



**UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE
DE GUAYAQUIL**

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DERECHO

**CARRERA DE PERIODISMO
TRABAJO DE TITULACIÓN
PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
LICENCIADA EN PERIODISMO**

TEMA

**“PLATAFORMAS DIGITALES Y LA ÉTICA EN EL
EJERCICIO PERIODÍSTICO”**

TUTOR

MGTR. KARLA LÓPEZ CEDEÑO

AUTOR

DANNA ARACELY GOYA GARCÍA

GUAYAQUIL

2024

REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA	
FICHA DE REGISTRO DE TESIS	
TÍTULO: Plataformas digitales y la ética en el ejercicio periodístico.	
AUTOR: Goya García Danna Aracely	TUTOR: Karla López
INSTITUCIÓN: Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil	Grado obtenido: Licenciada en periodismo
FACULTAD: Ciencias Sociales y Derecho	CARRERA: Periodismo
FECHA DE PUBLICACIÓN: 2024	N. DE PAGS: 97 pág.
ÁREAS TEMÁTICAS: Periodismo e Información	
PALABRAS CLAVE: ética, periodismo, información.	
RESUMEN: En el presente trabajo se realizó el análisis del derecho a la réplica en los medios digitales en comparación a los medios tradicionales. Se investiga el procedimiento que cumplen los medios de comunicación La Posta y El Universo en la obtención y contraste de información, diversificación de fuentes y el cumplimiento de principios éticos y normas deontológicas, dichas normas contribuyen a fortalecer la responsabilidad y veracidad en el ejercicio periodístico. La ética hace referencia a los valores y principios que un medio y periodista deben seguir, estos son: la honestidad, diversidad, independencia, compromiso con el interés público y la protección de fuentes confidenciales. Los profesionales	

afirman que estos valores y principios ayudan a mantener su credibilidad y confianza del público.

La investigación, cuyo enfoque es mixto es el resultado de una revisión bibliográfica de bases científicas y, a través de las técnicas de investigación: entrevista y fichas de observación, se trazó la ruta para interrelacionar conceptos, casos, marco legal y teórico, con el objetivo de profundizar el estudio.

N. DE REGISTRO (en base de datos):	N. DE CLASIFICACIÓN:	
DIRECCIÓN URL (tesis en la web):		
ADJUNTO PDF:	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO
CONTACTO CON AUTOR: Goya García Danna Aracely	Teléfono: 0961518899	E-mail: dgoyag@ulvr.edu.ec
CONTACTO EN LA INSTITUCIÓN:	PhD. Adriam Camacho Domínguez Teléfono: (04) 2596 500 Ext. 17 E-mail: acamachod@ulvr.edu.ec Mgr. Evelin Lisseth Cadena Chila Teléfono: (04) 2596500 Ext. 300 E-mail: ecadenach@ulvr.edu.ec	

CERTIFICADO DE ANTIPLAGIO ACADÉMICO

tesis GOYA 2

INFORME DE ORIGINALIDAD

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

FUENTES PRIMARIAS

1	revistavive.com Fuente de Internet	1 %
2	www.eltelegrafo.com.ec Fuente de Internet	1 %
3	repositorio.flacsoandes.edu.ec:8080 Fuente de Internet	1 %
4	repositorio.upse.edu.ec Fuente de Internet	1 %
5	www.cccuenca.com.ec Fuente de Internet	1 %
6	www.onpe.gob.pe Fuente de Internet	1 %
7	www.unir.net Fuente de Internet	1 %
8	rraae.cedia.edu.ec Fuente de Internet	1 %
9	Submitted to Universidad Politecnica Salesiana del Ecuador	1 %

Excluir citas

Apagado

Excluir coincidencias < 1%

Excluir bibliografía

Apagado

Firma:

Mgtr. Karla Carolina López Cedeño

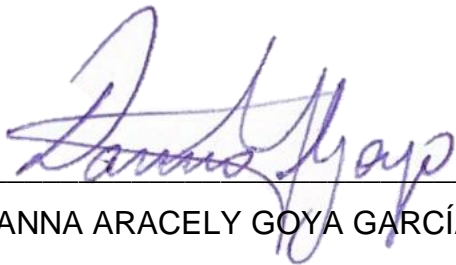
C.C.0802949859

DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS PATRIMONIALES.

La estudiante egresada DANNA ARACELY GOYA GARCÍA, declara bajo juramento, que la autoría del presente Trabajo de Titulación, Plataformas digitales y la ética en el ejercicio periodístico, corresponde totalmente a ella suscrito 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:



DANNA ARACELY GOYA GARCÍA
C.C. 0950959296

CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL DOCENTE TUTOR

En mi calidad de docente Tutor del Trabajo de Titulación Plataformas digitales y la ética en el ejercicio periodístico, designado por el Consejo Directivo de la 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 Trabajo de Titulación, titulado: Plataformas digitales y la ética en el ejercicio periodístico, presentado por la estudiante DANNA ARACELY GOYA GARCÍA como requisito previo, para optar al Título de LICENCIADAD EN PERIODISMO, encontrándose apto para su sustentación.

Firma:

Mgtr. Karla Carolina López Cedeño

C.C.0802949859

AGRADECIMIENTO

Quisiera expresar mi agradecimiento a las personas que han contribuido a mi tesis, este avance académico no hubiera sido posible sin el apoyo y colaboración de mi familia y amigas de la universidad que han dedicado su tiempo, conocimiento y aliento.

En primer lugar, agradezco a mi mamá la Dra. María Garcia y a mi abuela Celerina Martínez por siempre brindarme su inquebrantable apoyo emocional cuando más lo necesitaba y no dejar que me rinda en ningún momento de mi vida personal y académica, así mismo a mi hermano el Ab. Joffre Goya por sus palabras de aliento y paciencia infinita.

También quiero agradecer a mi Tutora de tesis la Magtr. Karla Lopez, quien ha sido una guía, ayuda y apoyo durante esta travesía de la elaboración de mi trabajo, agradezco toda su paciencia y amor.

Por último, quiero expresar mi profundo agradecimiento a todas mis amigas de la carrera universitaria por ser parte de este viaje académico.

DEDICATORIA

A mi madre, la Doc. María García y mi abuela Celerina Martínez.

Por su paciencia y amor incondicional, sacrificios infinitos y paciencia a lo largo de mi vida. Este logro refleja la dedicación y valores que ustedes han inculcado en mi vida, gracias por ser siempre mis pilares y creer en mí en los momentos más difíciles.

A mis hermanos Joffre Goya, Erika Goya, Scarlett Goya y Jean Goya.

Por la alegría compartida, los momentos de felicidad en medio de tensión y así la celebración de cada triunfo que cada uno a conseguido. Gracias por ser mi red de apoyo y hacer esta etapa más llevadera.

A mi hijo Sebastián, por ser mi fuente de inspiración, aliento y paciencia, su sonrisa y mirada al despertar ha sido mi impulso en este viaje, compartir este logro con él lo hace aún más significativo, Te amo.

RESUMEN

En el presente trabajo se realizó el análisis del derecho a la réplica en los medios digitales en comparación a los medios tradicionales. Se investiga el procedimiento que cumplen los medios de comunicación La Posta y El Universo en la obtención y contraste de información, diversificación de fuentes y el cumplimiento de principios éticos y normas deontológicas, dichas normas contribuyen a fortalecer la responsabilidad y veracidad en el ejercicio periodístico.

La ética hace referencia a los valores y principios que un medio y periodista deben seguir, estos son: la honestidad, diversidad, independencia, compromiso con el interés público y la protección de fuentes confidenciales. Los profesionales afirman que estos valores y principios ayudan a mantener su credibilidad y confianza del público.

La investigación, cuyo enfoque es mixto es el resultado de una revisión bibliográfica de bases científicas y, a través de las técnicas de investigación: entrevista y fichas de observación, se trazó la ruta para interrelacionar conceptos, casos, marco legal y teórico, con el objetivo de profundizar el estudio.

Palabras claves: ética, periodismo, información.

Summary

In this work, the analysis of the right to reply in digital media in comparison to traditional media was carried out. The procedure followed by the media outlets La Posta and El Universo in obtaining and contrasting information, diversification of sources and compliance with ethical principles and deontological standards is investigated. These standards contribute to strengthening responsibility and truthfulness in the exercise of journalism.

Ethics refers to the values and principles that a media and journalist must follow, these are: honesty, diversity, independence, commitment to the public interest and the protection of confidential sources. Professionals claim that these values and principles help maintain their credibility and public trust.

The research, whose approach is mixed, is the result of a bibliographic review of scientific bases and, through research techniques: interviews and observation sheets, the route was drawn to interrelate concepts, cases, legal and theoretical framework, with the objective of deepening the study.

Keywords: ethics, journalism, information.

INDÍCE

INDÍCE	xii
ÍNDICE DE TABLAS	xiv
ÍNDICE DE FIGURAS	xiv
ÍNDICE DE ANEXOS	xv
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I	3
ENFOQUE DE LA PROPUESTA.....	3
Tema: Plataformas digitales y la ética en el ejercicio periodístico.	3
1.2 Planteamiento del Problema:	3
1.3 Formulación del Problema:	4
1.4 Objetivo General	5
1.5 Objetivos Específicos	5
1.6 Idea a Defender	5
1.7 Línea de Investigación Institucional / Facultad.	5
CAPÍTULO II	6
MARCO REFERENCIAL.....	6
Marco Teórico:	6
Antecedentes.....	6
La importancia de verificar la información	25
La ética	26
Ética en el ejercicio profesional	27
2.6 Características de la ética profesional:.....	27
Importancia de la ética profesional	29
2.8 La ética en el ejercicio periodístico	30

Marco Legal:	31
Constitución de la República del Ecuador	31
Ley Orgánica de la comunicación.....	32
CAPÍTULO III	37
Metodología de la investigación	37
Tipos de investigación	37
Observación del fenómeno:	37
Clasificación de los hechos observados:	37
Técnica e instrumentos para obtener los datos.....	38
Entrevista Guiada	40
Tipo de muestreo intencional	40
Cuadros de entrevistas.	41
CONCLUSIONES.....	72
RECOMENDACIONES	73
BIBLIOGRAFÍA	74
Anexos	81

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Parámetros de selección de los entrevistados	39
Tabla 2 Entrevista al director del medio digital La Posta, Luis Eduardo Vivanco	41
Tabla 3 Entrevista a Periodistas de Diario El Universo, Jazmín Solís	42
Tabla 4 Entrevista a la Abogada Tanya Armijos.....	45
Tabla 5 Entrevista a la licenciada Monica Mendoza, Microeditora de Diario El Comercio, ex directora de diario El Universo y Comentarista en el programa de noticias y opinión en radio Di Blu	47
Tabla 6 Ficha de observación Análisis del post vinculado al medio digital La posta	63
Tabla 7 Ficha de observación Análisis del post vinculado al medio digital La posta	64
Tabla 8 Ficha de observación Análisis del post vinculado al medio digital La posta	65
Tabla 9 Ficha de observación Análisis del post vinculado al medio digital La posta.....	65
Tabla 10 Ficha de observación Análisis de post vinculado a diario El Universo	66
Tabla 11 Ficha de observación Análisis de post vinculado a diario El Universo	67

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Representación de las características del Código y normas deontológicas.....	15
Figura 2 pasos para publicar una noticia	20
Figura 3 Tipos de Fuentes.....	21
Figura 4 Pasos a seguir para una información confidencial	24
Figura 5 Características de la verificación	25

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1: Evidencia de entrevistas	81
Anexo 2: Evidencia de la entrevista a la Licenciada Jazmín Solís, Internacional en Diario El Universo.	81
Anexo 3 Evidencia de la entrevista a la Abogada Tania Armijos	82
Anexo 4 Evidencia a la licenciada Mónica Mendoza ex editora de EL UNIVERSO y macroeditora de EL COMERCIO.	82

INTRODUCCIÓN

Los medios digitales se han convertido en un entorno comunicativo más utilizado por los profesionales del periodismo, esto debido a la producción multimedia y multiplataforma. Por lo tanto, de la misma forma los profesionales han tenido que recurrir a estas herramientas de la web para incorporar canales de difusión que sirven no solo para informar, sino que generan un intercambio entre el comunicador y la audiencia que consume estos medios.

El capítulo uno está compuesto por el planteamiento del problema donde se presentan las diferentes interrogantes focalizadas al tema de las plataformas digitales y la ética en el ejercicio periodístico. Este estudio permite describir el objetivo general del proyecto de investigación: analizar el derecho a la réplica en la proyección de medios digitales, desde la ética y normativas periodísticas que regulan a los medios tradicionales en Guayaquil 2020-2023. Para alcanzar este objetivo, se plantean objetivos específicos, entre ellos; caracterizar los referentes teóricos que sustenten el desarrollo y aplicabilidad del derecho a la réplica en los medios de comunicación tradicionales y digitales, este objetivo fue desarrollado en el capítulo dos.

Finalmente, el capítulo tres se vincula a los objetivos restantes; identificar las causas que establecen el derecho a la réplica desde la ética y normativas periodísticas en los medios nacionales, comparar el derecho a la réplica en la proyección de medios digitales y tradicionales según la normativa vigente en el país y valorar el contenido publicado en los medios, casos de estudio. La investigación se sustenta en un enfoque mixto mediante la búsqueda y revisión documental, así como la implementación de técnicas como la entrevista y fichas de observación. La meta es clara: proponer una solución basada en recomendaciones que mejoren la práctica del periodismo basado en la ética periodística.

Este proyecto de investigación busca profundizar el tema del derecho a la réplica en la proyección de los medios digitales, desde la ética y normativa periodística, Guayaquil 2020-2023: casos de estudio EL UNIVERSO y La Posta.

Los resultados obtenidos brindan una visión clara del derecho a la réplica en la proyección de los medios digitales, desde la ética y normativa periodística.

CAPÍTULO I

ENFOQUE DE LA PROPUESTA

Tema: Plataformas digitales y la ética en el ejercicio periodístico.

1.2 Planteamiento del Problema:

En las últimas décadas los medios digitales se han convertido en un entorno comunicativo más utilizado por los profesionales del periodismo, esto debido a la producción multimedia y multiplataforma. Por lo tanto, de la misma forma los profesionales han tenido que recurrir a estas herramientas de la web para incorporar canales de difusión que sirven no solo para informar, sino que generan un intercambio entre el comunicador y la audiencia que consume estos medios.

Para Simón Peña Fernández, (2019), los medios digitales permiten que la oferta de contenidos y de servicios que recibe la audiencia se adapte a nuevos formatos y a la hibridación de géneros periodísticos. En este sentido, el auge de los medios digitales ha ocasionado grandes cambios en la audiencia que actualmente consume estos medios para mantenerse informada y paralelamente participar en dichos contenidos.

Por su parte (Oliva Marañón, 2014), en su estudio describe que el periodismo del siglo XXI, a través del fenómeno Internet ha creado un medio de comunicación digital, interactivo y multimedia, que supone una nueva forma de elaborar, estructurar y difundir las noticias. En ese sentido, los medios digitales han afectado a los medios de comunicación tradicionales, los mismos que se han visto obligados a reinventarse con el uso de nuevas herramientas como valores añadidos a lo que nos ofrece la tecnología de la información y de comunicación de este mundo global.

En este contexto, para expertos, el periodismo digital tiene ventajas con relación al tradicional por la rapidez, inmediatez y las oportunidades laborales. Sin embargo, estos contenidos tienen que ceder a controles del tráfico de red que muchas veces tiene fines mercantiles, sin dejar de mencionar que muchos de estos pierden credibilidad o se ponen en tela de juicio por falta de valores éticos, informalismo y la arbitrariedad en internet donde el contenido muchas veces no es contrastado con fuentes oficiales y documentales.

Según Cruz Álvarez, (2017), en el ámbito digital los problemas éticos se amplifican, debido a que el periodista enfrenta una dinámica informativa que le obliga a tomar decisiones con mayor rapidez con efectos imprevisibles por el carácter viral de la información, (p. 10). Por lo que, la marca personal del periodista se ha convertido en el principal criterio para la confianza de los ciudadanos en la información. Así también, la labor periodística se ha puesto en juego debido a la inmediatez de una publicación de una noticia y la obtención de una primicia sin llevar la rigurosidad o el respectivo contraste en la información.

De la misma manera, Milton Guevara, (2021), manifiesta que plantear desde el origen del periodismo, la estructura del contenido informativo, transmitida a través de las redes sociales, sí debe tener modificaciones debido al surgimiento de nuevos instrumentos, como el hipertexto (p. 15), que, según ellos, favorece una mejor capacidad de obtención de la información y el entendimiento de las noticias por parte del ciudadano. No obstante, el periodista debe estar guiado a causar conciencia colectiva tanto moral, política y cultural, dando con ello contenidos didácticos, democráticos y libres sin producir desinformación, equívocos, restricciones y falencias éticas.

