comentarios: 33 Tasa Interacción:0,18%	https://www.facebook.com/474341764698535/posts/761123872686988

Fuente: Diario La Data y Fanpage Karma

Elaborado por: Tello M. (2023)

3.6.3. Discusión de los resultados

La relación entre las plataformas de internet y los medios de comunicación, actualmente deja espacio para debatir y examinar lo que han hecho desde la cohesión de estos dos campos. En esta combinación, las redes sociales se convierten en una oportunidad para los medios, comunicadores, periodistas para que puedan compartir información, resultados o datos de interés a través de los canales digitales ya que los medios tradicionales se han visto obligados a migrar a plataformas digitales.

El autor (Lynch & Stipp, 1999) cita que la convergencia es la transformación que cada usuario experimenta por la necesidad de obtener información, y por ende sus hábitos de consumo, van a cambiar acorde a los nuevos canales de difusión de los medios de comunicación tradicional, y sus nuevos dispositivos de búsqueda serán teléfonos celulares, tablets, computadoras u otro dispositivo electrónico que posibilite el acceso a la Internet.

Así también, sobre el comportamiento de los medios nativos digitales en Ecuador y los medios de comunicación convencional, (Odriozola, Aguirre, & Bernal, 2016) aseveran que las principales características de los nuevos medios digitales son la multimedialidad, la interactividad (participación) y la hipertextualidad, aunque aún con deficiencias en cada uno de los recursos.

Según el último informe que emitió (Mentinno, 2021), sobre el estado digital del Ecuador, en nuestro país, con 17,46 millones de habitantes, el 80% de usuarios tiene acceso a Internet. Quito y Guayaquil tienen el 33% de usuarios digitales, el 63% del total son personas mayores a los 24 años. El 92% de ingreso e interacción en redes sociales fue desde los teléfonos móviles.

Los profesionales de la comunicación dominan los nuevos métodos que deben utilizar en las plataformas digitales por lo cual han implementado y están probando diferentes enfoques para atraer un nuevo tipo de audiencia que no se conforma con el texto plano, sino que prefiere información multimedia acompañada del artículo periodístico habitual. “Para que exista periodismo digital o multimedia se precisa de

hipertextualidad, multimedialidad e interactividad. Estas tres características las incorpora Deuze en su modelo de periodismo digital” (Sánchez, 2020)

En las entrevistas realizadas a los profesionales de la comunicación Gilbert, Reyes y Fuentes Community Managers de medios digitales, coinciden con sus comentarios, sobre los recursos digitales y el alcance que tienen cada uno de ellos ante su público, los medios de comunicación se han visto obligados a migrar a plataformas digitales utilizando las diversas herramientas digitales para brindar un contenido que enganche e impactante al lector; se evidenció que los profesionales de la comunicación coinciden con la teoría propuesta por (Sánchez, 2020) donde menciona que los profesionales de la comunicación han aprendido nuevas técnicas adaptadas a las diferentes plataformas digitales.

También comparten criterios en relación a la plataforma digital que más usan los lectores para mantenerse informados de los sucesos nacionales e internacionales es twitter, así como la importancia del contenido que publican los periodistas debe ser investigaciones de fuentes oficiales para evitar la desinformación.

Se debe tomar en cuenta que el contenido digital analizado en la ficha técnica, es contenido de información de sucesos políticos relevantes, que tenían el objetivo de informar al lector, con redacción clara, tono neutro y recursos digitales visuales, las interacciones en estas publicaciones fueron propuestas para análisis del alcance que tuvieron a nivel general del contenido publicado durante el mes de agosto sobre la Muerte Cruzada del medio La Data.

