



# POSGRADOS

## MAESTRÍA EN COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA DIGITAL

RPC-SO-30-No.505-2019

OPCIÓN DE  
TITULACIÓN:

INFORMES DE INVESTIGACIÓN

TEMA:

ANÁLISIS DE CONTENIDO DE PUBLICACIONES EMITIDAS POR LOS MEDIOS DIGITALES EL CHURO Y EL PLAN V A TRAVÉS DE LA RED SOCIAL FACEBOOK DEL 2 AL 13 DE OCTUBRE DE 2019, EN TORNO A LA MOVILIZACIÓN NACIONAL EN RECHAZO AL DECRETO 883

AUTOR:

JONATHAN PAÚL LUNA NOA

DIRECTOR:

PABLO EFRAÍN ROMERO GUAYASAMÍN

QUITO - ECUADOR  
2021

***Autor/a:***



***Jonathan Paúl Luna Noa***

Licenciado en Comunicación Social  
Candidato a Magíster en Comunicación Estratégica Digital, por la  
Universidad Politécnica Salesiana – Sede Quito.

[jonathan91luna@gmail.com](mailto:jonathan91luna@gmail.com)

***Dirigido por:***



***Pablo Efraín Romero Guayasamín***

Magister en Comunicación Estratégica  
Especialista Superior en Derechos Humanos  
Diploma Superior en Juventud y Sociedad en América Latina  
Licenciado en Comunicación Social, especialización en  
Investigación

[promerog@ups.edu.ec](mailto:promerog@ups.edu.ec)

Todos los derechos reservados.

Queda prohibida, salvo excepción prevista en la Ley, cualquier forma de reproducción, distribución, comunicación pública y transformación de esta obra para fines comerciales, sin contar con autorización de los titulares de propiedad intelectual. La infracción de los derechos mencionados puede ser constitutiva de delito contra la propiedad intelectual. Se permite la libre difusión de este texto con fines académicos investigativos por cualquier medio, con la debida notificación a los autores.

**DERECHOS RESERVADOS**

©2021 Universidad Politécnica Salesiana.

QUITO – ECUADOR – SUDAMÉRICA

LUNA NOA JONATHAN PAÚL

***ANÁLISIS DE CONTENIDO DE PUBLICACIONES EMITIDAS POR LOS MEDIOS DIGITALES EL CHURO Y PLAN V A TRAVÉS DE LA RED SOCIAL FACEBOOK DEL 2 AL 13 DE OCTUBRE DE 2019, EN TORNO A LA MOVILIZACIÓN NACIONAL EN RECHAZO AL DECRETO 883.***

## **RESUMEN**

Entre el 3 y el 13 de octubre de 2019 el país vivió una fuerte protesta social en rechazo al decreto Nro. 883, en el cual, se eliminaba el subsidio a los combustibles. Esta fue la causa para que varios sectores inicien una jornada de movilizaciones y manifestaciones en Quito.

Las redes sociales tomaron un papel protagónico en el país, debido a que por varios días de octubre se presentaron manifestaciones, cientos de usuarios, compartieron y difundieron fotografías y vídeos sobre el panorama que se vivía en distintos sectores de la capital. Frente a esto, los medios de comunicación digitales, iniciaron una serie de transmisiones en vivo, de esta manera la ciudadanía conoció los acontecimientos que se realizaron. Por su parte los medios tradicionales, mantuvieron los horarios establecidos para difundir las noticias.

En campo digital, Wambra EC – El Churo y Plan V participaron de la emisión de información, la red social escogida fue Facebook, puesto que la agenda mediática elaborada por los medios, permitió cubrir las manifestaciones de octubre y priorizar los sitios para la difusión de transmisiones en vivo. Así también, dar cabida a actores identificados por el medio como un contraste de los hechos que se vivieron en esta temporalidad.

Para conocer la construcción del contenido mediático, se realizó una propuesta de investigación mediante un análisis de contenido a partir de la Agenda Setting, puesto que, con elementos identificados de carácter cualitativos y cuantitativos, poder explicar de manera clara el rol que tuvieron los medios de comunicación frente a los hechos que se desarrollaron entre el 3 y el 13 de octubre de 2019.

Las redes sociales fueron el campo de acción, y la difusión de las publicaciones permitió que haya una competencia, por captar la atención de los usuarios por parte de los medios de comunicación investigados.

### **Palabras clave:**

Medios Nativos Digitales, Periodismo Digital, Plan V, Wambra EC, El Churo, Movilizaciones Ecuador octubre 2019, Redes Sociales.

## **ABSTRACT**

Between October 3 and 13, 2019, the country experienced a strong social protest in rejection of Decree No. 883, which eliminated the fuel subsidy. This was the cause for several sectors to start a day of mobilizations and demonstrations in Quito.

Social networks took a leading role in the country, because for several days in October there were demonstrations, hundreds of users shared and disseminated photographs and videos of the situation in different sectors of the capital. Faced with this, the digital media, began a series of live broadcasts, so that citizens knew the events that took place. On the other hand, the traditional media maintained the established schedules to broadcast the news.

In the digital field, Wambra EC - El Churo and Plan V participated in the broadcasting of information, the social network chosen was Facebook, since the media agenda prepared by the media allowed covering the October demonstrations and prioritizing the sites for the broadcasting of live transmissions. Also, to give space to actors identified by the media as a contrast to the events that took place in this temporality.

In order to know the construction of the media content, a research proposal was made through a content analysis from the Agenda Setting, since, with identified elements of qualitative and quantitative character, to be able to explain in a clear way the role that the media had in front of the events that took place between October 3 and 13, 2019.

Social networks were the field of action, and the dissemination of the publications allowed for a competition to capture the attention of users by the media investigated.

### **Keywords:**

Digital Native Means, Digital Journalism, Plan V, Wambra EC, The Churo, Mobilisations Ecuador October 2019, Social Networks.

## **AGRADECIMIENTO**

A mis padres y hermanas quienes fueron mi apoyo durante este camino académico.

## ÍNDICE

### Tabla de contenido

RESUMEN.....	III
AGRADECIMIENTO .....	V
ÍNDICE.....	VI
INTRODUCCIÓN.....	1
OBJETIVOS.....	7
Hipótesis.....	7
ESTADO DEL ARTE Y DETERMINACIÓN DEL PROBLEMA .....	8
MARCO TEÓRICO .....	12
Ecología de los medios.....	14
Redes sociales.....	16
Agenda Setting.....	20
Periodismo digital y medios nativos digitales .....	23
MATERIALES Y METODOLOGÍA .....	26
RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	35
CONCLUSIONES.....	61
VII REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	64

## INTRODUCCIÓN

El mes de octubre en Ecuador, tuvo un inicio particular, pues a través de una cadena nacional por parte de Lenín Moreno, presidente del país, quién anunció una serie de medidas económicas. En respuesta a estas adoptadas medidas desde el ejecutivo, mediante el decreto Nro. 883, la mañana del 3 de octubre de 2019, se inició una jornada con cierres viales en Quito, algunos grupos que brindan el servicio de movilización dejaron sus actividades para unirse al paro y para horas de la tarde, una marcha compuesta de varios actores sociales intentaba llegar al Palacio de Carondelet, pero serían recibidos por la fuerza pública. Para los siguientes días, el país vivió incertidumbre, puesto que una movilización a cargo del movimiento indígena se iniciaba en varias partes del país. El 7 de octubre, el grupo de indígenas llegarían a la capital ecuatoriana, por la Av. Panamericana norte y por la Av. Maldonado, mientras que en el centro las protestas sociales continuaban, Para el 8 y 9 de octubre se reportaron las primeras víctimas en medio de una protesta social. El 10 los medios de comunicación posicionaron el mensaje sobre un supuesto secuestro a policías al interior de la CCE. Grupos sociales ajenos al movimiento indígena iniciaban una marcha en apoyo y rechazo al decreto Nro. 883, en horas de la noche se inició un cacerolazo en los barrios de Quito, esto pasó el 12 de octubre, mientras que para el día 13 del mismo mes, el gobierno puso hora para un diálogo con representantes del movimiento indígena.

Durante el desarrollo de los hechos sociales efectuados los primeros días de octubre, varios medios de comunicación, residieron en la capital, a fin de evidenciar lo que estaba pasando en el territorio con la aplicación del decreto Nro. 883. A pesar que la prensa tradicional ecuatoriana hizo un seguimiento de los acontecimientos, las plataformas digitales y redes sociales se llevaron el protagonismo. Varios medios digitales, iniciaron una cobertura de las movilizaciones en tiempo real, medios informativos como; Wambra y Plan V participaron en la cobertura de varios hechos desde diferentes sitios.

De acuerdo con el enfoque social y aplicando una comunicación comunitaria, el medio de comunicación digital Wambra EC – El Churo, presentó una agenda informativa desde el 3 de octubre de 2019, con la cobertura de la marcha y una supuesta agresión a periodistas por parte de la Policía Nacional. Este medio fue construyendo una narrativa mediática, desde el punto vista, de actores que forman parte de la sociedad civil.

Por otro lado, el medio de comunicación digital Plan V, inició sus emisiones referentes a las manifestaciones de octubre con una encuesta para los internautas y generando una investigación periodística en su página web, con el paso de los días, el medio también, dio cabida a notas de carácter editorial en las cuales, se trataron temas referentes a la coyuntura existente. El uso de elementos gráficos estuvo presente durante su cobertura y el contraste de información estuvo expuesto en el desarrollo de las notas publicadas en la página. Durante las publicaciones en Facebook, se creó el hashtag #HacemosPeriodismo como una presentación de una supuesta imparcialidad al momento de informar. De acuerdo a datos del Instituto Nacional de Estadística y Censo: en 2019 el 45,5 de hogares de cada 100, tienen acceso a internet en el país, un crecimiento del 8,4 punto a comparación del 2018 (INEC, 2021).

Para mediados de los años 90s, la actualización en el aparataje tecnológico había llegado al Ecuador, la inserción en un espacio virtual motivó a que haya una migración por parte de medios informativos, a esto se sumó, una inversión, pues se debió realizar la contratación de personal para brindar mantenimiento y crear espacios con lenguaje HTM eran componentes que formarían parte de la estructura laboral de los medios.

Para Rivera, como para muchos la migración digital inició en la década de los 90s. En el Ecuador, también a “finales de 1994, una web del diario Hoy es puesta en línea convirtiéndose en el primer diario online del Ecuador y, según el mismo diario, el primero en América Latina” (Rivera, 2013, p. 113).

Sí bien, esta migración se desarrolló a mediados de los años 90s, en otros países sobre todo europeos, ya iban generando este cambio de dispositivo de publicación. En Ecuador, se iniciaba esta adaptación para ocupar un nuevo espacio, con la finalidad de obtener suscriptores. Los medios digitales, iniciaron con una migración de los medios tradicionales ya existentes.

De acuerdo con el texto, inicialmente los medios tradicionales que realizan prensa escrita, son los primeros que buscan conocer el campo digital. La capacitación, así como la alfabetización para entender el funcionamiento del hardware y software motivó a que la inversión del medio sea en la adquisición de personal y aparatos tecnológicos. Así también la captación de una cuenta para el servicio de internet. El desarrollo de nuevos



programas tecnológicos en el campo del periodismo y comunicación, obligaron a que los medios impresos en la capital, realicen una migración a las nuevas plataformas digitales, este fue el caso del diario Hoy, El Comercio y El universo, los cuales, en la década de los 90s iniciaron este proceso de cambio.

La información sobre este proceso migratorio de los medios de comunicación tradicionales al mundo digital, es escasa, sin embargo, existen documentos sobre estudios realizados en el año 2012, de acuerdo con el levantamiento de información de CIESPAL en aquel año, existían 34 medios de comunicación nativos digitales, de los cuales eran periódicos, radios y revistas. Es decir, los primeros medios nativos digitales en el país empezaron a surgir con la penetración de acceso a internet y el consumo de aparatos electrónicos como: teléfonos y tablets, también, la incursión en redes sociales.

Los medios nativos digitales. Forjaron un camino diferente al de los medios tradicionales, debido al enfoque particular que cada uno presentaba en la información, es decir, la línea editorial de los medios digitales dependía de la especialización sobre el tema, que iba a ser abordado. Temas como: economía, política, datos, e incluso opinión. Serían la parrilla de noticias a difundir. Mientras que los medios tradicionales migrantes, presentaban una muestra digital diferente a la impresa.

Una particularidad de los medios nativos digitales, está en la publicación periódica de contenidos, sus emisiones no son quincenal o mensual, pues la actualización, se desarrolla cada cierto tiempo en un mismo día, además, se acompaña de elementos multimedia como imágenes, video o audios en tiempo real.

Son los 60 medios nativos digitales mapeados por Fundamedios hasta abril de 2015 (Fundamedios, 2015). Este portal de información realizó una investigación sobre la presencia de medios nativos digitales ecuatorianos en la segunda década del 2000s, y de acuerdo a los resultados publicados, Quito, sería la ciudad con más presencia de medios nativos digitales con 30, seguido de Guayaquil con 14, Quevedo con 3, El Puyo 2, Loja, Rocafuerte, Macas, Babahoyo, Celia, Machala, Chone, Galápagos, Riobamba y Latacunga con 1.

Para obtener la ubicación de emisión se tomó como referencia el nombre de los sitios o la ubicación geográfica, además, todos estos medios tienen un Host terminado en .com, .org, .ec, .net, .info lo que les permite tener un espacio en la red. El estudio no especifica si todos los medios mapeados, tienen espacios en redes sociales.

De acuerdo con la publicación expuesta por el medio de comunicación digital Plan V, titulada: El auge de los medios nativos digitales en Ecuador, se explica que:

Ecuador también vive su propio boom de medios nativos digitales, estos medios han resaltado en un contexto donde cada vez los medios tradicionales ceden cancha a las restricciones de la Ley de Comunicación. Algunos ejemplos: las investigaciones de la revista Plan V; las transmisiones en vivo por internet (streamings) nítidos de La República de las protestas desde junio; los reportes diarios de Wambraradio de los 11 días de la marcha indígena en su camino a Quito. (Plan V, 2015)

En la misma nota periodística se expresa que, los medios pudieron ser víctimas de ataques DDoS, término utilizado, cuando existe una violación al sistema informático, lo que causa una denegación al momento de ingresar a la web. Sobre esta base, se explica que los medios nativos digitales, surgen como una necesidad de información contrastando a lo que difunden los medios tradicionales. Además, se abre un abanico de posibilidades donde los profesionales de la comunicación, pueden estar detrás de la apertura de estos medios. La generación de contenidos fuera de una línea editorial de un medio tradicional, la apertura de cuentas en Facebook, Twitter, así como la residencia en lugares de coyuntura, serían algunos factores que motiven a dar origen a los medios nativos digitales.

WambraRadio inunda Kito con comunicación comunitaria. Transmisión en vivo #marcha por el agua. Era el último día de la manifestación. El portal había sostenido la cobertura durante 15 días. Quizá fue el primer medio no convencional que desplegó un equipo para el seguimiento de estos hechos desde El Pangui, en Zamora. Reportes en vivo, análisis y entrevistas. Este trabajo los lanzó a la opinión pública. Un hito para su trayectoria. (Plan V, 2015)

El desarrollo de temas sociales, que no estaban tomados en cuenta en los medios tradicionales, son lo que tienen cabida en los nuevos medios digitales, en el caso particular de Wambra Radio, nace así, como un proyecto de comunicación por parte del colectivo

El Churo, con información que presenta temas enfocados a medio ambiente, género, derechos humanos, sexualidad, etc.

La narración de situaciones particulares que tienen las personas en una movilización, también forma parte de esta parrilla, esto se realiza en tiempo real y también apoyado con material multimedia como: video, imágenes y testimonios.

Tratar asuntos locales, realizar comunicación comunitaria y alternativa, es parte de una de las aristas que tienen los medios nativos digitales, varios de estos realizan un ejercicio periodístico con diferentes enfoques, para ello, es importante conocer la información levantada sobre estos medios en particular, debido a que según el estudio realizado en 2015 por Fundamedios, forman parte de un periodismo digital y que realiza una narrativa en base a los principios independientes de los medios tradicionales.

Para Almeida (2019), en el proyecto de investigación titulado “La Comunicación para la transformación social. Comunicación y modelo de desarrollo. Análisis de la transición a la era del periodismo digital: el caso de Wambra” argumenta en resumen que:

La plataforma Wambra dentro del cambio hacia el periodismo digital, con el fin de conocer y comprobar la efectividad con la que está transitando cuando lanzan sus voces desde el medio digital para manifestarse como actores culturales y sociales en distintos campos como la lucha de género, la música independiente, el ecologismo, etc. (Almeida, 2019, p. 21)

En el caso de Wambra, se dedica a realizar periodismo comunitario, lleva el nombre de Wambra, debido a que en idioma Kichwa, significa joven. Para el año 2010, se realiza la apertura de una página en Facebook, con la finalidad de difundir noticias y construir periodismo comunitario, realizando una narrativa de las historias que se encuentran en el campo social. Esto, debido a la participación de este medio en hechos sociales, que se incrusta como uno de los portales que realizan periodismo alternativo y popular.