1.3 Formulación del Problema:

¿Cómo se desarrolla el derecho a la réplica en la proyección de medios digitales, desde la ética y normativas periodísticas que regulan a los medios tradicionales en Guayaquil 2020-2023?

1.4 Objetivo General

Analizar el derecho a la réplica en la proyección de los medios digitales, desde la ética y normativa periodística, Guayaquil 2020-2023: casos de estudio EL UNIVERSO y La Posta.

1.5 Objetivos Específicos

Caracterizar los referentes teóricos que sustenten el desarrollo y aplicabilidad del derecho a la réplica en los medios de comunicación tradicionales y digitales.

Identificar las causas que establecen el derecho a la réplica desde la ética y normativas periodísticas en los medios nacionales.

Comparar el derecho a la réplica en la proyección de medios digitales y tradicionales según la normativa vigente en el país.

Valorar el contenido publicado en los medios, casos de estudio.

1.6 Idea a Defender

Los medios digitales están al margen de la autorregulación, cumplimiento de normativas periodísticas y de la aplicabilidad del derecho a la réplica.

1.7 Línea de Investigación Institucional / Facultad.

De acuerdo con la línea de investigación de la Facultad de Ciencias Sociales y Derecho, este trabajo tributa a:

Sociedad civil, derechos humanos y gestión de la comunicación

CAPÍTULO II

MARCO REFERENCIAL

Marco Teórico:

Antecedentes

En este espacio se describen concepciones previas de la investigación: los antecedentes sobre procesos vinculados con el derecho a la réplica en la proyección de los medios digitales, desde la ética y normativa periodística en el Ecuador.

Al respecto, se consideró el estudio realizado por Noguera,(2023), sobre la Censura y políticas de comunicación en Ecuador: La Ley Orgánica de Comunicación como garantía para el ejercicio de la libre expresión o instrumento para silenciar a los medios de comunicación (p. 20) El mismo que tuvo como objetivo de la investigación establecer la relación existente entre las prácticas de censura estatal y empresarial durante la vigencia de las políticas de comunicación en Ecuador.

Los resultados demostraron una sofisticación de los actores en la aplicación de mecanismos de censura de tipo indirecto que no necesariamente tienen una relación con la vigencia de una política pública de comunicación. En este sentido, este estudio guarda relación con el trabajo propuesto, por el interés de identificar el derecho a la réplica desde la ética y normativas periodísticas en los medios nacionales del Ecuador.

Así mismo, el estudio realizado por Alvarez, (2018), sobre medios y seguridad interna más allá de la narrativa liberal: los casos de Ecuador y Georgia, tuvo como objetivo explorar el papel de los medios de comunicación en la seguridad interna a la luz de los casos del Ecuador y Georgia contemporáneos (p. 5). El principal supuesto es que, en las democracias recién nacidas, la adopción instrumental de la libertad de prensa normada por los medios de comunicación ha derivado en la difusión de prácticas desinformativas que ponen en riesgo no sólo el sistema democrático, sino también la seguridad interna de un país. Por consiguiente, este estudio se relaciona con el trabajo propuesto, porque pretende valorar el contenido publicado en los medios, casos de estudio.

Por otra parte, Charney, (2019), en su estudio realizado sobre, libertad de expresión y pluralismo informativo: compatibilidades y tensiones en el contexto de la televisión. Tuvo como objetivo analizar dos perspectivas -ventiladas en el requerimiento de inconstitucionalidad de normas contenidas en la ley de televisión digital chilena (p. 13). La primera es una defensa de la libertad de expresión basada en la autonomía de los cuerpos intermedios y fundada en un concepto negativo de libertad.

La segunda es una defensa de la libertad de expresión de corte democrático y fundada en un concepto republicano de libertad. Concluyen que la segunda perspectiva garantiza de mejor forma el principio del pluralismo informativo en la televisión. Por lo tanto, este estudio está vinculado con el trabajo propuesto por el interés de identificar las causas que establecen el derecho a la réplica desde la ética y normativas periodísticas en los medios del Ecuador.

De manera similar, Charras, (2023), describe en su estudio sobre el derecho a la comunicación como una búsqueda supranacional de los pueblos. Este tuvo como objetivo identificar el derecho humano a la comunicación en América Latina y así como la consolidación de nuevos paradigmas que trascienden la idea de libertad de expresión (p. 22). Se concluye que el Estado tiene el desafío de garantizar el cumplimiento de las reformas de normativas y el impulso de políticas públicas con relación a la comunicación y el periodismo. Acorde con lo propuesto, este estudio aporta al trabajo propuesto por el objetivo de caracterizar los referentes teóricos que sustenten el desarrollo y aplicabilidad del derecho a la réplica en los medios de comunicación tradicionales y digitales en el Ecuador.

De igual modo, Olivera Pérez, (2023), en su estudio sobre: Apuntes teóricos en torno a los derechos de acceso a la información y a la comunicación de cara a un debate para el contexto cubano. Tuvo como objetivo sistematizar discusiones teóricas internacionales en relación con los derechos de acceso a la información y a la comunicación, en tanto garantes de la vida en democracia y el ejercicio de otros derechos civiles y políticos, sociales y culturales (p.22).

Concluyen que, a la luz de estos supuestos, se presentan algunos de los desafíos de estos derechos para el proyecto social cubano. De acuerdo con el interés de estudio, este trabajo aporta a la propuesta de estudio por el objetivo planteado de analizar el derecho a la réplica en la proyección de los medios digitales, desde la ética y normativa periodística en el Ecuador.

Medios de comunicación

La comunicación es un intercambio de información entre dos o más personas dónde está compuesta por elementos como emisor, mensaje, código, canal y receptor, según (Goya, 2019), en su libro de medios de comunicación masiva manifiesta que la sociedad es construida por la comunicación y es por esta misma que puede existir una sociedad, pues sin la comunicación no se podrían establecer reglas y normas.

Así mismo se puede decir que la comunicación implica la transmisión de la información, esta es esencial debido a su papel importante en todas las áreas de la vida como laboral, educación, política, entre otros, diademas según, Califano, (2015), menciona en su trabajo investigativo que los medios desempeñan un papel importante en el conocimiento de la realidad que forma parte de nuestra vida cotidiana pero que se encuentra fuera de nuestro alcance inmediato (p.14).

Además, la comunicación consiste en asegurar que el mensaje sea de manera clara para que el receptor comprenda la información, esto quiere decir que debe generar credibilidad y legitimidad para los ciudadanos ya que estos aceptan como verdaderos y formadores, es decir, que los toman como sinónimos de verdad, según (Chirino, 2020)

Con respuesta aquello, se dice que la comunicación se enfoca a la creación y conservación de unas apropiadas relaciones con y al interior de sus miembros, mediante el uso de distintas técnicas comunicativas que los mantengan documentados, enlazados y motivados, aportando simultáneamente, (Papic-Domínguez, 2020).

Por el contrario, Gómez, (2016), en su artículo de comunicación manifiesta que es importante tomar en cuenta que en el proceso de la comunicación la escucha activa

ocupa un lugar primordial. Sin duda, para poder dar una respuesta asertiva es indispensable escuchar al interlocutor. Saber conversar es sinónimo de saber escuchar.

De esta manera se puede decir que los sistemas de información han sido impulsados por los avances en las tecnologías de información y comunicación (TIC), potenciando las posibilidades de procesamiento y difusión de la información y el diseño de mecanismos más eficaces de control en las organizaciones, (Hernández Rangel y Martínez Hernández, 2019). Sin embargo, es importante mencionar que la diferencia entre comunicar e informar, donde la comunicación trata de emitir un mensaje lleno de información siendo contrastada y verificada conllevando fuentes y esta se divulga o transmite a través de los canales e instrumentos como la radio, televisión u artefactos tecnológicos; mientras que la información se trata de conjuntos de conocimientos e información llena de datos, estadísticas entre otras herramientas.

Medios tradicionales

Por medios tradicionales hacemos referencia a los diversos canales de comunicación que han existido mucho antes que la tecnología así mismo a los medios tradicionales se les considera ejes centrales de la mediación social, de la difusión de información, de la propagación de conocimiento y del impulso democrático, según (Campos Freire, 2008).

Por tal razón, Muñiz, (2019), manifiesta que comunicar es una necesidad humana desde que el mundo existe. Es por lo que, los medios de comunicación son todos los canales, instrumentos o formas de transmitir información (p.19).

Así mismo, Ronaldo, (2022), menciona que los medios de comunicación tradicionales son la fuente principal de la información, los cuales han demostrado resiliencia desde los inicios de la era de la información, capaces de mantenerse y movilizar grandes masas de audiencia (p.23), con el periódico, la radio y la televisión dando como relevancia la estructuración en acceso a los acontecimientos demostrando análisis actualidad y en ello reportajes.

Cabe destacar que gracias a los medios tradicionales la información llega con más rapidez a cualquier rincón del mundo.

Plataformas Digitales

Son herramientas tecnológicas que ayudan a la interacción y transacción entre una persona, empresa (o también llamados usuarios) y desarrolladores a través de la web, según García, (2020), menciona que el comercio electrónico o plataformas digitales juega un papel importante en las vidas llegando a constituir uno de los canales de mayor relevancia en las empresas y personas, promoviendo sus productos o servicios por medio de la digitalización (p. 22), también destaca que las redes sociales, las comunicaciones móviles, la web 2.0, y los teléfonos digitales que hoy en día tenemos a nuestro alcance están cambiando los hábitos de consumo en el universo, sin embargo, las plataformas digitales pueden variar conforme a la posición y naturalización del consumidor.

Así mismo, López, (2023), mencionan que las nuevas tecnologías se han instalado de tal forma y a tal velocidad en nuestras vidas que hoy no concebimos nuestra existencia sin el correo electrónico, el WhatsApp, las redes sociales o los buscadores (p. 20), estas tienen como objetivo facilitar su conexión y transacción a cada punto del mundo llegando a facilitar la interacción que permiten realizar colaboraciones entre usuarios.

Por otra parte, Rodríguez, (2012), menciona que los ambientes virtuales tienen como propósito esencial contribuir a la prestación de servicios con informes, fotos, videos, datos o transacciones comerciales donde permiten a los desarrolladores crear software (p.17) que se acoplen a la estructura de la plataforma y así recopilar datos que permitan mejorar y analizar la experiencia del consumidor.

Las plataformas digitales según Canals, (2020), son estructuras o ecosistemas que facilitan la interacción entre individuos u organizaciones con un mismo interés o propósito, estas fueron creadas en los años 90 después de las computadoras (p. 13), donde solo las grandes empresas realizaban bases de datos con el fin de comunicarse

con sus clientes; posterior a ello pasaron a formar parte de los hogares, y se generó el cambio en la ampliación de estas estructuras por el aumento de usuarios. Por tal motivo, se realizaron aplicaciones y programas con funciones diferentes para lograr la satisfacción según las necesidades de los consumidores.

Por otra parte, las plataformas digitales han sido unos elementos que redefinen las formas de vida en las personas por los diversos contenidos que ofertan, entre ellos los contenidos periodísticos que responden a las demandas de la información ciudadana, quienes al mismo tiempo son “participantes en debates o comentan la información llegando actuar de nuevo como intermediaria, pero ahora entre un profesional, que presta el servicio, y un consumidor satisfecho”, (Antonio Leal Jimenez M. J., 2011).

De igual forma, los usuarios han hecho que la digitalización se convierta en algo natural, dándole valor a las ofertas y aportaciones que conllevan a las empresas tradicionales de periodismo a reinventar con herramientas digitales para aprovechar al máximo la tecnología en la información y comunicación, de esta manera se adapta a la sociedad a través del fenómeno de internet agregando valores que permitan elaborar, estructuras y difundir las noticias. Para Oliva Marañón, (2014), la era digital afecta el ámbito de los medios de comunicación, los cuales están presentes en la Red y se reinventan y crecen continuamente con nuevas herramientas y servicios (p.9).

En los actuales momentos se puede observar que existe una dinámica rápida de adopción y cambio en el modo de consumir contenidos, esto genera información de las primeras plataformas, que han invadido muchos ámbitos económicos y sociales llevándonos a lo que algunos denominan el fenómeno de la plataformalización, (Antonio Leal Jimenez M. J., 2011).

Según, De Frutos Torres, (2021), el objetivo de las plataformas digitales es proporcionar información y también realizarlas a través de aplicación y programas de la web (p. 19), sin embargo, hay que tener en cuenta que no todas las plataformas digitales tienen el mismo objetivo, estas varían según la necesidad del usuario donde las

plataformas sociales están destinadas a guardar información con relación a las interacciones sociales.

Cabe mencionar que la digitalización ayuda a los creadores de contenidos de información y usuarios a desarrollar habilidades desde la crítica y ética de la sociedad de la información, lleva a facilitar, guardar, almacenar, producir e intercambiar toda clase de datos, en este sentido la digitalización en el periodismo actualmente se enfrenta a la actualización e innovación para atraer y retener a los usuarios en línea, (Deshuesando a zhang, 2023).

Además, Roberto Ruggiere, (20218), en su investigación comenta que el propósito de las plataformas digitales “es una arquitectura, basada en hardware y software, que funciona como eje organizado, en un ecosistema y con efectos de red, recursos, transacciones y relaciones entre individuos y diversos actores como consumidores-usuarios, profesionales, empresas, instituciones, socios comerciales, etc. para crear valor” (p. 16).

Por otra parte, Edison J. Padilla, (2020), expresa en su trabajo de investigación que las plataformas digitales al entrar a los hogares fueron para los adolescentes y los jóvenes han desarrollado la capacidad de buscar información y aprender de forma autónoma (p. 22), si bien, generalmente lo hacen con fines recreativos o para satisfacer necesidades de la vida personal.

Medios digitales

Son canales de comunicación que utilizan la tecnología para distribuir su contenido y al mismo tiempo ha causado modificaciones importantes, en Ecuador el diario El Universo, históricamente, es uno de los que más visitas tiene, según la página web Alexa. com. Está en Internet desde 1997 y la página que publicó en esa época estaba realizada en tablas en html, gráficos fijos de baja calidad, en la cabecera e integró un menú lateral con enlaces a sus secciones según (Byron O. Naranjo Gamboa, 2023).

Además, la digitalización en los medios de comunicación han hecho estas revoluciones y evolucionen la forma en que las personas se comunican ya que estas pueden acceder a la información llegando a consumir el contenido (noticias, videos, informativos, reportajes y graficación) con mayor rapidez, esto quiere decir que el potencial de las redes sociales, al momento de impulsar una marca, sea de ropa, personal, o en otros casos comunicacional, determinan el éxito que puede tener al saber manejar una buena estrategia en el manejo de su publicidad y plataformas digitales, (Montúfar, 2021).

Por otra parte, se puede decir que los medios digitales han ayudado a la rapidez de difusión sea noticias, interacciones sociales de larga distancia y también la creación de comunidades sociales vía online, sin embargo, entre esos cambios también está nuevos consumos y procesos productivos que impactan de lleno en los contenidos de las agendas mediáticas y en sus lógicas de producción, (Rost, 2014).

En efecto aquello, la rapidez de estas transformaciones en la comunicación, los medios digitales poseen ciertas características particulares que han sido profundamente estudiadas desde su surgimiento y durante su consolidación, estas son las características de (Ayala, 2019).

Acceso rápido a la información: estos medios garantizan la difusión de la información de manera inmediata.

Globalización y aplicación: los medios digitales en teoría han eliminado las barreras geográficas debido al alcance de estas, permitiendo que la información llegue a la población global.

Personalización: los medios de comunicación pueden ajustar desde los colores, letra, logo y la forma de imágenes es sus medios digitales al igual que los periodistas que crean sus propios contenidos.

Interacción y participación: estos ayudan a fomentar la interacción de manera directa con las audiencias y creadores de contenidos.

Análisis de datos y mediación: estas permiten medir el alcance y rendimiento de los medios o cuentas, estas muestran la información de análisis de manera detallada facilitando la toma de decisiones.

Disponibilidad: estas herramientas están disponibles las 24 horas del día, los 7 días de la semana en cualquier lugar del mundo.

Innovación: esta característica es de gran relevancia debido a que la innovación en las redes sociales es constante, en esta se distribuye y consume constantemente.

Códigos y Normas deontológicas

Estas normas y códigos se refieren a principios éticos con reglas que conducen a la actuación de profesionales, ellas se encargan de que su comportamiento se oriente hacia la ética, además, Villanueva, (2002), resalta en su libro deontológico informativo que las normas deontológicas sirven para evaluar de mejor manera el aporte del ejercicio periodístico a la sociedad, y podrán también convertirse en fuente de consulta para los propios periodistas.