Finalmente se puede resaltar que la era digital ha aportado con grandes avances tecnológicos al periodismo, brindando herramientas digitales, recursos transmedia que si les sacan provecho pueden tener un gran alcance dentro de su público objetivo, puesto que los lectores buscan medios digitales con información verificada que publiquen notas periodísticas y primicias con las cuales puedan mantenerse informados y les permitan formar su propio criterio referente a los sucesos políticos en este caso la Muerte Cruzada, decisión importante que tomó el ejecutivo y con la finalidad de dar paso al siguiente gobierno del Ecuador.

3.6.4. CONCLUSIONES

- La presente investigación tuvo como objetivo analizar el contenido publicado por el medio digital La Data, referente a la Muerte Cruzada y la influencia que tuvo en cuanto interacciones en sus lectores, al realizar esta investigación se pudo evidenciar que La Data abordó temas relacionados a los candidatos presidenciales y sus propuestas de campaña electoral, tras el hecho de que ciertos candidatos tenían gran alcance en las redes sociales por lo cual los lectores querían mantenerse aún más informados.
- Después de realizar el análisis de la información referente a la Muerte Cruzada, las publicaciones con más alcance en las redes sociales era las estudiadas en este proyecto, puesto que los lectores interactuaban más y consumían noticias de ciertos candidatos mediáticos en específico.
- Las redes sociales son espacios que permiten mantener al lector informado de los hechos diarios que suceden a su alrededor de manera inmediata, así los lectores tienen cercanía en cuanto a la información relevante de esta contienda política causada por el decreto firmado por el ejecutivo sobre la Muerte Cruzada.
- El medio digital La Data, utiliza recursos transmedia que genera interacciones con sus lectores, a través de producción de contenido de textos, fotografías, videos, y demás recursos audiovisuales contribuyendo a una gestión exitosa de los reportajes y notas periodísticas ante su público o lectores.

3.6.5. RECOMENDACIONES

- Las redes sociales son actualmente el canal que mantiene informado a la población en general por lo cual es importante sacar provecho de todas las herramientas digitales que nos facilitan estas redes sociales para poder llegar a la audiencia y sobre todo mantener informados a los lectores de hechos importantes y noticias actuales que generan gran interacción en los medios digitales.
- Se sugiere al medio digital La data, difunda las noticias de manera oportuna y constante con la finalidad de tener más alcance ante su audiencia, utilizando otros recursos digitales como audio, video, e imágenes que permitan al lector acceder a más contenido relacionado con la noticia.
- Se recomienda que utilicen al máximo las plataformas digitales, con las distintas herramientas, aplicaciones y servidores streaming, creando modelos de comunicación efectiva que genere mayor interacción y alcance de los temas relevantes que sean de interés para la audiencia, deben tener propuesta atractivas para sus lectores quienes son los que calificarán el trabajo periodístico a través de las interacciones o alcance que puedan dar en las notas periodísticas que compartan.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Albornoz, L. (2007). Revista Latina de Comunicación Social. Obtenido de http://www.revistalatinacs.org/Resena_Albornoz.htm
- Ávila Sánchez, E. (09 de 2020). Los nuevos ecosistemas mediáticos y las nuevas narrativas: una oportunidad para el periodismo transmedia y crossmedia en Bolivia. Punto Cero, 25(40), 75-88. Obtenido de http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1815-02762020000100008&lng=es&tlng=es
- Campi Maldonado, A. T., Torres Vargas, R. J., & Herrera Flores, A. E. (09 de 2021). Códigos de modernidad: industria cultural digital y la economía global de desarrollo, Tik Tok. Journal of Science and Research, 6(3), 257-274. Recuperado el 10 de 12 de 2021, de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8169291>
- Cantos & Cumba. (2018). Periodismo en las Redes Sociales y las Nuevas Narrativas dentro de la Comunicación Digital. Obtenido de <https://revistas.uteq.edu.ec/index.php/csye/article/view/269>
- Casero-Ripollés, A. (2012). Más allá de los diarios: el consumo de noticias de los jóvenes en la era digital. Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe, España y Portugal - Comunicar N°39. *Revista Científica de Educomunicación*, 151-158.
- Collazos, D. (28 de Febrero de 2016). *Pixel creativo*. Obtenido de <http://pixel-creativo.blogspot.com/2014/07/meme-y-publicidad.html>
- Constitución de la Republica del Ecuador. (20 de Octubre de 2008). *gob.ec*. Obtenido de <https://www.gob.ec/sites/default/files/regulations/2020-06/CONSTITUCION%202008.pdf>
- Copa S, D. A. (17 de Diciembre de 2018). *La importancia del marketing en el desarrollo de las pymes*.