Guzñay (2019) mediante la tesis de pregrado titulada “Medio digital comunitario y participación social: estudio de caso de la experiencia de Wambra Radio: participación activa en el levantamiento indígena – paro nacional en el año 2015” expone que:

Wambra surge como una actividad, una acción de la Fundación El Churo Comunicación de sostener la producción radial que venían realizando desde el año 2005 con diferentes colectivos urbanos, con personas que intervenían en actividades culturales, musicales, sociales y políticas no partidistas en la ciudad de Quito. (Guzñay, 2019, p. 44)

La comunicación, los medios, ciudadanía y las organizaciones sociales tienen un lazo muy cercano, es una simbiosis que permite conocer y difundir acciones que se desarrollan en espacios determinados, esto choca de frente con una comunicación funcionalista la cual, tiene sus seguidores y se ha posesionado como credibilidad, sin embargo, la comunicación alternativa busca abrir espacios de participación en una sociedad, se introduce en espacios donde la realidad es diferente a la que se presentan en la televisión, y es, mediante esta particularidad que la comunicación alternativa se presenta como una voz diferente, con una visión más cotidiana de la gente de a pie. El vínculo entre Internet y medios, forma una simbiosis tecnológica, esta cohesión genera experiencias por quienes se introducen en un mundo mediático y desarrollan estilos de narrativa tras media, mediante este gran paraguas, es donde la información se convierte en una rentabilidad.

Son las organizaciones sociales, comunidades indígenas, sindicatos entre otros, los que tienen una visión diferente a la que se presentan los medios de comunicación sobre un hecho en particular, es a través de estas características que se presentan en cada organización donde nacen los medios comunicatorios, y a partir de esto se construyen medios independientes, los cuales, se apoyan en la tecnología para exponer otros puntos de vista sobre un hecho social.

Sin embargo, son en estos acontecimientos de fuerte impacto como: movilizaciones, marchas, protestas, paros, catástrofes ambientales, pandemias. Aquí el papel de los medios digitales, se convierte en una profesión de riesgo pues los trabajadores, se enfrentan a escenarios inhóspitos para lo cual, algunos profesionales del periodismo y la comunicación durante la jornada de protestas fueron afectados mientras realizaron el ejercicio de su trabajo sobre todo, quienes laboran en medios digitales y difunden noticias con finalidad de humanizar a la audiencia a pesar de las condiciones del entorno, la prensa nacional hablada de más 40 periodistas agredidos, pero la cifra pudo aumentar.

## **OBJETIVOS**

### **Objetivo General**

Analizar el contenido de las notas periodísticas emitidas por los medios digitales, El Churo y Plan V a través de la red social Facebook, entre el 2-13 de octubre de 2019, sobre las protestas sociales que ocurrieron a nivel nacional. Con el fin de conocer la construcción de los mensajes y la postura ideológica de los medios citados, frente a los hechos que se presentaron.

### **Objetivos Específicos**

- Comparar los contenidos producidos por los medios digitales Plan V y El Churo, emitidos en la red social Facebook, durante los acontecimientos sociales ocurridos a nivel nacional.
- Identificar las principales teorías y estudios, referente al análisis de contenido en redes sociales, a fin de ser aplicadas y sustentadas en la investigación.
- Desarrollar una metodología que permita conocer de manera asertiva la postura ideológica de los medios digitales Plan V y El Churo, emitidas en la red social Facebook.

### **Hipótesis**

Los medios digitales Wambra y Plan V en la cobertura de las movilizaciones de octubre de 2019, las realizan a partir de su línea editorial que responden a su identidad como medio comunitario y como medio periodístico tradicional, priorizando determinados actores y temas en la construcción de información.

## **ESTADO DEL ARTE Y DETERMINACIÓN DEL PROBLEMA**

En Ecuador, los conflictos sociales se pueden convertir en largas jornadas de protestas. Para 2019, la decisión gubernamental, sobre eliminar el subsidio a la gasolina fue el detonante para un paro convocado por el gremio de los transportistas, seguido de una movilización por parte del pueblo indígena, quienes ingresaría a Quito, como una forma de presión, para derogar el decreto Nro. 883, documento en el cual, contemplaba algunas medidas económicas, entre ellas la eliminación del subsidio.

En el artículo titulado ¿Qué pasó en Ecuador en octubre de 2019? What happened in Ecuador in October 2019? publicado en la revista institucional “El Outsider”, perteneciente a la Universidad San Francisco de Quito, se expone que:

En octubre del 2019, el Ecuador vivió once días en los que el terror, la incertidumbre, la anarquía y la violencia se tomaron no solamente las calles de Quito, sino de todo el país. Todo inició el 1 de octubre, cuando el presidente ecuatoriano Lenin Moreno anunció por cadena nacional la liberación del precio del diésel y la gasolina como parte de un conjunto de medidas económicas para estimular la economía de la nación. Inmediatamente, las medidas recibieron el rechazo oficial de varias confederaciones y gremios, quienes se declararon en resistencia y anunciaron una serie de movilizaciones inmediatas. (Izurieta, 2020, p. 102)

El país para el 3 de octubre de 2019, amanecía con las carreteras cerradas, el gremio de transportistas había declarado un paro indefinido, la noticia circuló en todos los medios de comunicación tradicionales y digitales, pues era consecuencia del decreto emitido por el presidente el 1 de octubre del mismo año.

Tomar las calles posee un sentido dual: por un lado, tomar las calles físicamente implica movilizarse, (...) tomar las calles en sentido simbólico significa apropiarse discursivamente de las connotaciones –gráficas, mediáticas, identitarias, representativas, del espacio público. (Soler, 2019, p. 48)

El Centro Histórico de Quito, fue el escenario para las protestas que iniciaron el 3 de octubre de 2019, las calles aledañas al palacio de Carondelet, se convirtieron en campos de batalla entre manifestantes y policías. Desde horas de la mañana, se interrumpió el

paso vehicular, la circulación de buses se suspendió sobre todo en el sector centro, así como la atención en las dependencias públicas, privadas y negocios comerciales.

Los medios nativos digitales tuvieron un papel relevante, para cubrir este hecho coyuntural. Los reportes sobre diferentes sitios a nivel nacional y local, se evidenciaron en las redes sociales, videos, fotografías y audios empezaron a circular. Mientras tanto, los medios tradicionales presentes en las protestas, utilizaron los horarios habituales para informar lo que sucedía sobre todo en Quito.

Respecto a ello, investigadores que abordaron el tema manifiestan que “los actos de violencia reflejan la catarsis que la ciudadanía vivió en los 11 días de protestas y la inoportuna y lenta respuesta de un gobierno con muy poca capacidad de análisis y reflexión en la toma de decisiones” (Villalba y Romero, 2020, p. 66).

Durante el tiempo que se desarrolló el paro, la ciudad de Quito, tuvo como visitantes a varias agrupaciones del movimiento indígena, quienes ingresaron a la capital por las principales avenidas y se alojaron en varias instituciones como en el coliseo de las Universidades Salesiana, Católica y Central. Estos establecimientos de educación superior, fueron llamados como centros de ayuda humanitaria, a fin de albergar a los centenares de personas que llegaban de otras provincias, sobre todo de la sierra centro.

El lunes 7 de octubre recibimos pedidos de alojamiento de varias comunidades con las que tenemos relación debido a que son aquellas donde moran numerosos graduados de la Salesiana o porque realizamos allí proyectos de vinculación con la comunidad o por relaciones históricas de nuestra universidad para con los pueblos y nacionalidades indígenas de la Sierra y el Oriente, principalmente. (Herrán, 2020, p. 10)

El aporte de las universidades durante los acontecimientos sociales en Ecuador y particularmente en Quito, estuvo en el apoyo de cientos de personas estudiantes y voluntarios quienes brindaron su apoyo en áreas como: medicina y primeros auxilios. La apertura de puntos de sitios de auxilio temporales, y el uso de vehículos particulares para trasladar heridos, fueron una de las tantas acciones realizadas por enfermeros, médicos y personas que se identificaron como parte una institución de educación superior.

La participación de estudiantes y personas identificadas con alguna universidad de Quito, denotó el profesionalismo humano que existe en medio de una crisis social. La capital de los ecuatorianos, fue por un momento el epicentro de la atención de los medios a nivel nacional e internacional, los cuales, realizaron coberturas durante los 11 días que la ciudad estuvo con protestas.

La basta información que los medios exponían, sobre todo los que están en sitios digitales, motivó a que algunos se conviertan en fuentes para otros medios, los cuales, no podían realizar la cobertura por varias causas, es así que, los medios nativos digitales obtuvieron miles de seguidores durante este periodo de tiempo, compitiendo con medios tradicionales. El ejercicio periodístico que cada medio reflejó durante este tiempo, se puede observar en el análisis de las publicaciones difundidas, además, del abordaje de los temas y la apertura para entrevistas con actores que no necesariamente fueron del Gobierno.

De acuerdo con el informe titulado: Verdad, justicia y reparación. Informe de verificación sobre DDHH, Paro Nacional y levantamiento indígena Quito-Ecuador, publicado en 2019 por: Surkuna, Fundación Regional de Asesoría en Derechos Humanos (INREDH) Comisión Ecuamélica de Derechos Humanos (CEDHU) Amazon Frontlines Ideo Dignidad, donde se destaca la organización realizada durante las protestas a nivel nacional, se debió tomar en cuenta los derechos a la libre asociación y reunión. Además, de identificar actos vandálicos que puedan atentar en contra de la vida de otra persona durante un espacio de conmoción social. El enfrentamiento entre las fuerzas del orden con los manifestantes, tuvo algunas consecuencias, heridos de los dos lados y muertes, así también, la respuesta desde las instituciones pertenecientes al Ejecutivo, con la aplicación de medidas como restricción vehicular y toque de queda, las cuales, buscaban frenar el accionar de las personas. Durante varios días, los acercamientos para un diálogo entre el movimiento indígena y el presidente de Ecuador, Lenin Moreno, no tuvieron sitio. Las demandas del FMI eran claras y debían ser ejecutadas.

El ejercicio periodístico estuvo presente durante los hechos de octubre de 2019, reporteros de diferentes medios a coparon las calles de la Capital, con la final de transmitir las noticias de carácter social que ocurrían en Ecuador. Desde el 3 de octubre de 2019, se inició una cobertura mediática, no solo en medios tradicionales dieron cabido a la



información que se presentaba en un lugar determinado, pues las redes sociales mediante la circulación de información también se involucraron como un medio de información sobre lo que ocurría en Quito. “El vínculo con los medios de comunicación se construye con un constante flujo de información que se presume de interés público y se fortalece con acercamientos continuos que permiten conocer a varios actores” (Mejía & Maraboto, 2009, p. 24). La cobertura periodista sobre diferentes hechos coyunturales como fueron las manifestaciones durante octubre, denoto la importancia que tiene cada medio para tratar la información y generar una agenda de acuerdo a la primordialidad de los hechos, la circulación del material gráfico en redes sociales, pudo influir en realizar un seguimiento al origen de estos datos y exponer una historia más elaborada apoyados de los géneros periodísticos.

En el caso de la presente investigación, los dos medios digitales tuvieron un campo de acción en la red social Facebook, misma donde también se presentó material multimedia por usuarios que no identificaron la fuente, pero circularon la información, Para ello, el rol de los medios, fue determinante, puesto a que, al no tener un horario fijo para realizar coberturas, las coberturas contrastaban datos circulantes utilizando al medio como fuente de información verídica y oportuna.

El valor de la prensa digital está en la rapidez de capturar imágenes y redactar sucesos de manera cronológica en tiempo real, incluso editar imágenes con elementos que identifiquen la firma del medio en cada publicación. El uso de estos recursos permite que haya una información rápida, pues la nota periodística sobre el mismo tema, puede ser publicada horas después luego de una decodificación de datos.

De la misma manera, la presentación y construcción del mensaje es un reflejo de la ideología del medio, aquí estarán identificados los temas y el tratamiento de información de acuerdo a la postura del medio frente a los hechos que ocurren en ese momento. El lenguaje transmedia y la producción de textos, pueden contener elementos sobre una crítica textual, mensajes diluidos que generan impacto sobre los usuarios y que salen de los espacios digitales para ser ejecutados de manera presencial. “El periodismo ayuda al individuo a adquirir el rol de ciudadano, cuando proporciona información veraz y completa, fomenta el debate sobre asuntos de interés público” (Arroyas & Berná, 2015, p. 24). En medio de un espacio democrático, la función del medio de comunicación es

informar al usuario, los canales que en este caso se utilizan para el alcance de noticias son las plataformas virtuales.

La información actualmente ocupa espacios digitales, y existen varias fuentes para emitir y compartir un hecho, a pesar de ello, el medio cumple el rol de informante y verificador de datos con la finalidad de forjar una opinión ciudadana, esta reacción, se enmarca de acuerdo al contexto que se desarrolle la noticia y se inicia un proceso de crítica contestataria por parte de los usuarios frente a la nota publicada. De ahí nace el proceso de la redacción lingüística y ética que tiene el periodista para dirigirse a la audiencia, puesto que en este proceso la historia puede ser reproducida varias veces, impulsando de manera indirecta a que el contenido sea compartido.

Considerar la activación es el vínculo crucial entre el establecimiento de la agenda, el encuadre y la preparación de los medios de comunicación, el énfasis puesto en ciertos temas, activa aquellos esquemas que encajan mejor con los marcos característicos de la aplicabilidad de estos temas. (Donsbach y Traugott, 2008, p. 215)

El cuidado de la imagen, la cobertura periodística y la agenda para cubrir las noticias más relevantes, preparan al medio para una redacción y presentación de noticias que están apegados a la línea editorial, eso activará una reacción por parte del público seguidor. A pesar que el producto comunicacional tenga elementos gráficos, la representación editorial, está presente en la construcción de un título, lead y cuerpo de la noticia.

## **MARCO TEÓRICO**

El desarrollo tecnológico en una sociedad permite que las máquinas acerquen la distancia geográfica entre pueblos. El costo para la operatividad de esta tecnología está en la ganancia que puede obtener al momento de ofrecer el servicio o producto tecnológico que permita ingresar a un mundo digital. Este camino lo recorrió varios países quienes lideran el consumo de aparatos electrónicos, así como las empresas que brindan servicios de internet. Las redes eran una extensión del poder centrado en lo alto de las organizaciones verticales que configuraron la historia de la humanidad. “Pero la cultura de libertad fue decisiva para producir las tecnologías red, que sirvieron de infraestructura

esencial para que las empresas realizaran su restructuración en términos de globalización, descentralización y redes” (Castells, 2006, p. 140).

La inserción de la tecnología lleva de la mano a lo económico, una relación de poder monetario, la cual, llega a todo lugar poblado a nivel mundial, esta introducción se presenta como un progreso para una población, sin embargo, se crea una necesidad de consumo puesto que los individuos deben formar parte de esta compra y venta es decir una actualización de aparatos electrónicos.

La gran red de redes es administrada y utilizada por un amplio espectro de actores que incluye: proveedores de servicios, compañías telefónicas, compañías de televisión por cable, vendedores de hardware y software para ordenadores, compañías de medios de comunicación y, en general, toda clase de empresas que entraron en el comercio electrónico y usan la red como una infraestructura de comunicación y canal de negocios. (Ortiz, 2013, p. 20)

La conectividad permitió ampliar el panorama de observación y producción literaria y visual, la red se difundió muy rápido entre los países que “buscaron esta necesidad de interconexión, las tecnologías de información, abre canales de comunicación y atraviesa fronteras, modificando culturas e identidades, generando nuevas formas de democracia y de participación” (Castells, 2006, p. 141). El crecimiento del acceso a Internet permite que la comunicación se expanda y viaje por la fibra óptica a diferentes sitios a nivel mundial, esto es conocido como sociedad red, puesto que de esta manera la población tiene acceso a la información superando las barreras de distancia geográfica.

Las Tecnologías de Información, son las herramientas que permiten el flujo de información mediante el uso de lo que McLuhan llama, aparatos electrónicos, esto permite que las personas puedan obtener información y entender de manera clara el uso de las tecnologías. “Las TIC en la forma en que actualmente se produce el conocimiento; reúne temas que han sido abordados de manera parcial en libros o revistas especializadas, además es acompañado por diversos recursos asociados a las TIC para el aprendizaje” (López, 2013, p. 12).

Campos como: la educación, la comunicación se introdujeron en la actualización para el uso de las tecnologías de la información, esta enseñanza del lenguaje trajo consigo la manipulación de apartados y el desarrollo de programas para los elementos multimedia. En el caso de la educación, los salones se adaptaron para las nuevas clases de informática, y para los profesionales de la comunicación, el reto fue más complicado debido a que el medio de comunicación debía realizar una inversión para esta actualización.

La informática y las telecomunicaciones ocupan un lugar estratégico, ya que constituyen los mecanismos tecnológicos para la producción y transmisión del saber. Los sistemas digitales proporcionan mejor acceso a la información, más velocidad para responder ante la noticia y un procesamiento de datos mucho más ágil. (García, 2015, p. 18)

El proceso de digitalización, rompió un paradigma horizontal de comunicación, el cual, tuvo una adaptación de por parte de organizaciones y personas naturales, quienes empezaron a realizar una inversión para una actualización, tomando en cuenta un proceso de educación digital, es decir, generar un despliegue de contenidos transmedia.

### **Ecología de los medios**

La rapidez con la que la tecnología ingreso a un espacio físico, implicó que haya una adaptación social simultánea, el costo de inversión para mantener los sistemas operativos y actualizados significó, para las empresas públicas, privadas y personas naturales apartar presupuestos financieros anuales o mensuales. Es decir, el consumo en aparataje tecnológico, empezó a formar parte de los gastos cotidianos así también, el pago por el servicio de Internet. “Si nadie utiliza el dispositivo tecnológico, o si la tecnología no establece un intercambio con otras tecnologías, las posibles interfaces quedan en estado latente, en espera de futuras interacciones que puedan actualizarlas” (Scolari, 2015, p. 1045).

Es a partir del acceso a Internet, donde la sociedad civil, desarrolla sitios como: Blogs, páginas web, foros entre otros, esto permitió expandir de manera rápida el consumo para los sitios de información, y de esta manera se generó una repotenciación al lenguaje gráfico, construyendo elementos acompañados de texto y fotografía en tiempo real. “Los medios de comunicación de gran público cuando llega una nueva revolución con los multimedia que individualizan y permiten acceder a un número incalculable de servicios informáticos” (Irigaray y Lovato, 2017, p. 36). El uso de las tecnologías generó una

modificación en la vida social de las personas, la educación, la política, la economía, así como la cultura se mudaron a un mundo digital con nuevas experiencias de producción, intercambio y consumo.