Así mismo, estas normas establecen directrices para dirigirse con la sociedad, clientes y también están orientadas al deber, donde se refleja en normas y códigos exigibles a los profesionales, conlleva actuaciones concretas, y se aprueba por un colectivo de profesionales, (Delgado-Aleman, 2020).

Se puede decir que estos ayudan a orientar sobre la conducta profesional y ética, que conlleva imparcialidad, confidencialidad, veracidad, responsabilidad, en este sentido, la referencia a la deontología implica una actitud bastante formal, una determinada conducta a seguir con respecto a otra a evitar, (Vargas, 2012).

Si bien es cierto que la deontología se enfoca en los deberes y obligaciones que guía a una profesión, por tanto, en la perspectiva utilitaria de Bentham es una ciencia del bien y de la oportunidad para el único logro del bienestar del hombre es decir que “la centralidad del deber, la obligación moral y la norma” representan el entramado del pensamiento kantiano, (Helzel, 2022).

Se ha mencionado que la deontología es una guía donde ayuda al profesional mantener su ética y profesionalismo está en el ámbito periodístico debe de ser acatada ya que el respeto absoluto por la ética y la deontología periodísticas actúan, sin duda, como antídoto para recuperar la credibilidad y ofrecer a la ciudadanía información veraz y de calidad, (Sara Dorado Lago J. S., 2021), en la siguiente grafica se puede observar una de las características de los códigos y normas deontológicas:

Figura 1 Representación de las características del Código y normas deontológicas.



Nota: En la gráfica se muestran las características del código y normas deontológicas de un medio de comunicación y periodistas.

Fuente: (Sara Dorado Lago J. S., 2021)

Elaborado por: Goya, D (2024)

Estas características son relevantes debido a que conllevan a la reflexión y entendimiento de estos códigos y normas, además, mediante ellas podemos verificar y diferenciar cuando un periodista o medio de comunicación contrasta, verifica y hace que la información y fuentes sean confiables y verdades, sin embargo, al momento de difundir esos productos periodísticos y la información conlleva la responsabilidad ética

de la profesión del comunicador, es aquí donde nace la inquietud que guía esta investigación porque en la práctica se observa cómo los medios, con el afán de tener mayor alcance o ganar clics, se deslindan de esa ética hacia, principalmente, el sensacionalismo, (Hákim Krayem, 2021).

Código deontológico EI UNIVERSO

Este Código deontológico recoge el código del fundador de Diario EL UNIVERSO, Ismael Pérez Pazmiño, y los principios éticos que constan en las seis ediciones de nuestro Manual de Estilo, que hoy se encuentra en revisión.

Diario EL UNIVERSO es un periódico independiente, cuya principal misión consiste en informar sobre los acontecimientos en la ciudad, el país y el mundo, de manera oportuna, imparcial, veraz, con la mayor honestidad intelectual, y suministrar, además, opinión, entretenimiento y servicios.

Esta misión se desarrollará en ejercicio de las libertades de expresión, de prensa y de acceso a la información, cuya vigencia inalterable será defendida por el Diario, dentro del marco institucional y legal vigente.

Para EL UNIVERSO todo tipo de intereses son secundarios a los intereses de la nación.

EL UNIVERSO, por su carácter independiente rechazará presiones de cualquier procedencia para variar el carácter imparcial de sus informaciones. El Diario considera que defiende el interés de sus lectores cuando se niega a dejarse manipular y protege su independencia por encima de cualquier otra consideración

EL UNIVERSO cumplirá su misión con absoluto respeto a la dignidad de los seres humanos en su diversidad, por tanto:

Respetará la honra, reputación, intimidad y derecho de las personas.

Se abstendrá de publicar material y usar lenguaje discriminatorio.

No publicará imágenes o noticias que permitan identificar a niños, niñas y adolescentes relacionándolos con hechos ilegales o delictivos

EL UNIVERSO espera de sus periodistas el cumplimiento de las normas éticas universalmente aceptadas, aunque algunas de ellas no estén expresamente citadas en

este Código, así como, que, en cumplimiento de la misión del Diario, orienten su ejercicio profesional de acuerdo a lo siguiente:

El periodista de EL UNIVERSO debe aceptar que los asuntos públicos, deben ser conocidos por la ciudadanía y realizar su labor profesional de tal manera que esto sea posible.

El periodista de EL UNIVERSO no puede adquirir compromisos y obligaciones políticas, sociales, laborales, comerciales o de cualquier otra índole que pudieran interferir con el derecho de los lectores a conocer la verdad.

El periodista de EL UNIVERSO, no puede informar sobre ningún hecho en que se encuentre comprometido algún familiar suyo, ni cubrir áreas de información en las que trabajen.

El periodista de EL UNIVERSO no se puede comprometer con nadie a publicar o dejar de publicar algo de interés para la comunidad.

El periodista de EL UNIVERSO está obligado a hacer todos los esfuerzos posibles para conseguir por medios lícitos todos los detalles de la noticia que está buscando. En ningún caso, lo hará con engaño.

El periodista de EL UNIVERSO no puede usar las páginas del diario para favorecer a terceros, ni para buscar beneficios personales.

El periodista de EL UNIVERSO no puede aceptar regalos, descuentos, préstamos o atenciones especiales de una fuente potencial de información.

El periodista de EL UNIVERSO está obligado a proteger las fuentes confidenciales de su información.

El periodista de EL UNIVERSO siempre contrastará las fuentes de la información.

El periodista de EL UNIVERSO tendrá siempre presente que el destinatario de su trabajo es el lector y que merece respeto y profesionalismo, por lo tanto desempeñará su tarea con apego a lo dispuesto en el Manual de Estilo del Diario.

Cuando se hubiere cometido un error, el Diario deberá reconocerlo públicamente y ofrecer a sus lectores la redacción adecuada y sus disculpas. Cuando se reciban solicitudes de aclaración, rectificación o réplica, se debe verificar si el reclamo tiene razón de ser y si la respuesta es positiva debe atenderse cuanto antes lo solicitado.

En EL UNIVERSO se distinguirá claramente, lo informativo, la opinión y el material publicitario.

Los departamentos de redacción y publicidad son autónomos y no tienen entre sí ninguna relación de subordinación.

Todo material publicitario o pagado por terceros aparecerá de tal manera que no se pueda confundir con el material informativo o de opinión. El lector tiene prioridad sobre cualquier otro interés incluidos los de los anunciantes.

Quienes contribuyen con su labor a la publicación de EL UNIVERSO, no deben olvidar que están trabajando para que el lector pueda ejercer su derecho a estar informado, lo que implica la grave responsabilidad de ofrecerles material imparcial y veraz, da manera oportuna y en una presentación adecuada.

Esto da a referencia que el medio de comunicación EL UNIVERSO determina un conjunto de principios éticos que conllevan a la conducta y operación tanto del medio como sus periodistas, recordemos que este medio da énfasis a la veracidad, independencia, imparcialidad y además un valor destacable es la dignidad humana, este menciona la importancia de la transparencia y responsabilidad que tiene hacia sus lectores llegando a proteger la autonomía editorial y así no afectar la imparcialidad y calidad de dicha información. Recordemos que Luis Pantoja, 2012, en su artículo resalta que la ética y la deontología se revelan hoy esenciales para cualquier profesión y más para aquellas que prestan sus servicios y tratan con personas desfavorecidas, como es la Educación Social. Tanto a los futuros profesionales de la Educación Social como a los que ya ejercen esta profesión, esto quiere decir que EL UNIVERSO en su código deontológico cumple con lo mencionado, sin embargo, en el código también menciona el rechazo de presiones externas que busquen alterar la imparcialidad del medio dando a reflejar en dicha acción los resultados de su código.

Código deontológico LA POSTA

Se realizó la búsqueda de esta información en la página web del medio digital y no se encontró el código deontológico en su plataforma.

La inmediatez: la carrera de los medios por publicar noticias

Sobre el tema de la inmediatez, ya múltiples autores a nivel global se han pronunciado sobre la inmediatez en las noticias, en ese aspecto, podemos observar que para, Cabello, (2019), la inmediatez es una herramienta de doble filo, que responde a la evolución de las tecnologías y la conectividad, este problema se surge en virtud que por la batalla campal de publicar primero una información (p. 25), esta no es publicada, que posteriormente serán difundidas por redes sociales y en los portales de noticias, es por ello, que como ética primordial del periodista, dicha información deberá ser recabada, analizada, investigada, verificada y contrastada, para de esa manera, otorgar credibilidad a las noticias que se vayan a publicar.

La inmediatez en los medios de comunicación al momento de publicar la información se convierte en una herramienta fundamental para ellos, además, los medios que emiten noticias han pasado de presentar información en el momento correcto, a transmitir contenido de forma rápida al público, (Vazquez Malave, 2022).

Sin embargo, recordemos que la información en la era digital llega de manera rápida e inmediata donde los medios de comunicación están sometidos a la continua crítica, por la forma de abordar ciertos hechos noticiosos, que evidencian la práctica de valores éticos en el ejercicio de la profesión, (Wilson Benjamín León Valle, 2021).

Además, la inmediatez ha hecho que los medios de comunicación se vuelvan competitivos para de esta manera poder captar la atención de la audiencia llegando a plantear desafíos, ya que la reputación y los planteamientos éticos de esos medios pueden verse afectadas por no verificar, ya que la acción de verificar y contrastar información diferencia el periodismo convencional y el periodismo de investigación, (Wilson Benjamin León, 2021).

Por lo expuesto en las líneas que preceden, es importante destacar que, aunque se vaya a emitir una noticia de manera inmediata, esta deberá ser contrastada y

verificada para como medio de comunicación, no solo velar por la credibilidad, si no también, para mantener a los ciudadanos informados de forma correcta.

En tal sentido, se procederá a elaborar una ficha de cómo se debería proceder con una noticia inmediata, y sus pasos para la publicación.

Figura 2 pasos para publicar una noticia



Nota: La grafica representa el proceso de una noticia inmediata

Fuente: (Cabello, 2019)

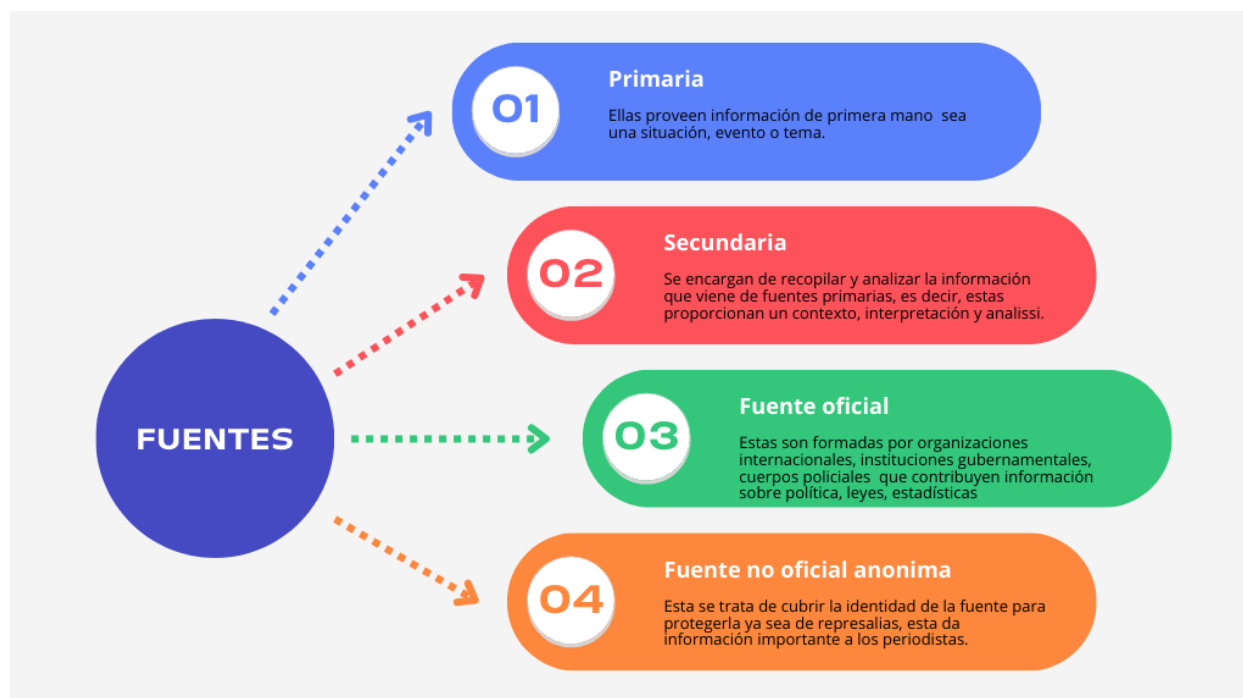
Elaborado por: Goya, D (2024)

En pocas palabras, cuando se obtiene una noticia primicia, siempre se deberá velar por la verificación y contrastación para posteriormente publicar, y así, de esa manera, otorgar a nuestra audiencia una noticia real.

Fuentes informativas en el periodismo

Las fuentes informativas en el periodismo son personas, documentos o instituciones que aportan a los periodistas con información necesaria y de esta manera pueda llevar a cabo su labor investigativa, estas fuentes se distribuyen en diferentes tipos:

Figura 3 Tipos de Fuentes



Nota: En la gráfica se muestran y explican los tipos de fuentes que se encuentran al momento de redactar o elaborar una noticia.

Fuente: (Rodolfo, 2020)

Elaborado por: Goya, D. (2024)

Esto quiere decir que las fuentes informativas se encargan en verificar la credibilidad de la noticia antes de que esta se haga pública, además, las fuentes contribuyen a la calidad y la objetividad del periodismo, son asumidas como más creíbles, aunque sólo sea porque no pueden permitirse mentir abiertamente y son consideradas también más persuasivas por cuanto sus acciones y opiniones no dejan de ser oficiales, (Huter, 2020).

Fuentes confidenciales o extraoficialmente con atribución de reserva total

Las fuentes confidenciales con reserva total es un término utilizado en la investigación periodística, ya que por medio de este término se refiere a una fuente que

otorga información al periodista de manera anónima con la condición de que su identidad y la información que dé se mantenga en secreto, se puede decir que esta fuente se utiliza cuando la información es delicada o puede tener consecuencia negativa para la fuente ya sea acciones que atenten contra su integridad o vida.

Según Rodolfo, (2020), existen dos tipos de fuentes extraoficiales, donde la primera se relaciona con la atribución con reserva que da a referencia a redactar la información (p. 14), pero la fuente no se identifica como tal sólo se la bosqueja para de esta forma se oriente el lector, mientras que la segunda se refiere a la atribución con reserva obligatoria dando así al periodista redactar la información como si fuese propia.

Recurso: el off the record

Al hacer referencia sobre “Off the record” se habla sobre la confidencialidad, en la cual los periodistas obtienen información importante que deberá ser publicada en los medios de comunicación, en ese sentido, para entender sobre la confidencialidad, debemos de saber que en términos generales hace referencia a no divulgar el nombre del informante o la fuente por la cual se ha llegado a tener conocimiento de un suceso, haciendo referencia al periodismo, se puede abordar que, en la profesión, se deberá mantener en anonimato a la fuente y ciertos detalles, hasta que sean revelados y divulgados por los medios tradicionales de comunicación.

La confidencialidad, es un recurso que los periodistas tienden a usar, para así, obtener información fidedigna, que pueda poner en conocimiento de la población, dicha información, no deberá ser sujeto a cambios, si no que, se deberá contrastar y verificar, para así, de esa manera, en la responsabilidad ética del periodista, aquella información, ponerla en conocimiento de las y los ciudadanos.

Ya varios autores se han manifestado respecto al recurso de la información confidencial en la labor periodística, en ese sentido, cabe destacar a un gran autor como Aznar, (2002), quien supo manifestar que, la información confidencial representa una excepción. Una excepción que sólo tiene sentido si está orientada al mejor servicio de la

actividad periodística y del derecho a la información del público (p. 20) en aquella misma obra, denominada Deberes éticos de la información confidencial, aquel autor explica la importancia y el beneficio que muchos periodistas tienen para impartir información debido a las relaciones que existe entre el periodista y quien posee la información.

Partiendo de esa idea del autor mencionado en el párrafo anterior, puede darse varias alternativas, que como se ha estado denunciando por las plataformas digitales, muchos periodistas, que cuentan con información privilegiada, usan aquella información, no para publicarla y darla a conocer a la población en general, si no para extorsionar, como posiblemente en Ecuador ha estado ocurriendo.

