



**UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA**

**SEDE QUITO**

**CARRERA DE COMUNICACIÓN**

**ESTUDIO DE RECEPCIÓN DEL MEDIO DIGITAL LA POSTA. CASO: PROGRAMA  
“CASTIGO DIVINO” EN LA RED SOCIAL YOUTUBE**

Trabajo de titulación previo a la obtención del  
Título de Licenciada en Comunicación

**AUTOR: SHIRLEY CAROLINA SUÁREZ TACO**

**TUTOR: PATRICIO IVAN ROSAS FLOREZ**

Quito - Ecuador  
2023

## **CERTIFICADO DE RESPONSABILIDAD Y AUTORÍA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN**

Yo, Shirley Carolina Suárez Taco con documento de identificación N°  
1719199307 manifiesto que:

Soy el autor y responsable del presente trabajo; y, autorizo a que sin fines de lucro la Universidad Politécnica Salesiana pueda usar, difundir, reproducir o publicar de manera total o parcial el presente trabajo de titulación.

Quito, 17 de marzo del año 2023

Atentamente,



---

Shirley Carolina Suárez Taco

1719199307

**CERTIFICADO DE CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN A  
LA UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA**

Yo, Shirley Carolina Suárez Taco con documento de identificación No.1719199307 expreso mi voluntad y por medio del presente documento cedo a la Universidad Politécnica Salesiana la titularidad sobre los derechos patrimoniales en virtud de que soy autor del “Estudio de recepción del medio digital La Posta. Caso: programa “*Castigo Divino*” en la red social YouTube”, el cual ha sido desarrollado para optar por el título de: Licencia en Comunicación en la Universidad Politécnica Salesiana, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente.

En concordancia con lo manifestado, suscribo este documento en el momento que hago la entrega del trabajo final en formato digital a la Biblioteca de la Universidad Politécnica Salesiana.

Quito, 17 de marzo del año 2023

Atentamente,



---

Shirley Carolina Suárez Taco

1719199307

## CERTIFICADO DE DIRECCIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Yo, Patricio Ivan Rosas Florez con documento de identificación N°1713392064, docente de la Universidad Politécnica Salesiana, declaro que bajo mi tutoría fue desarrollado el trabajo de titulación: “ESTUDIO DE RECEPCIÓN DEL MEDIO DIGITAL LA POSTA. CASO: PROGRAMA “*CASTIGO DIVINO*” EN LA RED SOCIAL YOUTUBE”, realizado por Shirley Carolina Suárez Taco con documento de identificación N° 1719199307, obteniendo como resultado final el trabajo de titulación bajo la opción de Trabajo de titulación que cumple con todos los requisitos determinados por la Universidad Politécnica Salesiana.

Quito, 17 de marzo del año 2023

Atentamente,



---

Lcd.Patricio Ivan Rosas Florez

MSc, 1713392064

## DEDICATORIA

Este trabajo académico va dedicado:

A Dios por permitirme vivir este proceso de su mano cada día, con su bendición, sabiduría, salud y guía para seguir adelante.

A mi madre Alicia, con todo mi amor y cariño, porque ha sido mi apoyo incondicional y fortaleza durante todas las etapas de mi vida, sobre todo en este trayecto que no ha sido fácil pero siempre con su amor y ejemplo, cada día motivándome para lograr todo lo que me proponga. Gracias mi “bonita” por inculcar en mí el ejemplo de esfuerzo y valentía, sin ella esto no hubiera sido posible.

A mi padre Roberto, por su esfuerzo, sacrificio y trabajo duro de todos los días, siempre tratando de darme lo mejor a lo largo de mi vida.

A él que estuvo cada momento apoyándome, dándome ánimos y motivándome cada madrugada y trasnochada, esperándome siempre con su regocijo y paciencia. Enseñándome a caminar de su mano con amor para lograr este sueño.

A mis hermanos Emily y Roberto por siempre creer en mí y por ser lo que más amo en el mundo, para darles ejemplo de que todo es posible en la vida, con esfuerzo y dedicación.

A toda mi familia de Rojas que gracias a sus consejos han aportado desde un pequeño granito de arena y han guiado a que culmine este proceso.

A mi abuelitos Cosme, Carmen y Rosa que me han criado con tanto amor y ejemplo, ahora que no están aquí físicamente, pero sé que desde el cielo también estarán disfrutando y muy felices de lo que yo siento en mi corazón.

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a mi tutor Patricio Ivan Rosas Florez, por su sencillez como docente, por su confianza y sus conocimientos vertidos en mí y por guiarme en este camino con resultados enriquecedores y sobre todo por su ejemplo de vida que ha impregnado en mí como su estudiante. Gracias en especial a la profe María del Carmen Ramírez que ha hecho un excelente trabajo en sus estudiantes no solo en el ámbito académico sino también como personas. Gracias a cada uno de los docentes de la carrera de la Universidad Politécnica Salesiana que han impartido todos sus conocimientos a través de estos años.

# ÍNDICE

INTRODUCCIÓN .....	12
APROXIMACIÓN TEÓRICA .....	17
1.-El auge en el periodismo digital.....	17
2.-Humor Político en el periodismo digital.....	20
3.- La entrevista como estilo periodístico en la comunicación .....	22
4.- Estudios de recepción en medios digitales .....	24
METODOLOGÍA .....	26
RESULTADOS.....	32
1.-Percepción carga informativa del programa de entrevistas “ <i>Castigo Divino</i> ” .....	32
2.-Percepción humor político del programa de entrevistas “ <i>Castigo Divino</i> ” .....	33
3.-Percepción del uso del lenguaje del programa de entrevistas “ <i>Castigo Divino</i> ” .....	33
4.- Percepción del manejo de auspiciantes y publicidad del programa de entrevistas “ <i>Castigo Divino</i> ” ...	34
CONCLUSIONES .....	36
BIBLIOGRAFÍA .....	39
ANEXOS .....	43

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1</b> .....	<b>27</b>
<i>Ficha Técnica: Programa “Castigo Divino” del medio digital La Posta</i> .....	27
<b>Tabla 2</b> .....	<b>29</b>
<i>Episodios del programa “Castigo Divino” analizados en el estudio</i> .....	29
<b>Tabla 3</b> .....	<b>30</b>
<i>Calendario de la reunión del grupo focal</i> .....	30



## ÍNDICE DE ANEXOS

Imagen 1.- Grupo Focal con la participación del primer fragmento " Carga Informativa" .....	43
43	
Imagen 2.- Grupo Focal con la participación del segundo fragmento " Humor Político".....	43
Imagen 3.- Grupo Focal con la participación del segundo fragmento "Uso del lenguaje".....	44
Imagen 4.- Grupo Focal con la participación del segundo fragmento "Manejo de auspiciantes y publicidad" .....	44
Autorización de los integrantes del grupo focal .....	45

## RESUMEN

Este artículo académico analiza la recepción del programa de entrevistas “*Castigo Divino*” del medio digital La Posta, a partir de las diversas perspectivas comparativas desde los niveles formativos de educación, cuarto nivel formativo maestría; tercer nivel profesionales; estudiantes universitarios y estudiantes de colegio. El objetivo de esta investigación es comparar las perspectivas de hombres y mujeres desde el nivel formativo que tienen acerca del uso del humor político y sus estilos dentro de la entrevista periodística en el programa “*Castigo Divino*” del medio digital La Posta en YouTube. A través de las categorías como carga informativa, humor político, uso del lenguaje, auspiciantes y publicidad. Se desarrolla mediante un estudio de recepción que articula a una metodología de enfoque cualitativo y de carácter descriptivo que se despliega a través dos técnicas empleadas en el presente estudio como: grupos focales y video-elicitación, por medio de la presentación de cuatro fragmentos cortos. Como resultado se evidencia, que las mujeres y hombres desde el nivel formativo de maestría y profesionales identifican que existe humor político, reflexionando que se debe manejar el estilo con más delicadeza y no obstante el ridiculizar al personaje, más bien aprovechar la técnica de la entrevista para recopilar información. Mientras que los hombres y mujeres del nivel formativo estudiantes universitarios y colegio concuerdan que el estilo es apropiado para las nuevas plataformas digitales con un lenguaje informal que sobresale como algo nuevo para las generaciones actuales.

*Palabras clave:* Castigo Divino, estudio de recepción, estilos periodísticos, humor político, periodismo digital.

## ABSTRACT

This academic article analyzes the reception of the interview program "*Castigo Divino*" of the digital media La Posta, from the different comparative perspectives from the formative levels of education, fourth formative level, master's degree; third professional level; university students and college students. The objective of this research is to compare the perspectives of men and women from the formative level they have about the use of political humor and its styles within the journalistic interview in the program "*Castigo Divino*" of the digital media La Posta on YouTube. Through categories such as informative load, political humor, use of language, sponsors and advertising. It is developed through a reception study that articulates a methodology of qualitative approach and descriptive character that is deployed through two techniques used in this study as: focus groups and video-elicitation, through the presentation of four short fragments. As a result, it is evident that women and men from the master's and professional levels identify that there is political humor, reflecting that the style should be handled with more delicacy and not ridiculing the character, but rather taking advantage of the interview technique to gather information. While men and women of the formative level university students and college agree that the style is appropriate for the new digital platforms with an informal language that stands out as something new for the current generations.

Key words: "Castigo Divino", reception study, journalistic styles, political humor, digital journalism.

## INTRODUCCIÓN

Los medios digitales han dado un giro a la manera de hacer periodismo, con sus nuevas facetas de transmitir información mediante el uso del internet en las plataformas digitales. Estas plataformas digitales permiten desarrollar nuevas herramientas para comunicar, informar y sobre todo entretener a sus audiencias. Es por ello, que cada medio de comunicación digital, emite su contenido mediante las redes sociales resaltando sus estilos periodísticos más favorables para enganchar al usuario quien forma parte de estas plataformas.

En el caso Ecuatoriano como menciona sobre estudios de la “*Historia, evolución y desafíos del periodismo digital en el Ecuador*” Morejón y Zamora (2019) los medios nativos digitales empiezan a proliferarse desde el año 2021, diez años después de la llegada del internet al país:

Para el 2012, existía un total de 34 medios nativos, concentrados principalmente en las provincias de Pichincha, Guayas, Azuay, Chimborazo, El Oro, Pastaza, Tungurahua, Santo Domingo de los Tsáchilas, Cotopaxi y Loja. Según el mismo estudio, estos medios publicaban el 53% de información nacional y 36% de internacional. Los temas locales representaban únicamente el 11% (Morejón y Zamora, 2019, pág. 13).

Entre ellos uno de los casos de los medios nativos digitales más reconocidos en Ecuador está el medio digital multimedia “La Posta” fundado por Anderson Bóscan y Luis Eduardo Vivanco en el año 2017 en la ciudad de Quito-Ecuador. El contenido que emite este medio digital es publicado mediante las redes sociales como Facebook, Instagram, YouTube y Twitter, siendo un medio de comunicación conocido por el uso del lenguaje coloquial. El presente artículo ha tomado como referencia al programa de entrevista “*Castigo Divino*”, con su conductor y fundador Luis Eduardo Vivanco, el programa de entrevistas que actualmente continua en la plataforma YouTube. Las entrevistas del programa son realizadas a personajes

que tienen influencia en la vida política del país, el contenido es relevante por el uso del estilo de “humor político” como una manera para informar.

La caracterización del programa tiene una manera peculiar de realizar entrevistas en restaurantes actualmente de la ciudad de Quito, donde el entrevistador y el entrevistado dialogan acompañados de unas copas de vino, para brindar por la ocasión y los sucesos coyunturales que atraviesa el país. Con un “alias” como parte de su slogan “En la repetición está el gusto”, el programa mantiene un tiempo de periodicidad mensualmente, con 294 piezas comunicativas presentadas hasta el mes de mayo del 2022. Es transmitido hacia la audiencia en su formato digital en la red social YouTube y enfocado en el género interpretativo de la entrevista.