- Data, L. (2020). Obtenido de https://www.facebook.com/LaDataEc?locale=es_LA
- Dawkins, R. (1993). *El gen egoísta*. Barcelona, España: Salvat Editores S.A.
- FanpageKarma. (2012). *Herramienta de análisis y monitoreo de redes sociales*. Obtenido de <https://www.fanpagekarma.com/es>
- Federación Nacional de Periodistas del Ecuador. (04 de febrero de 1980). *Universidad Técnica Particular de Loja*. Obtenido de <https://eticadelacomunicacion.wordpress.com/2008/06/18/codigo-de-etica-periodistica-en-el-ecuador/>
- Fundamedios. (2015). *El auge de los medios nativos digitales en Ecuador*. . Obtenido de <https://www.fundamedios.org.ec/el-auge-de-los-medios-nativos-digitales-en-ecuador/>
- Hernández-Serrano, M., Renés-Arellano, P., Graham, G., & Greenhill, A. (25 de junio de 2018). *Del prosumidor al prodiseñador: el consumo participativo de noticias*. Obtenido de <http://doi.org/10.3916/C50-2017-07>
- Hootsuite. (2018). *Una manera más rápida para aumentar tu audiencia de Facebook*. Obtenido de <https://hootsuite.com/es/facebook>
- Lara, T. (2004). El periodismo digital y sus retos en la sociedad global y del conocimiento. *Aposta Revista de Ciencias Sociales*, págs. 1-30.
- Ley Orgánica de Telecomunicación. (22 de junio de 2013). *Ministerio de Telecomunicaciones*. Obtenido de <https://www.telecomunicaciones.gob.ec/wp-content/uploads/2020/01/Ley-Organica-de-Comunicaci%C3%B3n.pdf>
- Martínez & Arribas. (2021). *El rol de las redes sociales para futuros periodistas. Manejo, uso y comportamiento de estudiantes y profesores universitarios de Ecuador*. Obtenido de https://www.scielo.cl/scielo.php?pid=S0719-367X2021000200146&script=sci_arttext
- Mentinno. (2021). *Ecuador Estado Digital Julio 2021*. Quito.

Montoya, J. H. (8 de Marzo de 2019). *Investigación para implementar un servicio de marketing digital en una empresa de artes gráficas en Santiago de Cali*. Obtenido de <http://red.uao.edu.co/bitstream/10614/10850/5/T08466.pdf>

Navarro, G. M. (2017). *Marketing y comunicación de moda*. Madrid: ESIC.

Pena, F. (2009). *Teoría del periodismo*. México D.F.: Alfaomega Grupo Editor, S.A. de C.V.

Rivas de Roca, R. (2020). Comunicación política: caja de herramientas (11 ed., Vol. 1). *Revista Mediterránea de Comunicación*. Obtenido de <https://www.mediterranea-comunicacion.org/article/view/2020-11-1-comunicacion-politica-caja-de-herramientas>

Quiroz, Y. (2014). *Las redes sociales como herramientas del periodismo digital*. Lima, Perú.