Un posible escenario, es que un periodista posea la información privilegiada, pero no pueda compartirla por riesgo a su integridad, o a la integridad de alguno de sus familiares; muchos de los periodistas corren riesgo de compartir información, como es en el caso del hermano país de México o Colombia, en el cual muchos periodistas han sido asesinados por el único hecho de saber información.

Entre otras posibilidades, de lo que pueda ocurrir, es que, un periodista que, por algún motivo, tuvo aquella información privilegiada, y después de contrastar y verificar aquella información, viéndose en las posibilidades y teniendo los medios para hacerlo, publique la información, para que así, de esa manera, las y los ciudadanos tengamos acceso a la realidad nacional en la que vivimos, y así, cada uno de nosotros podamos formar un criterio, apoderándonos de la verdad.

En consecuencia, de lo expuesto con anterioridad se puede manifestar que, en la labor periodística, si se llega a conocer alguna información, lo correcto es verificar, contrastar y publicar, dando como resultado una excelente labor, mejorando la profesión y el cual debe ser el fin de los medios de comunicación, informar la verdad.

A continuación, se procederá en la elaboración de un cuadro de elaboración propia, en la cual se indicarán los pasos a seguir con la información confidencial, y el informante confidencial o anónimo:

Figura 4 Pasos a seguir para una información confidencial



Nota: El grafico representa los pasos a seguir durante una información o informante confidenciales

Fuente: (Ángel1, 2011)

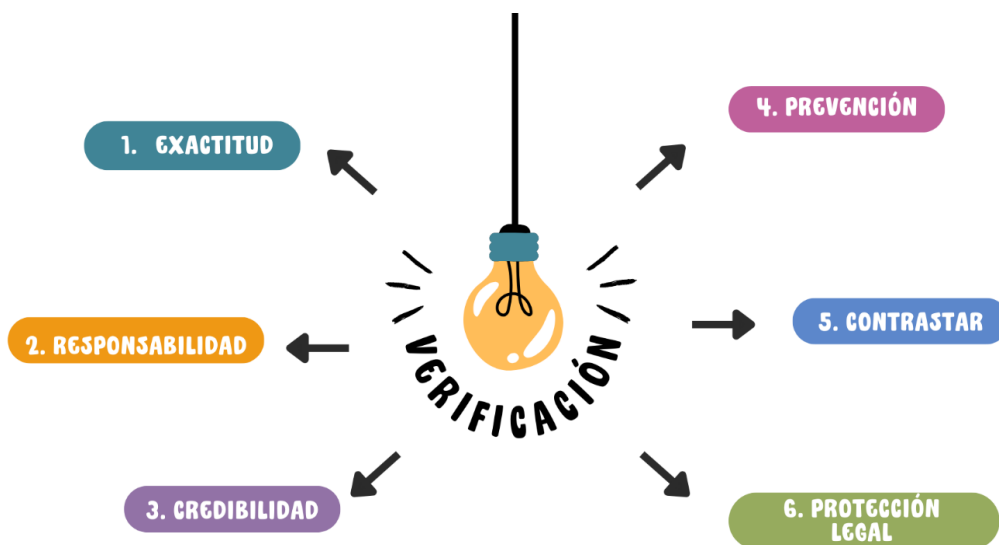
Elaborado por: Goya, D (2024)

De la pirámide, expuesta con anterioridad, se puede agregar más opciones, eso quedará a criterio personal, sin embargo, es importante mencionar aspectos relevantes, como, por ejemplo, la importancia de mantener en anónimo las fuentes de información, por otro lado, la verificación de la información recibida, para así de esa manera el medio en el cual se ha publicado aquella noticia tenga confianza en la sociedad, porque como medio, de seguimiento a las noticias y se puedan obtener resultados.

La importancia de verificar la información

La verificación de la información es primordial en el periodismo y en el periodista para garantizar la credibilidad de ellos, esto se obtiene verificando dicha información mucho antes de realizar su publicación ayudando así a mantener la credibilidad del medio y periodista, ya que los lectores sean de un medio tradicional o digital confían en las fuentes noticiosas que otorgan información precisa y verificada, las características de la verificación son:

Figura 5 Características de la verificación



Nota: El grafico representa las características de la verificación al momento de elaborar una noticia.

Fuente: (Cantón, 2021)

Elaborado por: Goya, D. (2024)

Además, la verificación asegura con exactitud que dicha información esté libre de errores ya que publicar información incorrecta puede llegar a causar confusión e incluso repercusiones a la integridad a las personas implicadas, para que no suceda aquello es dable destacar la responsabilidad ética que deben de tener los periodistas al momento de dar la información verificando los hechos.

Sin embargo, en un mundo de desinformación y noticias falsas, la verificación y diversidad de fuentes ayuda a prevenir la difusión de rumores y noticias si verificar, así como lo menciona Borrat, (1989), ante un hecho noticiable, el profesional del periodismo

debe de disponer de varias fuentes contrastables para que así esta no sea transcripción o reproducción de la que ha dado una sola fuente, ni tampoco refleje una sola versión de las partes del conflicto.

la verificación de información es una parte fundamental y consustancial del periodismo, que quizás se ha dejado de lado por culpa de la rapidez e inmediatez a la que viaja actualmente la información. Esto, unido a que necesitamos una cultura crítica y una alfabetización mediática para que la ciudadanía no se crea lo primero que ve en la pantalla de su móvil, hace que sea necesario verificar mucha de la información recibida, especialmente en cualquier redacción del mundo, (Cantón, 2021).

La ética

Recordemos que la palabra ética proviene del griego ETHOS que significa forma de ser, carácter donde se denomina que esta es una disciplina de los principios que rigen la conducta humana, donde “Sócrates es considerado el padre de la Ética, pues introduce el término moral intelectual ARETÉ, afirmando que se puede definir y mostrar a los demás. Para él la virtud es la disposición última y radical del hombre”, (Christian Richard, 2018).

Además, Bonhoeffer, (2023), manifestó que la ética ofrece un lugar preeminente al discernimiento del creyente que debe ponderar su respuesta concreta en un clima de libertad y creatividad (p.12).

Esta da paso a las practicas morales que conlleva el respeto entre personas sin discriminación de origen, orientación, religión, raza y sexo. La ética conlleva justicia, equidad, responsabilidad y equidad que busca orientar a las personas.

Por otro lado, esta se divide en varios ámbitos y uno de ellos se refiere a las plataformas digitales y ética o ética digital, que conllevan las decisiones morales en torno al metaverso definido por las tecnologías de información y comunicación (TIC).

Esta se refiere a la iniciación de aplicaciones en base a convivencia donde aseguran los derechos de los usuarios, James H.Moor, profesor de filosofía intelectual y

Moral en la Universidad de Dartmouth, publicó un artículo en 1985 denominado What is computer ethics?; esto lo llevó a convertirse en el pionero en la ética digital, donde esquematiza que la ética digital “es el análisis de la naturaleza e impacto social de las tecnologías informáticas y la correspondiente formulación y justificación de políticas para un uso ético de estas tecnologías”, (Moor, 1985, p.7).

Sin embargo, existen características de esta concepción que lleva al rechazo al determinismo tecnológico, que conlleva factores sociales de la perspectiva sociotécnica.

Ética en el ejercicio profesional

La ética profesional es un principio que contribuye a la conformidad social, orienta al profesional a enfrentarse a situaciones diarias de su actuar profesional. Así lo expresa, Yanelis Gonzáles Pérez, (2006), la ética es una dimensión reflexiva inherente a la formación y al quehacer profesional; ella le permite a la persona no solo comprender el mundo en el que le corresponde actuar (p. 22) sino también que le ofrece criterios orientadores para entenderse con sus semejantes en acciones cotidianas y comunes. En este sentido, de acuerdo con lo que antecede, aplicar la ética evita que el profesional cometa errores y se sienta bien consigo mismo moralmente, de esta forma se da realce al bien común sobre todo interés que se tenga en particular.

Para transparentar los servicios que se ofrecen muchas organizaciones poseen un código de ética, donde se plasman valores relacionados al accionar profesional. De esta manera se debe recordar que la ética es en su mayoría valores como la honestidad, respeto, responsabilidad y justicia, los mismos que dirigen la vida en la sociedad.

2.6 Características de la ética profesional:

- Refleja valores del profesional y de la organización
- Asumen los códigos de éticas
- Está basada en deberes y derechos
- Cumplimiento de normas

Los valores del profesional o de la organización tienen como finalidad guiar el accionar de los profesionales, y beneficiar de esa manera a la sociedad y los miembros de la organización. Los valores profesionales del periodismo deben estar enmarcados en actitudes, habilidades y conocimientos adecuados son los ingredientes necesarios para el buen ejercicio en cualquier profesión.

La clara identificación del bien intrínseco de una profesión y el poder acceder a los medios materiales suficientes como para que la actividad se oriente hacia dicho bien intrínseco, suscita que los profesionales sientan la vocación. En el caso del profesional de la información, su desempeño laboral se inserta en una inevitable relación con otros usuarios de información. Es necesario asegurar un tiempo mínimo para desarrollar valores que garanticen una futura comunicación con el destinatario final de lo que se ofrece servicios de información, (Yanelis González Pérez, 2006).

En relación con el código de ética, las organizaciones tienen estas normativas de manera específica para manejar cualquier situación dentro del margen deontológico. Los códigos de ética o también considerados principios deontológicos son requisitos indispensables en una profesión, evidencian el comportamiento y la toma de conciencia del profesional, es la presentación sistemática de principios, normas y reglas de un grupo profesional.

En cuanto a los deberes y derechos en la ética profesional, tiene relación con un desempeño centrado en sí mismo para asegurar las acciones y ejecuciones con responsabilidad profesional. En este contexto, cabe señalar que los deberes deben ser cumplidos considerando la responsabilidad de su actuación, así mismo los derechos en el quehacer profesional brindan bienestar.

Así mismo, el cumplimiento de normas establecidas debe practicarse en base a la ética profesional, deben ser especificadas con el código deontológico para evitar sanción. En este marco, también se promueve valores profesionales, como trabajo en

equipo, la cooperación, el diálogo que sirven para articular esfuerzos y mejorar las condiciones de vida de la sociedad.

Al respecto de las características de la ética profesional, (Ibarra, 2005), expresa que en el marco de la ética profesional como una ética afirmativa es donde se comprende el significado y el sentido de los valores profesionales como ideales con los que se identifica y adhiere de manera libre y voluntaria el profesionista para orientar su ejercicio profesional hacia el logro del bien común.

Importancia de la ética profesional

En la actualidad la ética profesional está considerada como un eje para el comportamiento en la práctica profesional, el aplicarla produce armonía social. Su importancia también tiene que ver con los valores donde prime la honestidad y la justicia. En el periodismo se debe trabajar en base a valores de la verdad, veracidad y precisión a la hora de transmitir información, demostrar respeto a la democracia, el pluralismo y la tolerancia.

Esta conlleva una disciplina que aborda el lenguaje y suma las perspectivas de las profesiones que se ejerce, la ética en el ejercicio profesional sobrelleva un enfoque de construcción social que conlleva a entender sus decisiones en el ámbito laboral y su afectación en el modelo de sociedad que se va encaminando.

, Gilda Ramona Roa, (2017), expresa, que es parte de la conciencia individual y subjetiva expuesta de manera responsable a partir de un comportamiento externo frente a un contexto social cualquiera, el cual está basado primordialmente en los deberes de una profesión, y amparado bajo un código de ética (p. 6).

Esto conlleva al trabajador ser una información fiable, justa, autónoma y respetuosa ocupando un nivel de enseñanza del profesional y del que recibe el servicio, además la ejecución de esta te posiciona en la sociedad.

, Castillo Briceño, (2010), informan que, permiten entender la necesidad de que cualquier ejercicio profesional esté regulado a través de un código de ética como guía de orientación profesional en la observancia, cumplimiento y respeto de valores (p. 23) como la honestidad, la imparcialidad, la equidad, la prudencia, la sana competencia, la formación necesaria para la ejecución de un trabajo.

2.8 La ética en el ejercicio periodístico

El ejercicio periodístico tiene como objetivo y misión informar a la ciudadanía con la realidad y verdad de los acontecimientos, sin faltar a la ética periodística, así como lo menciona Gabriel Garcia Márquez en su libro “El mejor oficio del mundo” 1996, que "la ética no es una condición ocasional, sino que debe acompañar siempre al periodismo, como el zumbido al moscardón".

Es decir, el periodismo debe de obedecer y acatar las reglas para así medir su cualificación y representación a la imparcialidad, veracidad y objetividad en el manejo de la información; conllevando a un mejor desenvolvimiento y credibilidad laboral.

Además, la labor periodística conlleva a enfrentar verdades a la influencia de la sociedad sin alejarse de la crítica llegando a sostener la imparcialidad y objetividad, Barragan Solís, (2007), menciona que la ética periodística está ligada al ejercicio independiente respecto del poder y al hecho de que haya un creciente interés de los medios y los periodistas (p. 19).

Es por ello, que se puede colegir, que la información que se comparta por los medios, deberá ser contrastada antes de ser compartida a la comunidad, para que, no existan noticias falsas o noticias incompletas que dejen en duda al público, la información que se vaya a transmitir por los medios de noticias deberá ser información completa y así mismo sin intromisión u opiniones personales, dado que de existir alguna alteración en la información el público tomará postura e incluso el medio podrá ser catalogado como un medio proselitista.

Marco Legal:

Constitución de la República del Ecuador

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

1. 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. (...)
4. El acceso y uso de todas las formas de comunicación visual, auditiva, sensorial y a otras que permitan la inclusión de personas con discapacidad. (...)

En el presente artículo se manifiesta que el derecho de todos los ciudadanos tener una comunicación libre e intercultural dando a reflejar que las personas tienen el derecho a expresarse y poder acceder a información sin restricciones y al mismo tiempo poder participar en acciones que se vea el respeto y valor de la diversidad cultural. Además, el artículo resalta una comunicación inclusiva y diversa dando un significado en que todas las personas, independientemente de su origen, creencia, identidad u orientación deben ser representadas e incluidas en medios de comunicación.

En efecto este artículo refleja la importancia de una comunicación libre, inclusiva y diversa donde todos los individuos sean respetados, valorados y tengan igualdad en oportunidades y así se puedan expresar y participar en la sociedad.

Art. 52.- Las personas tienen derecho a disponer de bienes y servicios de óptima calidad y a elegirlos con libertad, así como a una información precisa y no engañosa sobre su contenido y características. (...)

Este artículo da referencia a la calidad de información con responsabilidad y con un lenguaje que descubra y no encubra la realidad de la información demostrando ser precisa y no engañosa manteniéndose a los hechos y no dando contenidos que encubren o dañen a la sociedad.

Art. 54.- Las personas o entidades que presten servicios públicos o que produzcan o comercialicen bienes de consumo, serán responsables civil y penalmente por la deficiente prestación del servicio, por la calidad defectuosa del producto, o cuando sus condiciones no estén de acuerdo con la publicidad efectuada o con la descripción que incorpore.

Las personas serán responsables por la mala práctica en el ejercicio de su profesión, arte u oficio, en especial aquella que ponga en riesgo la integridad o la vida de las personas.

En efecto a este artículo se entiende que las empresas deberán realizar su trabajo con responsabilidad laboral de manera clara y concisa sin poner en riesgo la identidad de las personas, además, los profesionales deberán ser auténticos, cumplir con las normas deontológicas y ajustarse a la responsabilidad de la verdad sin tener una deficiencia en el servicio otorgado.

Ley Orgánica de la comunicación

Art. 1.- Esta ley tiene por objeto desarrollar, proteger, promover, garantizar, regular y fomentar, el ejercicio de los derechos a la comunicación establecidos en los instrumentos de derechos humanos y en la Constitución de la República del Ecuador. Además, el objeto de esta Ley comprenderá la protección del derecho a ejercer la libertad de expresión, y a buscar, recibir y difundir información e ideas de toda índole a través de medios de comunicación. (...)

De lo expresado en el artículo anterior se puede colegir que, la ley orgánica de comunicación (LOC) ayuda a regular la información que difunda los medios y así mismo garantizar la protección de los ciudadanos si se llega a difundir noticias no contrastadas y falsas debido a que el objetivo de esta es desarrollar, proteger, promover, garantizar, regular y fomentar, el ejercicio de los derechos a la comunicación.

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

En particular este artículo manifiesta que no se dejará a un lado las infracciones que se den por medio de internet, esto quiere decir que los medios que compartan información sin verificar su veracidad recibirán su debida sanción según lo establecido en la ley.