Como lo menciona el escritor y periodista español en su libro “*El estilo del periodista*” Alex Grijelmo detalla consejos claves y elementos que pueden formar parte del estilo de un periodista, entre ellos “claridad, humor, ironía, vocabulario, ritmo, adjetivo, remate” (Grijelmo, 2014, pág. 18). Es por esta razón que se ha tomado como referencia al programa “*Castigo Divino* de la Posta” por su estilo de info-entrenamiento con humor político que actualmente a las audiencias llama la atención y sobre todo que se han proliferado en un gran porcentaje en los medios digitales.

Cabe entender, que también una parte del proceso que los medios digitales han ayudado a su evolución, es por parte de las redes sociales. Manuel Castells (2014) afirma que “el ser humano está evolucionando en su modo de comunicarse, de forma paralela, la sociedad e internet han logrado una convergencia convirtiéndose en un solo cuerpo, que expresa de algún modo u otro, los procesos, valores e intereses sociales” (Castells, 2014, pág. 12). Es parte fundamental tomar en cuenta a la audiencia quienes complementan una interactividad en los medios digitales y tradicionales.

Es por ello, que el presente artículo toma como referencia a dos entrevistas del programa *Castigo Divino*, enfocadas en el contexto sobre los acontecimientos que suscitaron en el “Paro Nacional”. El periodo de desarrollo de las entrevistas es en la temporalidad del año 2019 y 2022, con diversas posturas

controversiales y pensamientos de desigualdad entre figuras públicas, en ella, el ingeniero ambiental y presidente de la Confederación de Nacionalidades Indígenas del Ecuador (CONAIE). La entrevista se da en el tiempo de la fecha del 30 de octubre del año 2019, después de la fecha de las primeras movilizaciones dadas el 02 de Octubre de 2019 en Ecuador. Posteriormente la entrevista de Ana Belén Cordero, asambleísta del Movimiento Creo con Natasha Rojas candidata a la alcaldía de Quito por el movimiento político Unidad Popular, se desarrolla en año 2022 con diversos criterios sobre las recientes movilizaciones del 13 de junio 2022 del Paro Nacional en Ecuador.

En este contexto, el presente artículo analiza mediante un estudio de recepción al medio digital La Posta en su programa de entrevistas “*Castigo Divino*”, actores políticos como Leónidas Iza, Natasha Rojas y Ana Belén Cordero en la temporalidad del 30 de octubre del año 2019 y el 21 de julio de año 2022, para así conocer si se está utilizando correctamente la técnica de la entrevista periodística y sus estilos como función informativa dentro del programa, mediante la utilización del humor político como estrategia. La pregunta de investigación que guía el presente estudio es ¿Comprender el uso del humor político y sus estilos dentro de la entrevista periodística?

Con ello, el presente artículo busca mediante el objetivo general, analizar el uso del humor político y sus estilos dentro de la entrevista periodística en el programa Castigo Divino del medio digital “La Posta” en la red social YouTube. Mediante los objetivos específicos que guían la investigación es identificar las estrategias del humor político y las categorías que utiliza La Posta en su programa “Castigo Divino” durante las entrevistas a Leónidas Iza, Natasha Rojas y Ana Belén Cordero año 2019 y 2022. Posteriormente categorizar las estrategias del humor político del programa caso Castigo Divino en las entrevistas a representantes políticos en el año 2019 y 2022 a Leónidas Iza, Natasha Rojas y Ana Belén Cordero.

Según estudios cabe mencionar el texto “*Digitalizar las noticias, innovación en los diarios online*” de Pablo Bockzkowski (2006) afirma que:

Quien describe los primeros procesos de innovación en la Web en los periódicos norteamericanos New York Times, Houston Chronicle y New Jersey Online como los primeros periódicos online que trascendieron en la web mediante las primeras tecnologías abriendo caminos a que la comunicación se introduzca en los medios digitales desde esos tiempos (Bockzkowski, 2006, pág. 18).

El siguiente artículo de investigación es pertinente ya que no existen investigaciones previas o recientes de estudios de recepción en medios digitales. Según estudios relacionados el análisis de Vallejo y Moreno (2022) en su artículo de revista *“Géneros periodísticos transmedia en el Ecuador. El caso de “La Posta”* aportado con las mediciones en las redes sociales con más uso de audiencia como Facebook, Instagram, Twitter y YouTube sobre del medio La Posta, sin embargo, esto ayuda a tener noción sobre la red social con más interacción (Vallejo y Moreno, 2022, pág. 10). No hay relación con lo que los usuarios destacan quieren u opinan del medio, sino más bien el consumo de los usuarios con el medio digital en redes sociales. El presente artículo permite abordar el sentido del humor político en la entrevista a figuras públicas desde la contextualización de la información de sucesos coyunturales y de ámbito político, con el toque de lo cómico, la risa y sus estilos periodísticos que forman parte del entretenimiento en los medios digitales.

## **PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN**

- ¿Comprender el uso del humor político y sus estilos dentro de la entrevista periodística?

## **EL OBJETIVO GENERAL**

- Analizar el uso del humor político y sus estilos dentro de la entrevista periodística en el programa *“Castigo Divino”* del medio digital La Posta en YouTube.

## **OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Identificar las estrategias del humor político y las categorías que utiliza La Posta en su programa “*Castigo Divino*” durante las entrevistas a Leónidas Iza, Natasha Rojas y Ana Belén Cordero año 2019 y 2022.
- Categorizar las estrategias del humor político del programa Caso “*Castigo Divino*” en la entrevista a figuras públicas en el año 2019 y 2022 a Leónidas Iza, Natasha Rojas y Ana Belén Cordero.



## APROXIMACIÓN TEÓRICA

### 1.-El auge en el periodismo digital

El ciberperiodismo o periodismo digital es procedente del periodismo tradicional, que ha trascendido en las generaciones, el estudio “*Redefinición de meta competencias, competencias y habilidades de los periodistas digitales*”. López-García (2021) afirma que:

Existen tres décadas de mudanzas, hemos pasado de las primeras migraciones digitales, la aparición de medios nativos digitales, la llegada de los blogs, el auge de la comunicación móvil, la entrada en escena de las redes sociales, el auge de la web social, la aplicación de la realidad virtual a algunas piezas, la emergencia de la inteligencia artificial. (pág. 1). Sin embargo, las definiciones no establecen un estándar, el periodismo digital se ha caracterizado como un medio de fácil accesibilidad, visibilidad y dinamismo que presta los medios tecnológicos (el internet) y su interactividad con la audiencia por medio de redes sociales.

La tecnología ayuda a que la información pueda ser explorada por nuevos medios de comunicación, Fidler (2015) manifiesta que: “el periodismo es denominado la mediamorfosis, es decir, el cambio producido en los medios de comunicación por causa de un avance tecnológico, que modifica las prácticas de producción y difusión informativa” (Fidler, 1998, pág. 5).

En el Ecuador desde la llegada y la apertura que ha prestado la tecnología, los medios de comunicación tradicionales como televisión, radio, prensa, periódicos, agencias han predominado el comienzo a estos nuevos indicios, en adquirir y recurrir como la necesidad de migrar dichos contenidos al entorno digital. El uso y el aporte valioso que brinda las versiones digitales a nivel mundial hoy en día es una herramienta para la comunicación. Según el estudio “*Periodismo Digital y emprendimiento en pandemia: mapeo del surgimiento de medios en el Ecuador*” de Antunish

(2021) afirma que:

Históricamente, el crecimiento de los medios digitales ha sido estudiado por autores como José Rivera Costales (2013) en que realizó un estudio en el que concluyó que hasta mediados del 2012 en el país existían “34 medios de comunicación nativos digitales, 16 periódicos digitales, 14 radios y cuatro revistas” (Rivera, 2013, pág. 6). Más tarde, Fundamedios (2015), efectuó un nuevo mapeo en Ecuador y determinó que hasta abril del 2015 en Ecuador existían 60 medios nativos digitales. Tres años más tarde, Morejón y Zamora determinaron que, hasta principios del 2018, en el país existían 83 medios digitales (Morejón y Zamora, 2019, pág. 18), lamentablemente, a partir de esa fecha no se han realizado nuevos mapeos.

El acceso global de la población a una red de internet según datos estadísticos de “*Instituto Nacional de Estadística y Censos*” hasta finales de 2020, el 53,2 % de los hogares del Ecuador tenía Internet, mientras que el 70,7 % de las personas utilizan este servicio a escala nacional; además, el 51,5 % de la población disponía de un teléfono inteligente. En el Ecuador los medios nativos digitales se han construido de a poco según Morejón y Zamora (2019) afirman que:

En el Ecuador 60 medios digitales, aproximadamente el 70% estaba en Quito y Guayaquil, donde además se encontraban los medios de mayor impacto en ese entonces, tales como La República, Plan V, GKillicity, Ecuador Inmediato, Ecuador en vivo, La Barra Espaciadora, mil Hojas, Focus y La Historia, entre otros. El estudio indicó que casi el 100% de los nativos digitales estaba en Facebook, mientras que un 92% lo hacía en Twitter (Morejón y Zamora, 2019, pág. 14). Rescatando los primeros medios digitales originarios del Ecuador como medios importantes para la comunicación.

Los medios digitales cuentan con la rapidez y eficiencia de la web para diferentes publicaciones, comentarios, videos, entre otros, con uno de los desencadenantes principales como lo

es la comunicación transmitida, que por medio del internet se visualiza en diferentes redes sociales como Facebook, Twitter, Instagram y YouTube, predominando la inmediatez y siendo esta una de las representaciones eficaces que desarrolla el medio digital. Morejón y Zamora (2019) afirma que:

Uno de los retos que tiene el periodismo digital es buscar recursos económicos para sobrevivir en el entorno y pagar los gastos inherentes a los temas de producción, difusión y los que toda organización contempla. Una de las mejores opciones es implementar varias estrategias, no solo una, y probar el impacto que tiene cada una de ellas, sino la creatividad es fundamental para obtener recursos (Morejón y Zamora, 2019, pág. 20).

En la actualidad la sociedad está anclada con los medios digitales y propensos a la interacción de las redes sociales, esto debido a la facilidad que proporciona la tecnología. La población ante el acceso global a una red de internet según datos estadísticos de “*Instituto Nacional de Estadística y Censos*” “hasta finales de 2020, el 53,2 % de los hogares del Ecuador tenía Internet, mientras que el 70,7 % de las personas utilizan este servicio a escala nacional; además, el 51,5 % de la población disponía de un teléfono inteligente” (Peña, A & Herrera, L, 2021, pág. 19). Es por ello que al pasar los años la tecnología ha avanzado de la mano con medios digitales que brindan todo tipo de información.

Los medios digitales cuentan con la rapidez y eficiencia de la web para diferentes publicaciones, comentarios, videos, entre otros, con uno de los desencadenantes principales como lo es la comunicación transmitida, que por medio del internet se visualiza en diferentes redes sociales como Facebook, Twitter, Instagram y YouTube, predominando la inmediatez y siendo esta una de las representaciones eficaces que desarrolla el medio digital.

## **2.-Humor Político en el periodismo digital**

En el periodismo actual el humor otorga a las nuevas audiencias una gran ventaja de entretener y hacer política mediante la risa, lo cómico y la sátira, siendo su principal eje el “humor” como su desencadenante con las nuevas formas de atraer a sus usuarios, ejemplo de ello la sátira con su forma discursiva de entretener y ridiculizar. Zavitsanou (2018) afirma que: “Desde sus inicios de la República y desde mucho tiempo atrás, el humor político ha sido uno de los ejes principales desafíos al poder del Estado mediante caricaturas y textos que ridiculizan a los personajes de su tiempo” (2018, pág. 28). Involucrándolo en el nuevo periodismo digital desde sus nuevos estilos y contenidos.