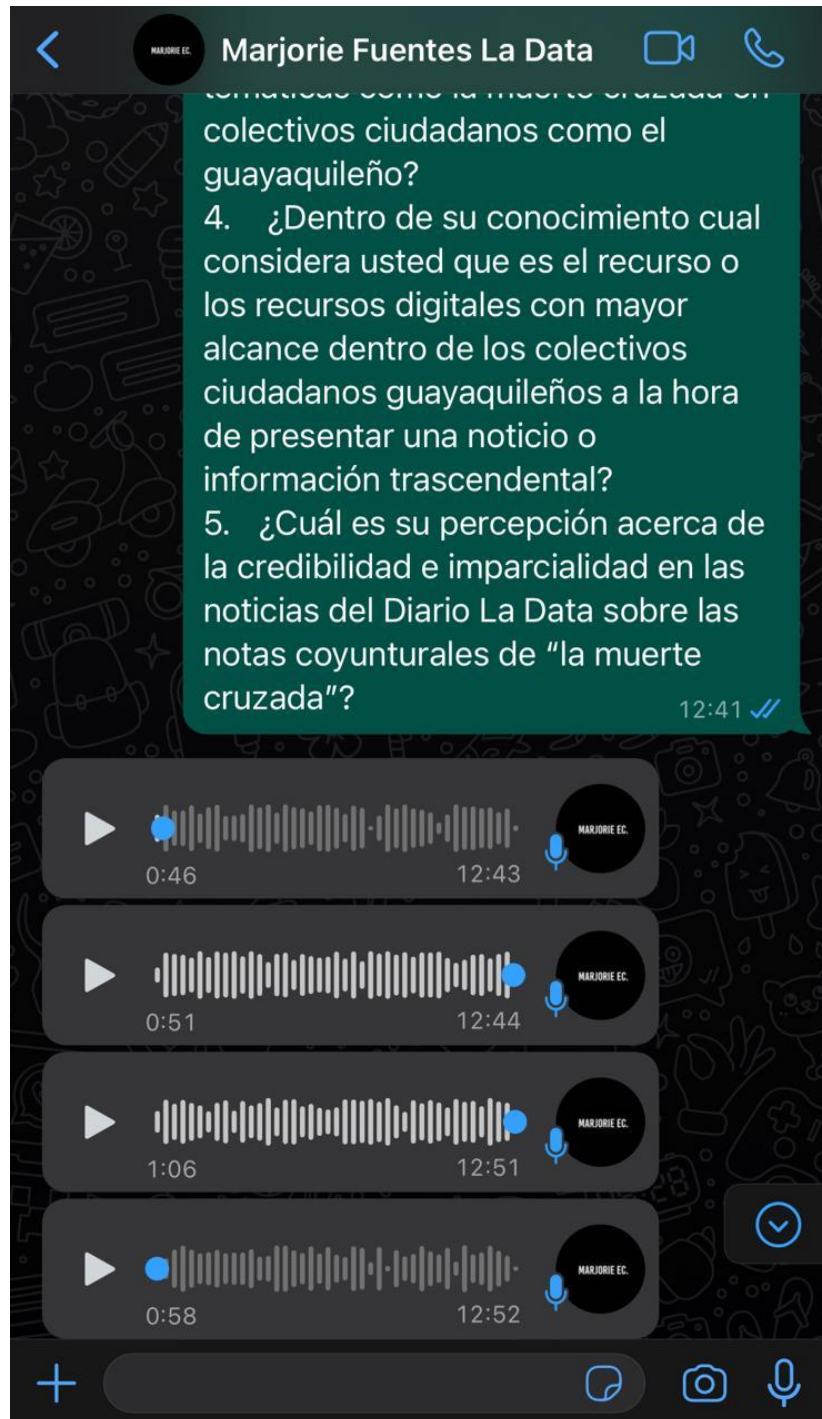
Selman, H. (2017). *Marketing Digital*. California. Obtenido de <https://books.google.com.ec/books?id=kR3EDgAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=e#v=onep>

Workana. (2018). Obtenido de <https://i.workana.com/glosario/creacion-de-contenidos/>