Los nuevos conceptos extraídos desde la ecología, permiten comprender la residencia de los medios y como estos se encaminan a construir nuevas formas de cubrir contenidos que se presentan gráficamente y que va de la mano con la información, apoyados de la multimedia, los consumidores, son quienes buscan datos más relevantes y se convierten en públicos activos e interactivos siguiendo la narrativa que se presenta. “En el desarrollo de todo medio de comunicación es posible percibir cómo éste es transformado, con el propósito –no siempre consciente y deliberado– de volverlo lo más parecido posible al ser humano” (Islas, 2009, p. 26). Es esta relación cercana entre medio-canal y usuario donde la información se convierte en la nueva riqueza mediática, la competencia entre medios obliga a que se redireccionen las estrategias de consumo, buscando obtener mayor número de seguidores. Sin embargo, el usuario es quién busca y decide a quien seguir, es en este espacio donde elementos como: ideológicos, culturales, étnicos permiten reconocer la polarización que presenta el medio al momento de difundir noticias con productos comunicativos.

La convergencia mediática es la que actúa para que exista un consumo de los usuarios, para ello, las industrias culturales deben migrar a nuevos espacios digitales, con la finalidad de crear nuevas experiencias de entretenimiento, es decir, el mundo del cine se desprende de un espacio de físico y se adhiere a espacios donde se difunden películas, además, que el usuario es quién elige según su personalidad cual observará.

Cada nuevo medio de comunicación transforma la forma como creamos y nos comunicamos, modificando también al sistema de medios de comunicación que operan en el ambiente cultural vigente Cada nuevo medio de comunicación transforma la forma como creamos y nos comunicamos, modificando también al sistema de medios de comunicación que operan en el ambiente cultural vigente. (Islas, 2004, p. 7)

El medio, así como toda especie que habita el mundo, se adapta a los nuevos terrenos que un entorno le presenta, esto genera un cambio estructural un ambiente con nuevos retos,

en el caso de la comunicación, está en la digitalización, pues rompe el paradigma tradicional lineal y se instala para dar vida a una comunicación participativa, selectiva y contestataria. Los modelos de comunicación, se redireccionan pues el campo de acción es diferente los canales se mueven en una lógica diferente con estilos propios, sin embargo, la esencia de la comunicación se mantiene.

Las noticias publicadas desde el medio de comunicación, busca captar la atención de los usuarios, la creación de contenido está orientada a crear una necesidad al público, los títulos, el lead y la composición de la imagen impulsa a que haya una clickbait, el medio está orientado a que exista un número alto de seguidores a quienes presentar publicidad. El desarrollo e implementación de elementos gráficos, forma parte de la presentación de la información y que, a partir de la utilización de características visualmente atrayente, los perfiles llegan a posicionar al medio como una página confiable. El ingreso a un mundo virtual, replanteó los vínculos sociales, las actividades de registró de documentación y aceleró el nomadismo de los seres humanos en lugares no físicos.

### **Redes sociales**

El uso de las tecnologías generó una modificación en la vida social de las personas, la educación, la política, la economía, así como la cultura se mudaron a un mundo digital con nuevas experiencias de producción, intercambio y consumo. Internet dio origen a varios espacios de cambio de información, sitios que buscan obtener seguidores y suscriptores.

Es a partir de la apertura de sitios con la finalidad de crear una comunidad virtual, donde las conocidas redes sociales, aparecen, un término general que vincula a varias páginas web que tienen como finalidad conectar usuarios de varios países a nivel mundial sin límites geográficos.

Las Redes Sociales pueden definirse como un conjunto bien delimitado de actores individuos, grupos, organizaciones, comunidades, sociedades globales, etc. vinculados unos a otros a través de una relación o un conjunto de relaciones sociales (Lozares, 1996, p. 108)

La esencia de una red social, es crear vínculos entre usuarios, es decir redes identitarias, usuarios que tienen mismos gustos y comparten información sobre temas específicos. Estas sociedades virtuales se desarrollan en las redes sociales, donde también existen medios nativos digitales y tradicionales migrantes.

La participación de los usuarios en una red, implica el conocimiento de gustos particulares, una exhibición donde una persona lo hace público en un espacio abierto, un desprendimiento de la privacidad y una aceptación para la entrega de información personal a sitios que operan fuera de los límites territoriales, pero que están presentes en los aparatos electrónicos. Las plataformas de contenidos de usuarios, los posteos individuales tienden a competir con posteos corporativos y publicitarios. “La presencia más importante del broadcasting (informativos, políticos, etc.) en Twitter se debe seguramente a su característica escritural. De todos modos, estas plataformas tienen una gran vida interaccional” (Fernández, 2016, p. 79).

Son los gráficos, lo que da vida a estos espacios de concurrencia, la posibilidad de crear y difundir textos acompañados de multimedia. Pero esto solo es una parte de todo lo que implica formar parte de una red. Pues los perfiles son quienes mueven toda la información, puede ser falsa o verdadera, al no existir filtros de contenido este detalle puede sorprender a más de uno y crear confusión.

El número de personas que pueden ingresar a una red social puede ser significativa, pues el ingreso se lo realiza desde una aplicación y con la ejecución de un correo y un usuario el cual, puede estar con conectado con: Google, Yahoo, Outlook entre otras, esto facilita el acceso a las redes, pero se convierte una forma poco controlada pues una persona puede dar apertura a más de una cuenta.

Existen algunos autores que parten desde la web social, es decir, un espacio online que tiene una estructura que permite la participación de los usuarios, es aquí donde también la denominan como Web 2.0, debido a interacción que se desarrollan en las páginas. Dentro de esta categoría se encontrarían las redes sociales, aplicaciones que tendrían como objetivo albergar comunidades diversas y que se sitúan en lugares apartados, pero mantienen contacto. “La web social está compuesta por una serie de servicios web que comparten una misma filosofía y características: la inteligencia colectiva y la arquitectura

de la participación” (Fresno, 2018, p. 11). La apertura que existe en las redes sociales para los usuarios, ha generado algunas consecuencias, sobre todo en la parte del registro de identidad autentica, pues el acoso a usuarios, el hackeo a cuentas y la denuncia a cuentas son algunas de las observaciones que se dan en este espacio.

Para los medios nativos digitales, en cambio, ha colocado un nuevo camino para la difusión de sus noticias, pues ya no es necesario un medio tradicional para proyectar contenido, es el uso de las herramientas digitales que permiten obtener seguidores y compartir noticias que pueden diferir con lo que presentan en la televisión. Es el lenguaje transmedia el cual, genera que exista esta crítica desde los usuarios hacia los medios o páginas de venta de productos o servicios, pues debido a esto surgen las estrategias de posicionamiento, se toma en cuenta el comentario del usuario y se parte de una activación que vaya de acuerdo a su forma de percibir las cosas, entiendo que los públicos pueden ser diferentes, pero tomando en cuenta que se pueden vincular en ciertos temas de carácter coyuntural.

Actualmente la competencia con los medios tradicionales y los medios nativos digitales, está, en conseguir seguidores, el flujo de usuarios que puedan compartir y reaccionar a su contenido con la finalidad de convertirlos en un referente a nivel comunicativo. Las redes sociales prestan el espacio para la gestión de contenido una narrativa que va acompañada de texto, imagen y vídeo con la intencionalidad que el usuario participe de las publicaciones, se informe y comparta. “La tecnología permite personalizar mensajes, recomendar a partir de los gustos y permitir difundir contenidos de una manera eficaz y sencilla, aparecen nuevos paradigmas económicos que logran establecer nuevos modelos de relación comercial con los clientes” (Pereira, 2020, p. 388).

El consumo abismal que existe por Internet y los medios sociales ha creado que los usuarios sean quienes también generen contenido, canales online se aberturan y buscan brindar una respuesta frente a una necesidad. De la misma manera, el consumo de aparatos electrónicos son las nuevas ventanas para ingresar a n mundo digital lleno de verdades y falsedades.



## **Periodismo**

El papel del periodismo en una sociedad permite conocer de manera cronológica, y contrastada diferentes hechos que se desarrollan en una localidad, esta función se respalda mediante la ejecución de los géneros periodísticos y se presenta al público. Los medios de comunicación son quienes por varios años captaron la atención de las masas a fin de generar una visión sobre un hecho. “Los medios no solo transmiten, sino que prepara, elaboran y presentan una realidad que no tiene más remedio que modificar” (Gomis, 2001, p. 16) A pesar que el ejercicio periodístico permita contrastar datos mediante las fuentes directas e indirectas, será el medio de comunicación quién tenga la última palabra para publicar la noticia. La relación entre el medio de comunicación y el ser humano es muy cercana pues el uno necesita del otro y viceversa.

Los medios tradicionales como: televisión, radio y prensa permanecieron en la palestra informativa llegando a ocupar espacios en la vida de un individuo, la comunicación lineal, estuvo presente y el periodista era el único contacto que usuario tenía para exponer algún acontecimiento de carácter social. “El periodismo produce representaciones sobre las manifestaciones de la conflictividad social y, por esa vía, interviene en esa dinámica de fuerzas” (Torrico, 2002, p. 4). Sí bien, los medios de comunicación difunden los hechos que se desarrollan en la sociedad, los contenidos se convierten en la parte más representativa de las noticias, el tratamiento de la información a presentar será la que defina la línea ideológica de un medio, para lo cual, el enfoque político se presenta como una imagen intrínseca que está presente mediáticamente y que forma parte de la parrilla de contenidos que se emite al público; es en este escenario donde los medios de comunicación, identifican actores políticos, líderes de opinión, grupos sociales, entre otros, con la finalidad de brindar un seguimiento a los acontecimientos de carácter social.

En medio de una coyuntura social, el Gobierno nacional como institución será considerado un vocero importante, la emisión y difusión de los mensajes dependerá del contexto, así como la inmediatez que sea emitido por el medio de comunicación, todos los actores políticos crean un escenario en base a cualquier decisión que se tome desde el ejecutivo, legislativo o judicial. “La política no es otra cosa que una manifestación específica de la lucha de clases, los periodistas y los activistas políticos no están al margen

de esta lucha, sino inmersos en ella ocupando puestos de liderazgo” (Gomis, 1991, p. 176).

Con la modernidad la tecnología abrió un espacio para el proceso digital, un nuevo entorno para el usuario que está interconectado por redes, al estar en un mundo virtual, el usuario inicia un proceso de migración y con ello los medios de comunicación, en este proceso digital, se estructuran nuevos elementos de carácter electrónico reiniciando una adaptabilidad en el uso y creando contenidos que no son necesariamente informativos.

Los avances en los procesos de comunicación inciden precisamente en este aspecto, lo que coloca en una situación de primicia el elemento subjetivo (...) Los medios han modificado el espacio de lo íntimo por su capacidad para entrar en las vidas y experiencias particulares. (Alarcón, 2009, p. 34)

De a poco los medios fueron ocupando espacios más cercanos, la distancia que había con los medios tradicionales fue desapareciendo y la noticia está enfocada para reconocer nuevos insumos periodísticos los cuales forman parte de la agenda mediática. La abundante información que se genera en espacios online, da cuenta para la creación de contenido atractivo para el usuario y de fácil acceso, las nuevas narrativas permitirán enganchar a varios perfiles de manera periódica y obtener fans en un espacio que se actualiza de manera permanente.

El nuevo rol del periodista está en otro escenario, un sitio diferente con una estructura que fomenta un modelo de comunicación más interactivo y participativo, esto obliga al periodista a realizar el ejercicio profesional de manera más abierta y con más investigación enfrentándose a conservar elementos como: la precisión, la claridad, el compromiso con la veracidad y la ética.

### **Agenda Setting**

La agenda permite partir desde un listado, una nómina que está presente en los medios de comunicación para realizar una cobertura, esto marca el inicio para la publicación, puesto que el lector, estará interesado de conocer la información, temáticas relacionadas a movilizaciones, marchas, paralizaciones, protestas, estarán presentes en la parrilla informativa, puesto que la agenda responde al interés social y da origen a la notoriedad.

La atención del público en la comunicación 2.0 está en las plataformas digitales, inicialmente la prensa gráfica cautivó al consumidor mediante la construcción de elementos visualmente atractivos. Actualmente la televisión, es uno de los medios que logra mantener esta atención del público, a través de la difusión de programas que tengan un efecto general sobre las masas. Sin embargo, con la llegada de Internet la competencia por captar usuarios es constante. “El primer nivel de establecimiento de la agenda se ocupa de la influencia de los medios de comunicación en los objetos que están en el centro de la atención pública” (Wahl-Jorgensen y Hanitzsch, 2009, p. 150) Los temas de carácter político, social y de impacto circulan por las plataformas digitales y al tener un acceso inmediato el usuario puede estar informado y conocer la noticia antes que el medio de comunicación tradicional lo difunda. A pesar que los medios realizan una previa agenda de trabajo, los sucesos espontáneos pueden cambiar el rumbo de cobertura pues el objetivo del medio está en lograr una mayor audiencia y obtener un impacto entre los usuarios.

Un efecto que tienen los medios de comunicación, es crear una conexión con los usuarios a través de la priorización de hechos, la presentación de noticias, está basada en la priorización de la agenda mediática, el objetivo del medio, es obtener la atención del público, el fácil acceso a las plataformas y emitir asuntos que son de carácter político social, generan un interés público. En este escenario el medio toma el control y tiene la capacidad de influir en los criterios que serán expuestos por los usuarios, es decir, una persuasión informativa.

El público echó mano de estas pistas de relevancia que le han dado los medios para organizar su propia agenda y decidir en este modo, en cuales, son los temas más importantes. En consecuencia, la agenda de los medios informativos se vuelve, en gran medida en agenda pública. (McCombs, 2006, p. 25)

La información que el medio de comunicación difunde está en un marco social, las coyunturas y enfoques para su publicación, está presente en cada nota publicada. La agenda que se organiza de manera periódica, forma parte de una visión que tiene el medio de comunicación y la importancia de los hechos. El relato mediático se instala en el cotidiano de la ciudadanía, es aquí donde se realiza un consumo de información, elementos que tienen características visuales están presentes con la finalidad de captar

más seguidores y clic de ingreso a las paginas donde se detalla de mejora manera la noticia publicada.

En los espacios digitales la construcción de imágenes sobre una parte de la realidad, crea en el usuario una versión sobre lo que está pasando en el exterior, en esta relación el medio de comunicación impone temas prioritarios para la ciudadanía. En la programación de varios segmentos, se puede tratar un mismo tema desde diferentes enfoques y con la presencia de varios actores, sin embargo, la temática tratada será impuesta desde el medio para captar la atención del usuario. Incluso, se puede tratar el tema por varios días, de manera que se repita el mensaje de esta manera influir sobre la audiencia. Los mensajes sobre las causas o consecuencias de un problema estarán en la palestra mediática, la opinión del público se mantiene expuesta a la recepción de información, el medio de comunicación no limita la participación del usuario en los comentarios, pero busca generar una influencia sobre ellos. “Diferencias individuales en las respuestas a los medios, se basan en el concepto psicológico de necesidad de orientación, la idea de que tenemos una innata curiosidad por el mundo que nos rodea” (McCombs y Valenzuela, 2007, p. 46) Al tratar diferentes temas que son de interés público, el usuario puede desconocer la causa y el contexto del desarrollo de una noticia, es ahí, donde el medio de comunicación brinda los datos necesarios a fin de orientar al usuario, esta confianza obliga al individuo a dar un seguimiento a las publicaciones puesto que, frente a la necesidad de información, el medio se convierte en la respuesta.

El consumo de noticias genera que haya un enganche mediático, no solo perfiles naturales revisan las notas publicadas, actores políticos, también generan una observación periódica de las páginas, puesto que, se alimentan de las coyunturas sociales y se mantienen informados para formar parte del escenario mediático. Aquí aparece otro rol del medio, y es el de educar a la audiencia, es decir, explicar de manera clara el tema a fin que el usuario entienda y comprenda la situación social expuesta.

La agenda mediática considera actores y acontecimientos importantes para ser tomados en cuenta y construir desde su noticia, además, el tiempo que dedicará para su cobertura y la posible investigación que permitan liberar datos, que complementen las noticias. Esta agenda permite elaborar un contenido adecuado y respaldado en elementos visuales que capten la atención del usuario.

Pero no solo la agenda mediática está presente, en hechos coyunturales la agenda política salta a la palestra, puesto que, los informativos que son emitidos desde las instituciones, voceros políticos o representantes son tomados en cuenta y difundidos por el medio de comunicación. “Los estudios de agenda setting suelen centrar la investigación en la visibilidad de los temas, y no en la definición y construcción de los mismos. Varios actores con agendas propias compiten por la atención, se producen pujas dentro y entre cada agenda” (Petroni, 2009, p.13). El espacio mediático, busca dar protagonismo a uno o más actores aquí a más de la agenda setting, se involucra la agenda framing o conocido como el encuadre, donde los asuntos sociales tienen dos dimensiones, la notoriedad y los atributos, para ello, se pone atención en los temas que la audiencia pone atención y crea interés, mientras que, el criterio que la audiencia tenga sobre un tema son los atributos.

### **Periodismo digital y medios nativos digitales**

Si bien las coyunturas sociales se desarrollan en espacios presenciales, esta composición entre lo digital y lo material permite comprender, que el uno necesita del otro para conocer de mejor manera el desarrollo de los hechos, además permite identificar los actores políticos o sociales que están medio de estas particularidades. Es importante aclarar, que en las redes sociales se difunde material multimedia, pero donde se obtiene la mayoría de datos son en espacios públicos con presencia de personas que realizan una actividad. “El papel que desempeñan las TIC, especialmente las herramientas de participación en línea y las plataformas de micro mecenazgo, se ha ido incrementando paulatinamente en las nuevas organizaciones políticas, el objetivo de las estrategias tecnopolíticas es aprovechar las prácticas y los procesos de participación existentes con el apoyo de las TIC” (Kurban, Peña y Haberer, 2017, p. 9).