El humor político actualmente ha realizado varios cambios que han servido como una referencia para desestabilizar o reforzar un sistema social, conjuntamente con la trasmisión mediante redes sociales como Facebook, Twitter, Instagram y YouTube o también en medios tradicionales como televisión o radio. Se rescata varias características del humor político una de ellas “se diferencia de lo cómico en desarrollo a una operación reflexiva en la que el enunciador y enunciatario se identifican con el objeto de la burla”(Damian, 2022, pág. 13).

Con referencia a lo plantea Ulloa (2008) sobre la construcción del humor político afirma que:

Se debe articular, por lo tanto, el mejor momento para lanzar una broma con los elementos culturales que la sociedad aprueba como formas de diversión y entretenimiento; es decir, hay que conocer en buena medida a quién va dirigida la broma, desde qué intenciones, con qué posibles efectos, entre otras cosas. Además, el humor no es igual en la mitad del mundo que en Occidente (Ulloa, 2008, pág. 5). Ello explica la importancia de entenderlo como una manifestación de orden cultural.

Entre las riquezas y características que presta el humor político y representa es la creatividad y el ingenio de como captar a la sociedad con palabras o asignarles diversos significados de fácil recordación y regocijo a otras: Como Ulloa (2008), interpreta que otro de “los elementos que usa el humor político con bastante eficiencia es el refranero popular, mediante el uso de la metáfora y la comparación” (2008, pág. 6).

En el humor político el aceptar, entender y comprender un fenómeno desde las lógicas que tiene la formalidad en relaciona con la seriedad y muchas de las veces en lo protocolario y ortodoxo. El resultado de la relación entre comunicación, cultura y política vienen a formar parte del humor político, ya que es un elemento vital de los pueblos cuando se trata de expresar alegría, diversión, entretenimiento y regocijo bajo maneras muy particulares (Ulloa, 2008).

Entre las facetas más importantes y preguntas que se cuestionan al humor político es el cómo se dice, en qué momento y con qué fuerza son esenciales, dentro de un marco de sencillez y de una gramática de coyuntura decodificación simple para la audiencia, pues de lo que se trata o que genere a través del mensaje sea fácil de leer, escuchar, entender e incluso replicar. Un gesto puede ser motivo de una carcajada colectiva., sin embargo, que ante la presencia de periodistas humorísticos hay que correr, sino más bien convivir sin atentados.

### **3.- La entrevista como estilo periodístico en la comunicación**

El periodismo desde sus inicios ha sido objeto de cambio y transformación, en donde la historia muestra que cuando el entorno evoluciona el periodismo debe adaptarse a las actualizaciones. Los estilos periodísticos forman parte fundamental del periodista; como Parratt (2008), afirma que: “la forma de expresar la noticia, el eje que se le da y cuál es el mensaje que va a tener, el estilo involucra el uso de frases, palabras y organización de la oración” (Parratt, 2008, pág. 15). Es por ello que cada medio tiene su estilo y manera de presentarse o como quieren dar a conocer ante la audiencia.

Los estilos periodísticos o géneros periodísticos son en definitiva, el medio a través del cual el periodista y el medio dan forma a su información, convirtiéndose en el desencadenante del dominio con lenguaje propio. Este se desarrolla mediante la creatividad y el diseño, donde prevalece la originalidad y un contenido diferente del resto. Por otra parte, como lo interpreta Gómis (2012) afirmó lo siguiente: “al referirse al género periodístico, asegura que ésta clasificación nace en la literatura sin lugar a dudas, y los géneros periodísticos aparecen a medida que el periodismo evoluciona e intenta responder a nuevas necesidades” (Gómis, 2012, pág. 17). Por otra parte, de acuerdo a varias épocas Salaverría (2004), afirma que:

En el 2004 son diez años en que los diarios hicieron su aparición en Internet. Hasta la presente los cibermedios han tomado prestado de sus antecesores, principalmente la prensa los géneros y los estilos periodísticos. Ahora se aprestan a diseñar un lenguaje propio que pueda aprovechar las posibilidades propiciadas por la nueva plataforma digital, que ofrece nuevas claves lingüísticas que los periodistas deberán aprender a utilizar. Multimedialidad, hipertextualidad e interactividad, son tres novedosos ingredientes para el periodismo. (pág. 4)

En consecuencia, las plataformas digitales han traído nuevas modalidades en la comunicación, “la prensa, radio y televisión no han contado hasta ahora con la posibilidad de difundir

informaciones hipertextuales, multimedíaticas interactivas. Era necesaria una condición tecnológica: un soporte digital, la posibilidad de conectar a los interlocutores del proceso comunicativo (periodistas-público) mediante redes” (Salaverria, 2004, pág. 8). Las posibilidades que ha facilitado a que exista nuevos discursos lingüísticas y modalidades es gracias al internet y las plataformas tecnológicas, aperturando a que nuevos medios tengan la posibilidad de mejorar y restablecer sus medios digitales con ciertos estilos periodísticos actuales que han ido transformando con las nuevas tecnologías.

Entre los géneros periodísticos que corresponden al periodismo informativo, Santamaría (2011) propone que son: “4 los géneros con más relevancia en estos términos: entre ellos información, reportaje, entrevista y crónica” (Santamaría, 2011, pág. 54). Donde la entrevista forma parte fundamental para hacer periodismo. Establecer un concepto de la entrevista es remontarse a aquellas teorías de la comunicación como lo enumera en su libro “*El Proceso de la Comunicación, Introducción a la teoría y a la práctica*” el autor Berlo (1984) resalta que: “la manera en que los estudiosos del tema han tratado de explicar a través del tiempo en donde la entrevista es uno de los procesos de interacción más comunes en el ser humano” (Berlo, 1984, pág. 12). Como varios criterios de autores establecen teorías, siguiendo al análisis de Olmedo (2014) aporta que:

Entre los uno de los géneros periodísticos en los cibermedios más relevantes es la entrevista en línea: a una hora concreta y durante un espacio de tiempo determinado, un personaje público responde a las preguntas que le plantean los usuarios desde cualquier rincón del mundo (con conexión a Internet). El entrevistado lee en la pantalla las preguntas formuladas y contesta escribiéndolas en el ordenador (Olmedo, 2014, pág. 94).

Los estilos periodísticos en la actualidad están vinculados con los géneros periodísticos, dividiéndoles en estilo informativo siendo el que se encarga netamente de los géneros informativos como la noticia en donde busca la claridad y concisión siendo uno de los estilos más utilizados en el medio periodístico. Ya

decía el estudioso de la comunicación Teun Van Dijk aporta que la construcción de la noticia, así como de otros géneros periodísticos, dependen del buen uso de los valores periodísticos, de las maneras y formas como los medios abordan la realidad (actualidad, novedad, consonancia, proximidad, etc.) para que las audiencias sepan entender los mensajes (Ulloa, 2008).

#### **4.- Estudios de recepción en medios digitales**

Los estudios de recepción cumplen con un papel fundamental para los medios tanto tradicionales como digitales, donde marcan un presente y futuro en las sociedades. Es por eso que los estudios de recepción (ER) reconocen la creatividad y la iniciativa personal de los sujetos en sus intercambios comunicacionales. “Creatividad acotada no solamente en lo individual, sino en última instancia en lo cultural, lo social, lo histórico y lo político” (Orozco, 2003, pág. 4). Es un amplio panorama de las audiencias quienes receptan, con el fin de cumplir un estudio de los procesos de interacción y entendimiento de lo que quiere transmitir la audiencia por medio de los mensajes que emiten los medios.

Por otro lado, Jesús Martín-Barbero (1987) aporta desde su obra clásica de su texto *“De los medios a las mediaciones: comunicación, cultura y hegemonía”* al análisis de recepción desde lo cultural “La televisión desde las mediaciones”. Según Jesús Martín-Barbero (1987) aporta que:

La construcción simbólica de las audiencias en el consumo mediático, a partir del abandono del media centrismo, que consiste en apartar a los medios de comunicación como el centro de la recepción. Y así, se enfoca en las audiencias desde el ámbito social, familiar y cultural” (Martín-Barbero, 1987, pág. 156).

En el texto *“Medios, audiencias y mediaciones”* de Guillermo Orozco (1997) expresa que: “las audiencias son sujetos capaces de tomar distancia de los medios y sus mensajes, pero también sujetos ansiosos de encontrar en ellos lo espectacular, novedoso, todo eso que emocione, divierta aunque sea por momentos, de nuestra rutina y existencia cotidiana” (Orozco, 1997, pág. 27). Dando a la audiencia un papel específico que necesitan los medios para poder avanzar y mejorar como medios digitales.



Por otra parte, los estudios de recepción son analizados desde un contexto sociocultural. Es por eso la audiencia es quien elige lo que quiere consumir convirtiéndose en son potenciales consumidores de los productos o servicios que ofrecen los medios. Del mismo modo, Guillermo Orozco (1997) “observa a las audiencias, como individuos que construyen sus identidades desde diversos ámbitos: en la sociedad, en lo cultural y desde la comunicación en los medios masivos” (2003, pág. 11).

Por otra parte, los estudios de recepción (ER) se enfrentaron de lleno a ese esfuerzo mercantil cuantificante de los estudios de “rating” en diversos programas radiales y televisivos. Como uno de sus mayores representantes en estudios de recepción Guillermo Orozco (2003) afirma que:

La pretensión de este tipo de estudios de conocer a las audiencias sólo a partir de sus preferencias programáticas eclipsó el interés mayor por una comprensión más integral de sus usos sociales y su producción de sentido a partir de sus percepciones e interacciones con los referentes mediáticos”(Orozco, 2003, pág. 8). Es por ello que las audiencias juegan un rol fundamental en los estudios de recepción (ER) para los medios digitales o tradicionales.

## METODOLOGÍA

El presente trabajo de investigación ha tomado como referente al paradigma socio- crítico, ya que se analiza a través de un estudio de recepción al medio digital La Posta: programa “*Castigo Divino*” en la red social YouTube. Se enfoca en las diversas perspectivas y reflexiones que tienen la audiencia desde el panorama formativo de educación, cuarto nivel formativo de maestría; tercer nivel profesionales; estudiantes universitarios y adolescentes de colegio. “El paradigma es el cual se sustenta en la crítica social con tendencia a la autorreflexión, en que es entendiendo por los conocimientos se construyen en base a inquietudes que atraviesan o surgen de las necesidades de determinados grupos sociales” (Maldonado, 2018, pág. 15).

De este modo se explora desde las perspectivas de las audiencias, teniendo un acercamiento desde las aproximaciones para la comprensión de lo que la población quiere o pretende informarse por medio un programa digital. Es por ello que la presente investigación ha tomado como referente al paradigma socio- crítico como fin de comprender la realidad en diversos significados que están alineados al paradigma como lo manifiesta Alvarado & García (2008) en el que:

Se fundamenta en la crítica social con un marcado carácter autor reflexivo; considera que el conocimiento se construye siempre por intereses que parten de las necesidades de los grupos; pretende la autonomía racional y liberadora del ser humano; y se consigue mediante la capacitación de los sujetos para la participación y transformación social (Alvarado & García, 2008, pág. 190).