ANEXOS

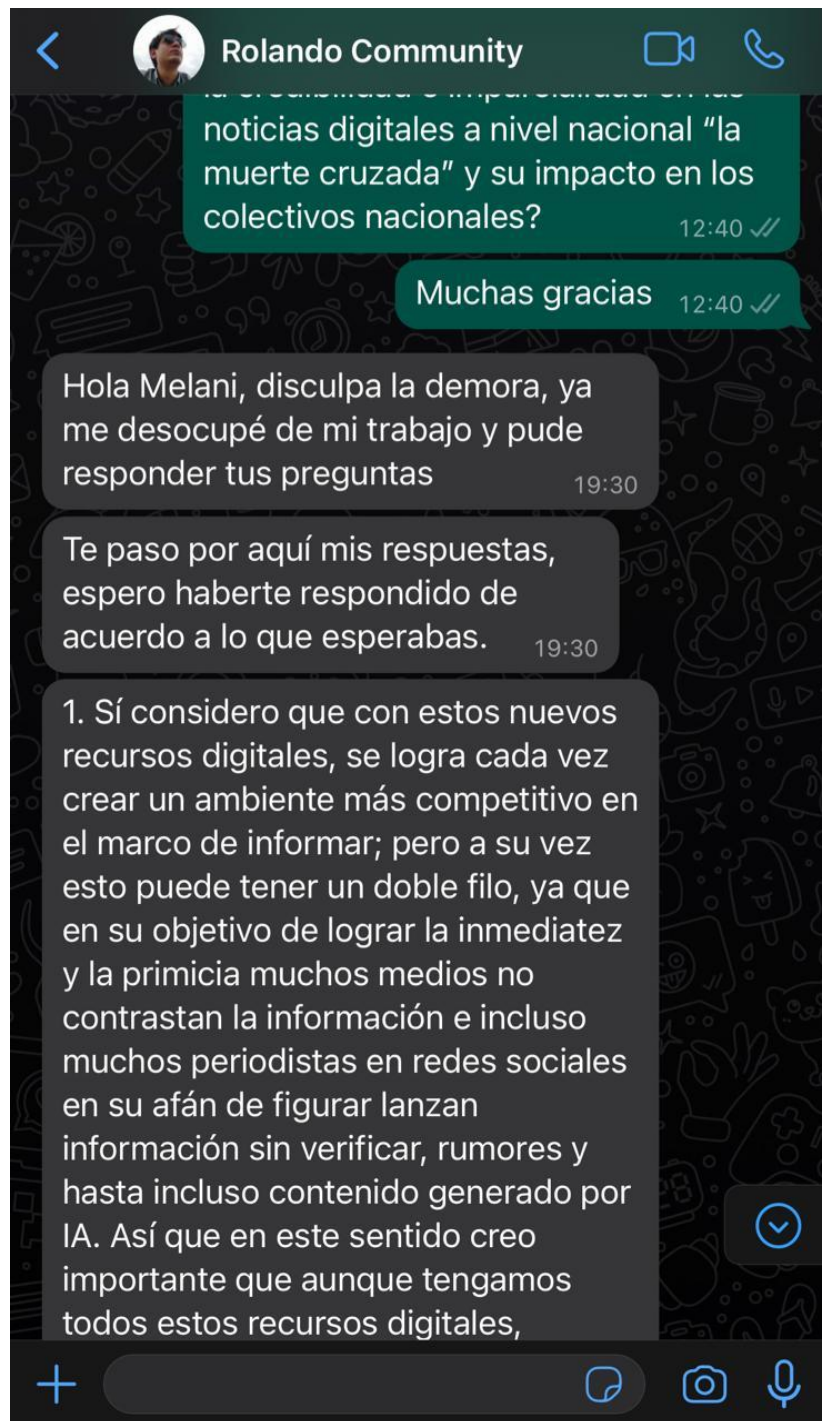
Anexo 1

Entrevista con Marjorie Fuentes



Anexo 1

Entrevista con Rolando



Anexo 2

Entrevista con Lcda. Melissa Reyes