La comunicación comparte con varias áreas sociales, las cuales, se mueven en nuevos paradigmas y mundo virtual donde se instalan nuevos hallazgos investigativos sobre el rol que cumple el usuario frente a un tema político, social, económico, cultural etc. Es aquí donde nace la necesidad para el medio de comunicación e ingresa al mundo digital, una búsqueda de obtener un número significativo de consumidores en un mundo diferente al material y conseguir posicionamiento entre los nuevos usuarios con la generación de contenido de calidad acompañado de herramientas interactivas que permiten al lector y seguidor mantenerlo en la página.

El creciente uso de ciber medios contribuyó a que los nuevos usuarios, realicen un seguimiento al medio de comunicación en su versión digital, lo identificaron y podían obtener información sin necesidad de comprar el ejemplar escrito. Sin embargo, la inversión económica para mantener vigente el sitio, así como pago de salarios a quienes desarrollaban el trabajo técnico, significaba realizar una publicidad mayor y el pago de suscriptor.

Es mediante la globalización que la comunicación ingresa a un proceso de actualización de conocimientos, un analfabetismo digital, acompañado de una participación de usuarios receptores, es decir, los medios ingresan a ocupar estos espacios con un despliegue de contenidos transmedia, provocando que, a través de las páginas web, el usuario continúe consumiendo su información.

Esta brecha digital es una realidad y las variables geográficas, generacionales, de género, entre otras, influyen en el grado de participación. En cuanto a la relación entre los consumidores y las corporaciones, estas últimas tienen mayor capacidad para ejercer su poder sobre las narrativas que circulan y el control para limitar el uso de estas que hacen los consumidores, sean estos individuales o colectivos. No obstante, donde hay poder, hay resistencia y hay quienes han podido y sabido utilizar los espacios que brinda la web para contrarrestar el monopolio de las corporaciones y ser una voz disidente de los gobiernos autoritarios. (Colona y Vergara, 2017, p. 29)

Los medios de comunicación nativos digitales, nacen en espacios de mayor apertura y respuesta, son acompañados de nuevas narrativas que vinculan al usuario a ser partícipe del contenido que se difunde. Además, elimina la brecha de distancia y acerca el acontecimiento al sitio donde se encuentre la persona conectada. La comunicación social, que inicialmente se orientó como un proceso lineal de dictar datos sin recibir respuesta, al momento que ingresa a un espacio más participativo con la evolución de web la forma de realizar comunicación cambia totalmente y aparecen nuevas formas de participación entre personas que están en un espacio virtual comentado mensajes con miles de perfiles en tiempo real.

La Web 2.0 ha supuesto uno de los fenómenos con mayor impacto en la comunicación social, ya que más allá de un conjunto de herramientas tecnológicas, aporta nuevas vías

de colaboración y participación humana. Como consecuencia de esto, se produce una democratización del contenido. (Tomé, 2001, p. 220)

Así como los medios, las instituciones pasaron a formar parte de la web, una presentación uniforme de datos, sin embargo, de acuerdo con el autor, los medios de prensa demoraron su migración a las plataformas, para finales de los años 90s la radio aún se mantenía como medio tradicional, los medios escritos serían quienes primero realicen este cambio, diarios como Vasco, y Mundo, aumentarían el .com y el .es de acuerdo al dominio. Mientras que, para la televisión, ingresar a las plataformas digitales, fue solo una tarea de colgar material gráfico, sin la necesidad de tomar en cuenta el número de visitas a la web. Inicialmente el formato PDF, del ejemplar impreso era una muestra que el diario brindaba en su caminar a lo digital, más tarde con la inclusión del lenguaje HTML así como con la originalidad de diseño y conservando el mismo estilo, se añade la posibilidad de observar imágenes ampliadas, textos cortos.

El periodismo digital tiene la posibilidad de proporcionar contenidos utilizando toda una variedad de códigos: textos, fotografías, audios, vídeos, infografías animadas y dibujos interactivos. Esta expresión multimedia de la información, integrada a través de distintos enlaces hipertextuales, simula más directamente la percepción multidimensional que tienen los individuos en la experiencia directa de los acontecimientos. (Rost, 2006, p. 152)

Es en el campo digital, donde los medios de comunicación buscan, además, obtener una rentabilidad económica, mediante la publicidad. También exponen un entretenimiento, es decir, el medio forma parte de un espacio donde se refleja un hecho que produce interés. Esto vincula a los usuarios y pues participa en la construcción de noticias tomando en cuenta lo que la audiencia comparte. Esto genera que exista un impacto con influencia, es en este punto, el medio pasa a convertirse en un actor peticionario, que busca un destinatario que pueda resolver las demandas solicitadas.

El ingreso masivo a internet y la ocupación de espacios virtuales, dio origen a la formación de cibermedios o medios nativos digitales, los cuales, tienen una presencia a partir de la difusión de información con elementos visuales y que permiten al usuario acceder al contenido de manera rápida. En este punto la comunicación de línea, queda

obsoleta y aparece una comunicación más participativa y que permite a los usuarios realizar una interacción de manera abierta.

El abordaje en temas coyunturales por parte de los medios nativos digitales, determinó su desempeño profesional, puesto que, la creación del contenido mediático está alineado a su política editorial, además, la información que sea publicada, tendrá elementos multimodales, los cuales, permiten captar la atención de los usuarios y de esta manera obtener seguidores.

## **MATERIALES Y METODOLOGÍA**

A fin de realizar un trabajo de análisis, se toma como punto de partida el método mixto puesto que tiene elementos de carácter cuantitativo y cualitativo, lo que permite aportar datos de manera precisa para que la investigación, tenga un sustento teórico. El campo de acción de la presente investigación está en la red social Facebook, debido a que los dos medios nativos digitales como son Plan V y Wambra EC, ocupan este espacio y es oportuno utilizar un método que permita recoger información para el análisis de contenido de redes y un análisis multimodal.

El análisis de contenido es una metodología sistémica y objetivada porque utiliza procedimientos, variables y categorías que responden a diseños de estudio y criterios de análisis, definidos y explícitos. Por esta razón, permite realizar estudios comparativos entre diversos documentos, o distintos objetos de referencia; entre diversas fuentes (Marín y Noboa, 2013, p. 194)

Para iniciar con la investigación, se hace referencia a la comparación de dos medios nativos digitales, Wambra EC y Plan V, dichos medios, están presentes en la plataforma digital Facebook más de cinco años, para ello, tienen elementos que permiten tomar en cuenta para un análisis. Sí bien, son dos medios nativos digitales ocupan un mismo espacio en una red social, en la práctica de su ejercicio profesional, cada uno presenta un formato diferente de contenido y narrativa visual. La presentación de atributos que sean medibles, permitirá que haya una creación de categorías específicas, esto ayuda a segmentar la información levantada y da un conocimiento general sobre una posible respuesta a la hipótesis planteada.



La extracción de datos y la agrupación de información de cada medio nativo digital, permite iniciar un camino para segmentar de manera adecuada varios elementos que tengan similitudes y estén presentes en las páginas como es el caso de la construcción y difusión de temas, actores, entre otras

El registro de cada elemento identificado en las páginas de los medios, permitió construir una matriz de datos, que segmente de manera clara varias categorías y sub categorías para realizar un análisis y explicar de forma detallada los datos diferenciadores existentes entre los dos medios.

En el contenido, está presente el contexto, esta información que permite ubicar al usuario en el tema que se está tratando. Aquí pueden presentarse elementos que no solo son textos pues también se toma en cuenta imágenes y otros recursos que están presentes sobre todo en las plataformas digitales. El asunto o tema que tienen contenidos informativos forma parte de la recolección de datos, el medio utilizado, es decir, la herramienta multimedia aplicada para poner en exhibición el tratamiento de la información y de esta manera reconocer los rasgos existentes en para determinar un contexto. “Las unidades de análisis representan los segmentos del contenido de los mensajes que son caracterizados e individualizados para posteriormente categorizarlos, relacionarlos y establecer inferencias a partir de ellos” (Cáceres, 2003, p. 61). Para este análisis se debe aclarar que los mensajes, criterios y tendencias fueron recolectadas de manera separada a fin de crear un cruce de datos, que establezca una lectura más particular sobre los hallazgos encontrados, así también, relacionarlos entre medios y reconocer las similitudes, así como diferencias entre los dos.

El uso de esta metodología no se queda atrapada en una camisa de fuerza, pues se alimenta de dos métodos, conformando de esta manera una investigación que permita responder y resolver la hipótesis marcada a través de la justificación informativa con métricas que puedan comprender los fenómenos sociales.

La exposición de mensajes y contenido en un entorno digital, permite generar una atracción para el usuario y así un seguimiento a todo lo que publica el medio. La utilidad de la multimedia y su presentación para obtener una intencionalidad despertando una reacción en los usuarios y enfrentándose así a una crítica por los mismos seguidores.

Las particularidades que se presentan en las páginas de los dos medios nativos digitales, son disímiles, a pesar, de compartir un mismo escenario y tener elementos de multimedia, el tratamiento de la información no es igual. Es aquí, donde el análisis de contenido permite conocer de manera clara, cómo los medios manejaron la información y cómo fue presentada al público. Cada posteo y cobertura periodística registradas en los muros de los medios nativos digitales, dieron una reacción particular por parte de los usuarios e incluso llegó a forjar un mini debate entre seguidores.

Las redes sociales, permiten obtener datos cuantitativos, estas métricas están de manera visible pues se alimentan de otros usuarios, quienes dejan un rastro en la publicación de acuerdo al gusto personal. Estas reacciones permiten conocer el impacto que tuvo cada publicación, y a través de la aplicación de un método cuantitativo, se genera un cuadro comparativo, el cual, explica de manera numérica la reacción y visualización que tuvieron las publicaciones durante una temporalidad específica.

Para lo cual, apoyado de la metodología mixta, el presente documento busca fundamentar mediante datos cuantitativos, y cualitativos, el rol que tuvieron los medios antes mencionados durante las protestas.

El uso de una combinación de metodologías cuantitativas y cualitativas puede contribuir a los puntos fuertes y neutralizar las limitaciones de cada metodología utilizada de forma independiente. Hay ventajas y desventajas de cada metodología, pero al combinarlas, los investigadores sobre educación son capaces de construir estudios más sólidos, que conduzcan a mejores inferencias, al utilizar diseños de investigación con metodologías mixtas. (Pole, 2009, p. 41)

En las plataformas digitales, se presentan los datos que se busca investigar, este espacio virtual y de fácil acceso permite llegar a la página de los medios a través de una búsqueda específica y de esta manera el investigador puede iniciar un proceso etnográfico de la página. Cada elemento que se presenta en este sitio, permite tener como guía una visión general del trabajo que realiza cada medio y cómo este lo presenta al público

Como parte de la investigación, se identifica el salto de lo discursivo a la combinación de otros recursos que son visibles en las plataformas digitales, la creación de un relato

con componentes sonoros, audibles y visibles da otro componente para que se construyan categorías particulares y que identifiquen estos elementos a lo largo de la extracción de datos. En primera instancia el lenguaje da un punto de partida para el levantamiento de información, pero el análisis visual, tiene componentes multimodales como es el color, tipo de letra, fuente, volumen calidad, todo un conjunto de rasgos que explican un hecho con solo observar.

El análisis multimodal se apoya en una diversidad de modos a través de los cuales se da sentido a la construcción y a la circulación de mensajes. El análisis multimodal utiliza un enfoque interdisciplinario y provee conceptos, métodos y un marco para la recolección y análisis de los distintos aspectos de la interacción. (Yépez, López, Cevallos y Cruz, 2019, p.139)

Elementos gráficos como: imágenes, vídeos, coberturas en tiempo real, forman parte de la presentación de información que realizan los medios nativos digitales. En este, Facebook tiene la posibilidad de difundir al usuario estos elementos para la construcción de un relato mediático. En un espacio visual, se crean narrativas que permiten dar a conocer diferentes hechos de carácter social. Esta construcción gráfica, genera que haya un análisis de las publicaciones emitidas por los medios y las reacciones de los usuarios, tomando en cuenta, que los seguidores pueden presentar elementos gráficos que certifiquen un acuerdo o desacuerdo con la publicación.

El lenguaje gráfico se presenta para construir un acto comunicativo con relación aún contexto social, para ello, es oportuno aclarar que para realizar la matriz de contenido se tomó en cuenta elementos que forman parte del análisis multimodal como: texto en la imagen, sonido de los vídeos enlaces a otras páginas, sobre todo en el medio digital Plan V, pues lo fuerte de su ejercicio periodístico estuvo en la página web. A pesar, que en las redes sociales se presentan artes visuales sobre la imitación de la memoria, ninguno de los dos medios presentó este recurso gráfico en las publicaciones. “Las imágenes narrativas que, bien a través de vectores de movimiento (acción) o bien a través de la mirada (reacción), presentan acciones o acontecimientos en desarrollo, procesos de cambio” (Moya & Pinar, 2007, p. 25).

Para la presente investigación, se parte desde el análisis de los contenidos, puesto que, existen elementos de carácter textual que están presentes en las páginas de Facebook del medio digital Wambra EC y Plan V. Los textos que están expuestos en cada publicación son una muestra que cada medio crea su propia narrativa y que esta está apegada a una agenda mediática. De la misma manera a través del análisis de contenido, se puede identificar a los actores intervinientes durante las manifestaciones de octubre de 2019, lo cuales, son citados por los medios al momento de elaborar la publicación. Sí bien, existen datos de carácter cuantitativo que reflejan de cierta manera un seguimiento de los usuarios al medio, estos datos, generan insumos para ser contrastados. El impacto generado por Wambra EC, no es igual al que generó Plan V, a pesar de ocupar una misma red social.

Para ello se elaboró una matriz de contenido, donde se tomó en cuenta, varios elementos que están presentes en el análisis multimodal, esto debido que las redes sociales tienen una particularidad y es la presentación de información con características visuales. Fotografías, imágenes, audios, videos, están presentes en las páginas de los dos medios estudiados, esto permite que haya una categoría exclusiva para cada uno de ellos. En base a la información obtenida, se construye una articulación de datos, para un cruce de información, apoyados de insumos cualitativos y cuantitativos que brindan un panorama particular sobre el rol que tuvieron los medios nativos digitales sobre los acontecimientos de carácter social. El efecto y alcance que puede tener un medio de comunicación durante la cobertura de una coyuntura social, está en la forma de estructurar una noticia, a partir del tratamiento de información. El interés que puede generar dicha noticia, generará un posible enganche con los usuarios, quienes identificarán al medio como vocero de lo que ocurre. Los medios sociales, son los nuevos espacios de convergencia de diferentes usuarios, quienes se apropian como sitio para la participación permanente con otros usuarios provocando interacción entre miembros de la misma red, así sean cuentas institucionales.

Los datos informativos son una base, para comprender un contexto general sobre los medios estudiados, en el caso del medio WambraEc, actualmente tiene 69 921 seguidores y lleva más de 10 años en la red social Facebook, por su parte Plan V tiene 46 927 usuarios que siguen las publicaciones, con 8 años de emitir información en la plataforma antes mencionada. Cada medio tiene su manera de presentar y publicar noticias, a pesar, que son dos medios nativos digitales puesto que tienen una página web donde realizan una

amplia explicación sobre un hecho, el enfoque que brindan a un tema es diferente. Durante el 3-13 de octubre de 2019, los dos medios se posicionaron como referentes para la difusión de noticias sobre las movilizaciones en Quito, cada uno, dio cobertura a diferentes hechos y desde varios sitios de la ciudad apegados a una línea ideológica. En el caso del medio digital comunitario Wambra, de acuerdo a su activismo social apertura espacios de crítica y debate, presentando una propuesta periodística con un enfoque comunitario. De aquí nace la difusión de la información y los elementos gráficos que serán expuestos, así como los temas que serán abordados.

Por otro lado, el medio digital Plan V, dio otro tratamiento a la información, además de dar cabida a otros actores de la sociedad civil que no participaron de forma directa en las manifestaciones, pero formaron parte de la agenda mediática del medio. El ejercicio de investigación periodística que realiza este medio está presente en su página web. Sí bien, durante los 10 días de manifestaciones sociales ocurridas en Quito en octubre de 2019, los dos medios fueron los voceros para un público digital, el rango de aceptación y difusión aumentó y posicionó a las páginas como fuentes directas para ser citadas por otros medios a nivel local y extranjero. La comunicación forma está presente en un mundo que está entrelazado al contexto económico y político, debido a que los elementos informativos se ligan al marketing y al control de las tecnologías como una forma de actividad económica. Este enunciado permite crear un sistema donde la información, los medios y las plataformas digitales se conectan entre sí de manera conjunta formando grupos de multimedia y donde los datos se comparten en una red que se actualiza de manera constate.

Los contenidos en la parrilla mediática, crea una fidelidad entre usuario y canal, este seguimiento se extiende al espacio digital, atrayendo a nuevos perfiles y creando grupos virtuales sobre los programas que son observados en tiempo real; este interés que tiene el consumidor por un programa, genera que el contenido transmitido sea compartido con otros consumidores quienes pueden tener un gusto por temas: político, cultural, artístico, deportivo, académico, entre otros.

A fin de organizar y realizar una compilación de la información difundida por los medios digitales estudiados, se creó una matriz que permita obtener datos singulares de cada publicación, para ello, dicha matriz tuvo elementos que permiten filtrar contenido

difundido entre 3-13 de octubre de 2019 y de esta manera levantar datos de acuerdo a la segmentación creada y expuesta en la matriz.