En efecto general, esta corriente estudia los procesos a través de los cuales la audiencia construye significado a partir de la exposición “*Medios, audiencias y mediaciones*” de Guillermo Orozco (1997), tiene una dimensión socio crítica en la cual se evidencia el análisis de recepción de audiencias, que poseen agencia con respecto a lo que consumen de los medios de comunicación. De este modo, la presente investigación explora en las perspectivas de los integrantes desde su nivel formativo de educación. Debido a que, la

naturaleza de esta investigación consiste en estudiar a la audiencia desde la percepción de las categorías como la carga informativa, el humor político, el uso del lenguaje y el manejo de auspiciantes y publicidad.

**Tabla 1**

*Ficha Técnica: Programa “Castigo Divino” del medio digital La Posta*

<b>Creador</b>	<b>Compañía</b>	<b>Personajes</b>	<b>País de origen de personajes</b>	<b>Año</b>	<b>Género</b>	<b>Formato</b>
<b>Luis Eduardo Vivanco</b>	Programa “Castigo Divino” del medio La Posta	Actores Sociales	Personajes Ecuatorianos e invitados internacionales	2017	Entrevista	Digital transmisión: red Social YouTube

*Nota:* Esta tabla representa la biografía del programa de entrevista “Castigo Divino”, a través de los datos correspondientes al año y creador que son obtenidos de Macas Rodríguez María Daniela (2020).

La investigación es de carácter descriptivo en que “se busca especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis” (Hernández & Sampieri, 2014, pág. 92). La presente investigación indaga y revela el objeto de estudio por medio de la percepción que tiene la audiencia sobre el medio digital en su programa de entrevistas “Castigo Divino”. A partir de esto, el enfoque de investigación es cualitativo, pues se extiende la información por medio de la recepción de audiencias desde el nivel formativo de educación. “El enfoque cualitativo busca principalmente la “dispersión o expansión” de los datos e información...” (Hernández & Sampieri, 2014, pág. 10).

La técnica de investigación se aplica a través de un grupo focal, con la participación de siete individuos, divididos entre 4 mujeres y 3 hombres clasificados por el nivel formativo, en total 7 personas.

La selección de los participantes para el grupo focal se detalló de la siguiente manera: se escogió determinadas personas aleatoriamente desde el ámbito académico, mediante una convocatoria por WhatsApp y posterior a ello se procedió a comunicarse por medio de llamada telefónica para su total confirmación de asistencia disponibilidad, por medio de una convocatoria desarrollada en la fecha del sábado 14 de enero del año 2023 se procedió a una reunión por medio de la plataforma de Zoom vía online.

En referencia a la audiencia que se explora la investigación corresponde a muestras no probabilística por cuotas donde se considera: género, edad, raza, étnicas o niveles de formación de educación. McMillan & Schumacher (2001) afirma que: “No todos los miembros de la población tienen la misma oportunidad de ser incluido en la muestra, el investigador utiliza sujetos que están accesibles o representan ciertas características” (McMillan & Schumacher , 2001, pág. 28).

Para este estudio participan hombres y mujeres desde el nivel formativo de educación. En parte a esto, se inicia con la técnica de indagación y recolección mediante grupos focales. Siguiendo la línea de Orvink, Larun, Berland & Ringsberg (2014) sobre grupos focales afirman que: “Su objetivo es generar y analizar la interacción ente ellos y cómo se construyen grupalmente significados” (Orvik, Larun, Berland & Ringsberg, 2014, pág. 16). Como una manera de presentar diversas percepciones de la sociedad.

En este trabajo académico, el punto de inicio que sostiene la selección de las audiencias a ser analizadas, es a partir de las entrevistas realizadas a Leónidas Iza, Natasha Rojas y Ana Belén Cordero en la temporalidad del 30 de octubre del año 2019 y el 21 de julio de año 2022. La temática que aborda las entrevistas es sobre los acontecimientos suscitados en el “Paro Nacional” originado en año 2019 y 2022 en Ecuador, en el programa “Castigo Divino” del medio digital la Posta. Desde esta lógica se ha tomado en cuenta la percepción de la audiencia desde el panorama de profesionales de cuarto nivel con maestría; tercer nivel profesionales; estudiantes universitarios y estudiantes de colegio, para mejor entendimiento desde el ámbito académico.

**Tabla 2**

*Episodios del programa “Castigo Divino” analizados en el estudio*

<b>Numeración del video en el estudio</b>	<b>Nombre del video</b>	<b>Duración</b>	<b>Sinopsis</b>	<b>Categorías de Análisis</b>
Fragmento 1	Castigo Divino: Leónidas Iza (corto)	300 segundos	En este corto fragmento se abordan temas de interés de productividad sobre los pequeños productores del campo en comparación a los precios de la leche.	Carga Informativa
Fragmento 2	Castigo Divino: Leónidas Iza (corto)	192 segundos	En el fragmento de la entrevista se abordan temas de interés político sobre las manifestaciones del “Paro Nacional 2019”	Humor Político
Fragmento 3	Castigo Divino: Natasha Rojas y Ana Belén Cordero	300 segundos	En este corto fragmento se abordan temas sobre “Paro Nacional en el año 2022”	Uso del lenguaje
Fragmento 4	Castigo Divino: Natasha Rojas y Ana Belén Cordero	300 segundos	En este fragmento se evidencia el uso de consumo de bebida como el vino.	Manejo de auspiciantes y publicidad

*Nota.* En la tabla se aborda la clasificación de los episodios, sinopsis y las categorías de análisis. Elaborado por: Carolina Suárez, 2023.

Este estudio utiliza el método de la video-elicitación dentro del grupo focal. Como el autor Barrera asegura que “la video-elicitación nos acerca a las interpretaciones que los interlocutores tienen de su realidad” (Barrera, 2008, pág. 6). En este sentido, se seleccionan cuatro fragmentos de los videos de las entrevistas a los actores sociales. Del primer video con la duración de 86 minutos se toma los fragmentos de

la temporalidad del minuto 38:00 al 43:00, el siguiente fragmento extraído es del minuto 50:00 al 53:20. Del segundo video con la duración de 89 minutos se tomó el fragmento del minuto 10:00 a 15:00 y en su segundo fragmento extraído en el tiempo de 1:00 hora a 1:05 minutos. Estos fragmentos son presentados al grupo focal. Por medio de la elección de los determinados fragmentos se toman en consideración ser relevantes para este estudio.

Para el respectivo grupo focal se estableció 8 preguntas para los participantes 1.-) ¿Cree usted que el estilo que emite el periodista Luis Eduardo Vivanco, durante la comparación que realiza, es acorde como una manera de informar, por qué? 2.- ¿Cómo le parece el estilo que utiliza el entrevistador al momento de cuestionar al actor social, el Sr. Leónidas Iza? 3.- ¿Qué piensa usted respecto al humor que utiliza el periodista Luis Eduardo Vivanco para abordar los temas políticos como estrategia para la entrevista? 4.- ¿Cree usted que las comparaciones y ejemplificaciones utilizadas ayudan a una mejor comprensión del tema en la entrevista? 5.- ¿Que piensa respecto al uso del lenguaje que se utiliza Luis Eduardo Vivanco, ayuda que el dialogo de la entrevista sea más dinámica? 6.- ¿Qué piensa usted respecto al vocabulario utilizado en la entrevista, cree que esto aporta periodísticamente? 7.- ¿Usted percibe que hay publicidad no convencional en este espacio de entrevistas? 8.- ¿Qué opina respecto al uso de alcohol como estrategia del programa mediada por copas, le gusta, no gusta, porque?

**Tabla 3**

*Calendario de la reunión del grupo focal*

<b>NIVEL FORMATIVO DE EDUCACIÓN</b>		
Fecha: 14 de enero del 2023 – Se realizó en el horario de las 16:30 pm		
<b>Maestría</b>	1 mujer	1 hombre
<b>Profesional</b>	1 mujer	1 hombre
<b>Estudiante Universitario</b>	1 mujer	1 hombre
<b>Estudiante de Colegio</b>	1 mujer	

*Nota.* En el apartado se especifica el calendario de las reuniones de los grupos focales. Elaborado por:  
Carolina Suárez, 2023.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup>LINK DEL VIDEO DEL FOCUS GROUP: <https://youtu.be/Ck6luq-fBJk>

## RESULTADOS

### 1.-Percepción carga informativa del programa de entrevistas “*Castigo Divino*”

En este apartado se presenta los resultados sobre la percepción de la carga informativa que mantiene el programa de entrevistas “*Castigo Divino*” de la Posta: entrevista al actor político Leónidas Iza. Mediante la técnica de video-elicitación, se presentaron cuatro fragmentos correspondientes a este programa; tomando el primer fragmento sobre la percepción de la carga informativa. Siguiendo la línea de Guillermo Orozco, uno de los autores más representativos en estudios de recepción, de esta manera, de acuerdo con el criterio de “mediación múltiple” de Guillermo Orozco (1997), en el que plantea la posibilidad de recepción en tres ejes: aceptación, imparcialidad y rechazo. Por parte de esta interpretación se toma como referente el orden del estudio siguiendo estos tres ejes como guía.

Los profesionales tanto de cuarto nivel maestría de y tercer nivel profesionales concuerdan en que este episodio de “*Castigo Divino*” que no aporta en términos informativos; sino que genera una especularización tanto del invitado, así como de las temáticas que se abordaron en la entrevista. Para el sujeto 1 con formación de maestría: existe un “intento de opacar” y utiliza un lenguaje muy informal (P.Oviedo, comunicación personal 2023), que va en la misma línea del criterio del sujeto 3 con formación profesional, que expresó que se nota que existe una intención de “hacer quedar mal invitado”, la forma que utiliza el Sr. Vivanco no es el adecuado manifestó y debería estar más informado respecto a temática con sus invitados (D.Reyes, comunicación personal 2023).

Se evidencia que los participantes tanto como el sujeto 1 y 2 del nivel de formación de maestría no están de acuerdo a la manera de informar, sin embargo, para el sujeto 2 con formación de maestría: “el lenguaje que se utiliza en la entrevista no es acorde a lo que el público pretende informarse o saber, es un tanto chabacano y vulgar” (J.Calupíña, comunicación personal 2023). Los estudiantes universitarios analizan que existe un periodismo mal intencionado llevando un tanto a la polarización como algo polémico, en donde



el sujeto 6 universitario afirma que: “Existe un periodismo con contra ataque (M.Taco, comunicación personal 2023). Finalmente para los estudiantes de colegio les agrada la manera del cómo se desarrolla la entrevista como interpretar el sujeto 7 como “una manera informal y no tanto limitada” (A.Almachi, comunicación personal 2023).

## **2.-Percepción humor político del programa de entrevistas “*Castigo Divino*”**

La recepción que tienen los participantes de nivel formativo de maestría respecto al fragmento 2, es que existe en la entrevista el humor político, pero por parte la sujeto 1 del nivel formativo de maestría quién manifiesta que: “la temática a tratar es un tanto irónico y mal intencionada” revelando un total rechazo al periodismo que desarrolla este medio. Por otra parte el participante de nivel de maestría 2 abre un debate en que expresa “le gusta su forma frontal de decir las cosas, también es una manera de subir el rating”. Como aporte los participantes profesionales comparten ideas referente a la estrategia se utiliza el periodista el sujeto 3 del nivel formativo profesional manifiesta que: “se vende la polémica y el morbo en el país, tratando de enganchar al público ya que esto llama la atención” (D.Reyes, comunicación personal 2023).

Los estudiantes universitarios concuerdan respecto al fragmento dos, en la entrevista tratan de llegar de una manera más directa, como una forma de poder sacar información desde una conversación informal, en el aporte del sujeto 5 expresa que: “sin preguntas formuladas es una solvente opción de poder llegar a su objetivo” (S.Coyago, comunicación personal 2023). En parte, a la percepción del estudiante de colegio comparten con la idea de los demás participantes en donde sí se presencia que existe humor político.