Artículo 21.- Responsabilidad civil. Será civilmente responsable por las indemnizaciones y compensaciones a las que haya lugar por el incumplimiento de la obligación de realizar las rectificaciones o réplicas o por las afectaciones a los derechos humanos, (...).

Esta norma busca aplicar seguridad a las personas o entidades que se vean afectadas, recibiendo una indemnización y compensación por dicho incumplimiento u afectaciones a sus derechos fundamentales, llegando a reflejar la importancia de la protección de los derechos por dicho comportamiento o acciones de parte de la empresa.

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.

En lo expuesto en el artículo anterior podemos interpretar que se basa en cuatro ejes, que son orientación de contenidos, tipos de contenidos, calidad de contenido y promoción de valores y derechos, con respecto al primero, se observa una implicación de alineación con ciertos propósitos y principio, dejando a un lado el objetivo comercial y sensacional, todo esto en pro de la audiencia; el segundo, sugiere un enfoque para

promover la información útil, educacional y cultura para así desarrollar y enriquecer en conocimiento a la sociedad; el tercero, sugiere la búsqueda de estándares altos en la presentación de información, educación y cultura; el último, indica un compromiso con la promoción de valores éticos, respetando derechos fundamentales, alineándose al labor de los principios fundamentales, tanto nacionales como internacionales.

Art. 3.- Contenido comunicacional. - Para los efectos de esta ley, se entenderá por contenido todo tipo de información u opinión que se produzca, reciba, difunda e intercambie a través de los medios de comunicación social.

Según determina el artículo anterior, se puede deducir, en primer lugar, el contenido comunicacional se valora la información y opinión, esto puede incluir cualquier forma de información o expresión de opiniones que circule por los medios de comunicación, al ser una definición amplia e inclusiva, ello refleja la importancia atribuida a la diversidad de la información, al mismo tiempo proporciona un marco para la regulación legal de los contenidos difundidos.

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.

Por lo expresado en líneas anteriores se puede entender que, se reconoce el derecho a recibir una información de calidad, indicando que este derecho es fundamental para así evitar la desinformación, en ese sentido, este reconocimiento subraya la importancia de la información en la sociedad y el papel muy crucial que desempeñan hoy en día los medios, por ello la verificación de información y el contraste busca evitar la difusión de información sesgada o falsa, mientras que la precisión busca brindar una comprensión completa y exacta de los hechos, reconociendo así, de esa manera, el papel central de estos en la promoción de una sociedad informada.

Art. 31.- Derecho a la protección de las comunicaciones personales. - Todas las personas tienen derecho a la inviolabilidad y al secreto de sus comunicaciones personales, ya sea que éstas se hayan realizado verbalmente, a través de las redes y servicios de telecomunicaciones legalmente autorizadas o estén soportadas en papel o dispositivos de almacenamiento electrónico.

Según la norma, en el artículo anterior, se puede entender que, existe un derecho a la inviolabilidad del secreto de comunicación, resaltando la importancia como elemento crucial para la dignidad y autonomía, otorgando de esta manera un enfoque que exprese la preocupación por salvaguardar la confianza en las interacciones comunicacionales.

Art. 69.- Suspensión de publicidad engañosa. La suspensión de la difusión de publicidad engañosa se implementará de conformidad con lo dispuesto en la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor y la Ley Orgánica de Regulación de Control del Poder de Mercado.

En el artículo expuesto en líneas anteriores, se puede determinar que el Estado se preocupa por la publicidad engañosa, siendo así, esta ley busca asegurar que la implementación de estas medidas sean coherentes con las disposiciones más amplias de la legislación relacionada con la defensa de los consumidores, destacando la importancia de abordar la publicidad engañosa como una cuestión seria, velando por los derechos de las y los ciudadanos, imposibilitando desde la perspectiva legal la difusión de mentiras que intentan persuadir al público en general.

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.

Por lo expuesto con anterioridad se puede establecer que la comunicación, con mayor énfasis la comunicación que se brinde en la sociedad deberá regirse por lo establecido en instrumentos internacionales de derechos humanos, la constitución de la

República y la ley, a fin de promocionar los valores democráticos que aporten al conocimiento y debate común; esta responsabilidad es crucial para mantener a una sociedad informada y participativa, en el acontecer diario.

Art. 24.- Derecho a la réplica o respuesta. Toda persona que haya sido directamente aludida a través de un medio de comunicación, de forma que afecte sus derechos a la dignidad, honra o reputación, tiene derecho a que ese medio publique o brinde acceso para que se realice su réplica o respuesta de forma gratuita, con las mismas características, (...) la persona afectada podrá acudir a la Defensoría del Pueblo para que inicie los procesos de protección de derechos, de conformidad con sus competencias o ejercer las acciones constitucionales que le asistan.

En vista que puede existir calumnia, o desinformación, la normativa actual nos brinda la oportunidad de manera legal, para que cada ciudadano que se ha visto aludido por algún tipo de información, tenga un derecho a réplica, para de esa forma poder contrastar de manera eficaz, eficiente y de forma asertiva la información publicada por el medio de comunicación, este derecho protege la dignidad, honra y reputación, responde así a la necesidad imperante de garantizar un equilibrio informativo y así proteger la integridad personal de aquella persona afectada, por información perjudicial o inexacta, esta réplica deberá ser de forma gratuita, asegurando de esa manera el ejercicio de ese derecho sin restricción económica, en caso de existir alguna negativa, el afectado podrá interponer acciones judiciales que hagan respetar sus derechos, de esa manera se asegura condiciones equitativas, gratuitas y ofreciendo vías legales específicas para garantizar un ejercicio de derechos efectivo y eficaz.

CAPÍTULO III

Metodología de la investigación

Este trabajo de titulación está enmarcado en un estudio factible apoyado en la investigación de tipo documental y de campo, con un diseño que incluya las ambas modalidades.

A través del método científico se puede llevar a cabo estudios que den respuestas a problemas existente en nuestro medio y por ende a lo relacionado con el periodismo.

Tipos de investigación

El presente estudio es de alcance descriptivo debido a que busca describir el derecho a la réplica en la proyección de medios digitales, desde la ética y normativas periodísticas que regulan a los medios tradicionales en Guayaquil

Respecto al método de investigación aplicado a esta investigación ha sido el inductivo.

Observación del fenómeno:

El presente trabajo busca una explicación del fenómeno que se está investigando vinculado al derecho a la réplica en la proyección de medios digitales, desde la ética y normativas periodísticas que regulan a los medios tradicionales en Guayaquil.

El diseño de investigación es fenomenológico el cual pretende “explorar, describir y comprender las experiencias de las personas con respecto a un fenómeno y descubrir los elementos en común de tales vivencias” (Hernández, 2014, p. 493). Se emplea para comprender con naturalidad los fenómenos que ocurren y tratar de darle sentido a lo que observa en la vida del individuo, sin interrumpirla en su esencia o hacer predicciones acerca de ella, por lo cual el investigador no intenta manipular el escenario de la investigación, se centra en descubrir fenómenos de los cuales se tiene poca información, y capturar su significado como proceso y no como producto.

Clasificación de los hechos observados:

Como parte del fenómeno, se revelarán las opiniones de tres entrevistados quienes observan sobre la evolución del derecho a la réplica en la proyección de medios digitales, desde la ética y normativas periodísticas que regulan a los medios tradicionales

en Guayaquil en Ecuador. Los hechos observados se clasificarán en tres áreas principales: la evolución del derecho a la comunicación en Ecuador, la eficacia de los procedimientos periodístico en la protección de la información y la responsabilidad objetiva de lo que se comunica. La **evidencia** será recopilada a partir de las entrevistas para verificar la problemática planteada.

Técnica e instrumentos para obtener los datos

En cuanto las técnica se realizara entrevista con un cuestionario ya que este método es utilizado para recopilar datos directamente de los participantes mediante una conversación estructurada con el investigador y el entrevistado, esta consiste en formular preguntas específicas relacionadas con el tema de estudio, la entrevista en termino general, es un proceso de comunicación que se realiza normalmente entre dos personas; en este proceso el entrevistado obtiene información del entrevistado de forma directa. Si se generalizara una entrevista sería una conversación entre dos personas por el mero hecho de comunicarse, en cuya acción la una obtendría información de la otra y viceversa, (Peláez,, 2013).

El objetivo primordial de la entrevista en una investigación es obtener información detallada y enriquecida sobre las percepciones, opiniones, experiencias y conocimientos o comportamientos de los participantes en relación con el tema, ayudando a la contribución y desarrollo de la investigación. Además, esta ayuda a explorar en profundidad temas complejos y capturar perspectivas individuales teniendo datos detallados que llevan a complementar otras fuentes de información, así mismo, la entrevista permite un acercamiento directo a los individuos de la realidad. Se considera una técnica muy completa. Mientras el investigador pregunta, acumulando respuestas objetivas, es capaz de captar sus opiniones, sensaciones y estados de ánimo, enriqueciendo la información y facilitando la consecución de los objetivos propuestos, (Merlinsky, 2006).

Población y muestreo

En este estudio se implementará entrevistas a los miembros del diario el universo, medio digital la posta y así mismo un análisis de personas expertas en el tema del derecho a la réplica en la proyección de los medios digitales, desde la ética y normativa periodística, bajo un muestreo intencional no probabilístico.

Tabla 1 Parámetros de selección de los entrevistados

Entrevistado	Especialización en cobertura	Rol o profesión	Medio de comunicación u organización a la que representa	Observaciones
Lic. Luis Eduardo Vivanco	Director	Licenciado en Periodismo	La posta	director del medio digital La Posta proporciona información del medio
Lic. Jazmín Solís	Reportera	Licenciada en Periodismo Internacional y Marketing digital	El diario el universo	Periodista del diario el universo, experta en redacción y marketing digital
Ab. Tanya Armijos		Abogada Magister en Derecho Ambiental, Relaciones		La entrevista a la Abogada Armijos ayuda a fortalecer la

		Internacionales y Movilidad Humana, Educación Superior		parte legal de la información
Lic. Mónica Mendoza	Periodista y Editora de Contenidos.	Licenciada en comunicación y periodismo,	Embajadora de Universidad Unir y editora de la revista Forbes	Análisis desde la experiencia periodística

Elaborado por: Goya, D. (2024)

Entrevista Guiada

Estas entrevistas se guían por una lista de puntos de interés, donde permite cierta flexibilidad para que el entrevistado responda de manera más amplia y libre dentro de esos temas, los temas de dicha entrevista deben de estar interrelacionados entre si donde el entrevistador realiza preguntas directas y el entrevistado responde los temas señalados. En caso de que el entrevistado se aparte de los temas objeto de la indagación, o que no los responda el investigador deberá llamar la atención siempre preservando la espontaneidad de la interacción, (Ortiz, G. 2015).

Tipo de muestreo intencional

El muestreo intencional o también conocido como muestreo por juicio, es una técnica de selección de participantes o casos utilizada en investigaciones cualitativa, está en lugar de elegir a participantes al azar en el muestreo intencional se encarga en elegir deliberadamente aquellos casos o participantes considerados más relevantes, informativos o representativos para el estudio en cuestión, también se basan en el juicio y la experiencia del investigador quien se encarga en elegir o seleccionar los participantes que van a proporcionar información valiosa y significativa para el fenómeno de estudio. Con relación aquello, Ojeda, (2022), menciona que es el investigador quien

selecciona la muestra e intenta que sea representativa, por lo tanto, la representatividad depende de su intención u opinión (p.34).

Cuadros de entrevistas.

Tabla 2 Entrevista al director del medio digital La Posta, Luis Eduardo Vivanco

Preguntas	Respuestas
<p>¿Cuál es el procedimiento que cumple el medio y sus periodistas antes de publicar una noticia, esto ante la carrera por la inmediatez en la que están inmersos todos los medios digitales?</p>	<p>Las que se cubren y se procesan son los mismos que la técnica periodística establece para todas las plataformas, luego se deben adecuar a nuestra plataforma en la que el lenguaje, hilo y medio de comunicación utilizamos, esto es la verificación, contrastación y contextualización</p>
<p>¿Alguna noticia ha sido publicada con una sola fuente, sin el contraste necesario?</p>	<p>Suele pasar, es que a veces es una sola fuente, depende de la noticia si es que tiene un afectado o involucrado, sino una sola fuente puede ser necesaria, como por ejemplo el gobierno decreta algo, no es necesario una contrastación.</p>
<p>¿Existen repercusiones sociales ante las publicaciones en las que no se haya cumplido el debido rigor y contraste? ¿Cómo manejan esos casos o experiencias?</p>	<p>Una noticia no contrastada y no verificada puede afectar social mente, si, y si no se corrige y no se ofrece disculpa aún peor.</p>
<p>¿Cómo califica la difusión de información por qué realiza la Posta?</p>	<p>Creo que la información que publica la posta es importante y oportuna.</p>

<p>¿Qué géneros y formatos periodísticos utiliza la Posta para la difusión de la información?</p>	<p>Género informativo, opinión, el de entrevista e investigación que es un subgénero</p>
<p>¿Cuáles son los tipos de fuentes a los cuáles recurre frecuentemente la Posta para publicar sus noticias?</p>	<p>Fuentes Oficiales, extraoficiales principalmente.</p>

Elaborado por: Goya, D (2024)

Tabla 3 Entrevista a Periodistas de Diario El Universo, Jazmín Solís

Preguntas	Respuesta
<p>¿Cuál es el procedimiento que cumple el medio y sus periodistas antes de publicar una noticia, esto ante la carrera por la inmediatez en la que están inmersos todos los medios digitales?</p>	<p>El diario sigue ejerciendo el periodismo de la misma manera que lo ha hecho hace 102 años, con la misma responsabilidad, valores. Obvio, ahora la tecnología, la inmediatez y las noticias que estén primero en la página web es el objetivo principal, informar primero, sin embargo en el diario se mantienen muy firmes las disposiciones de que toda información sea debidamente corroborada antes de ser publicada es decir que si nosotros tenemos la información directa desde las fuentes oficiales que son fiscalía, policía, entre otras instituciones como ministerio de salud o educación la noticia se publica de una, porque es una información directa, oficial y necesaria ser</p>

	<p>difundida, cuando no hay información publicada en los canales oficiales del gobierno o institución pertinente se realiza una solicitud, si es alguna noticia referente a un accidente, tragedia y si se confirma mediante Ecu 911 o policía que estos hechos si se han dado, pese a que no haya ningún comunicado en las redes sociales o canales de WhatsApp que ellos tienen, pero se confirma el hecho, el parte y los registros, entonces eso se publica, asimismo, con toda la inmediatez y rigurosidad que caracteriza al diario.</p>
<p>¿Alguna noticia ha sido publicada con una sola fuente, sin el contraste necesario?</p>	<p>En este caso, con una sola fuente como se explicó anteriormente, a veces utilizamos lo que son fiscalía que es una institución oficial y ellos dan la información completa referente a una audiencia o juzgamiento, pero cuando son reportajes notas más elaboradas como por ejemplo: los vecinos de sauces se quejan que el parque está en malas condiciones y dañado, se hace la noticia con ellos pero también se contactan con el municipio para tener la versión de ellos, mientras ellos no envíen la información uno tiene tiempo para esperar esa información pero si ya se han pasado 2 o 4 días y no contestan ninguna de las partes y es necesario publicar esa información entonces se publica y se detalla que se</p>

	<p>solicitó en tal fecha la información pero hasta el cierre del reportaje no ha habido la respuesta pertinente.</p>
<p>¿Existen repercusiones sociales ante las publicaciones en las que no se haya cumplido el debido rigor y contraste? ¿Cómo manejan esos casos o experiencias?</p>	<p>En el diario la mayoría o casi todas las notas tienen este modelo porque es algo ya más de línea editorial que nosotros debemos cumplir dando a conocer varias voces y contrastando.</p> <p>No conozco algo que no haya tenido el contraste respectivo y que se haya generado un conflicto.</p>
<p>¿Cómo califica la difusión de información que realiza EL UNIVERSO vía tradicional y digital?</p>	<p>La califico como oportuna. Tenemos un equipo en diferentes horarios y si en caso hay algo muy urgente en la madrugada toda la información se va a encontrar en el diario.</p>
<p>¿Qué géneros y formatos periodísticos utiliza EL UNIVERSO para la difusión de la información?</p>	<p>La difusión es muy oportuna debido a que sirve mucho para la comunidad, tiene una tradición de 102 años y nosotros como sus colaboradores y periodistas del equipo de El Universo sabemos cómo se maneja la información, cómo no debemos incurrir en llevar datos falsos o fake news que hay en las redes sociales, siempre estamos verificando, contrastando las líneas básicas del periodismo como tal.</p>

<p>¿Cuáles son los tipos de fuentes a los cuáles recurre frecuentemente EL UNIVERSO para publicar sus noticias?</p>	<p>Las fuentes van a variar dependiendo del tema, cada sección tiene sus fuentes de información y siempre obviamente ligados de la mano con la comunidad, los líderes barriales quienes generan las noticias, las instituciones, todo va a depender de la sección.</p>
---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Elaborado por: Goya, D (2024)

Tabla 4 Entrevista a la Abogada Tanya Armijos

<p>¿Cuáles son las causas que establecen o habilitan el derecho a la réplica en los medios de comunicación tradicionales y digitales?</p>	<p>Las causas que habilitan el derecho a la réplica nacen a partir que algún medio de información, en el desarrollo de su trabajo, exprese, u otorgue información inexacta o no verificada hacia una o persona.</p> <p>En este caso el ciudadano tiene la facultad y el derecho de solicitar la debida réplica o rectificación, puesto que dicha información podría lesionar derechos de la persona a quien se le atribuye tal información inexacta teniendo en cuenta que la constitución señala que la prensa, como fuente de información, tiene la obligación de reseñar los actos informativos sin alterar la verdad de los acontecimientos.</p>
<p>¿Cuál es el procedimiento que se cumple en los medios digitales y tradicionales en torno al derecho a la</p>	<p>El procedimiento es presentar una carta de solicitud explicando los</p>

réplica, según la normativa vigente en el Ecuador?

antecedentes o hechos emitidos en los medios y la solicitud de réplica ante dicha desinformación, recordemos que a la actualidad, se cuenta con todos los medios de transparencia, en el sentido que si algún medio necesita información puede acceder a sistemas de información de toda entidad pública, basados en la transparencia que respalda y garantiza la constitución.

¿Cuáles son las leyes y normativas, así como articulados que amparan el derecho a la réplica o rectificación como un derecho individual que tiene toda persona que considere afectada su dignidad, honor o reputación?

Nuestra constitución en su artículo 66 garantiza y reconoce a las personas en este caso, el numeral 7 indica que toda persona agraviada por informaciones sin pruebas o inexactas, emitidas por medios de comunicación social, tenga el derecho a la correspondiente rectificación, réplica o respuesta, en forma inmediata, obligatoria y gratuita, en este mismo sentido, la misma norma también indica dentro del mismo artículo en su inciso 3 el derecho a la integridad personal, adicional en su artículo 384 indica que el sistema de comunicación social asegurar el ejercicio de los derechos de la información, educación y libertad de expresión.

La ley reformativa a la ley de comunicación en su artículo 32 menciona el derecho a la réplica.

	Dicho esto, podemos indicar que el derecho que habilita que los ciudadanos accedan a la réplica, nace de la propia constitución y de instrumentos internacionales.
¿Hay casos que usted conozca donde hayan realizado uso indebido del derecho a la réplica? mencione los casos más sonados?	No conozco casos que hayan hecho uso indebido de este derecho a la réplica, conozco denuncias que se realizaron por vulneración del derecho a la honra y honor, el caso el universo, pero que alguien haya solicitado la réplica no para modificar la información dada, sino para dar información inexacta o no contrastada, no.

Elaborado por: Goya, D (2024)

Tabla 5 Entrevista a la licenciada Mónica Mendoza, Microeditora de Diario El Comercio, ex directora de diario El Universo y Comentarista en el programa de noticias y opinión en radio Di Blu

Preguntas	Respuestas
¿Desde su experiencia cómo se diferencia de otros conceptos relacionados el derecho de rectificación?	<p>Hay que recordar que la constitución garantiza el derecho a la honra, al buen nombre. Garantiza el derecho a la integridad personal, que incluye la integridad física, la integridad moral y sexual.</p> <p>Garantiza que se respeten todos los derechos desde el nacimiento hasta la vida adulta o hasta el fallecimiento de las personas, y asimismo también la constitución garantiza el derecho a estar</p>

informado, a recibir información y que esta sea veraz, verificada y contrastada.

Es decir, la constitución y tanto la ley de comunicación también incluye el derecho a la réplica y a la rectificación en la ley aprobada en el 2013.

A raíz de eso, en el 2019 la ley también se reformó y se le fue quitando a la ley un poco la parte punitiva que había desde el inicio en el 2019, o durante el gobierno de Rafael Correa; el derecho a la réplica y a la rectificación que está garantizada en la constitución y en la ley se prestó como una herramienta política y de persecución a algunos medios.

E incluso eso llegó años después. Se ha analizado que, a raíz de toda esa etapa de la aplicación de la ley de comunicación y su parte punitiva, muchos medios de comunicación y también periodistas, yo creo que inconscientemente llegaron a la autocensura porque entonces ya muchas cosas ya no se publicaban.

Yo puedo contar la experiencia del diario El Comercio, donde trabajaba en esa época. Y entonces, a raíz de la

aprobación de la ley de comunicación, incluso todos los medios y redacciones tenían un abogado en la sala de redacción.

El abogado revisaba los titulares, revisaba las notas. El abogado revisaba todas las investigaciones para evitar y prevenir, precisamente, todo lo que significaba los reclamos y los pedidos de réplica y de rectificación. Pero incluso muchas veces llegaban a las 24 horas y usted estaba obligado a publicarlos.

Y si no los publicaba, se sometía a sanciones. Entonces, por eso, incluso había una revisión previa del abogado, lo que significaba una autocensura para el medio de comunicación. **Entonces el abogado tenía más potestad muchas veces que el jefe de redacción. De decir, esto vale o esto no vale.**

Entonces todo eso, la nueva generación no conoció eso o no recuerda o no estuvo en el momento en que las redacciones a partir del 2013 se convirtieron en eso. Era una sala de abogados más que de periodistas.

Y luego claro, también cuando salían las notas, si es que, al gobierno de turno, en este caso, del gobierno del señor Correa le parecía que se había equivocado el **medio, solicitaba el derecho a la rectificación. Ni siquiera a la réplica, a la rectificación directamente, mandaba la página ya diseñada como debía ser, incluso con el titular.** Cuál es la foto adecuada, cuál es el texto, incluso hasta con la misma tipografía en el caso del diario El Comercio. Entonces eso se convirtió en una bola de nieve, una bola que llevó a muchos casos a lo que yo digo a la autocensura.

Incluso, si se puede decir, ahora hay menos exigencias o responsabilidad por parte de algunos medios de comunicación que incluso ya no tienen al menos en la prensa escrita, espacios de rectificaciones.

En la época de El Comercio, hablo por la experiencia porque trabajé ahí. Nosotros teníamos una página donde la llenábamos muchas veces de todas las rectificaciones o páginas enteras, porque el gobierno nos mandaba todo el artículo, de dos, si era de tres páginas, si era una

	<p>serie. El gobierno nos mandaba y muchas veces la edición se convertía en un periódico de replicas nada más.</p>
<p>¿Cuál es la importancia del derecho a la réplica en la era digital, considerando la velocidad con la que se difunden las noticias y la permanencia de la información en línea?</p>	<p>Yo creo que siempre es importante, como decía, pero mucho más, lo que hay ahora no es, no sé si la importancia, sino el impacto que significa. ¿Cuál es la importancia de la ley de comunicación en las redes sociales?. Las redes en la actualidad, lamentablemente, en las redes sociales, donde se difunde mucha información, no hay dios ni ley.</p> <p>En el Ecuador no están reguladas las redes y las plataformas digitales. Lo que sí la Ley de Comunicación exige es un registro de los medios de comunicación donde se inscriben los medios tradicionales, pero hemos visto que hay problemas. Existen plataformas digitales que son medios de comunicación, pero que para unas cosas son medios de comunicación y para otras no son medios de comunicación.</p> <p>Hay infinidad de medios, entre comillas, en las redes sociales, que para unas cosas son medios y para otras no. Por lo tanto, muchas veces no responden</p>

a esas exigencias o a esas normas deontológicas que exige la Ley de comunicación. O no sé si tienen sus códigos de ética también. **En la era digital, yo creo que los periodistas y los medios de comunicación tenemos que ser mucho más responsables.** Tenemos que ser los jefes de redacción y las cabezas mucho más exigentes con nuestros equipos de periodistas.

Pero, claro, actualmente las redes sociales se convierten en un boomerang para dañar también la reputación de muchas empresas y de mucha gente. Incluso porque no solamente son los medios de comunicación los que emiten información, sino todos. O sea, todos los ciudadanos, todo el que tiene capacidad de acceso a las plataformas digitales, tienen el derecho y se sienten con el derecho de difundir información.

Recordemos lo que decíamos al inicio: la Constitución garantiza la libertad de expresión, el derecho a expresarse, a recibir y a emitir información. Por lo tanto, en las redes sociales no hay ese control. Yo revisaba a propósito de sus preguntas y, por ejemplo, como decía, aquí en Ecuador no están reguladas y las veces

que se han intentado regularlas, ahí los gremios se oponen.

Claro, por supuesto, si usted quiere regular las redes sociales, nada más con un interés político o en determinados momentos porque los medios de comunicación, a través de las redes u otras personas, cuestionan a un gobierno o a un poder, entonces ahí es que ha aparecido esta necesidad. Pero no desde otros organismos un poco independientes.

Yo revisaba, por ejemplo, en el caso de la Unión Europea, que es la región más avanzada en la regulación de redes sociales.

En el 2019, varios países ya avanzaron en esto. Entonces se decía que en el 2019 ya la Unión Europea avanzó en esto. Y, por ejemplo, hay algunos países en los que ya se aplican esas regulaciones, incluso a las plataformas digitales como Meta, Facebook, Twitter, YouTube.

Se le exigen las normativas y el respeto a la honra ajena. Exige el respeto a no imputar cargos falsos a las personas. O sea, hay una serie de normativas. Pero,

por ejemplo, hay países como México donde se han opuesto totalmente. Países como Ecuador, se oponen también a regularizar. Y, por supuesto, que es uno de los retos y la importancia en estos momentos.

Pero uno de los desafíos del 2024, o las cosas que se deben tomar en cuenta, incluso se analizó recientemente **en el Foro Mundial de Economía en Davos, los líderes mundiales y los jefes de Estado identificaron a la desinformación como una de las grandes amenazas de la democracia en el mundo.**

Entonces la desinformación, la información falsa que se difunde por las redes sociales son una amenaza para el orden constituido, para la institucionalidad de muchas democracias. Y eso se suma, también, a la inteligencia artificial. Hemos visto en los últimos tiempos cómo información se manipula a partir de la inteligencia artificial.

Usted recordará el caso de una imagen el año pasado que sacaban al Papa con un traje y finalmente no era el Papa quien se había puesto ese traje, sino

	<p>que era hecho con inteligencia artificial. Por lo tanto, desde el punto de vista, si nos ponemos en el lado de los medios de comunicación y los periodistas, tenemos que ser mucho más exigentes y responsables porque hay toda esta avalancha de desinformación.</p>
<p>¿Cuáles son los principios éticos fundamentales que respaldan el derecho a la réplica en el periodismo digital?</p>	<p>Yo creo que los principios éticos deben ser los mismos, este, tanto en medios tradicionales y medios digitales. Yo creo que deben ser los mismos principios éticos. Las normas deontológicas, pero además la responsabilidad ulterior que se llama que cada periodista y medio de comunicación deben establecer.</p> <p>Son los mismos principios. Los que cambian son las herramientas tecnológicas o las nuevas narrativas. Por lo tanto, lo que usted decía, los principios periodísticos no deben cambiar. Se debe contrastar, confirmar. No puede ser posible que se denuncie una red de narcotráfico o una red de lavado de activos o una red de corrupción y que nunca se contraste ni se entreviste a las personas involucradas en esos casos. A sus abogados, por lo menos. Por lo tanto,</p>

	<p>eso son los mismos principios éticos. Los principios éticos no pueden cambiar.</p> <p>Deben tener las mismas exigencias en el pasado, hace más de 30 años cuando yo comencé, o ahora en plena era digital</p>
<p>¿Cómo se relacionan estos principios con la búsqueda de la verdad y la imparcialidad en la cobertura de noticias?</p>	<p>Los principios de verdad e imparcialidad al que usted se refiere deben mantenerse. La verdad, la veracidad, la imparcialidad no han cambiado, como decía. Lo que han cambiado son las herramientas y las nuevas narrativas. Por lo tanto, eso debe seguir siendo el principal objetivo, la búsqueda de la verdad. Y también ser imparciales, mantenerse. Pero lamentablemente esos principios se han ido perdiendo. Hay mucha ligereza en los periodistas y en los medios de comunicación.</p> <p>Es fácil poner y publicar cualquier información sin ni siquiera contrastarse. Yo recuerdo hace muchos años cuando estaba en el comercio, tal vez en los años 2012, 2010, 2012, cuando empezó el boom de las redes sociales, el diario debe haber sido uno de los primeros tal vez que hizo un manual de redes sociales.</p>

El manual de redes sociales, entre otras cosas, mencionaba que el periodista no podía publicar una nota, digamos que tuvo una primicia. El ministro anunció el presupuesto del Estado. Entonces el periodista de economía tenía la información y la publicaba primero en su cuenta de Twitter. Eso era prohibido. Eso decía el reglamento que primero la información tenía que pasar a través del diario, la publicaba el diario, y si luego el periodista podía hacerlo.

¿Cómo pueden los medios digitales garantizar el ejercicio efectivo del derecho a la réplica por parte de las personas u organizaciones afectadas por una información publicada?

Yo creo que, comenzando desde el inicio, como digo, garantizar que la información primero sea verificada, contrastada, confirmada y todo eso. Partiendo del origen, partiendo del origen, que esa información sea la correcta. Entonces luego, ya cuando se publica la información, porque sí, mucha gente se siente afectada. Se siente a veces en que no ha sido recogida su versión o se ha cambiado la versión. Entonces los medios en este caso sí deberían tener manuales, normativas. ¿Cómo lo hacen?

Como yo le decía a usted en la época del inicio de la aplicación de la Ley de Comunicación, el comercio tenía todo un proceso para eso. Había una

disposición en la empresa. En la garita, el guardia, a cualquier hora de la noche, porque el correísmo mandaba a cualquier hora de la noche, incluso a la hora del cierre, mandaba las cartas de réplica o de rectificación. Entonces había un protocolo.

El guardia recibía las cartas que en esa época se mandaban físicamente nada más, en mayor parte. Ese documento se pasaba o se escaneaba o la secretaria lo escaneaba y mandaba a los jefes. Se revisaba la información. ¿Cuánto tiempo? máximo 72 horas. En el caso de los medios impresos era 72 horas. Entonces usted tenía que revisar eso. Luego se mandaba al editor de la sección y luego el editor consultaba al periodista qué pasó con esa información. Si esa información tenía los sustentos de grabación, si tenía los documentos, si tenía las leyes, si tenía todos los datos para dar una respuesta de eso.

Por ejemplo, si es que era una **información publicada en la página digital, se hacía toda la verificación y se publicaba junto a la nota la versión o la carta. Eso también era mucho más efectivo.** Estaba revisando en medios digitales que haya un segmento o una

sección donde se publique esto. Como dije anteriormente, no sé cómo lo están haciendo. Consulté a un colega que es jefe de redacción en un medio digital. Y precisamente a propósito de su pregunta, me acabo de responder. Le pregunté, como medio digital, ¿cómo gestionan ustedes el derecho?

Y me dice, como todo medio, por correo electrónico y se le da trámite si es que tiene razón o se da una respuesta si no la tiene. **Por lo tanto, porque son medios que vienen de la parte tradicional que ahora se dice, pero que también tienen su versión digital. En ese caso ellos cumplen las mismas normas**, como decía, es que no han cambiado las normas, la ética no ha cambiado, las normas siguen siendo las mismas, pero también hay medios y medios, entonces hay otras normas digitales que no sé cómo lo hacen, en ese lado no he accedido, pero en este caso acabo de preguntarle a un medio que solo es digital y me dice que son las mismas normas.

Entonces, por lo tanto, yo sí creo que en este caso ya depende de cada medio y todo parte desde el origen para

hacerle. Incluso hay unos medios digitales que no cumplen estas normas y se puede evidenciar en las informaciones que ellos suben.