Para el análisis de contenido, fue necesario crear una matriz que permita acoger y dividir todos los elementos que presentan las páginas de los medios digitales en Facebook, para lo cual, se presenta la primera parte de la matriz donde están presentes datos como: Fechas de la publicación y tipo de publicación, esto determina un camino para realizar el estudio, puesto que a través de la segmentación y diferenciación se levanta datos cuantitativos de las notas que tuvieron características similares y los días que fueron presentados al públicos.

Identificar los lugares desde donde el medio de comunicación realizó la transmisión es importante, puesto que, con esta información, se realiza un mapa de localización obtenido un rango de acción y cobertura periodística. Así también, se logra conocer cuáles fueron los escenarios ocupados para difundir los hechos y la apertura que dio el medio a las personas que fueron entrevistadas.

Los posts presentados en el muro de Facebook, dieron un contexto al usuario, para conocer el tema que se estaba publicando, la redacción y presentación de la agenda mediática, es un elemento, que permite diferenciar la postura que tienen los dos medios. Sí bien Facebook no limita los caracteres utilizados para realizar un posteo, en el caso de Wambra se hizo énfasis en detallar el tipo de publicación apoyados de emoticones o hashtag, mientras que, para Plan V, el énfasis estuvo en ser considerados como un medio que realiza periodismo.

Con el contenido expuesto en cada publicación, se realizó una segmentación para conocer el género periodístico utilizado, también detallar los actores principales y secundarios que están presentes y fueron identificados por el medio durante la difusión de la nota, estos elementos dan una lectura de manera más particular sobre una posible intencionalidad existente originaria desde el medio hacia los usuarios.

Para la segunda parte de la matriz, se recogió datos cuantitativos y cualitativos. La referencia numérica a través, de las reacciones registradas en todas las publicaciones

emitidas por los dos medios, dio cuenta de la aceptación o enojo que plasmaron los seguidores al recibir la notificación de la nota publicada.

De acuerdo al tipo de publicación expuesto por los medios, otro elemento que generó información de carácter cuantitativo, fueron las visualizaciones, es decir, todos los vídeos y transmisiones en tiempo real, así como los programas en vivo realizados por los medios digitales Wambra y Plan V, tuvieron un impacto en el público. El número de visualización denota el enganche que tuvieron los seguidores con el medio, aquí está representado una característica fundamental de la comunicación 2.0 puesto que, el medio tradicional, esperó a los horarios establecidos para noticias y difundir los hechos, mientras que el medio nativo digital, aperturó la transmisión en el momento que se dieron los acontecimientos. Consecuencia de este acto, aumentó el número de veces que fue compartida la publicación, es decir, el material multimedia que estaba presente en la página del medio, empezó a rotar entre los centenares de seguidores expandiendo el mensaje.

De la misma manera, el contenido presentado por los dos medios digitales, generó que haya comentarios, sin embargo, en esta parte de la matriz solo se recoge en primera instancia el número de comentario registrado en cada publicación y por día, esto genera tener un panorama singular sobre las publicaciones que más opiniones registraron durante el 3-13 de octubre de 2019.

Para la parte cualitativa, se incluyeron los hashtags creados por los medios, a pesar, que en Facebook no existen las tendencias como es el caso de Twitter, en la elaboración de contenido el uso de este recurso mediático, estuvo presente.

Para la tercera parte de la matriz de recolección de datos, se inició con un proceso de desagregar las opiniones expuestas en la caja de comentarios de los dos medios de comunicación, durante el 3-13 de octubre de 2019, para lo cual, se crearon categorías para diferenciar los criterios expuestos. Como punto de partida se colocó las palabras y frases que están a favor de la publicación, es decir, todos los comentarios que están de acuerdo con la nota publicada por el medio y tuvieron afinidad con lo expuesto, así también, expresiones de agradecimiento puesto que, durante este levantamiento de información,

centenares de usuarios reconocieron el trabajo periodístico que realizó Wambra y Plan V durante el tiempo que duraron las manifestaciones.

El valor de los datos cualitativos para esta parte de la matriz es clave, pues para la segunda categoría se tomó en cuenta las frases y palabras en contra de las publicaciones; criterios que se presentaron y en algunos casos fueron insultos a personas de imagen pública, para ello, se contempló comentarios que rechazaron los acontecimientos que se observaron mediante las publicaciones de transmisión en tiempo real, comentarios acusatorios en contra de las autoridades e instituciones públicas, comentarios que identificaron a la prensa como vendida, así también insultos en contra del movimiento indígena y de las movilizaciones.

Para la tercera categoría se identificó una particularidad, en la caja de comentarios de los dos medios de comunicación digital, hubo opiniones sobre el Correísmo y Rafael Correa, esto motivo a que haya una categoría exclusiva y se realice un levantamiento sobre los criterios que se emitieron haciendo referencia al Correísmo. Con estos datos se denota que los seguidores reconocieron cierta participación de este grupo en las jornadas de octubre, a pesar que no hubo evidencia que certifique este hecho.

En este contexto las palabras y frases que no tenían nada que ver con la publicación, formaron parte, en este sentido, los usuarios utilizaron el espacio de comentarios para etiquetar a otros usuarios, publicar memes, stickers, emojis. Para la quinta categoría, se hizo énfasis en opiniones que conocían del tema y contexto, es en este espacio también surgieron mini discusiones entre usuarios, además los perfiles complementaban la información con elementos gráficos como; fotografías o videos. En este sentido también surgen las respuestas del medio con los usuarios, algo que lo hizo Wambra en comentarios seleccionados y el peticionario tuvo una respuesta desde el medio, eliminando esta distancia entre audiencia y emisor.

Para la última parte de la matriz, también se colocó la intencionalidad mediática, hay que tomar en cuenta, que el contenido elaborado por el medio, a partir de la agenda durante las jornadas de octubre, marcó una intencionalidad, esto quedó plasmado en las páginas de Facebook de cada medio.



Durante el 3-13 de octubre de 2019, cada medio realizó más de 60 publicaciones, en el caso de Wambra las publicaciones de carácter multimedia como: transmisiones en vivo, alcanzaron el millón de visualizaciones, mientras que, en Plan V, se identificaron comentarios en contra del Correísmo y lo identificaron como los responsables de las protestas.

Tomando en cuenta que, en las plataformas digitales, el contenido es de carácter visual, se consideró las publicaciones que tienen elementos multimedia como: vídeo, fotografías, comunicados, invitaciones, productos comunicacionales que combinan texto y foto. Otro factor, es la identificación de actores, es aquí, donde se realiza un listado de personas e instituciones que son expuestas en las publicaciones las cuales emiten los medios durante esta temporalidad.

La coyuntura social que se generó durante el 3-13 de octubre de 2019, forjó que las redes sociales, sean espacios de apertura a la crítica, cientos de perfiles ocuparon la caja de comentarios donde se realizó las publicaciones por parte de los medios, esto a fin de exponer ideas sobre el acontecer.

Los parámetros para la clasificación de los comentarios y el conteo, estuvo en identificar los criterios a favor o en contra, de lo que se presentó en la publicación; en el caso de los comentarios sobre Correa o el Correísmo, su inclusión es debido a que, en los dos medios de comunicación digital, los usuarios colocaron frases en mención, con esta base, se apertura esta categoría. Por otro lado, se consideró que en la Comunicación 2.0, existe una interactividad entre el medio y su audiencia, para ello, también se aperturó esta categoría de esta manera permite constatar que existe este feedback. El detalle para la presentación de la información de los medios, otorga al investigador bases para su análisis, pues las redes sociales, manejan un lenguaje transmedia creando una historia mediática que puede ser compartida por los perfiles.

## **RESULTADOS Y DISCUSIÓN**

Las plataformas digitales, se convierten en los nuevos espacios donde la comunidad digital demuestra su participación de manera activa en los contenidos publicados y expuestos en las redes. Para ello, es importante mencionar que el papel que tienen los

medios digitales Wambra y Plan V, es una muestra del ejercicio periodístico durante el desarrollo de una coyuntura social.

Una cualidad de la comunicación 2.0 es la interactividad, pues de esta manera, los usuarios se convierten en emisores y receptores de información. Esta participación, da cuenta que la comunicación como proceso de intercambio de criterios está vigente, atrás quedó la linealidad de la comunicación 1.0 en donde el medio solo emitía información al receptor.

Facebook, fue la red social utilizada para el presente análisis, esto tomando en cuenta que el medio de comunicación digital Wambra, está en esta plataforma desde el 29 de diciembre de 2010, inicialmente su nombre fue Wambra Radio, pero el 24 de octubre de 2017 lo cambió a Wambra. Mientras que, Plan V está en la plataforma desde el 9 de agosto de 2013. Estos elementos permiten tener un panorama general, sobre la vigencia que tienen los medios en esta red social y la audiencia digital que siguen las páginas.

Durante 3-13 de octubre de 2019, Facebook, se convirtió en un escenario mediático, por tal motivo, la presente investigación acoge datos que son necesarios para comprender el rol, contenido y la agenda priorizada por los medios de comunicación digital, anteriormente expuestos, frente a los hechos coyunturales que se dieron durante esta temporalidad.

Para lo cual, se presentan algunos gráficos con los resultados de la información obtenida de carácter cuantitativo, la cual, fue procesada por el investigador, en base a la matriz construida y explicada páginas anteriores generando así una recopilación de datos verificables que permiten obtener una comparación entre medios.



Gráfico 1. Número de publicaciones realizadas por los medios de comunicación digitales, Wambra y Plan V

Fuente: elaboración Propia

Con un total de 60 publicaciones el medio digital Wambra, difundió los diferentes hechos ocurridos durante 3-13 de octubre de 2019, a la par de esto, el medio digital Plan V, emitió 62 publicaciones, en la misma temporalidad, y utilizando la misma red social, Facebook. Sin embargo, tres días no se realizan publicaciones, el 5 y 6 Wambra no emite ninguna difusión en su página de Facebook, mientras que Plan V, no lo hace el 5 y 12 de octubre. Esto tomando en cuenta que en las acciones de respuesta frente al decreto N-º 883, se unen nuevos actores sociales.

A pesar de ello, también existen días que reflejan un alto número de publicaciones, como es el 3, 8 y 12 de octubre en caso de Wambra y 7, 10, 11 y 13 del mismo mes en el caso de Plan V, esto permite obtener seguidores y aumentar la audiencia digital, y de esta manera, se realiza un seguimiento a las páginas, debido a que los dos medios, efectúan una cobertura periodística en tiempo real, sobre lo que ocurre en Quito.

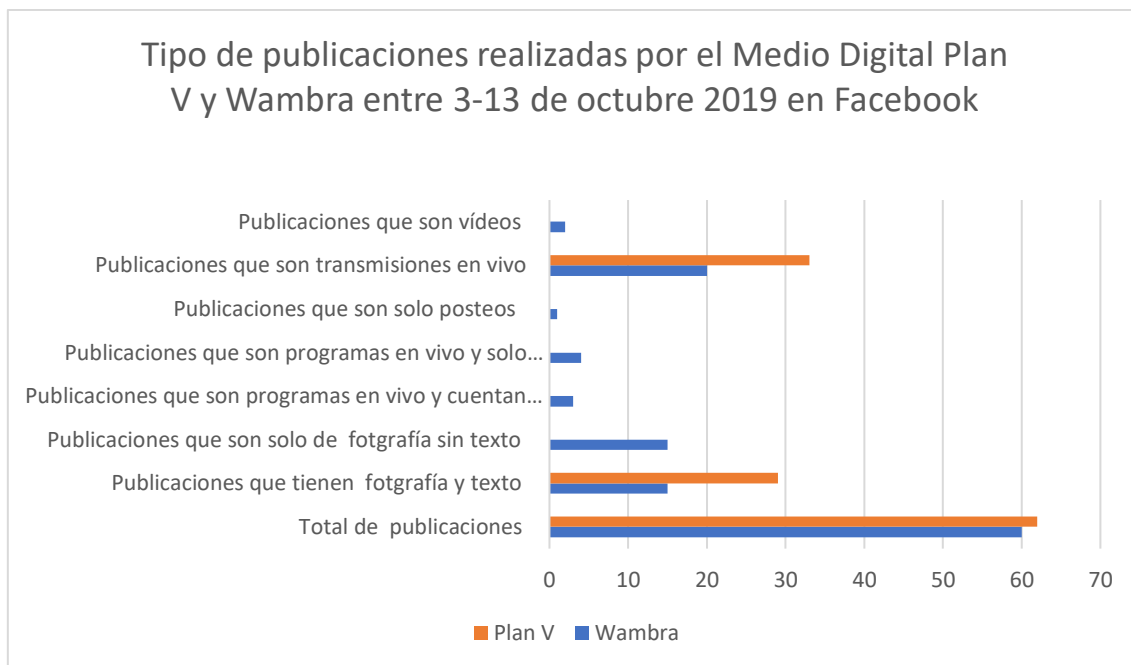


Gráfico 2. Número del tipo de publicaciones realizadas por los medios de comunicación digitales, Wambra y Plan V  
Fuente: elaboración propia

Uno de los recursos más utilizados por los portales de noticias, son las transmisiones en vivo o también conocidas como Facebook Live, esta herramienta, permite realizar coberturas en tiempo real, desde cualquier lugar y a toda hora. Para ello, durante el 3-13 de octubre de 2019, este recurso fue utilizado mayoritariamente por el medio digital Plan V, con un total de 32 publicaciones.

Otros recursos que fueron tomados en cuenta, son las fotografías, vídeos y emisión de programas en vivo. En el caso de las fotografías, el medio de comunicación Wambra, utilizó este material como elemento de apoyo para difundir un hecho, así también, se identificaron fotografías acompañadas de un texto con la finalidad de exponer un mensaje gráfico, particularmente se evidencia más en el medio Plan V, puesto que, existen publicaciones que son de carácter editorial.

En el caso de Wambra, ocupó el espacio de la página, para difundir programas en vivo, una iniciativa que fue utilizada para realizar una evaluación de una jornada, en los mencionados programas, se utilizó vídeos grabados durante una cobertura, los cuales, fueron expuestos al público.

De acuerdo con el uso de la herramienta de Facebook Live, para realizar transmisiones en tiempo real, así como, con la emisión de programas en vivo y las publicaciones que tienen material multimedia como videos, los medios estudiados generaron datos sobre el tiempo que ocuparon para difundir varias publicaciones, sobre las actividades que se dieron durante el 3-13 de octubre de 2019.

En el caso del medio de comunicación digital Wambra, en 29 publicaciones realizadas con elementos anteriormente mencionados, llegó a transmitir más de 18 horas con 21 minutos, Siendo las transmisiones y los programas en vivo, los elementos con más número de horas para su difusión, 8: 33:08 y 5:14:44 respectivamente.

El medio Plan V por su parte, durante el periodo de tiempo de las manifestaciones sociales, también utiliza el recurso de transmisiones en vivo, por medio de Facebook. Generando un total de 10 horas con 43 minutos, siendo en los días 9, 10 y 11 de octubre con más publicaciones utilizando este recurso.

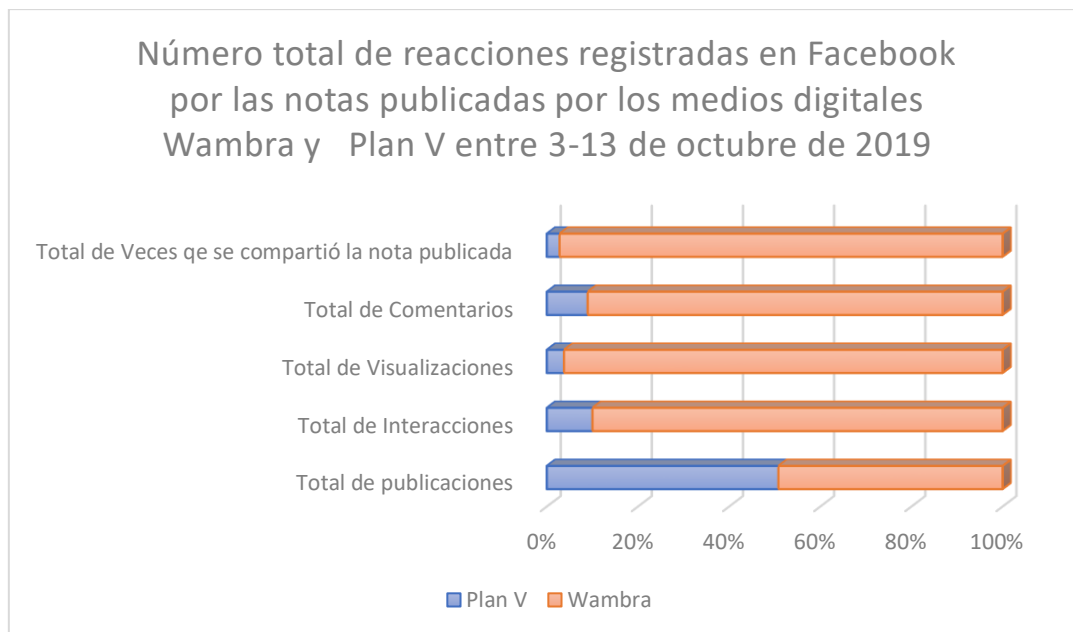


Gráfico 3. Total de reacciones registradas en las páginas de los medios de comunicación digitales, Wambra y Plan V

Fuente: elaboración propia

Los usuarios que utilizan la red social de Facebook, tienen la posibilidad de dejar una reacción a toda publicación que sea visualizada en su muro, esta visualización llega a la página de cada perfil, al momento que este empieza a seguir una página, es decir, se activa

una notificación la cual, informa al usuario que una de las páginas que sigue está transmitiendo algún programa en particular.