## **3.-Percepción del uso del lenguaje del programa de entrevistas “*Castigo Divino*”**

Las ideas entorno al uso del lenguaje desde la percepción de los participantes del nivel de formación de maestría lograron evidenciar que la entrevista es más dinámica con un lenguaje más fluido. Como aporta el sujeto 1 del nivel de formación de maestría: “influye mucho los invitados que van al programa de

entrevistas forjándose más amena desde el aspecto político o el tema a tratar” (P.Oviedo, comunicación personal 2023).

En otra parte, el sujeto 2 del nivel de formación de maestría manifiesta que: “Utiliza un lenguaje fluido en cuanto a ideas y pensamientos haciendo la entrevista más amena” (J.Calupiña, comunicación personal 2023).

En cuanto a la percepción de los participantes profesionales concuerdan con sus ideas, respecto a los temas de interés se debería extender a eso y no generar una polémica, el sujeto 4 del nivel formativo profesional aporta que: “se debería tratar temas no tanto comparativos sino más bien informar a su audiencia y control de las palabras que emite” (G.Eraza, comunicación personal 2023).

En cuanto al sujeto 3 del nivel formativo profesional recepta que: “el objeto como entrevista no pretenda ser violento y coloquial cayendo en lo soez o grosero” (D.Reyes, comunicación personal 2023). En caso los sujetos estudiantes universitarios perciben que en este fragmento se evidencia una manera de usar su lenguaje informal por la plataforma que se desarrolla el programa como lo es YouTube, como lo expresa el sujeto 6 del nivel de estudiante universitario en que manifiesta que: “la plataforma YouTube es más libre para publicación de su contenido” (M.Taco, comunicación personal 2023). Desde esta percepción se incluye el sujeto 5 donde aporta que: “si tiene rating es porque de cierta manera llega a la audiencia” (S.Coyago, comunicación personal 2023). Desde las diferentes recepciones se logra evidenciar que los dos integrantes del nivel formativo estudiantes universitarios tienen una aceptación del fragmento establecido a la categoría del uso del lenguaje. Al contrario al sujeto 7 del nivel formativo estudiante de colegio existe un rechazo exponiendo que: “el periodista es un poco vulgar y pudo aprovechar el tiempo enfocándose más en el tema” (A.Almachi, comunicación personal 2023).

#### **4.- Percepción del manejo de auspiciantes y publicidad del programa de entrevistas “*Castigo Divino*”**

Los sujetos del nivel formativo de maestría, profesionales, estudiantes universitarios y de colegio receptan que en el cuarto fragmento sobre manejo de auspiciantes y publicidad existe publicación no convencional a diferencia de los medios tradicionales, en el cual existe una aceptación desde la línea que

lleva Guillermo Orozco (1997). El sujeto 1 del nivel formativo de maestría expresa que: “existe en la entrevista dos actores que superficialmente están a gusto con el desenvolvimiento de la entrevista” (P.Oviedo, comunicación personal 2023). Sin embargo, el sujeto 3 del nivel de formación profesional manifestó que: “mientras el consumo sea moderado todo es válido como una estrategia en los medios digitales” (D.Reyes, comunicación personal 2023).

En el caso del sujeto 4 del nivel profesional coincide con sujeto 3 que el consumo de alcohol en el programa no lo encuentra malo pero expresa que: “se puede poner en duda tal vez el juicio de las partes en este dialogo y se transforma” (G.Eraza, comunicación personal 2023). Por otra parte, el sujeto 6 estudiante universitario percibe que: “es poco común visualizar que en un programa se observe que se tomen bebidas alcohólicas” (M.Taco, comunicación personal 2023). Sin embargo, para el sujeto 5 expresa que: “la plataforma que se visualiza las entrevistas es por YouTube y se utiliza otro tipo de publicidad que debe pautar este programa y se logre llevar a cabo (S.Coyago, comunicación personal 2023). Por otra parte el sujeto 7 estudiante de colegio aporta que “no molesta el hecho que beban alcohol, mientras sea moderado” (A.Almachi, comunicación personal 2023).

## CONCLUSIONES

En este estudio, en términos generales, referente a la categoría de la carga informativa del programa de entrevistas “*Castigo Divino*” receptado por los integrantes mediante video- elicitación determinados por el nivel formativo de educación, cuarto nivel formativo de maestría; tercer nivel profesionales; estudiantes universitarios y estudiantes de colegio. Los integrantes del nivel formativo de maestría receptan que en el primer fragmento de la categoría carga informativa no se logra proyectar como una manera de informar sino más bien opacar al entrevistado haciéndolo caer en los errores. Sin embargo, para el nivel formativo estudiantes universitarios y de colegio establecen que existe una manera muy informal y no limitada por el hecho que se visualiza en la red social YouTube, siendo esta sin censura y libre para la audiencia.

En el caso del segundo fragmento establecido por la categoría del humor político los integrantes interpretan que la temática a tratar a los invitados de las dos entrevistas es irónico y mal intencionado desde la forma del entrevistado en este caso Sr. Luis Eduardo Vivanco. Por otra parte, para los demás integrantes del nivel formativo profesionales, estudiantes universitarios y de lo colegio en este fragmento existe una aceptación en donde receptan que hoy en día se vende mucho el morbo y la polémica destacando en el programa la sátira y así enganchando al público como una manera nueva de hacer periodismo.

La categoría del uso del lenguaje incluye la aceptación y rechazo desde el tercer fragmento mediante video-elicitación, con la percepción de los integrantes del nivel formativo de maestría en donde aportan que depende mucho de los invitados que sean entrevistados o invitados. En este fragmento se proyecta la entrevista más amena haciendo del uso del lenguaje un tanto más fluido en cuanto a pensamientos e ideas, en donde se rescata la idea de un hombre del nivel formativo profesional que se debería modificar el tipo de entrevistas, sin tantas comparaciones llegando como un tema informativo y no tanto coloquial cayendo en lo soez y grosero. Pese a que, los integrantes del nivel formativo estudiantes universitarios y de colegio resaltan que la plataforma de YouTube es una red social más liberal de consumir programas sin censura, específicamente con la reflexión del estudiante de colegio se debería enfocar más en el tema a tratar sin

pérdida de tiempo llegando a lo conciso e informativo de los hechos que se acontecen tanto políticos, económicos o de cualquier ámbito.

Siendo así, desde el cuarto fragmento de la categoría de manejo de auspiciantes y publicidad todos los integrantes receptan que se evidencia un manejo de auspiciantes y publicidad no convencional por el hecho que es un medio digital y no corresponde a la misma línea que proyecta los medios tradicionales. Pese a que, el hombre del nivel formativo profesional aporta que las bebidas alcohólicas sirven en este caso como una manera de estrategia en los medios digitales en la actualidad. En acuerdo con la percepción de la mujer del nivel formativo profesional en el que expone que las bebidas de alcohol pueden poner en duda la conversación mantenida en las entrevistas y un tanto llevando a la transformación de diversos criterios, opiniones o sucesos del tema a tratar.

En este estudio de manera global se ha llegado a concluir que el humor debe jugar al doble sentido de ser burlesco como algo gracioso a no pasar a lo grosero. El humor político se debe saber llegar a los entrevistados con ciertas características como prudencia, respeto e información, sobre todo aprovechar de las circunstancias o situaciones coyunturales respecto a temas relevantes que desarrolla el programa “*Castigo Divino*”. Por otra parte, es importante que este tipo de programas pueda aprovechar de las circunstancias que la entrevista periodística aporta como un género, que sirve mediante la recolección de información del invitado permitiendo profundizar el tema de interés.

El humor representado en el programa de entrevistas como su principal eje debería ser su fuerte para sacar información a sus invitados y que exista burla sin duda como estilo, pero una burla que sea inteligente sin confundir el humor con el estilo en este caso. El humor político es indagado en los cuatro fragmentos proyectados en el grupo focal, por medio de la vídeo-elicitación, se concluye que al tocar temas políticos el periodista Luis Eduardo Vivanco lleva al entrevistado a caer en ciertos errores inducidos tratando de que los protagonistas puedan caer en la equivocación. Por otra parte, no resulta informativo para los participantes el enfocarse en ciertas comparaciones de la vida cotidiana y no dando la prioridad o dejar de lado el aspecto informativo del programa que aporta de cierta manera a la audiencia.

Desde el uso del lenguaje que presenta el programa “*Castigo Divino*” tiene un estilo particular como lo desarrolla el periodista Luis Eduardo Vivanco donde existe la sátira, burla, lo chabacano y lo soez sin embargo, el humor no debería estar encima de la técnica, sino más bien, priorizando la información y llegar a sus invitados desde una forma sutil. Por otra parte, los estilos humorístico y periodístico se conjugan con el único propósito de descubrir, encontrar, mejorar y trabajar con los personajes con el propósito de obtener información relevante para temas del interés del público. En el que se trabaje más el sentido del humor político utilizando esta característica fundamental que brinda la entrevista, para que los programas con entrevistas funcionen mejor en los medios digitales. Por el mismo hecho que las redes sociales en la actualidad ayudan a que los medios digitales puedan desenvolverse con más facilidad y aperturando a que estos programas se proyecten con sus nuevos estilos peculiares en la plataforma YouTube.

## BIBLIOGRAFÍA

- A.Almachi. (comunicación personal 2023). Estudio de recepción . (C. Suárez, Entrevistador)
- Alvarado & García. (2008). Características más relevantes del paradigma socio-crítico:su aplicación en investigaciones de educación ambiental y de enseñanza de las ciencias realizadas en el Doctorado de Educación del Instituto Pedagógico de Caracas. *Sapiens.Revista Universitaria de Investigación.*, [Archivo PDF].  
doi:<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=41011837011>
- Barrera, J. (2008). Reflexiones sobre el uso de la cámara de vídeo en el trabajo de campo: el caso del centro social ocupado autogestionado Can Masdeu. doi:.  
<https://cdsa.academica.org/000-080/29.pdf>
- Berlo, D. (1984). *El procesos de la comunicación -Introducción a la teoría y a la práctica.* Ateneo . Obtenido de <https://bibliopopulares.files.wordpress.com/2012/12/el-proceso-de-la-comunicacion-david-k-berlo-301-1-b-514.pdf>
- Bockzkowski, P. (2006). Digitalizar noticias. En P. Bockzkowski, *Digitalizar noticias* (pág. 21). Buenos Aires: Manantial. Obtenido de <https://www.perio.unlp.edu.ar/catedras/ecal/wp-content/uploads/sites/42/2020/06/11575495-Digitalizar-las-Noticias-Pablo-Boczowski-capitulo-3.pdf>
- Castells, M. (2014). El impacto de internet en la sociedad:una perspectiva global. *Cambio*, 25. Obtenido de <https://www.bbvaopenmind.com/wp-content/uploads/2014/03/BBVA-OpenMind-El-impacto-de-internet-en-la-sociedad-una-perspectiva-global-Manuel-Castells.pdf.pdf>
- D.Reyes. (comunicación personal 2023). Estudio de recepción . (C. Suárez, Entrevistador)
- Damian, F. (2022). Humor Político en el live tweeting. Sus clases y circulaciones en la construcción de acontecimientos. *RAE-IC, Revista de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación*, 13.