Es que es muy fácil para los medios digitales, o el facilismo, creería yo. Lamentablemente, se está perdiendo la exigencia, **se está perdiendo la precisión periodística.** Incluso yo escribía hace algunos meses, tal vez a fines del año pasado escribía un tuit a propósito de una información que sacó Ecuavisa, sobre un asesinato, esos días de asesinatos todos los días y a cada rato, decía: en tal sitio, una persona habría sido asesinada y la policía habría dicho tal cosa. **O sea, el potencial no es noticia, a mí me enseñaron que el potencial "habría sido", no es noticia, "sería", "estaría", no es periodístico, eso no ayuda al periodista, eso no le da precisión a usted,** eso le deja ahí a libre albedrío o sin confirmar esa información, eso no ayuda periodísticamente, puso un twitter a propósito de esa nota y mucha gente puso me gusta, la mayoría y otras por ahí criticaron, pero claro, o sea, el señor se habría asesinado, o sea, en una información tan sensible como el tema de violencia no puede ser que se asesinara,

no podemos **caer en ese facilismo y en esa ligereza**, incluso, eso fue hace unos meses, y ahora que revisaba sus preguntas, me puse a buscar información y encontré un artículo interesante de Alex Grijelmo, que es un periodista español, uno de los mayores referentes de la gramática española, hay un artículo de opinión súper corto que dice, este, Grijelmo, habría, sería, podría, estaría, ese es el titular, en vez de decir o escribir lo que no sabemos, elijamos lo que sí sabemos.

¿Cuáles son los desafíos prácticos que enfrentan los medios digitales al gestionar solicitudes de réplica, especialmente en un entorno donde la desinformación y las noticias falsas son comunes?

Yo creo que, aparte de enfrentar desafíos, yo añadiría también sus desafíos de tema de la violencia y amenazas a lo que ahora estamos expuestos, el asunto de estar en una sociedad en un momento más polarizado en todos los países. El año pasado, la palabra del año elegida por FONDUE (Fundación del Español Urgente) fue polarización porque todas las sociedades del mundo están polarizadas, las sociedades están cada vez más enfrentadas. Entonces lo que nosotros vemos en las redes sociales, sobre todo en X, que es una red social muy política, donde es una selva donde muchas veces

la reputación se ve afectada en 180 caracteres y ahora en más textos, entonces el asunto de estar enfrentados lo expone a uno y mucho más al periodista, entonces cuando este publica algo, enseguida le puede caer una amenaza. Yo añadiría ahí que los grandes desafíos actualmente son la violencia y amenazas organizadas por los ciberataques, especialmente a casos de corrupción. Además, según datos que recoge Fundadores, 9 periodistas han salido exiliados del país, especialmente por amenazas. Yo creo que los medios de comunicación, **especialmente los digitales, tienen que regularizar sus normativas.**

Elaborado por: Goya, D (2024)

Tabla 6 Análisis del post vinculado al medio digital La posta

Ficha de observación N°1

POLÍTICA			
El Telégrafo y La Posta, los generadores de fake news en Ecuador			
Por Radio La Calle			
<p>Quito, 27 may (La Calle).- Diario <i>El Telégrafo</i> y el medio digital <i>La Posta</i> se han convertido en los principales generadores de noticias falsas (fake news) en el Ecuador. Después de una publicación de <i>La Posta</i> que hizo uso de un "documento filtrado por los servicios de inteligencia del Ecuador", <i>El Telégrafo</i> se hizo eco para "alertar" sobre el trabajo de los Comités de la Revolución Ciudadana en Quito.</p> <p>La primera constatación de la falsedad de este documento periodístico vino desde la propia Secretaría de Inteligencia que denunció que la información publicada por este medio "no corresponde a ningún informe entregado por nuestra institución o los Subsistemas de inteligencia". Además, agregan que la difusión de información reservada tiene una pena privativa de libertad entre seis meses y tres años.</p>			
Cuenta de publicación	Fecha	Like	
Red social de publicación			
X	@Luis Eduardo Vivanco	26 de mayo, 2020	497
Análisis: En esta noticia se hace un llamado al medio digital La Posta por la difusión de un "documento filtrado por los servicios de inteligencia del Ecuador que según Radio La Calle, carecía de contraste y verificación de la información publicada, sin embargo, el periodista del medio digital no justificó si el documento era falso o no.			
Fuente: Radio La Calle; red social X de periodista Vivanco (2020)			
Elaborado por: Goya, D. (2024)			

Tabla 7 Análisis del post vinculado al medio digital La posta

Ficha de observación N°2



	Cuenta de publicación	Fecha	Like
Red social de publicación			
X	@Carla Maldonado	21 de enero, 2021	243

Análisis: en este caso mediante una cuenta de la red social X realizan la denuncia de una noticia falsa publicada en el medio digital la Posta sobre el expresidente Guillermo Lasso y de igual forma el medio no se pronuncia ante ello .

Más contexto: En redes sociales se viralizó el extracto de una entrevista al candidato presidencial Guillermo Lasso (CREO-PSC) *por La Posta realizada el 27 de marzo de 2020*. En el video de 0:29 segundos, cuya integridad ha sido discutida, el político dice que para poder enfrentar la emergencia sanitaria es necesaria una ley que flexibilice la contratación laboral. Lasso habla de un salario de \$120 al mes para que “al menos puedan vivir con un trabajo estable, firme”. El video ha sido publicado por diferentes cuentas en Twitter y Facebook, así como en páginas de web que titulan “Lasso propone un salario de \$120 con su ley de oportunidades”.

La cuenta de Facebook Amazonía Informa publicó una imagen junto al titular “trabajos por 120 dólares al mes propone Lasso de llegar a la presidencia”. **Estas afirmaciones fueron sacadas de contexto.**

Fuente: red x de la periodista Carla Maldonado; Ecuador Verifica (2021)
Elaborado por: Goya, D. (2024)

Tabla 8 Análisis del post vinculado al medio digital La posta

Ficha de observación N°3



	Cuenta de publicación	Fecha	Like
Red social de publicación			
Facebook	@La posta	17 de junio, 2022	202

Análisis: Mediante la cuenta de Facebook La Posta se pronuncia con un texto corto y jocoso notificando a su audiencia que esa noticia es falsa, es una fake news.

Más contexto: El ministro del Interior de Ecuador, Patricio Carillo, insistió en vincular las recientes protestas contra la carestía de la vida lideradas por el movimiento indígena y campesino con “mercados ilegales”, después de que el presidente, Guillermo Lasso, asegurase que el dinero del narcotráfico estaba detrás de las movilizaciones.

Fuente: red social Facebook; medio digital Swissinfo (2022)
Elaborado por: Goya, D. (2024)

Tabla 9 Análisis del post vinculado al medio digital La posta

Ficha de observación N°4

	Cuenta de publicación	Fecha	Like
Red social de publicación	@Sofisanchezu	21 de septiembre, 2023	342

Análisis: En esta publicación el medio digital difundió una noticia no contrastada ni verificada sobre una asambleísta, ante ello no se generó un pronunciamiento del medio para rectificar la noticia ni pedir disculpa a la legisladora.

Más Contexto: La Bancada de Construye se queda con 26 legisladores tras separación de Paúl Aulla.

Fuente: red x de la asambleísta Sofía Sánchez; Primicias (2023)

Elaborado por: Goya, D. (2024)

Tabla 10 Análisis de post vinculado a diario El Universo

Ficha de observación N° 5



Cuenta de publicación	Fecha	Like
Red social de publicación		
Página web, El Universo	El Universo.com	02 de marzo, 2020

Análisis: El diario El Universo ante la acusación de disfunción de noticia falsa alerta a su audiencia mediante su página web y también da un contraste de esa noticia con una conclusión de aviso a las fake news.

Más Contexto: La falsa información habla de "43 nuevos casos de coronavirus en la ciudad de Guayaquil". Sin embargo, lo único confirmado por las autoridades de Salud a nivel nacional, son seis casos, indica el medio EL UNIVERSO en su página web.

Fuente: Sitio web de El Universo (2020)
Elaborado por: Goya, D. (2024)

Análisis de los resultados

El periodista del medio digital La Posta, afirmó que el medio y sus periodistas antes de publicar una noticia verifican, contrastan y contextualizan la información. En relación a las noticias que han sido publicadas con una sola fuente y sin el contraste necesario, indicó que es algo que suele pasar porque a veces una sola fuente brinda la información, en cuanto a las repercusiones sociales que se presentan por las publicaciones que no han cumplido el debido rigor y contraste, expresa que es algo que afecta socialmente al medio.

Por otra parte, el entrevistado califica la difusión de información que realiza la Posta como importante y oportuna, y que el género y formato que utilizan para la difusión de la información es el informativo, opinión, entrevista e investigación que es un subgénero. De la misma manera manifestó que los tipos de fuentes a los cuáles recurre frecuentemente para publicar sus noticias son fuentes oficiales, extraoficiales principalmente.

En el mismo orden, la periodista de Diario EL UNIVERSO, Jazmín Solís, expresó que el medio al que pertenece cumple con el contraste de la información a través de la responsabilidad y valores, pero por las ventajas que ofrece la tecnología, la información esta publicada de inmediato en el sitio Web. Sin embargo, el diario es muy firme en la disposición de que toda información sea debidamente corroborada de fuentes oficiales como fiscalía, policía u otras organizaciones antes de su publicación.

En cuanto, a las noticias publicadas con una sola fuente sin el contraste necesario, expresó que si la única fuente es oficial por ejemplo como la fiscalía que es una institución en la misma se consigue la información completa porque es todo un proceso que se debe realizar en esa entidad pública. En cuanto a las repercusiones sociales en que no se haya cumplido el debido rigor y contraste, indicó que en el diario se toman las medidas necesarias que tributan a una línea de editorial que sustenta el contraste y verificación de la noticia.

De la misma forma, respecto a la calificación de la difusión de información que realiza el diario el Universo, tanto vía tradicional y digital, la entrevistada la considera oportuna, y expresa que la misma es constatada. En lo relacionado al género y formatos periodísticos, considera que la difusión es oportuna porque sirve para la comunidad, y como equipo trabajo confían en lo que hacen, los tipos de fuentes a utilizar para publicar la noticia se ajusta a la noticia o el tema.

Respecto a las causas que se establecen o habilitan el derecho a la réplica en los medios de comunicación tradicional y digital, la abogada Armijos expresó que esto nace a partir de que algún medio de información en el desarrollo de su trabajo enuncie o brinde información inexacta, no verificada; por lo que la persona que se ve afectada tiene la facultad de solicitar una rectificación. Todo esto bajo la constitución, que estipula que la prensa, como fuente de información, **tiene la obligación de reseñar los actos informativos sin alterar la verdad de los acontecimientos.**

En relación con los procedimientos que se cumplen en los medios digitales y tradicionales en torno al derecho a la réplica, según la normativa vigente en el Ecuador, la experta en derecho manifestó que el afectado en su honra debe presentar una carta de solicitud explicando los antecedentes o hechos emitidos en los medios y la solicitud de réplica ante dicha desinformación. Así mismo, las leyes y normativas articulados que amparan el derecho individual que tiene toda persona afectada en su honor, dignidad y reputación, se sustenta en la Constitución en su artículo 66, numeral 7 indica que toda persona agraviada por informaciones sin pruebas o inexactas, emitidas por medios de comunicación social, tiene el derecho a la correspondiente rectificación, réplica o respuesta, en forma inmediata, obligatoria y gratuita, en este mismo sentido; la misma norma también indica dentro del mismo artículo en su inciso 3 el derecho a la integridad personal, adicional en su artículo 384 determina que el medio de comunicación social debe asegurar el ejercicio a los derechos de la información, educación y libertad de expresión. La ley reformativa a la ley de comunicación en su artículo 32 menciona el derecho a la réplica.

Siguiendo con el análisis, la especialista expresó que el derecho de rectificación es la acción constitucional que tiene toda persona que ha sido ofendida o injustamente aludida por algún medio de comunicación social, para que su declaración o rectificación sea gratuitamente difundida por el mismo medio que la emitió, y en las condiciones que señala la ley.

En la misma secuencia, la ex editora de EL UNIVERSO y macroeditora de EL COMERCIO, Mónica Mendoza, desde su experiencia en medios de prensa tradicionales, indicó que el derecho a la réplica fue percibido en una época como una herramienta política y de persecución para algunos medios, actualmente su aplicabilidad tributa a la responsabilidad y fiel cumplimiento a las normas deontológicas, línea editorial de cada medio de comunicación. Asimismo, consideró que inconscientemente algunos periodistas llegaron autocensurarse durante el gobierno del Correísmo, por temor a acciones judiciales que puedan provenir del presidente, ministros u otros coidearios.

La periodista añadió que muchos trabajos no fueron publicados y si lo realizaban tenían que ser revisados por abogados para prevenir reclamos y pedidos de réplicas o rectificación. La periodista subrayó que fue una época en la que los abogados tenían más poder de decisión que los jefes de redacción.

En cuanto la importancia del derecho a la réplica en la era digital, considerando la velocidad con la que se difunden las noticias y la permanencia de la información en línea, manifestó que no es solo la importancia sino el impacto que genera y de acuerdo con su percepción, en las redes sociales se difunde cualquier información porque no hay ni dios ni ley. En Ecuador las plataformas digitales ni las redes sociales están sujetas a regulación, manifestó Mendoza. De igual forma reflexionó que la desinformación o las noticias falsas que se difunden por redes sociales son una amenaza para el orden constituido, la institucionalidad de muchos países y la democracia.

Asimismo, con lo relacionado a los principios éticos fundamentales que respaldan el derecho a la réplica en el periodismo digital, expresó que se deben aplicar tanto en los

medios tradicionales y medios digitales. En torno a los principios y la búsqueda de información, la periodista aseveró que el objetivo principal de los medios, debe ser siempre la búsqueda de la verdad, siendo siempre imparciales.

En relación con los medios digitales con la garantía del ejercicio efectivo del derecho a la réplica por parte de las personas u organizaciones afectadas por una información publicada, manifestó que se debe revisar la información, hacer la verificación y considerar todas las normas para su publicación. El desafío práctico que enfrentan los medios digitales al gestionar solicitudes de réplica, especialmente en un entorno donde la desinformación y las noticias falsas son comunes, expresó que un desafío también es la violencia y amenazas que afrontan los periodistas, por tal motivo especialmente los digitales, tienen que regularizar sus normativas.

CONCLUSIONES

De acuerdo con la búsqueda bibliográfica, se logró caracterizar los referentes teóricos que sustenten el desarrollo y aplicabilidad del derecho a la réplica en los medios de comunicación tradicionales y digitales, bajo la postura filosófica de James H. Moor, se da paso a una reflexión de la ética en la información, el impacto social que tienen los medios en la difusión de datos no contrastados.

De la misma manera, se identificaron las causas que establecen el derecho a la réplica desde la ética y normativas periodísticas en los medios nacionales; de acuerdo con la experiencia compartida por los entrevistados; este derecho nace a partir de la publicación de noticias inexactas o no verificadas por parte de algún medio.

Respecto a la proyección del derecho a la réplica en los medios digitales y tradicionales, según la normativa vigente en el país, las fuentes neutrales indicaron que las leyes y normativas amparan el derecho individual de cada persona que se considere afectada por su honor, dignidad y reputación.

En cuanto a la valoración del contenido publicado en los medios, los entrevistados concluyeron que de acuerdo con sus competencias utilizan medios de verificación, contrastación y contextualización.

Por último, se puede concluir que la aplicabilidad del derecho a la réplica en los medios de comunicación, desde la ética y normativa periodística; es de suma importancia en la era digital, considerando la velocidad con la que se difunden las noticias y la permanencia de la información en línea.

RECOMENDACIONES

Se recomienda a la academia abordar esta problemática de la ética en el periodismo digital a través de los currículos actuales para la formación de periodista, considerado unificar criterios de los actores principales en relación con la comunicación.

Se recomienda considerar a partir del presente trabajo las necesidades expresadas por el grupo de participantes de este trabajo de titulación. De tal manera que los profesionales tengan un empoderamiento en relación con este tema y les permita abordar efectivamente al comunicador.

BIBLIOGRAFÍA

- Alvarez, V. P. (2018). Media and internal security beyond the liberal narrative: the cases of Ecuador and Georgia. *Of the national defence academy of gorgia*, 2(3), 13.
- Ángel1, C. L. (2011). off the record más que un derecho, una necesidad. *revista universidad del* , 46- 53.
- Antonio Leal Jimenez, M. J. (2011). manual de marketin y comunicacion cultural . *coleccion observatorial del proyecto atalaya* , 1(44), 335.
- Ayala, W. R. (2019). La transformación de los medios de comunicaciòn. *catedra unesco de comunicaciòn*, 1- 19.
- Aznar, H. (2002). deberes eticos de la informaciòn confidencial. *revista latina de comunicacion social* , 5(050), 4.
- Barragán Solís, A. (2007). Ética del periodista: formación y práctica. *REencuentro. Análisis de Problemas Universitarios*, 1(49), 37- 42.
<https://doi.org/https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=34004906>
- Bonhoeffer, D. (2023). *etica* . editorial trota.
- Borrat, H. (1989). *el periodico, actor politico*. gili. S.A, Barcelona.
- Byron O. Naranjo Gamboa, J. A. (2023). Intersticios de la comunicaciòn . *universidad politecnica salesiana* , 256. <https://doi.org/doi.org/10.17163/abyaups.10>
- Cabello, J. H. (2019). LA VERIFICACIÓN DE NOTICIAS Y EL PROBLEMA DE LA INMEDIATEZ: ANÁLISIS DE COBERTURA DE UNA NOTICIA FALSA EN MEDIOS DIGITALES CHILENOS. *Universidad del Rosario*, 13(1), 138- 158.
<https://doi.org/https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/disertaciones/a.7246>
- Califano, B. (2015). Los medios de comunicaciòn, las noticias y su influencia sobre el sistema político. *Revista mexicana de opiniòn pública*, 1(19), 61- 78.
<https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.rmop.2015.02.001>
- Campos Freire, F. (2008). Las redes sociales trastocan los modelos de los medios de comunicaciòn tradicionales. *revista latina de comunicaciòn social* , 11(63), 9.
<https://doi.org/https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=81912006023>

- Canals, A. &. (2020). Plataformas digitales: fundamentos y una propuesta de clasificación. *Revista Oikonomics*, 1(14), 1- 14. <https://doi.org/DOI:https://doi.org/10.7238/o.n14.2012>
- Cantón, J. (2021). por qué cada vez es más importante la verificación de la información. *Universidad en internet*.
- Castillo Briceño, C. (2010). Fundamentos de los códigos de ética de los colegios profesionales. *Revista Educación*, 34(1), 119- 141. <https://doi.org/https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=44013961007>
- Charney, J. (2019). Libertad de expresión y pluralismo informativo: compatibilidades y tensiones contexto de la televisión. *Revista Derecho del Estado*, 1(42), 117- 148. <https://doi.org/https://doi.org/10.18601/01229893.n42.05>
- Charras, D. &. (2023). El derecho a la comunicación como una búsqueda supranacional de los pueblos. *alcance*, 6(13). <https://doi.org/https://revistas.uh.cu/alcance/article/view/5599>.
- Chirino, O. (2020). La violencia de género y los Medios de Comunicación Social. Encuentros. *Revista de ciencias Humanas teoría social y pensamiento crítico*, 1(11), 69- 92. <https://doi.org/https://doi.org/10.5281/zenodo.3693034>
- Christian Richard, M. M.-C. (2018). Enseñanza de ética a estudiantes peruanos en la carrera de medicina. *Educación Médica Superior*, 1(32), 85- 93. https://doi.org/http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0864-21412018000100009&lng=es&tlng=es.
- Cruz-Álvarez, J. &.-V.-C. (2017). autas deontológicas para el periodismo digital. *Profesional De La información Information Professional*, 26(2), 249–254. <https://doi.org/https://doi.org/10.3145/epi.2017.mar.11>
- De-Frutos-Torres, B. P.-R.g.n.-G.a. (2021). Consumo de las plataformas sociales en internet y escepticismo a la publicidad. *Profesional De La información Information Professional*, 30(2), 1- 11. <https://doi.org/https://doi.org/10.3145/epi.2021.mar.04>
- Delgado-Aleman, R. ,.-G.-C.-Á. (2020). Códigos deontológicos: El rol de los colegios profesionales y. *revista espacios*, 231- 249.

- Deshuesando a zhang, Y. Z. (2023). Aceptando el desafío digital: percepciones y actitudes del público hacia la interactividad en el periodismo de datos. *Ciencias Aplicadas*, 13(19), 1- 160. <https://doi.org/https://doi.org/10.3390/app131910857>
- Edison J. Padilla, G. I. (2020). Aprendizaje autónomo y plataformas digitales: el uso de tutoriales de YouTube de jóvenes en Ecuador. *Estudios pedagógicos (valdivia)*, 2(46), 285-297. <https://doi.org/> <https://dx.doi.org/10.4067/S0718-07052020000200285>
- García, W. F. (2020). *Plataforma2020*. Ediciones Fiscales ISEF.
- Gilda Ramona Roa, C. M. (2017). La ética profesional. *Columbia*.
- Gómez, F. S. (2016). La comunicación. *Salus*, 20(3), 5-6. https://doi.org/http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1316-71382016000300002&lng=es&tlng=es
- Goya, E. D. (2019). Medios de comunicación masiva . *red tercer milenio*, 1(3), 125.
- Hákim Krayem, M. R.-C.-M. (2021). La ética en las funciones sustantivas del personal académico de la Universidad Veracruzana. *Interconectando saberes* , 6(11), 16. <https://doi.org/https://doi.org/10.25009/is.v0i11.2682>
- Helzel, P. B. (2022). Ética y deberes en los nuevos códigos deontológicos. Una visión desde Italia. *Revista de Derecho de la UNED (RDUNED)*(28), 341- 365. <https://doi.org/> <https://doi.org/10.5944/rduned.28.2021.32882>
- Hernández Rangel, M. d., & Martínez Hernández, M. L. (2019). Desafíos de la información sistematizada. *revista de ciencias sociales* , xxv(4), 51- 64. <https://doi.org/> <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=28062322004>
- Huter, R. (2020). Las fuentes de información periodística. *Taller de análisis de la información*, 9.
- Ibarra, G. (2005). Ética y formación profesional integral. *Reencuentro*, 43.
- López, J. C. (2023). La evolución de la comunicación humana en las plataformas digitales. *Polo del Conocimiento: Revista científico-profesional*, 8(1), 632- 646. <https://doi.org/DOI:10.23857/pc.v8i1>
- Merlinsky, G. (2006). La Entrevista como Forma de Conocimiento y como Texto Negociado:: notas para una pedagogía de la investigación. *evista Electrónica de Epistemología de Ciencias Sociales*, 3(27).

- Milton Carlos Guevara-Valtier, L. A.-P.-V.-G.-V.-V. (2021). Soporte de redes sociales y factores de riesgo de obesidad y sobrepeso en adolescentes Apoyo en redes sociales y factores de riesgo de sobrepeso y obesidad en adolescentes. *elsevier*, 31(3), 148- 155. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.enfcle.2020.11.004>
- Montúfar, P. A. (2021). La importancia de los medios digitales para el. *comhumanitas*, 12(1), 19- 31. <https://doi.org/https://doi.org/10.31207/rch.v12i1.293>
- Moor, J. (1985). *que es la ética informática*. santiago de salterain. <https://doi.org/https://www.scribd.com/document/455093784/Que-Es-La-Etica-Informatica-James-Moor>
- Muñiz, L. (6 de julio de 2019). *Conoce los principales medios de comunicación y las características de cada uno*. rockcontent : <https://rockcontent.com/es/blog/medios-de-comunicacion/>
- Noguera, A. F. (2023). Censura y políticas de comunicación en Ecuador: La Ley Orgánica de Comunicación . *MS thesis. Quito, Ecuador: Flacso Ecuador*, 2(1), 1-167. <https://doi.org/http://hdl.handle.net/10469/19000>
- Ojeda, L. M. (2022). Trabajo de grado presentado como requisito parcial para optar al título de Magister en Tecnologías Digitales Aplicadas a la Educación. *universidad de santander*.
- Oliva Marañón, C. (2014). EL PERIODISMO DIGITAL Y SUS RETOS. *Aposta Revista de Ciencias Sociales*, 1(1), 1-30. <https://doi.org/https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=495950257004>
- Oliva Marañón, C. (2014). EL PERIODISMO DIGITAL Y SUS RETOS EN LA SOCIEDAD GLOBAL Y DEL. *aposta*, 2(61), 1- 30. <https://doi.org/https://www.redalyc.org/articulo.oa?id= DB Redalyc>
- Olivera Pérez, D. &.-B. (2023). Apuntes teóricos en torno a los derechos de acceso a la información y a la comunicación de cara a un debate para el contexto cubano. *alcance*, 6(13), 38. <https://doi.org/https://revistas.uh.cu/alcance/article/view/5604>
- P. A. (2013). Qué es una entrevista y dónde se sitúan; una investigación. *universidad autonoma de mexico*. https://doi.org/http://www.uam.es/personal_pdi/stmaria/jmurillo/InvestigacionEE/Presentaciones/Curso_10/E

- Papic-Domínguez, K. (2020). Medios de comunicación organizacional interna en colegios públicos, Chile. *Alteridad revista de educación*, 15(2), 241- 255. <https://doi.org/https://doi.org/10.17163/alt.v15n2.2020.08>.
- Roberto Ruggiere, M. S. (20218). El impacto de las plataformas digitales en los modelos de negocio: una investigación empírica sobre startups innovadoras. *ResearchGate*, 13(4), 1210- 1225. <https://doi.org/10.2478/mmcks-2018-0032>
- Rodolfo, H. (2020). Las fuentes de información periodística. *taller de analisis de la informacion*, 9.
- Rodriguez, m. A. (2012). Son las plataformas digitales un componente determinante de calidad de la formación en ambientes virtuales. *Educación y desarrollo social* , 6(1), 82- 90.
- Ronaldo, A. P. (2022). medios de comunicación tradicionales y su impacto en los medios digitales del canton quevedo. *universidad tecnica de babahoyo*, 1- 19.
- Rost, A. (2014). *Periodismo y redes sociales: por qué y para qué*. Universidad de la Patagonia.
- Sara Dorado Lago, J. S. (2021). deontologia periodistica en el tratamiento informativo del intento secesionista catalána. *ambitos*, 1(53), 201- 215. <https://doi.org/https://dx.doi.org/10.12795/Ambitos.2021.i53.11>
- Simón Peña Fernández, I. L. (2019). Medios de comunicación e innovación social. El auge de las audiencias activas en el entorno digital. *Andamios* , 1(1), 351-372. <https://doi.org/https://doi.org/10.29092/uacm.v16i40.710>
- Vargas, L. P. (2012). Deontología y código deontológico. *universidad de deusto*(19), 65- 79.
- Vazquez Malave, D. W. (2022). La Inmediatez y la Pérdida de Credibilidad en los Medios de Comunicación Multimedia del Cantón La Libertad. *relcomunicar* , 5(10), 69- 80. <https://doi.org/https://doi.org/10.46296/rc.v5i10edespsep.0083>
- Villanueva, E. (2002). *deontologia informativa* . universidad iberoamericana .
- Wilson Benjamín León Valle, G. L.-B. (2021). Inmediatez y veracidad de los hechos, un compromiso desdibujado desde el periodismo. *dialogo del saber* , 1(148), 295- 312.

Wilson Benjamin León, G. L. (2021). Inmediatez y veracidad de los hechos, un compromiso desdibujado desde el periodismo. *Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación*, 1(148), 295- 312.

Yanelis González Pérez, I. L. (2006). Los valores del profesional de la información ante el reto de la introducción de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación. *Acimed*, 14(5).
https://doi.org/http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1024-94352006000500007&lng=es&tlng=es

LINKOGRAFÍA

Tabla N°6

Link <https://acortar.link/2i7kfu>

Link <https://acortar.link/iwxhO8>

Tabla N°7

Link <https://twitter.com/CarlaMaldonadoP/status/1352329540312432644>

Link <https://ecuadorverifica.org/2021/01/21/falso-guillermo-lasso-salario/>

Tabla N°8

Link <https://acortar.link/nhcBhx>

Link <https://www.swissinfo.ch/spa/el-gobierno-de-ecuador-insiste-en-vincular-protestas-con-mercados-ilegales/47744410>

Tabla N°9

Link <https://twitter.com/sofisanchezu/status/1705006569182626271>

Link <https://www.primicias.ec/noticias/politica/construye-separacion-paul-aulla-asamblea/>

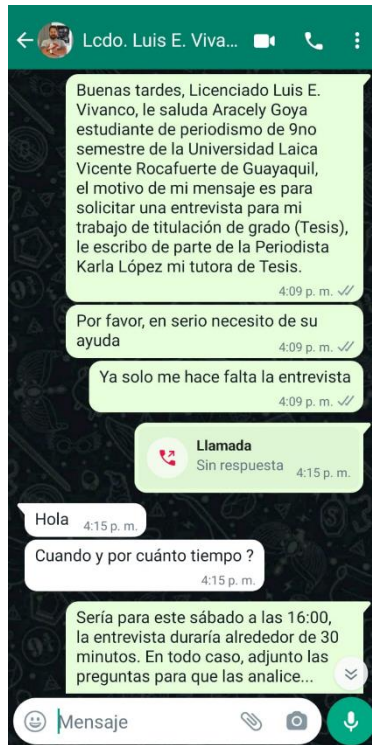
Tabla N° 10

Link <https://acortar.link/eaMWCv>

Anexos

Anexo 1: Evidencia de entrevistas

Evidencia de entrevista del Licenciado Luis Eduardo Vivanco, director del medio digital La Posta.



Plataforma: WhatsApp

Elaborado por: Goya, D. (2024)

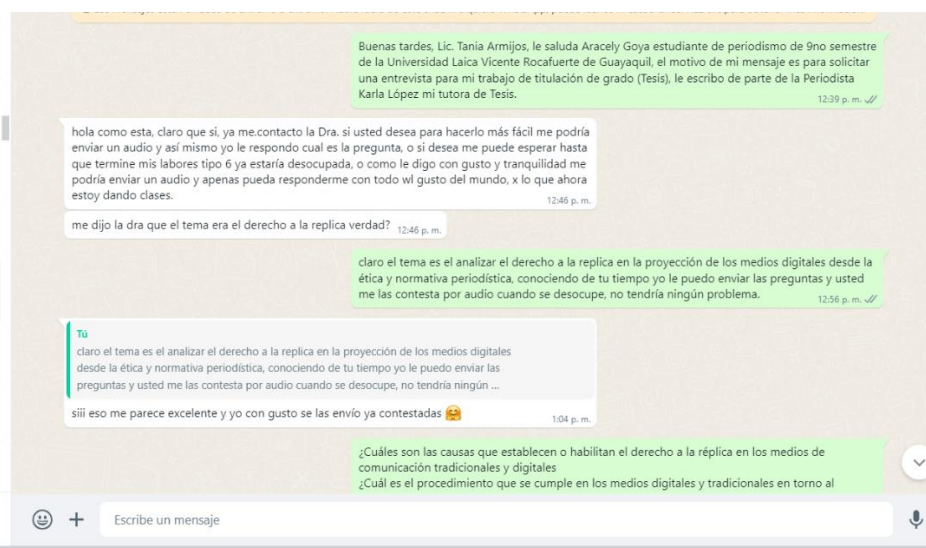
Anexo 2: Evidencia de la entrevista a la Licenciada Jazmín Solís, Internacional en Diario El Universo.



Plataforma: WhatsApp

Elaborado por: Goya, D. (2024)

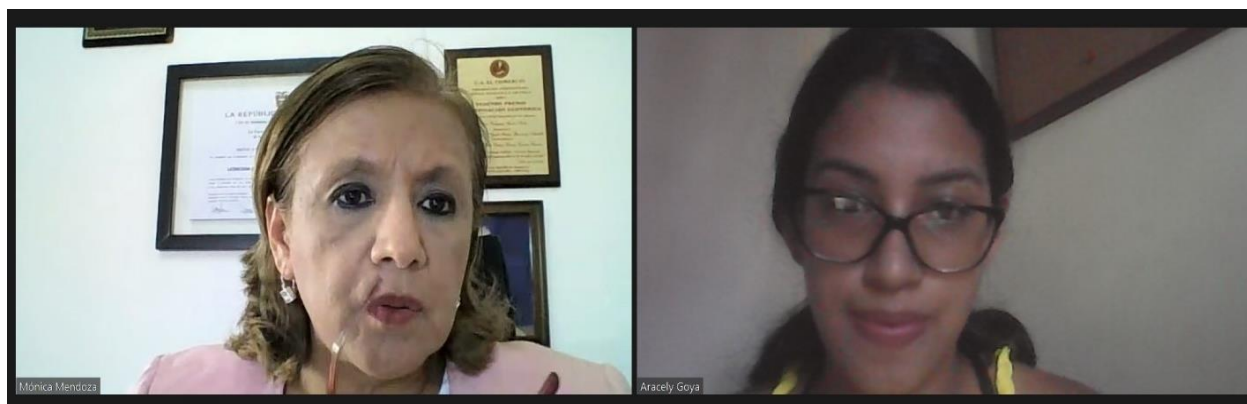
Anexo 3 Evidencia de la entrevista a la Abogada Tania Armijos



Plataforma: WhatsApp

Elaborado por: Goya, D. (2024)

Anexo 4 Evidencia de la entrevista realizada a la Licenciada Mónica Mendoza ex editora de EL UNIVERSO y macroeditora de EL COMERCIO.



Plataforma: Zoom

Elaborado por: Goya, D. (2024)