Otra manera de conocer la información que empieza a difundir el medio, es de acuerdo al compartir la publicación por parte de otros usuarios, de esta manera, el perfil puede ingresar a la visualización de material multimedia y conocer lo que ocurre en sitio determinado.

En el caso particular de Wambra la visualización total en la página de Facebook fue de 1 826 732 usuarios los cuales identificaron a este medio como uno de los principales voceros de información durante el 3-13 de octubre de 2019, esto debido a la cobertura realizada en diferentes horarios y sitios de la ciudad de Quito. De la misma manera, las publicaciones realizadas por este medio, fueron compartidas 49 263 veces ampliando su audiencia digital. En este sentido Plan V, por su parte, logró alcanzar 71 765 visualizaciones y 1 422 veces que se compartió información desde este medio, si bien, no alcanza a obtener el alto rating del medio anterior, se puede decir que también tiene gran acogida en la audiencia.

En el desglose de reacciones por día, se evidencia que los días 9,10, 11 y 12 de octubre de 2019, el medio de comunicación Wambra, registra un aumento significativo, esto debido a que, de acuerdo al orden de los acontecimientos, la audiencia digital identificó a este medio como uno de los primeros voceros, que contrastaba la información y competía con medios tradicionales, sobre todo el 10 de octubre, cuando los medios tradicionales hablaban de un supuesto secuestro al interior del edificio donde se concentraron los indígenas, el medio digital Wambra hizo una transmisión en tiempo real de todo lo ocurrido.

Por otro lado, el medio digital Plan V presenta en los días 7, 9, 10, 11 y 13 de octubre, un número alto de visualizaciones en las publicaciones emitidas, incluso, desde el 3 de octubre de 2019, las interacciones superan las 1000 visualizaciones

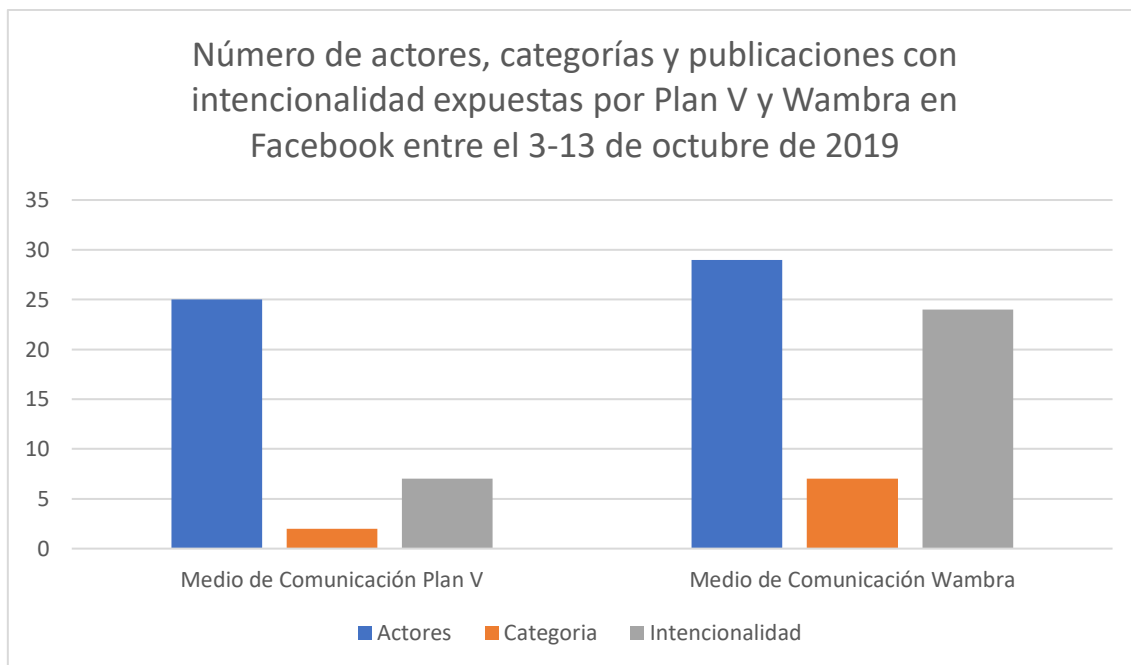


Gráfico 4. Número de actores, categorías y publicaciones con intencionalidad expuestas en las páginas de los medios de comunicación digitales, Wambra y Plan V  
Fuente: elaboración propia

Durante el 3-13 de octubre de 2019, en el medio de comunicación digital Wambra, se identificaron 29 actores entre ellos: Lenin Moreno presidente de Ecuador, María Paula Romo ex Ministra de Gobierno, Movimiento Indígena (como organización), Feministas, Periodistas, FFAA, Policía Nacional, etc.

Paralelo a esto, también se identificaron categorías como: “Paro Nacional” “Movilizaciones” y “represión” estas categorías motivaron a crear un contenido elaborado en base a una idea con cierta intencionalidad, tomando en cuenta la coyuntura del momento.

En cambio en la página de Plan V, se contabilizaron 25 actores que están identificados como: Lenin Moreno, en 5 publicaciones y al Gobierno (como actor) en 6 publicaciones, en las demás publicaciones este medio no identifica actor en sus publicaciones. Sobre las categorías, está presente “Ecuador en conflicto” y “Protestas.”

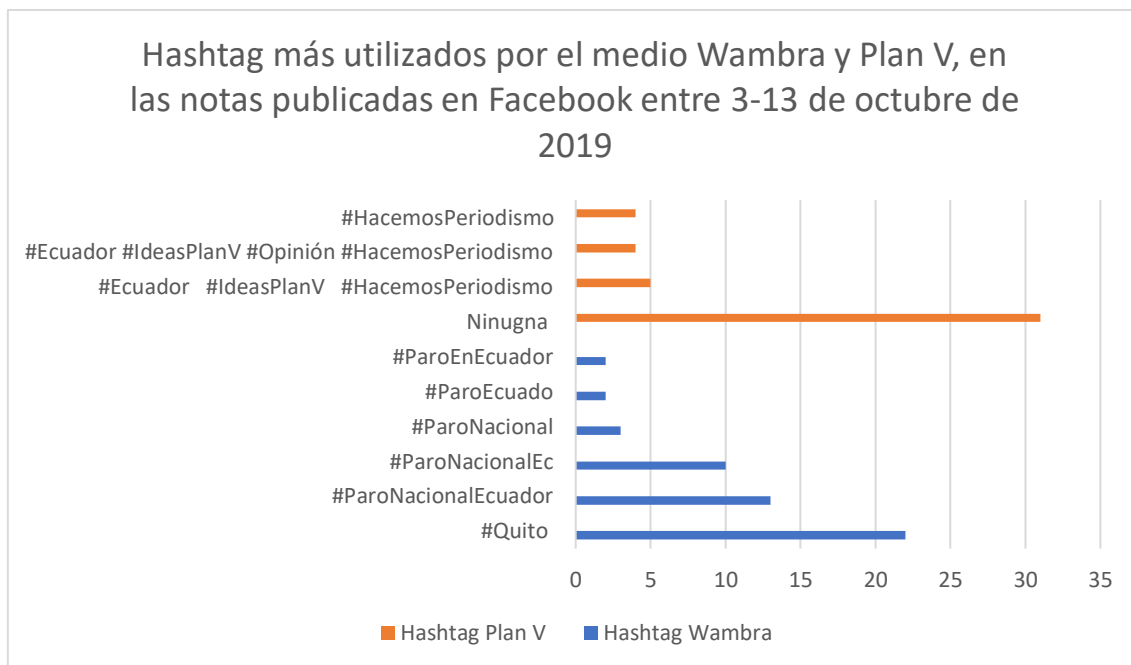


Gráfico 5. Hashtags expuestos en las páginas de los medios de comunicación digitales, Wambra y Plan V

Fuente: elaboración propia

A pesar que en la página de Facebook, no existen tendencias, como es el caso de Twitter, las páginas estudiadas sí hacen uso de este recurso en la redacción del contenido para ser publicado. En el caso de Wambra, el hashtag que más veces se repite en las publicaciones es “#Quito,” pues, se identifica a la capital ecuatoriana como el epicentro del desarrollo de la mayoría de los acontecimientos sociales. Seguido a esto, el hashtag “#ParoNacionalEcuador” también fue utilizado, en más de 10 publicaciones, de acuerdo con el gráfico, el medio reconoce que existe un paro nacional en Ecuador, lo que permite entender un contexto de manera muy general sobre los hechos que ocurrieron entre el 3-13 de octubre de 2019.

En el caso de Plan V, el uso de este recurso no es frecuente, pero, existen publicaciones donde el “#HacemosPeriodismo” está presente. Esto como forma de presentar la información, desde una propuesta periodística, la cual, tiene base en el desarrollo de la investigación apoyada con elementos como son las fuentes de averiguación directa e indirecta. De la misma manera, en el caso de publicaciones editoriales, se aclara en el post, con el “#Opinión” es el criterio de una persona, que puede o no, pertenecer al medio. Además, utiliza el “#PlanV” esto como una forma de identificar al medio para la activación en los motores de búsqueda en redes sociales, en el caso Twitter, mediante la



colocación del hashtag, se verifica el origen de la información generando así una manera de seguir a la página.



Gráfico 6. Hashtags expuestos en las páginas de los medios de comunicación digitales, Wambra y Plan V

Fuente: elaboración propia

En la comunicación 2.0, la interacción está presente entre usuarios, la distancia entre localidades de origen de los perfiles, se acorta pues, forman parte de una red que permite tener un feedback con perfiles de cualquier país o ciudad. En el caso de Facebook, la caja de comentarios, es un espacio donde los usuarios dejan su criterio y es ahí donde se evidencia esta interacción, la cual, puede ser entre perfiles o en este caso con el medio que publica la información. De acuerdo, a la vasta documentación que se generó desde 3 de octubre de 2019, las redes estuvieron invadidas de Fake News (noticias falsas) razón por la cual, los internautas dejaron comentarios en forma de pregunta para el medio, es ahí donde el medio de comunicación Wambra, realiza esta respuesta y brinda ciertos datos en forma de conversación a los perfiles que solicitan; algo común en la comunicación digital.

Mientras tanto, el medio de comunicación Plan V, no realiza esta interacción, mantiene vigente la comunicación unilateral, a pesar que Facebook, es una red social. De modo que no existe una respuesta desde este medio a las interrogantes de los seguidores, la caja de

comentarios en cada publicación se mantuvo activa y fue un escenario de debate entre seguidores.

Los acontecimientos sociales que se dieron en Ecuador durante el 3-13 de octubre de 2019, tuvo una particularidad, pues las redes sociales fueron el campo de difusión de varios hechos, fotografías y material multimedia permiten poner en contexto sobre lo que ocurría en Quito durante este periodo de tiempo.

Miles de usuarios que tienen cuenta en Facebook, ocuparon la caja de los comentarios, como una forma de exponer su criterio frente a lo que iba ocurriendo. Las cuentas que tienen los usuarios en esta plataforma identificaron a algunos culpables, y emitieron información no verificada sobre el tema expuesto, preguntaron datos sobre la publicación, crearon un espacio para una confrontación entre usuarios, tomando en cuenta la postura ideológica, representada en una frase, una oración o un meme.

Para ello, con el apoyo de la matriz levantada para la obtención de datos, permitió diferenciar en el caso los comentarios, los que estaban a favor de la publicación, en contra de la misma, quienes identifican al correísmo, los comentarios que no tienen nada que ver con la publicación y los que tienen elementos alusivos al tema.

Es importante mencionar que durante la revisión de todos los comentarios expuestos en las páginas de los medios Wambra y Plan V, existen opiniones de usuarios que hacen referencia a Rafael Correa, como actor y al Correísmo, como responsables de los acontecimientos sociales, para ello, se dio apertura a una categoría y que forma parte de este análisis.

En el caso del medio de comunicación digital Wambra, el día 10 de octubre de 2019, la cantidad de comentarios sobre pasaron los 10 mil, una cifra que superó los comentarios de todas las publicaciones anteriores, tomando en cuenta, que hubo coberturas en tiempo real desde el 3 de octubre. Durante la obtención de la data, se pudo conocer el reconocimiento del público digital, al trabajo realizado por el medio, es decir, en la caja de comentarios, las frases de gratitud por las coberturas e información publicada dio un posicionamiento al medio lo que a posterior se convertiría como una fuente oficial para medios nacionales y extranjeros.

Los diferentes lugares desde donde se realizó la cobertura, también es un elemento a considerar, puesto que el 12 de octubre de 2019, se convirtió en el día más álgido, en la mañana desde la Av. Amazonas, se concentraron grupos feministas para la marcha en rechazo al decreto No 883, evento que fue cubierto por el medio, y en horas de la noche se daría un cacerolazo en diferentes barrios de Quito y que también estuvo en la página.

En el caso del medio digital Plan V, el escenario es totalmente diferente en algunos casos y en otros es similar a Wambra, como la expresión de comentarios en agradecimiento a la información publicada por el medio. Sin embargo, para el día 10 de octubre de 2019, el medio se enfrentaría a comentarios de rechazo, puesto que en la cobertura en vivo que realiza Plan V ese día al interior del edificio donde se concentraron los indígenas, se había creado el mensaje que 8 policías se encontraban retenidos. Para ello, se identificaron comentarios donde se expuso que detrás de los hechos estaba el Correísmo, sobre todo durante los enfrentamientos que se dieron al contorno de la Asamblea Nacional.

Entre el 11 y 13 de octubre de 2019, Plan V, utiliza de manera permanente la cobertura periodística mediante Facebook Live, el 11 de octubre son varias emisiones que se desarrollan desde diferentes sitios de la capital, mientras que el 13 de octubre, luego del dialogo realizado con personas representantes al Movimiento Indígena y del Gobierno, el medio difunde información que fue respondida por la audiencia y mejoró la cantidad de seguidores de este medio.

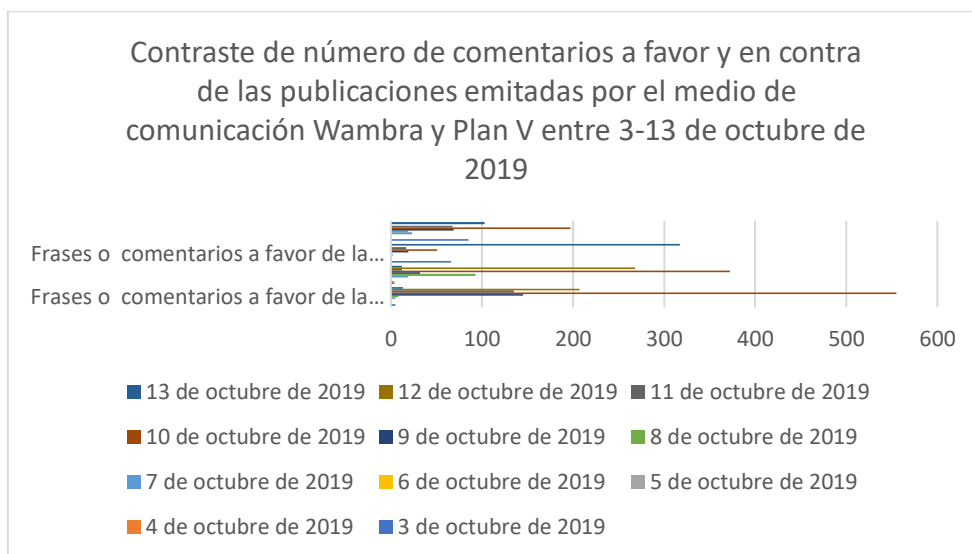


Gráfico 7. Número de comentarios por tema y por día, expuestos en las páginas de los medios de comunicación digitales, Plan V

Fuente: elaboración propia

El análisis realizado con la información presentada en las redes sociales pertenecientes a los medios digitales Wambra y Plan V, permitió segmentar en varias categorías la masiva opinión dejada por los centenares de usuarios que dieron seguimiento a las publicaciones que se presentaron entre 3-13 de octubre de 2019.

Para ello, la primera parte del análisis de contenido está integrada por los comentarios expuestos por los usuarios, en este sentido, las categorías a favor y en contra, permiten detallar y conocer el criterio de los usuarios durante la temporalidad que se dieron los hechos sociales, durante el levantamiento de datos surgieron particularidades, y una de ellas, se da al momento que usuarios identificaron el hecho difundido por el medio, conocieron la noticia y de acuerdo a cómo fue presentada, dieron su criterio, tomando en cuenta su línea ideológica, política, cultural, local y religiosa.

En el caso de los comentarios a favor, la mayoría de criterios expuestos, fueron en agradecimiento con el ejercicio periodístico que realizaron los dos medios, opiniones de gratitud, estuvieron presentes desde 3 de octubre de 2019. Así también, se evidenció mensajes de solidaridad con los indígenas, esto quedó registrado desde su llegada a la capital y durante los enfrentamientos en las inmediaciones de la Asamblea Nacional y el parque El Arbolito, uno de los hechos que generó indignación en la comunidad digital fue al momento que una bomba lacrimógena cayó al interior de la Universidad Salesiana, sitio que fue de acogida para las personas que llegaron de otras provincias, la publicación expuesta en el medio de comunicación Wambra, generó la visualización de este acontecimiento.

En el caso de Plan V, también hubo mensajes de gratitud; la audiencia reconoció el valor de investigación que tiene el medio, tomando en cuenta que Plan V, en la página de Facebook no expone el artículo completo de los hechos, pues, lo difunde mediante un enlace conector, el cual, redirecciona a la página web, donde presenta de manera más detallada la información.

## Imagen nube de palabras No 8.1



Nube de palabras expuestas en la caja de comentarios en la página de Facebook del medio de comunicación digital, Plan V  
Fuente: elaboración propia

Como refuerzo para este análisis, se utilizó la herramienta digital WordArt, a fin de presentar un contraste de los comentarios recogidos en las dos páginas pertenecientes a los medios digitales investigados, en el caso de los comentarios presentados a favor de la publicación, se presentan palabras que tienen un sentido de gratitud con la labor que realizaron los dos medios durante el 3-13 de octubre de 2019, los seguidores reconocieron que los medios digitales, fueron los primeros en presentar informar de lo que ocurría en Quito y apoyados de elementos multimedia para la difusión masiva por redes sociales, se aumentó el rango de alcance de la nota publicada permitiendo llegar a sitios lejanos.

Se puede visualizar que el público seguidor de este medio comunitario digital, reconoce el apoyo al Movimiento indígena, el trabajo periodístico realizado como transmisiones en tiempo real de diferentes hechos, el rol del pueblo durante esta temporalidad y la presencia de Dios, como una forma religiosa presente.

## Imagen nube de palabras No 8.2



Nube de palabras expuestos en la caja de comentarios en la página de Facebook del medio de comunicación digital, Wambra  
Fuente: elaboración propia

Así también se denotó que las palabras “hermano,” “solidaridad” y “Dios les pague” estuvieron presentes en este espacio digital, los perfiles reconocieron que inicialmente era un paro por la eliminación al subsidio del combustible iniciado por los transportistas, sin embargo, con el paso de días, los actores que tomaron la palestra mediática fueron los indígenas, término que cubrió la presencia de varias comunidades y pueblos de diferentes nacionales asentadas a nivel nacional y que por un periodo de tiempo residieron masivamente en Quito, particularmente de provincias como: Cotopaxi, Chimborazo, Imbabura, entre otras.

Wambra y Plan V, se convirtieron en dos fuentes verídicas como réplica para medios internacionales, la cobertura activa realizada desde el inicio de las manifestaciones, el análisis y programas en vivo dieron fueron elementos que aportaron para posicionar a los dos medios como los ojos de la ciudadanía.







En el caso de la categoría comentarios en contra de la publicación, existe una alta demanda de los criterios expuestos por parte de los usuarios, en contra de lo que estaba ocurriendo. El tercer día de octubre del 2019, con el inicio del paro, los comentarios en contra alimentaron las páginas, el rechazo a esta medida se daba debido a la falta de movilización a los puestos de trabajo y al aumento de tiempo para desplazarse de un sitio a otro. Así también, se trató del mal servicio que se brinda en el transporte público y la falta de seguridad en el mismo. Para el medio día, los comentarios cambiaron de enfoque, pues en el Centro Histórico de Quito se daban fuertes manifestaciones sociales y previo a esto el presidente Moreno había declarado estado de excepción en el país. Esto desató una lluvia de críticas sobre diferentes cosas.

Con el paso del tiempo, la situación a nivel nacional subió de tono, la prensa tradicional ecuatoriana, formó parte de los comentarios. El rechazo a los medios generó disturbios que fueron iniciados en redes sociales y llevados a lo tangible con el incendio a las instalaciones.

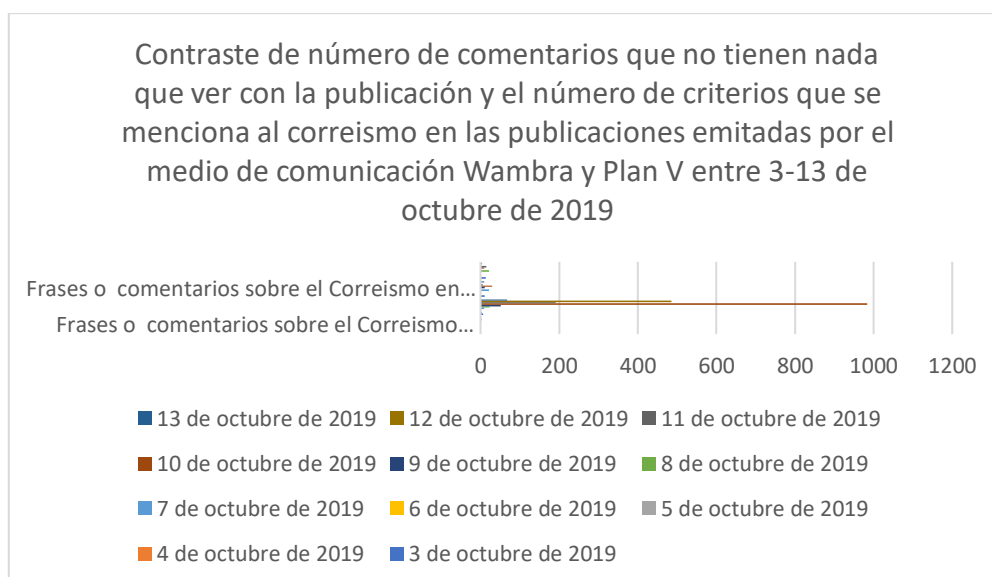


Gráfico 9. Número de comentarios que no tienen nada que ver con la publicación y criterios sobre el Correísmo, expuestos en de los medios Wambra y Plan V  
Fuente: elaboración propia

En el marco de una coyuntura social las plataformas digitales albergan a cientos de cuentas, las cuales, comparten información sin conocer su origen y pueden caer en un rumor digital, y de esta manera crear un ambiente de incertidumbre entre los perfiles que observan y leen los datos. Este factor, estuvo presente en las páginas de los medios

estudiados; la desinformación y el rumor también ocuparon un espacio significativo, sobre todo en el medio de comunicación Wambra, en el cual, se identificaron opiniones que no tenían nada que ver con lo que sucedía, así también, se registraron comentarios donde se etiquetaba a otros usuarios para alertar de lo que pasaba. Es decir, la caja de comentarios cumplió el rol de información, puesto que, los usuarios etiquetados no necesariamente pueden seguir la página de los medios estudiados.

Durante este espacio de tiempo, los usuarios aportaron con fotografías, videos y documentos sobre lo que iba pasando en diferentes sitios a nivel local, los sitios para compartir esta información fueron en los comentarios, es decir, el criterio que el usuario presentaba fue en la publicación, todo el material gráfico, generó que haya más comentarios del comentario.

Otro punto a resaltar, fueron las denuncias realizadas, el medio de comunicación fue el espacio para poner en la palestra el trato que existió entre policías y manifestantes, un conflicto que se vivía en las calles de Quito, pero que se trasladó a las redes sociales y generaron noticias sobre todo en el número de muertos, heridos y detenidos.

De la misma manera, se evidenció un Feedback en tiempo real, durante las transmisiones en vivo que desarrolló el medio de comunicación, los usuarios que empezaron a seguir la transmisión, constataron que las declaraciones realizadas por los reporteros de los medios tradicionales, que se encontraban al interior del edificio donde se concentraron los indígenas el 10 de octubre de 2019, sean verídicas, para ello, la caja de comentarios se convirtió en una respuesta inmediata a lo que se escuchaba y observaba durante dicho tiempo.

## Imagen nube de palabras No. 9.1



Nube de palabras expuestos en la caja de comentarios en la página de Facebook del medio de comunicación digital, Wambra  
Fuente: elaboración propia

Por su parte, en el medio de comunicación digital Wambra, las referencias hacia Correa o al Correísmo también estuvieron presentes, pero en menor grado, la audiencia activa que sigue a este medio, identificó a la ex Ministra de Gobierno, al Ministro de Defensa y a la Policía Nacional como actores principales de una represión social y forjó una visión humanitaria social.

Es durante eventos de gran magnitud, donde se presentan estas particularidades, las cuentas que generar este rastro en los comentarios, pueden tener una intencionalidad. Aquí el medio solo es un puente de información, pues no emite un criterio de valor sobre una persona en particular, son los usuarios quienes crean un mini debate en las páginas de los medios, utilizando términos que pueden llegar a atentar contra la imagen de una persona.

## Imagen nube de palabras No. 9.2



Nube de palabras expuestos en la caja de comentarios en la página del medio de comunicación digital, Plan V

Fuente: elaboración propia

Una situación que se presentó en los medios investigados, fue el identificar a Rafael Correa o al Correísmo en los comentarios que dejaban los usuarios, es aquí, donde se pudo apertura otra categoría que permita conocer las causas de esta relación. En el caso del medio de comunicación digital Plan V, el público digital, atribuía que los hechos que estaban ocurriendo en Quito, tenían relación con el Correísmo. Esta información no verídica, circuló por varios días y estuvo presente en los comentarios, sobre todo en días de mayor presión social como el 3, 7, 9, 10 y 13 de octubre de 2019. Esto denotó que cientos de usuarios identifiquen a Rafael Correa o al Correísmo, como un actor vigente en la política y en los hechos sociales de octubre. Incluso desde el Gobierno de Ecuador, se indagó existía de una supuesta participación activa de grupos infiltrados para desestabilizar la permanencia de Moreno en la presidencia durante el tiempo que duraron las movilizaciones.

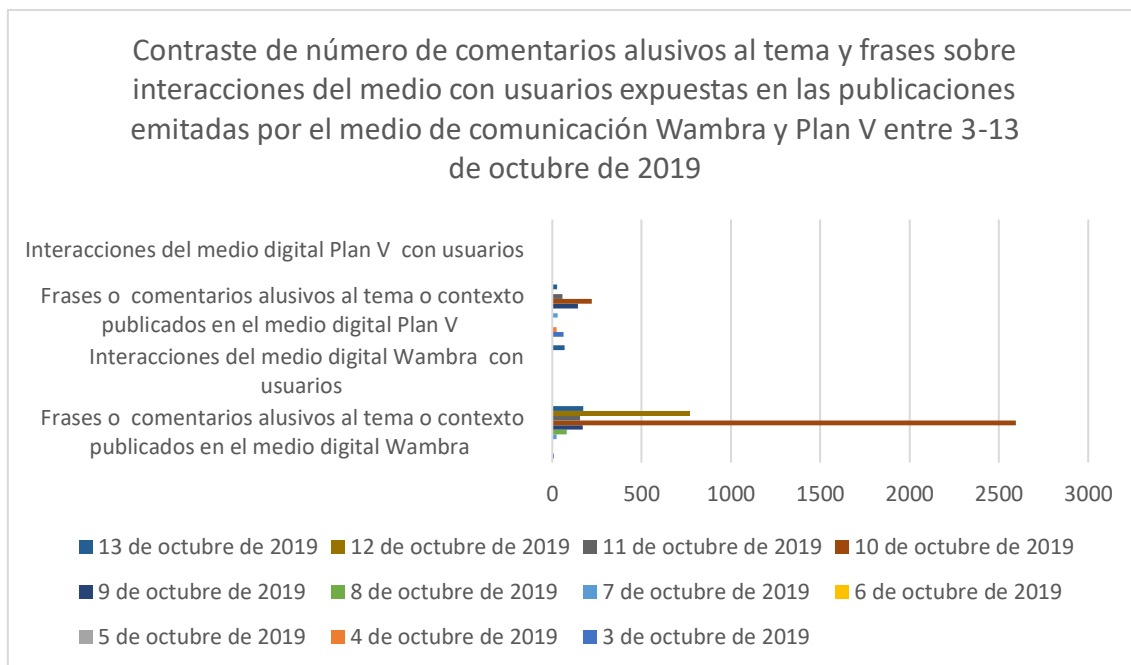


Gráfico 10. Número de comentarios que alusivos a la publicación y respuestas de los medios para los usuarios, expuestos en las páginas de Facebook de los medios de comunicación digitales, Wambra y Plan V

Fuente: elaboración propia

La Comunicación 2.0 permite que los medios de comunicación nativos y migrantes digitales, puedan interactuar de manera directa con los perfiles. En el caso de las redes sociales, las cuentas institucionales al igual que las cuentas personales convergen en un espacio donde el uno necesita del otro. La participación, la interconexión y el intercambio de mensajes está presente en la comunicación 2.0. Espacios como: páginas web, blogs, y las redes sociales tienen un feedback de manera permanente.

La audiencia digital presente en este espacio, a más de conocer la información publicada por el medio, también crea una historia propia apoyada de elementos multimedia como fotos, videos, memes que relatan una coyuntura social, el punto de vista de cada perfil es diferente a otro y es aquí donde se presenta un debate entre usuarios donde el medio es el puente de conexión donde se plasman estos puntos de vista. La participación activa que tiene una persona y el acceso a datos de primera mano, pone en la palestra la facilidad que tienen los perfiles para enviar, compartir y eliminar información utilizando medios sociales.

En cuanto a las publicaciones emitidas por los portales de comunicación Wambra y Plan V, miles de usuarios, realizaron aportes sobre lo que ocurría en la ciudad. Desde el 3 de



También se daban denuncias sobre casos aislados que surgían en varios sitios de Quito, el ataque con bombas lacrimógenas en el sector de la Asamblea Nacional y en los centros temporales de paz, que fueron las instalaciones de las universidades.

Los medios tradicionales de comunicación fueron etiquetados y uno de ellos incinerado, la información verídica estaba en los medios digitales, en el caso de Wambra, llegó a convertirse en un vocero internacional. El usuario digital identificó, además, que el poder mediático, estuvo organización desde una agenda política.

### Imagen nube de palabras No. 10.2



Nube de palabras expuestos en la caja de comentarios en la página del medio de comunicación digital, Plan V  
Fuente: elaboración propia

Vandalismo, manifestaciones, violencia, prensa vendida, infiltrados y demás palabras fueron citadas durante la jornada de octubre de 2019. Quito fue el escenario donde se desarrollaron la mayoría de acciones que tuvieron como finalidad la derogatoria del decreto #883, en varios sitios de la ciudad, se registraron movilizaciones y enfrentamientos con la fuerza pública.

Calles del Centro Histórico en Quito, fueron ocupadas por centenares de personas que pedían la derogatoria del decreto al presidente Lenin Moreno, mientras esto ocurría en la capital, en Guayaquil se daban acciones a favor de la democracia y se promulgaba paz. Por otro lado, los portales de información tradicional, los cuales, fueron reconocidos

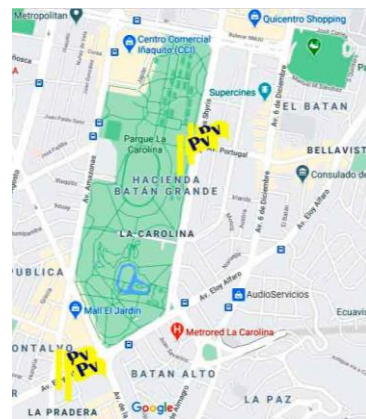
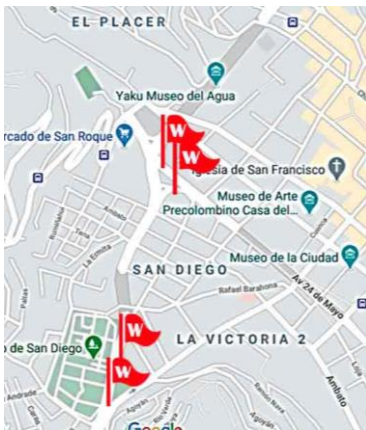
como voceros de crear una realidad diferente y en el centro el movimiento indígena que ocupó varios sitios como: la CCE y las instalaciones de las Universidades Salesiana, Central y Católica, las cuales, durante octubre fueron consideradas como sitios de paz.

A pesar que existió una tendencia mayoritaria en favor del grupo indígena presente en la capital, según los datos obtenidos, también hubo, comentarios en contra, pues al existir un enfrentamiento social, por las calles de Quito no hubo paso vehicular, esto dificultó la movilidad de personas que debían trasladarse a diferentes zonas. De la misma manera, el desabasto en productos de primera necesidad, los cuales, no llegaban a la ciudad por el cierre de vías.

Por otro lado para el 12 de octubre de 2019, se creó una tendencia en los medios sociales sobre todo en horas de la noche, donde miles de personas fueron convocadas para realizar un cacerolazo, a pesar de no tener una autorización, las calles de los barrios en Quito, fueron copadas por moradores que llevaron ollas a pesar de existir un toque de queda, la ciudadanía salió de sus hogares, mientras los medios tradicionales hablaban que las concentraciones eran por la paz, la respuesta en las redes sociales, contrastaba esta declaración e inició un camino para que haya una conversación entre representantes del ejecutivo y los integrantes del movimiento indígena, con la finalidad de obtener una solución.



## Imagen sitios de cobertura No. 11



Mapa de los sitios donde se realizaron las coberturas de los medios de comunicación digital, Wambra y Plan V

Fuente: elaboración propia

De acuerdo con los datos levantados mediante la matriz de contenido, se creó un mapa que permite reconocer los lugares donde se emitieron las transmisiones en vivo, durante las jornadas del 3-13 de octubre de 2019, varios hechos fueron publicados en el muro de Facebook de Wambra y Plan V.

Wambra inició una cobertura periodística en el Centro Histórico, el 3 de octubre de 2019, y su rango de acción, se extendió hacia el centro norte de Quito, tomando en cuenta la

Av. 10 de agosto, Av. Amazonas, barrio San Blas, parque Alameda, contorno de la Asamblea Nacional, Parque El Arbolito, exterior e interior de la CCE e inmediaciones de las universidades. Así también, se evidenció que este medio digital, cubrió hechos que desarrollaron en el sector de San Diego y San Roque. Por otro lado, Plan V, tuvo una presencia mediática en sectores como: Contorno de la Asamblea Nacional, parque El Arbolito, exterior e interior de la CCE, Av. Coruña y Toledo, Ministerio de Ganadería y Av. De los Shirys.

Entre los resultados presentados en la presente investigación, están el uso de herramientas multimedia para la difusión de la información emitida por los dos medios de comunicación digital estudiados. Tomando en cuenta que, el campo de acción para la emisión de publicaciones, es la plataforma digital Facebook, el tratamiento de cada publicación estuvo desde la Agenda Setting, la priorización para la difusión de cada noticia, la transmisión desde un lugar específico y el análisis realizado por el equipo periodístico al finalizar una jornada diaria de cobertura, denota que desde el medio de comunicación, existe una prioridad informativa, la cual, fue plasmada durante la cobertura del 3-13 de octubre de 2019.