- Deuze, M. (2001). Online journalism: Modelling the first generation of news media on the World. doi:<https://journals.uic.edu/ojs/index.php/fm/article/view/893/802>
- Díaz Noci & Salaverria. (2003). *Manual de redacción ciberperiodística*. Barcelona: Ariel.  
Obtenido de  
<file:///C:/Users/Personal/Downloads/2011BilbaoComunicacionCiberperiodismo.pdf>
- Fidler, R. (1998). *Mediamorfosis: Comprender los nuevos medios*.
- G.Eraza. (comunicación personal 2023). Estudio de recepción . (C. Suárez, Entrevistador)
- Gómis, L. (2012). La prensa, un recurso para el aula: Análisis de la prensa, géneros periodísticos. *Ministerio de Educación, Cultura y Deporte*, 24.
- Grijelmo, A. (2014). El estilo del periodista . En A. Grijelmo, *El estilo del periodista* (pág. 98). España: Taurus.
- Hernández & Sampieri. (2014). Metodología de la investigación sexta edición. *McGraw Hill Interamericana Editores, S.A. de C.V.* Obtenido de  
<https://observatorio.epacartagena.gov.co/wp-content/uploads/2017/08/metodologia-de-la-investigacion-sexta-edicion.compressed.pdf>
- J.Calupiña. (comunicación personal 2023). Estudio de Recepción . (C. Suárez, Entrevistador)
- López-García, X. (2021). Redefinición de metacompetencias, competencias y habilidades de los periodistas digitales. *Anuario ThinkEPI*, v. 16, e16a03, 6.  
doi:<https://doi.org/10.3145/thinkepi.2022.e16a03>
- Loza, R. (2020). Paradigma sociocrítico en investigación. *PsiqueMag*, vol9(2),30-39., 10.
- M.Taco. (comunicación personal 2023). Estudio de Recepción . (C. Suárez, Entrevistador)
- Maldonado, J. (2018). Metodología de la investigación social : Paradigmas Cuantitativo, sociocrítico, cualitativo, complementario. Obtenido de



<https://elibro.net/es/ereader/bibliotecaupt/70335?bfpag=1&bfsearch=&bffolder=80567&prev=bf>

Martín-Barbero. (1987). *De los medios a las mediaciones: comunicación, cultura y hegemonía*. Editorial Gustavo Gili.

McMillan & Schumacher . (2001). *Slidechare*. Obtenido de <https://es.slideshare.net/selene1524/muestreo-por-conveniencia>

Morejón y Zamora. (2019). Historia, evolución y desafíos del periodismo digital en el Ecuador. 14.

Olmedo, V. (2014). Análisis del género entrevistas en los medios de comunicación digital españoles. *Punlicaciones y Divulgación científica* , 289.

Orozco, G. (1997). El reto de conocer para transformar. Medios, audiencias y mediaciones.[ Archivo PDF]. *Revista Cominunicar*. doi: <https://doi.org/10.3916/C08-1997-06>

Orozco, G. (2003). *Los estudios de recepción: un modo de investigar a una moda y de ahí a muchos modos*. Porto Alegre: Intexto.

Orvik, Larun, Berland & Ringsberg. (2014). *Factores situacionales en estudios de grupos focales: una revisión sistemática*. *Paradigmas*, 6, 87-127.

P.Oviedo. (comunicación personal 2023). comunicación personal. *comunicación personal*. (C. Suárez, Entrevistador)

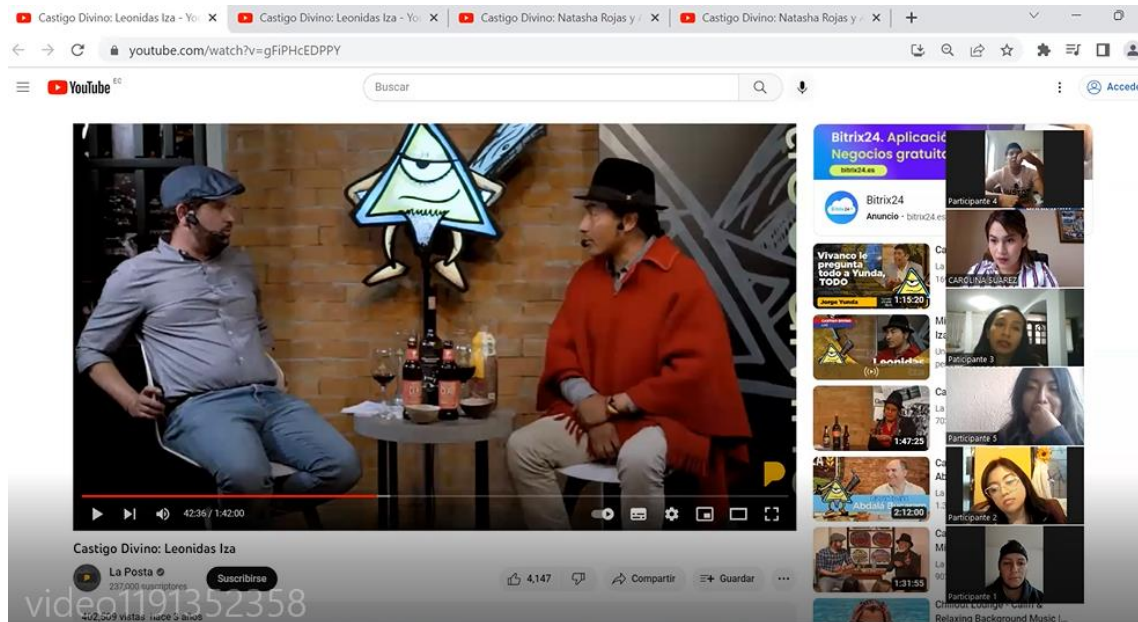
Parratt, S. (2008). Géneros periodísticos. En S. Parratt, *Géneros periodísticos* (pág. 198). Quito: Intiyan . Obtenido de <https://biblio.flacsoandes.edu.ec/catalog/resGet.php?resId=55350>

Peña, A & Herrera, L. (2021). *Encuesta Nacional Multipropósito de Hogares Seguimiento al Plan de Desarrollo* . Obtenido de [https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas\\_Sociales/TIC/2020/202012\\_Boletin\\_Multiproposito\\_Tics.pdf](https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Sociales/TIC/2020/202012_Boletin_Multiproposito_Tics.pdf)

- Rivera, J. (2013). Medios digitales en Ecuador Cuanto son y que hacen. *Chasqui*, 8.  
doi:<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=16057409017>
- S.Coyago. (comunicación personal 2023). Estudio de Recpección . (C. Suárez, Entrevistador)
- Salaverria, R. (2004). Diseñando el lenguaje para el ciberperiodismo. *Chasqui*. doi:  
<https://revistachasqui.org/index.php/chasqui/article/view/1517>
- Santamaría, C. (2011). *La entrevista periodística: ¿Género o Herramienta?* España: Tesis Doctoral .
- Steensen, S. (2011). Online journalism and the promises of new technology. *Journalism Studies*, 311-327. Obtenido de  
[file:///C:/Users/Personal/Downloads/Online\\_Journalism\\_and\\_the\\_Promises\\_of\\_New\\_Technolo.pdf](file:///C:/Users/Personal/Downloads/Online_Journalism_and_the_Promises_of_New_Technolo.pdf)
- Ulloa, C. (2008). Arma de contrapoder: Humor político y medios. *Revista Latinoamericana de Comunicación* , 8.
- Vallejo y Moreno. (2022). Géneros periodísticos transmedia en el Ecuador. Caso La Posta. *Revista de Ciencias Humanas y Sociales*, 16. doi:10.5281/zenodo.6522970
- Zavitsanou, T. (2018). *Humor y discurso político:El humor como recurso de opinión y crítica en la prensa contemporánea griega y española.*

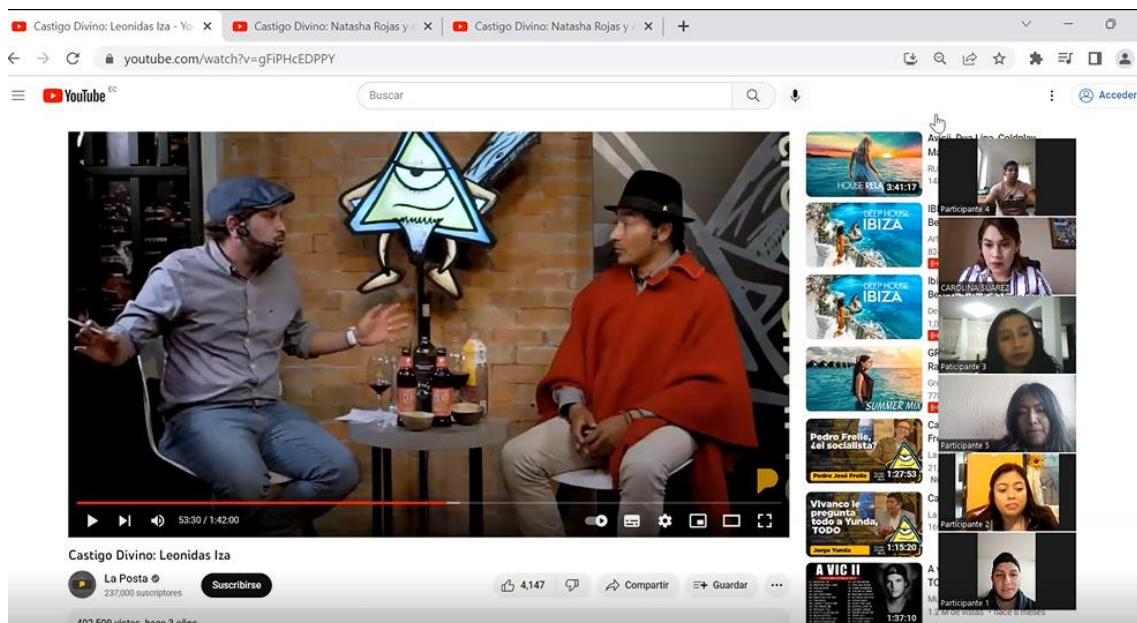
## ANEXOS

Imagen 1.- Grupo Focal con la participación del primer fragmento "Carga Informativa"



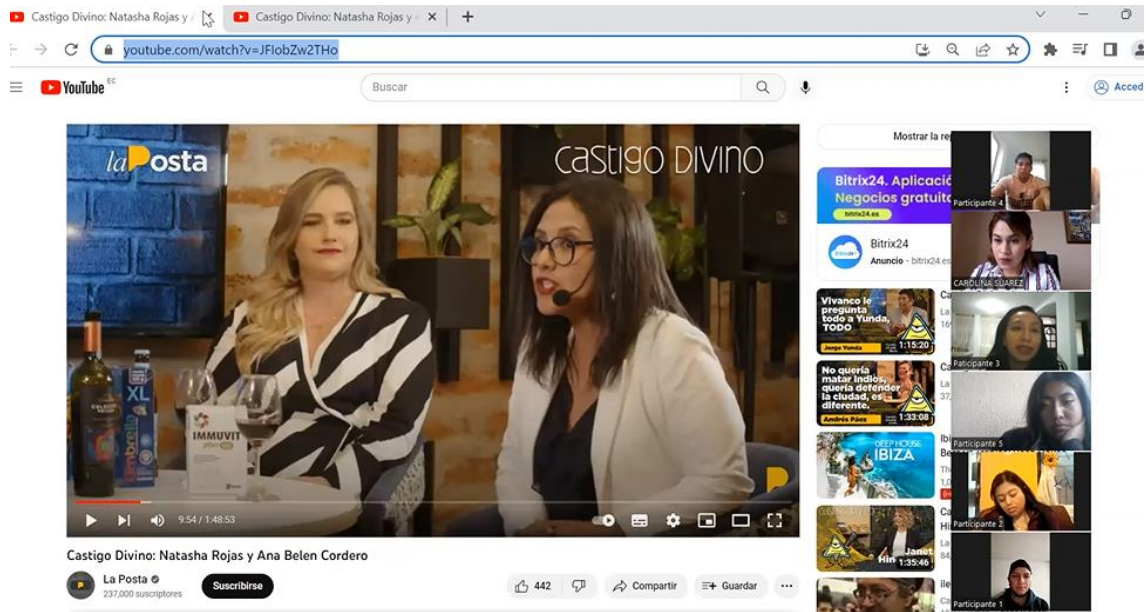
*Nota.* Se emplea la técnica recolección: grupo focal mediante vídeo- elicitación, donde participaron 4 mujeres y 3 hombres. Elaborado por: Carolina Suárez, 2023.