La creación y emisión de elementos gráficos como: fotografías, vídeos en tiempo real y la difusión de programas mediante Facebook Live, dieron una versión de los hechos a los usuarios que utilizaron Facebook, como una plataforma para obtener información sobre lo que ocurre en la ciudad; esta necesidad nace desde el público activo, puesto que busca información y el medio de comunicación tradicional no satisface esta necesidad. Para lo cual, los medios nativos digitales, que tienen cuenta activa en Facebook, se colocaron en la primera opción de búsqueda, para comprender el acontecer local, cada publicación expuesta en el muro de Facebook de Wambra y Plan V, sirve como un punto de partida, para conocer un contexto. La evidencia de una agenda mediática, está plasmada en cada cobertura, cada entrevista realizada por los medios de comunicación estudiados. Si bien, durante el 3-13 de octubre de 2019, los reporteros de los dos medios estudiados Wambra y Plan V, compartieron un mismo espacio geográfico en ciertos días.

## CONCLUSIONES

- La creación y publicación de cada noticia, imagen, fotografía y vídeo en las páginas de Facebook, de los medios Wambra y Plan V, fue diferente, cada medio expuso un contenido apegado a la ejecución de su agenda. Esto permitió, identificar que en un mismo espacio geográfico existan dos versiones diferentes sobre un mismo hecho, además, se incluyeron actores que fueron identificados por el medio, como soporte al contenido publicado.
- El rol de los medios informativos, no se alejó de su construcción editorialista, en el caso del medio comunitario Wambra, su ejercicio periodístico estuvo desde la vereda de los actores sociales, como respuesta a lo que emitía el gobierno u otro medio de información tradicional. A pesar de la aclaración que Plan V, realizó en cada posteo sobre la realización de periodismo, puso en duda su ejercicio profesional al dar cabida a actores que estaban en contra de las movilizaciones como fue el caso del plantón por la paz en la Av de lo Shirys.
- Las redes sociales, fueron el nuevo campo de acción para la difusión de noticias y material gráfico sobre las manifestaciones de octubre de 2019, Facebook y Twitter dieron cabida a denuncias, comentarios, y tendencias sobre los diferentes hechos que se fueron desarrollando entre el 3-13 de octubre. Para ello, aplicar el análisis multimodal, dio pautas para entender cómo se construyen las narrativas en las redes sociales apoyados de elementos gráficos.

### Cobertura Plan V

- Plan V hizo un total de 62 publicaciones durante el 3-13 de octubre de 2019, es un medio que tiene espacios editoriales, su rol frente a las manifestaciones de octubre, fue de informar a sus seguidores sobre los diferentes acontecimientos que se dieron. A pesar, que realizó varias transmisiones en vivo como una manera de informar en tiempo real sobre el panorama existente en los exteriores de la Asamblea Nacional, fue en su página web, donde desarrollo una investigación más amplia sobre los sucesos generados, es decir, en el caso de Plan V, el uso de la plataforma de Facebook es una canal de enlace para su página.

- En el rango de coberturas periodísticas, Plan V, dio voz a otros actores que se ubicaron en otros escenarios geográficos, pero en la misma temporalidad, esto denotó que el usuario ponga en tela de duda la visión imparcial del medio.
- Los seguidores del medio de comunicación digital Plan V, apuntaron a que el grupo de correístas y Rafael Correa, estaban detrás de las manifestaciones, fue en los comentarios de este medio donde se encontraron comentarios sobre este tema, lo que permitió dar apertura a una categoría que hable específicamente sobre esto.
- La agenda de información presentada por Plan V, no estuvo tan enfocada a evidenciar el choque social entre actores, su postura fue más de carácter de recopilador de datos, a fin de escribir una historia y que esta sea contratada con la información presentada.
- A pesar de tener una presencia en Facebook desde 2014, Plan V, busca posicionar su página web, pues uno de los elementos periodísticos más fuertes que tiene este medio es la investigación, además, se apoya de la fotografía otro recurso que tiene un alto valor por su calidad.
- Sí bien el contenido expuesto en varias publicaciones carece de datos informativos, el ejercicio periodístico trató de responder algunas preguntas de los usuarios, la narrativa creada por Plan V, dio a los seguidores una visión diferente a la presentada en los medios tradicionales.

#### Cobertura Wambra

- El medio digital comunitario Wambra, realizó 60 publicaciones entre 3-13 de octubre de 2019, partiendo desde un enfoque social, su papel periodístico durante las manifestaciones fue difundir la represión estatal, las marchas del movimiento indígena, la organización al interior de los centros de paz. Durante las emisiones realizadas por el medio, trabajó con emisiones en tiempo real y horas de la tarde noche, emitió programas en vivo desde Facebook a manera de construir un resumen de la jornada.

- Wambra tuvo una postura comunitaria frente a los acontecimientos que se vivió en el Ecuador, para lo cual, en su contenido se difundió el hashtag #ParoNacionalEcuador, así como la ciudad en donde mayoritariamente se daban los diferentes hechos en contexto de las manifestaciones sociales.
- Uno de los medios que realizó transmisiones en vivo sobre la represión policial, fue Wambra, además, su rango de acción no solo estuvo en el centro de Quito, pues también acompañó a las diferentes marchas que se dieron en otros sitios de la ciudad como: Av. Amazonas, Av. 10 de agosto, sector de San Diego.
- La agenda mediática en el caso de este medio, estuvo elaborada para dar voz a diferentes representantes de la sociedad civil, su información contrató la versión del ejecutivo y puso en la palestra informativa denuncias sobre el abuso de poder.
- Wambra, se convirtió en uno de los medios referentes a nivel internacional, su ejercicio periodístico, captó la atención de millones de usuarios, incluyendo a la prensa internacional. Una particularidad que tuvo el medio, fue la emisión de información mediante las transmisiones en vivo a diferentes horas y de diferentes sitios.

#### Comparación entre los 2 medios que dan cobertura

- Wambra y Plan V utilizaron la transmisión de Facebook en vivo, para difundir las coberturas periodistas durante el 3-13 de octubre de 2019. A pesar que los instrumentos fueron una cámara con acceso a internet, permitió que tener un aumento significativo de audiencia digital y posicionar a los dos medios como voceros para la prensa internacional.
- Las plataformas digitales, se convierten en espacios de convergencia social, y desde donde los usuarios crean y comparten contenido a fin de obtener interés y captar la atención de sitios mediáticos que utilizan la información para compartir con sus seguidores.
- Durante la investigación, el criterio a favor o en contra sobre el correísmo está presente en los usuarios. Es decir, que durante las jornadas de protesta perfiles

identificaron este particular a pesar que no hubo una relación comprobada legalmente.

- El uso de las herramientas multimedia que están presentes en Internet, permite que los medios de comunicación generen una mayor visualización al contenido que realizan. Es decir, se crea la nota periodística y se complementa con un vídeo o fotografía, los cuales, pueden ser en tiempo real.

## VII REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Alianza por los Derechos Humanos. (2019). *Informe de verificación sobre Derechos Humanos, paro nacional y levantamiento indígena. Octubre 2019 Ecuador*. Alianza por los Derechos Humanos.

CIESPAL. (2018). *Medios comunitarios y software libre para democratizar la comunicación en el FLISO 2018*. Consultado el 29 de abril de 2021. <https://ciespal.org/medios-comunitarios-y-software-libre-para-democratizar-la-comunicacion-en-el-flisol-2018/>

Crovi Druetta, D., López Cruz, M. y López González, R. (2009). *Redes sociales: análisis y aplicaciones*. Plaza y Valdés, S.A. de C.V.

Morejón, R. y Zamora, B. (2019). Historia, evolución y desafíos del periodismo digital en el Ecuador. *Textos y contextos*. 18, 11-24.

Alarcón, J. (2009). *Ética y Periodismo*. Desclée De Brouwer S.A.

Almeida. (2019). *La Comunicación para la transformación social. Comunicación y modelo de desarrollo. Análisis de la transición a la era del periodismo digital: el caso de “Wambra”*. [tesis de pregrado, Universidad Central del Ecuador]. Repositorio Institucional UCE <http://www.dspace.uce.edu.ec/handle/25000/19776>

Arroyas, E. y Berná, C. (2015). *La persuasión periodística. Retórica del artículo de opinión*. Barcelona: UOC.

- Cáceres, P. (2003). Análisis cualitativo de contenido. Una alternativa metodológica alcanzable. *Psicoperspectivas. Individuo y Sociedad*, 2(1), 53-82. doi:10.5027/psicoperspectivas-Vol2-Issue1-fulltext-3
- Can, K., Peña-López, I. y Haberer, M. (2017). ¿Qué es la tecnopolítica? Un esquema conceptual para entender. *Derecho y Política*, 24, 3-20. doi: 10.7238/idp.v0i23.3061
- Castells, M. (2006). *La sociedad red: una visión global*. Alianza.
- CIESPAL. (2013). Medios digitales en Ecuador, cuántos son y qué hacen. *Chasqui*, 112-117.
- Colona, C. y Vergara, J. (2017). *Comunicación y Cambio*. Fondo de Cultura Económica.
- Donsbach, W. y Traugott, M. (2008). *The Sage Handbook of Public Opinion Research*. Arrangement.
- Fernández, F. (2002). El análisis de contenido como ayuda metodológica para la investigación. *Revista de Ciencias Sociales*, 96(2), 35-53.
- Fernández, J. (2016). Plataformas mediáticas y niveles de análisis. *Mediaciones de la Comunicación*, 11, 71-96.
- Fresno, C. (2018). *¿Son eficientes las redes sociales?*. El Cid Editor.
- Fundamedios. (2015). *Listado de medios nativos digitales en Ecuador*. Consultado el 29 de abril de 2021. <https://www.fundamedios.org.ec/listado-de-medios-nativos-digitales-en-ecuador/>
- García, J. (2015). *Comunicar en la Sociedad Red: teorías, modelos y prácticas*. UOC.
- Gomis, L. (1991). *Teoría del Periodismo: Como se forma el presente*. España: Paidós.
- Gomis, L. (2001). *Teoría del Periodismo*. Paidós.
- Guzñay, M. (2019). *Medio digital comunitario y participación social: estudio de caso de la experiencia de Wambra Radio: participación activa en el levantamiento indígena – paro nacional en el año 2015*. [tesis de pregrado, Universidad Central del Ecuador]. Repositorio Institucional UCE. <http://www.dspace.uce.edu.ec/handle/25000/19893>

- Herrán, P. (2020). Narración de los días en que los indígenas fueron acogidos en la UPS. En P. Herrán, F. Garcés, S. Granda, K. Altamirano, P. Guarderas, C. Carofilis, L. Larrea. *La Salesiana frente a la movilización popular de octubre de 2019. Memoria de una acción solidaria* (pp. 9-12). Abya Yala y Universidad Politécnica Salesiana.
- IFEX. (2019). *49 periodistas agredidos es el saldo total hasta sexto día del paro nacional*. Consultado el 29 de abril de 2021. <https://ifex.org/es/49-periodistas-agredidos-es-el-saldo-total-hasta-sexto-dia-del-paro-nacional/>
- Igartua, J. y Humanes, M. (2014). *El método científico aplicado a la investigación en comunicación social*. Consultado el 29 de abril de 2021. [https://www.researchgate.net/profile/Maria-Humanes/publication/237584442\\_El\\_metodo\\_cientifico\\_aplicado\\_a\\_la\\_investigacion\\_en\\_comunicacion\\_social/links/00b49526104d2d1485000000/El-metodo-cientifico-aplicado-a-la-investigacion-en-comunicacion-social.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Maria-Humanes/publication/237584442_El_metodo_cientifico_aplicado_a_la_investigacion_en_comunicacion_social/links/00b49526104d2d1485000000/El-metodo-cientifico-aplicado-a-la-investigacion-en-comunicacion-social.pdf)
- INEC. (2021). *Tecnologías de la Información y la Comunicación*. Consultado el 29 de abril de 2021. <https://www.ecuadorencifras.gob.ec//tecnologias-de-la-informacion-y-comunicacion-tic/>
- Instituto de la Democracia. (2019). Las calles: (des)movilización ciudadana en Quito. (2015 - 2019). Una perspectiva comparada de los movimientos populares de indignación. *Democracias*, 7, 41-67.
- Irigaray, F. y Lovato, A. (2017). *Comunicación post-convergente*. UNR.
- Islas, O. (2004). Marshall McLuhan, 40 años después. *Chasqui* (86), 1-8.
- Islas, O. (2009). La convergencia cultural a través de la ecología de medios. *Comunicar. Revista Científica de Educomunicación*, 17(33), 24-33.
- Izurieta, B. (2020). *¿Qué pasó en Ecuador en octubre de 2019?* Consultado el el 29 de abril de 2021. <https://revistas.usfq.edu.ec/index.php/eloutsider/article/view/1567/2136>
- Kurban, C., Peña, I. y Haberer, M. (2017). ¿Qué es la tecnopolítica? Un esquema conceptual para entender la política en la era digital. *Derecho y Política*(24), 3-20. doi:10.7238/idp.v0i23.3061



- López, M. (2013). *Aprendizaje, competencias y TIC: aprendizaje basado en competencias*. Pearson Educación.
- Lovink, G. (2016). *Redes sin causa: una crítica a las redes sociales*. UOC.
- Lozares, C. (1996). La teoría de redes sociales. *Papers*(48), 103-126.
- Marín, A. y Noboa, A. (2013). *Conocer lo social: Estrategías, técnicas de construcción y análisis de datos*. Fragua.
- Mattelart, A. (2005). *La comunicación masiva en el proceso de liberación*. Siglo Veintiuno Editores.
- McCombs, M. (2006). *Estableciendo la Agenda/ Setting The Agenda: El Impacto De Los Medios en la opinión pública y en el conocimiento*. Paidós.
- McCombs, M. y Valenzuela, S. (2007). The Agenda-Setting Theory. *Cuadernos de Información* 20(20), 44-50.
- Mejía, G. y Maraboto, M. (2009). *Periodismo y negocios: cómo vincular empresas con periodistas*. Miguel Ángel Porrúa.
- Morales, G. y Cazar, J. C. (2019). Participación de la Universidad Central del Ecuador en la atención médica y humanitaria durante la crisis social de octubre 2019. *Revista Digital UCE y Ciencias Médicas*, 86-89.
- Moya, J. y Pinar, M. (2007). La interacción texto /imagen en el cuento ilustrado. Un análisis multimodal. *Revista de Estudios sobre Lectura*(3), 21-38. doi:doi.org/10.18239/ocnos\_2007.03.02
- Ojeda, M. y Grandío, M. (2012). *Estrategias de comunicación en redes sociales: usuarios, aplicaciones y contenidos*. Gedisa.
- Ortiz, M. (2013). *Sociedad red: Estado, economía y sociedad en la era de la información*. UOC.
- Pereira, J. (2020). La adaptación de los medios de comunicación al siglo XX. *Revista Científica del Estrategias, Tendencias e Innovación en Comunicación*, 385-388. doi:http://dx.doi.org/10.6035/2174-0992.2020.20.17.

- Petrone, F. (2009). *Estudio de agenda setting: Conceptos, metodología y abordajes posibles*. Consultado el 02 de mayo de 2021. <https://www.academica.org/000-089/234.pdf>
- Plan V. (2015). *El auge de los medios nativos digitales en Ecuador*. Consultado el 29 de abril de 2021. <https://www.planv.com.ec/historias/sociedad/el-auge-medios-nativos-digitales-ecuador>
- Pole, K. (2009). Diseño de metodologías mixtas. Una revisión de las estrategias para combinar metodologías cuantitativas y cualitativas. *Renglones*(60), 37-42.
- Porras, J. (2003). De internet, la sociedad red y la política. La emergencia de la gobernabilidad digital. *POLIS*(4), 1-24.
- Rivera, J. (2013). Medios digitales en Ecuador, cuántos son y qué hacen. *Chasqui*(122), 111-117.
- Rost, A. (2006). *La interactividad en el periodico digital*. [tesis doctoral, Universidad Autónoma de Barcelona]. Repositorio Institucional UAB <https://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/4189/ar1de1.pdf>
- Scolari, C. (2013). *Hipermediaciones: elementos para una teoría de la comunicación digital interactiva*. Gedisa.
- Scolari, C. (2015). *Ecología de los medios*. Gedisa.
- Scolari, C. (2015). Los ecos de McLuhan: ecología de los medios, semiótica e interfaces. *Palabra Clave*, 18(4), 1025-1056.
- Soler, C. (2019). Las calles: (des)movilización ciudadana en Quito (2015 - 2019). Una perspectiva comparada de los movimientos populares de indignación. *Democracias*, 7, 41-67.
- Tomé, P. (2001). *Conecta! La empresa Barcelona*. Libros de Cabecera.
- Torrice, E. (2002). En pos de los papeles perdidos del periodismo: Medios e informadores en la conflictividad democrática. *Aportes Andinos*(4), 1-6.
- Universidad San Francisco de Quito. (2020). ¿Qué pasó en Ecuador en octubre de 2019? *eloutsider*, 99-107.

- Villalba, T. y Romero, P. (2020). Noticias falsas y la construcción de relatos agnológicos como estrategia política en las movilizaciones de octubre de 2019 en el Ecuador. *Textos y contextos*(20), 63-74.
- Wahl-Jorgensen, K. y Hanitzsch, T. (2009). *The Handbook of Journalism Studies*. Taylor y Francis.
- Yépez, V., López, M., Cevallos, P. y Cruz, J. (2019). Construcción de una metodología para el análisis. *Revista Ibérica de Sistemas e Tecnologias de Informação*, 11(16), 134–144.