Imagen 2.- Grupo Focal con la participación del segundo fragmento "Humor Político"



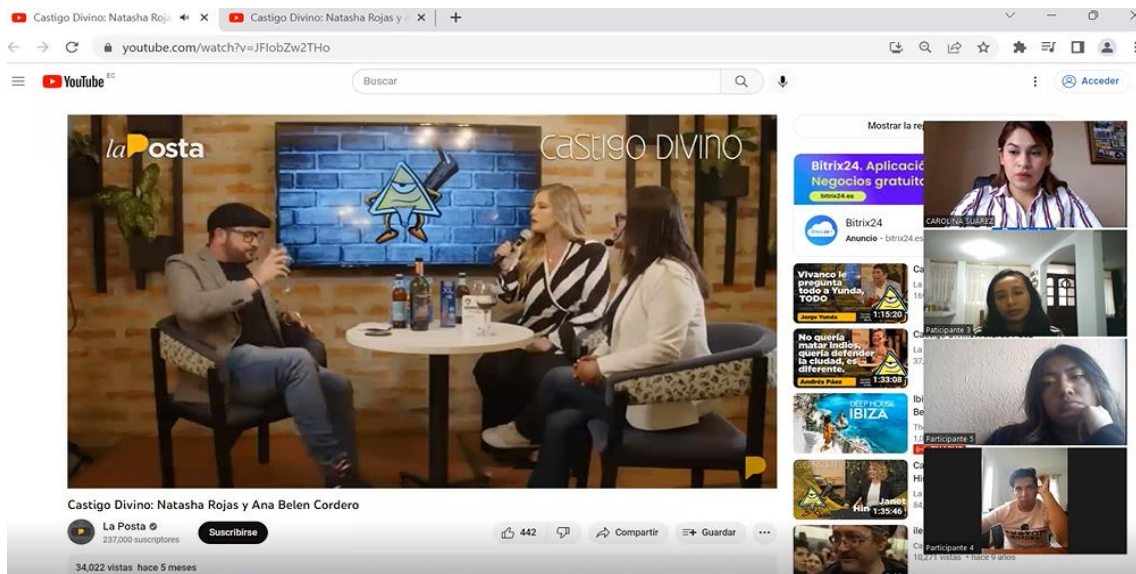
*Nota.* Se emplea la técnica recolección: grupo focal mediante vídeo- elicitación, donde participaron 4 mujeres y 3 hombres. Elaborado por: Carolina Suárez, 2023

Imagen 3.- Grupo Focal con la participación del tercer fragmento "Uso del lenguaje"



Nota. Se emplea la técnica recolección: donde se aplica vídeo- elicitación, donde participaron 4 mujeres y 3 hombres. Elaborado por: Carolina Suárez, 2023.

Imagen 4.- Grupo Focal con la participación del cuarto fragmento "Manejo de auspiciantes y publicidad"



Nota. Se emplea la técnica recolección: grupo focal mediante vídeo- elicitación, donde participaron 4 mujeres y 3 hombres. Elaborado por: Carolina Suárez, 2023.

## AUTORIZACIÓN DE LOS INTEGRANTES DEL GRUPO FOCAL

Documento de autorización al uso de derechos de imagen, de fijaciones audiovisuales (vídeos) y de propiedad intelectual para la elaboración de **ARTÍCULO ACADÉMICO: ESTUDIO DE RECEPCIÓN DEL MEDIO DIGITAL LA POSTA. CASO: PROGRAMA “CASTIGO DIVINO” EN LA RED SOCIAL YOUTUBE.**

**DESDE EL NIVEL FORMATIVO MAESTRÍA HASTA NIVEL FORMATIVO COLEGIO:** Esta autorización es con el fin de difundir y dar a conocer la información brindada de su parte a la previa investigación y a la ciudadanía, por lo que es indispensable contar con la respectiva autorización. El derecho a la propia imagen está reconocido en el artículo 18.1 de la Constitución y regulado por la Ley Orgánica 1/1982, de 5 de mayo, de protección del derecho al honor, a la intimidad personal y familiar y a la propia imagen, y la Ley Orgánica 1 5/1999, de 13 de diciembre, de Protección de Datos de Carácter Personal.

**Nombre:** Pamela Ouedo

**Documento de identidad:** 1713804092

Mayor de edad, en mi calidad de persona natural, por medio del presente documento otorgo autorización expresa del uso de los derechos de imagen que me reconocen la Constitución, la ley y demás normas concordantes a las cláusulas propuestas a la Srta. Shirley Carolina Suárez Taco con C.I:1719199307, estudiante de noveno semestre en la carrera de Comunicación de la Universidad Politécnica Salesiana. La autorización se registrará por las normas legales aplicables y en particular por las siguientes:

### CLÁUSULAS:

**PRIMERA.** - Autorización y objeto: Mediante el presente instrumento autorizo a la estudiante Shirley Carolina Suárez Taco de noveno semestre de la carrera de Comunicación de la Universidad Politécnica Salesiana, para el uso y tratamiento de mis derechos de imagen que serán incluidos para la realización del Artículo Académico, así como de los Derechos de Autor; los Derechos Conexos y en general todos aquellos derechos de propiedad intelectual que tengan que ver con el derecho de imagen.

**SEGUNDA.** - Territorio y exclusividad: Los derechos aquí autorizados se dan sin limitación geográfica o territorial alguna. De igual forma la autorización de uso aquí establecida no implicará exclusividad, por lo que me reservo el derecho de otorgar autorizaciones de uso similares en los mismos términos en favor de terceros.

**TERCERA.** - Derechos morales: La estudiante Shirley Carolina Suárez Taco en la carrera de Comunicación y de la Universidad Politécnica Salesiana darán cumplimiento a la normatividad vigente de los derechos morales de autor, los cuales seguirán radicados en cabeza de su titular. Para constancia de lo anterior se firma y otorga en la ciudad de Quito, el presente instrumento hoy: 14-01-2023

  
Firma:

Documento de autorización al uso de derechos de imagen, de fijaciones audiovisuales (vídeos) y de propiedad intelectual para la elaboración de ARTÍCULO ACADÉMICO: **ESTUDIO DE RECEPCIÓN DEL MEDIO DIGITAL LA POSTA. CASO: PROGRAMA “CASTIGO DIVINO” EN LA RED SOCIAL YOUTUBE.**

**DESDE EL NIVEL FORMATIVO MAESTRÍA HASTA NIVEL FORMATIVO**

**COLEGIO:** Esta autorización es con el fin de difundir y dar a conocer la información brindada de su parte a la previa investigación y a la ciudadanía, por lo que es indispensable contar con la respectiva autorización. El derecho a la propia imagen está reconocido en el artículo 18.1 de la Constitución y regulado por la Ley Orgánica 1/1982, de 5 de mayo, de protección del derecho al honor, a la intimidad personal y familiar y a la propia imagen, y la Ley Orgánica 1 5/1999, de 13 de diciembre, de Protección de Datos de Carácter Personal.

**Nombre:** Jorge Calupíña

**Documento de identidad:** 1709771115

Mayor de edad, en mi calidad de persona natural, por medio del presente documento otorgo autorización expresa del uso de los derechos de imagen que me reconocen la Constitución, la ley y demás normas concordantes a las cláusulas propuestas a la Srta. Shirley Carolina Suárez Taco con C.I:1719199307, estudiante de noveno semestre en la carrera de Comunicación de la Universidad Politécnica Salesiana. La autorización se registrá por las normas legales aplicables y en particular por las siguientes:

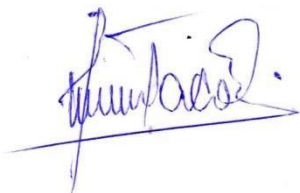
**CLÁUSULAS:**

**PRIMERA.** - Autorización y objeto: Mediante el presente instrumento autorizo a la estudiante Shirley Carolina Suárez Taco de noveno semestre de la carrera de Comunicación de la Universidad Politécnica Salesiana, para el uso y tratamiento de mis derechos de imagen que serán incluidos para la realización del Artículo Académico, así como de los Derechos de Autor; los Derechos Conexos y en general todos aquellos derechos de propiedad intelectual que tengan que ver con el derecho de imagen.

**SEGUNDA.** - Territorio y exclusividad: Los derechos aquí autorizados se dan sin limitación geográfica o territorial alguna. De igual forma la autorización de uso aquí establecida no implicará exclusividad, por lo que me reservo el derecho de otorgar autorizaciones de uso similares en los mismos términos en favor de terceros.

**TERCERA.** - Derechos morales: La estudiante Shirley Carolina Suárez Taco en la carrera de Comunicación y de la Universidad Politécnica Salesiana darán cumplimiento a la normatividad vigente de los derechos morales de autor, los cuales seguirán radicados en cabeza de su titular. Para constancia de lo anterior se firma y otorga en la ciudad de Quito, el presente instrumento

Hoy: 14-01-2023



Firma:

Documento de autorización al uso de derechos de imagen, de fijaciones audiovisuales (vídeos) y de propiedad intelectual para la elaboración de **ARTÍCULO ACADÉMICO: ESTUDIO DE RECEPCIÓN DEL MEDIO DIGITAL LA POSTA. CASO: PROGRAMA “CASTIGO DIVINO” EN LA RED SOCIAL YOUTUBE.**

**DESDE EL NIVEL FORMATIVO MAESTRÍA HASTA NIVEL FORMATIVO COLEGIO:** Esta autorización es con el fin de difundir y dar a conocer la información brindada de su parte a la previa investigación y a la ciudadanía, por lo que es indispensable contar con la respectiva autorización. El derecho a la propia imagen está reconocido en el artículo 18.1 de la Constitución y regulado por la Ley Orgánica 1/1982, de 5 de mayo, de protección del derecho al honor, a la intimidad personal y familiar y a la propia imagen, y la Ley Orgánica 1 5/1999, de 13 de diciembre, de Protección de Datos de Carácter Personal.

**Nombre:** Sebastián Coyago

**Documento de identidad:** 1724691991

Mayor de edad, en mi calidad de persona natural, por medio del presente documento otorgo autorización expresa del uso de los derechos de imagen que me reconocen la Constitución, la ley y demás normas concordantes a las cláusulas propuestas a la Srta. Shirley Carolina Suárez Taco con C.I:1719199307, estudiante de noveno semestre en la carrera de Comunicación de la Universidad Politécnica Salesiana. La autorización se registrará por las normas legales aplicables y en particular por las siguientes:

**CLÁUSULAS:**

**PRIMERA.** - Autorización y objeto: Mediante el presente instrumento autorizo a la estudiante Shirley Carolina Suárez Taco de noveno semestre de la carrera de Comunicación de la Universidad Politécnica Salesiana, para el uso y tratamiento de mis derechos de imagen que serán incluidos para la realización del Artículo Académico, así como de los Derechos de Autor; los Derechos Conexos y en general todos aquellos derechos de propiedad intelectual que tengan que ver con el derecho de imagen.

**SEGUNDA.** - Territorio y exclusividad: Los derechos aquí autorizados se dan sin limitación geográfica o territorial alguna. De igual forma la autorización de uso aquí establecida no implicará exclusividad, por lo que me reservo el derecho de otorgar autorizaciones de uso similares en los mismos términos en favor de terceros.

**TERCERA.** - Derechos morales: La estudiante Shirley Carolina Suárez Taco en la carrera de Comunicación y de la Universidad Politécnica Salesiana darán cumplimiento a la normatividad vigente de los derechos morales de autor, los cuales seguirán radicados en cabeza de su titular. Para constancia de lo anterior se firma y otorga en la ciudad de Quito, el presente instrumento

Hoy: 14-01-2023

Firma:



Documento de autorización al uso de derechos de imagen, de fijaciones audiovisuales (vídeos) y de propiedad intelectual para la elaboración de **ARTÍCULO ACADÉMICO: ESTUDIO DE RECEPCIÓN DEL MEDIO DIGITAL LA POSTA. CASO: PROGRAMA “CASTIGO DIVINO” EN LA RED SOCIAL YOUTUBE.**

**DESDE EL NIVEL FORMATIVO MAESTRÍA HASTA NIVEL FORMATIVO COLEGIO:** Esta autorización es con el fin de difundir y dar a conocer la información brindada de su parte a la previa investigación y a la ciudadanía, por lo que es indispensable contar con la respectiva autorización. El derecho a la propia imagen está reconocido en el artículo 18.1 de la Constitución y regulado por la Ley Orgánica 1/1982, de 5 de mayo, de protección del derecho al honor, a la intimidad personal y familiar y a la propia imagen, y la Ley Orgánica 1 5/1999, de 13 de diciembre, de Protección de Datos de Carácter Personal.

**Nombre:** Michelle Taco

**Documento de identidad:** 1719199257

Mayor de edad, en mi calidad de persona natural, por medio del presente documento otorgo autorización expresa del uso de los derechos de imagen que me reconocen la Constitución, la ley y demás normas concordantes a las cláusulas propuestas a la Srta. Shirley Carolina Suárez Taco con C.I:1719199307, estudiante de noveno semestre en la carrera de Comunicación de la Universidad Politécnica Salesiana. La autorización se registrará por las normas legales aplicables y en particular por las siguientes:

**CLÁUSULAS:**

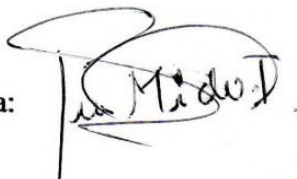
**PRIMERA.** - Autorización y objeto: Mediante el presente instrumento autorizo a la estudiante Shirley Carolina Suárez Taco de noveno semestre de la carrera de Comunicación de la Universidad Politécnica Salesiana, para el uso y tratamiento de mis derechos de imagen que serán incluidos para la realización del Artículo Académico, así como de los Derechos de Autor; los Derechos Conexos y en general todos aquellos derechos de propiedad intelectual que tengan que ver con el derecho de imagen.

**SEGUNDA.** - Territorio y exclusividad: Los derechos aquí autorizados se dan sin limitación geográfica o territorial alguna. De igual forma la autorización de uso aquí establecida no implicará exclusividad, por lo que me reservo el derecho de otorgar autorizaciones de uso similares en los mismos términos en favor de terceros.

**TERCERA.** - Derechos morales: La estudiante Shirley Carolina Suárez Taco en la carrera de Comunicación y de la Universidad Politécnica Salesiana darán cumplimiento a la normatividad vigente de los derechos morales de autor, los cuales seguirán radicados en cabeza de su titular. Para constancia de lo anterior se firma y otorga en la ciudad de Quito, el presente instrumento

hoy: 14-01-2023

Firma:





Documento de autorización al uso de derechos de imagen, de fijaciones audiovisuales (vídeos) y de propiedad intelectual para la elaboración de **ARTÍCULO ACADÉMICO: ESTUDIO DE RECEPCIÓN DEL MEDIO DIGITAL LA POSTA. CASO: PROGRAMA “CASTIGO DIVINO” EN LA RED SOCIAL YOUTUBE**

**DESDE EL NIVEL FORMATIVO MAESTRÍA HASTA NIVEL FORMATIVO**

**COLEGIO:** Esta autorización es con el fin de difundir y dar a conocer la información brindada de su parte a la previa investigación y a la ciudadanía, por lo que es indispensable contar con la respectiva autorización. El derecho a la propia imagen está reconocido en el artículo 18.1 de la Constitución y regulado por la Ley Orgánica 1/1982, de 5 de mayo, de protección del derecho al honor, a la intimidad personal y familiar y a la propia imagen, y la Ley Orgánica 15/1999, de 13 de diciembre, de Protección de Datos de Carácter Personal.

**Nombre:** Diego Reyes Ponce

**Documento de identidad:** 1727449645

Mayor de edad, en mi calidad de persona natural, por medio del presente documento otorgo autorización expresa del uso de los derechos de imagen que me reconocen la Constitución, la ley y demás normas concordantes a las cláusulas propuestas a la Srta. Shirley Carolina Suárez Taco con C.I:1719199307, estudiante de noveno semestre en la carrera de Comunicación de la Universidad Politécnica Salesiana. La autorización se regirá por las normas legales aplicables y en particular por las siguientes: **CLÁUSULAS:**

**PRIMERA.** - Autorización y objeto: Mediante el presente instrumento autorizo a la estudiante Shirley Carolina Suárez Taco de noveno semestre de la carrera de Comunicación de la Universidad Politécnica Salesiana, para el uso y tratamiento de mis derechos de imagen que serán incluidos para la realización del Artículo Académico, así como de los Derechos de Autor; los Derechos Conexos y en general todos aquellos derechos de propiedad intelectual que tengan que ver con el derecho de imagen.

**SEGUNDA.** - Territorio y exclusividad: Los derechos aquí autorizados se dan sin limitación geográfica o territorial alguna. De igual forma la autorización de uso aquí establecida no implicará exclusividad, por lo que me reservo el derecho de otorgar autorizaciones de uso similares en los mismos términos en favor de terceros.

**TERCERA.** - Derechos morales: La estudiante Shirley Carolina Suárez Taco en la carrera de Comunicación y de la Universidad Politécnica Salesiana darán cumplimiento a la normatividad vigente de los derechos morales de autor, los cuales seguirán radicados en cabeza de su titular. Para constancia de lo anterior se firma y otorga en la ciudad de Quito, el presente instrumento

Hoy: 14-01-2023



Firma:

Documento de autorización al uso de derechos de imagen, de fijaciones audiovisuales (vídeos) y de propiedad intelectual para la elaboración de **ARTÍCULO ACADÉMICO: ESTUDIO DE RECEPCIÓN DEL MEDIO DIGITAL LA POSTA. CASO: PROGRAMA “CASTIGO DIVINO” EN LA RED SOCIAL YOUTUBE.**

**DESDE EL NIVEL FORMATIVO MAESTRÍA HASTA NIVEL FORMATIVO COLEGIO:** Esta autorización es con el fin de difundir y dar a conocer la información brindada de su parte a la previa investigación y a la ciudadanía, por lo que es indispensable contar con la respectiva autorización. El derecho a la propia imagen está reconocido en el artículo 18.1 de la Constitución y regulado por la Ley Orgánica 1/1982, de 5 de mayo, de protección del derecho al honor, a la intimidad personal y familiar y a la propia imagen, y la Ley Orgánica 1 5/1999, de 13 de diciembre, de Protección de Datos de Carácter Personal.

**Nombre:** Camila Gabriela Erazo Ayora

**Documento de identidad:** 1724214364

Mayor de edad, en mi calidad de persona natural, por medio del presente documento otorgo autorización expresa del uso de los derechos de imagen que me reconocen la Constitución, la ley y demás normas concordantes a las cláusulas propuestas a la Srta. Shirley Carolina Suárez Taco con C.I:1719199307, estudiante de noveno semestre en la carrera de Comunicación de la Universidad Politécnica Salesiana. La autorización se registrará por las normas legales aplicables y en particular por las siguientes:

#### **CLÁUSULAS:**

**PRIMERA.** - Autorización y objeto: Mediante el presente instrumento autorizo a la estudiante Shirley Carolina Suárez Taco de noveno semestre de la carrera de Comunicación de la Universidad Politécnica Salesiana, para el uso y tratamiento de mis derechos de imagen que serán incluidos para la realización del Artículo Académico, así como de los Derechos de Autor; los Derechos Conexos y en general todos aquellos derechos de propiedad intelectual que tengan que ver con el derecho de imagen.

**SEGUNDA.** - Territorio y exclusividad: Los derechos aquí autorizados se dan sin limitación geográfica o territorial alguna. De igual forma la autorización de uso aquí establecida no implicará exclusividad, por lo que me reservo el derecho de otorgar autorizaciones de uso similares en los mismos términos en favor de terceros.

**TERCERA.** - Derechos morales: La estudiante Shirley Carolina Suárez Taco en la carrera de Comunicación y de la Universidad Politécnica Salesiana darán cumplimiento a la normatividad vigente de los derechos morales de autor, los cuales seguirán radicados en cabeza de su titular. Para constancia de lo anterior se firma y otorga en la ciudad de Quito, el presente instrumento hoy: 14-01-2023

Firma: C.I:



1724214364

Documento de autorización al uso de derechos de imagen, de fijaciones audiovisuales (videos) y de propiedad intelectual para la elaboración de ARTÍCULO ACADÉMICO: ESTUDIO DE RECEPCIÓN DEL MEDIO DIGITAL LA POSTA. CASO: PROGRAMA "CASTIGO DIVINO" EN LA RED SOCIAL YOUTUBE.

**DESDE EL NIVEL FORMATIVO MAESTRÍA HASTA NIVEL FORMATIVO COLEGIO:** Esta autorización es con el fin de difundir y dar a conocer la información brindada de su parte a la previa investigación y a la ciudadanía, por lo que es indispensable contar con la respectiva autorización. El derecho a la propia imagen está reconocido en el artículo 18.1 de la Constitución y regulado por la Ley Orgánica 1/1982, de 5 de mayo, de protección del derecho al honor, a la intimidad personal y familiar y a la propia imagen, y la Ley Orgánica 1 5/1999, de 13 de diciembre, de Protección de Datos de Carácter Personal.

**Nombre:** Alisson Almachi

**Documento de identidad:** 1751587922

Mayor de edad, en mi calidad de persona natural, por medio del presente documento otorgo autorización expresa del uso de los derechos de imagen que me reconocen la Constitución, la ley y demás normas concordantes a las cláusulas propuestas a la Srta. Shirley Carolina Suárez Taco con C.I:1719199307, estudiante de noveno semestre en la carrera de Comunicación de la Universidad Politécnica Salesiana. La autorización se registrará por las normas legales aplicables y en particular por las siguientes:

#### **CLÁUSULAS:**

**PRIMERA.** - Autorización y objeto: Mediante el presente instrumento autorizo a la estudiante Shirley Carolina Suárez Taco de noveno semestre de la carrera de Comunicación de la Universidad Politécnica Salesiana, para el uso y tratamiento de mis derechos de imagen que serán incluidos para la realización del Artículo Académico, así como de los Derechos de Autor; los Derechos Conexos y en general todos aquellos derechos de propiedad intelectual que tengan que ver con el derecho de imagen.

**SEGUNDA.** - Territorio y exclusividad: Los derechos aquí autorizados se dan sin limitación geográfica o territorial alguna. De igual forma la autorización de uso aquí establecida no implicará exclusividad, por lo que me reservo el derecho de otorgar autorizaciones de uso similares en los mismos términos en favor de terceros.

**TERCERA.** - Derechos morales: La estudiante Shirley Carolina Suárez Taco en la carrera de Comunicación y de la Universidad Politécnica Salesiana darán cumplimiento a la normatividad vigente de los derechos morales de autor, los cuales seguirán radicados en cabeza de su titular. Para constancia de lo anterior se firma y otorga en la ciudad de Quito, el presente instrumento hoy: 14-01-2023

Firma:







