

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA

SEDE QUITO

CARRERA:

COMUNICACIÓN SOCIAL

Trabajo de titulación previo a la obtención del título de:

LICENCIADO EN COMUNICACIÓN SOCIAL

TEMA:

**LA COMUNICACIÓN Y EL MODELO DE LASSWEL, ANÁLISIS DE LA VIGENCIA
DE LA AGUJA HIPODÉRMICA EN TIEMPOS ACTUALES.**

AUTOR:

MOISÉS ALEJANDRO CÁCERES LÓPEZ

TUTORA:

TANIA FRANCISCA VILLALVA SALGUERO

Quito, marzo/ 2021

CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR

Yo **Moisés Alejandro Cáceres López** con documento de identificación N° **1723880777**, manifiesto mi voluntad y cedo a la Universidad Politécnica Salesiana la titularidad sobre los derechos patrimoniales en virtud de que soy autor del trabajo de titulación intitulado: “La comunicación y el modelo de Lasswel, análisis de la vigencia de la aguja hipodérmica en tiempos actuales”, mismo que ha sido desarrollado para optar por el título de: Licenciado en Comunicación Social, en la Universidad Politécnica Salesiana, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente. En aplicación a lo determinado en la Ley de Propiedad Intelectual, en mi condición de autor/es me/nos reservó/reservamos los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia, suscribo este documento en el momento que hago entrega del trabajo final en formato digital a la Biblioteca de la Universidad Politécnica Salesiana.



PON TU FIRMA DIGITALIZADA

Moisés Alejandro Cáceres López

1723880777

Quito, marzo, 2021

DECLARATORIA DE COAUTORÍA DE LA DOCENTE TUTORA

Yo declaro que bajo mi dirección y asesoría fue desarrollado el Artículo académico, “La comunicación y el modelo de Lasswell, análisis de la vigencia de la aguja hipodérmica en tiempos actuales” realizado por Moisés Alejandro Cáceres López, obteniendo un producto que cumple con todos los requisitos estipulados por la Universidad Politécnica Salesiana, para ser considerados como trabajo final de titulación.

Quito, marzo, 2021



Tania Villalva Salguero

C.I. 0502959224

DEDICATORIA

Yo Moisés Alejandro Cáceres López, dedico la investigación realizada a mis abuelitos que fueron pilares fundamentales en el proceso de elaboración de este artículo académico, al igual que a mis padres quienes hicieron un esfuerzo muy grande para que pudiera tener acceso a los estudios. Mis tíos quienes siempre me aconsejaron y guiaron en el proceso universitario, por último, a mi hermano, quien siempre estuvo ahí cuando necesite de su ayuda. De manera especial a Daniela Simbaña, que siempre estuvo al pendiente del proceso de investigación.

Moisés Cáceres

AGRADECIMIENTO

Yo, Moisés Alejandro Cáceres López agradezco a la Universidad Politécnica Salesiana Quito y a la Carrera de Comunicación social, por permitirme realizar mis estudios, al igual que a mi tutora Tania Villalva, por su guía durante el proceso de investigación y realización del artículo académico. De igual manera a Karina Altamirano, académica que fue de gran importancia.

Moisés Cáceres

INDICE

INTRODUCCIÓN	1
APROXIMACIÓN TEÓRICA	4
La teoría de la Aguja Hipodérmica, historia, desarrollo y desafíos	4
Medios de comunicación como generadores de opinión pública	6
Agenda Setting	7
Medios Digitales	8
METODOLOGÍA	11
Teoría de la Aguja Hipodérmica	11
Internet como herramienta de los medios de comunicación	12
Las Masas internautas.	12
Medios Digitales	12
Técnicas de Recolección de Datos	13
RESULTADOS	16
CONCLUSIONES	24
Bibliografía	28
Anexos	30
Entrevistas	30
Matrices	38
Cartas de Autorización	62

Resumen

Los Medios Digitales, son medios de comunicación que se encuentran en la web y con gran participación de redes sociales como Facebook, de esta manera el internet se convierte en un nuevo medio de comunicación que presta herramientas para potenciar la información que encontramos todos los días.

La teoría de la aguja hipodérmica, realizada entre los años 20 y 30 por Laswell es el punto de partida de esta investigación, en donde el paradigma propuesto “quién, dice qué en qué canal, a quién, y con qué efecto” servirá al autor de este artículo para poder monitorear el funcionamiento de los medios de comunicación, cuyos contenidos inyectan directamente el mensaje en las masas.

Los medios de comunicación, tienen la capacidad de generar opinión pública en las masas, el poder de magnificar el alcance de una noticia y mantener un pensamiento colectivo en las masas.

La metodología realizada en esta investigación es cualitativa con enfoque interpretativo; con la realización de entrevistas a actores claves y una matriz que permite la indagación del funcionamiento de los medios de digitales para así interpretar de qué manera se encuentra vigente la Teoría de la Aguja Hipodérmica en tiempos actuales.

La conclusión que saldrá como producto de esta investigación es que la Teoría de la Aguja Hipodérmica sigue vigente, como el paradigma establecido por Laswell. Si bien la tecnología ha avanzado cada día, brindando herramientas a los periodistas para la realización de un trabajo investigativo más ágil, a la vez también sirve para potenciar la información. Sin embargo, las bases del periodismo siguen siendo las mismas.

Palabras Clave: Aguja Hipodérmica, Medios Digitales, Opinión Publica, Web, Redes Sociales

Abstract

Digital media are means of communication that are found on the web and with great participation of social networks such as Facebook, in this way the internet becomes a new means of communication that provides tools to enhance the information that we find every day.

The theory of the hypodermic needle, carried out between the 20s and 30s by Laswell, is the starting point of this research, where the proposed paradigm "who says what, through what channel, to whom, and with what effect" will be a good tool to monitor the performance of the media that directly inject their contents into the masses.

The media have the ability to generate public opinion in the masses, the power to magnify the scope of a news item and maintain a collective thought in the masses.

The methodology carried out in this research is qualitative with an interpretive approach; with interviews with key actors and a matrix that allows the investigation of the operation of digital media and interpreting how the Hypodermic Needle Theory is in force in current times.

Leaving as a conclusion that, throughout the investigation, the Hypodermic Needle Theory is still in force, as the paradigm established by Laswell. Although technology has advanced every day, providing tools to journalists to carry out a more agile investigative work, at the same time they also serve to enhance information. However, the bases of journalism remain the same.

Key Words: Hypodermic Needle, Digital Media, Public Opinion, Web, Social Networks

INTRODUCCIÓN

La teoría de la Aguja Hipodérmica, planteada por Lasswel, explica el funcionamiento de los mensajes emitidos por los medios de comunicación de manera unidireccional y directa, inyectando sus ideas a las masas, lo cual puede usarse potencialmente para la manipulación de las mismas. Esta teoría se usó en la Segunda Guerra Mundial, para entender el papel de los medios de comunicación de la época, como el cine, la prensa, teatro, la radio, y cómo Hitler pudo manipular a las masas con una necesidad de guerra, para ejercer su dominio absoluto.

La teoría de la Aguja Hipodérmica es considerada como una teoría para estudiar la comunicación de masas, su inserción es realizada en medios de comunicación que en su época sirvieron como medios para la manipulación de masas, a través de una campaña propagandística implementada, ya desde inicios de la Segunda Guerra Mundial por Goebbels, a favor de Hitler, utilizando el cine, teatro, la radio, la prensa. Incluso en la Primera Guerra Mundial, se observó el poder que logra tener un Estado, entonces los medios de comunicación mostraron su capacidad de llegar a un gran número de personas.

“Estudiar la influencia de los medios de comunicación sobre las audiencias no representa una tarea fácil. Durante el ya pasado siglo XX, se evidenció una multitud de intentos de explicar los efectos que la comunicación de masas produce en los actores sociales. Desde las clásicas teorías que, en los años previos a la II Guerra Mundial, proclamaban la omnipotencia del poder de los medios” (Álvarez-Gálvez, 2012, pág. 1).

Los medios de comunicación están presentes en todas partes, la tecnología es partícipe constante de su omnipresencia pues presta las herramientas necesarias para la difusión de información en diversos formatos.

Las formas de “informar” han ido evolucionando con el avance de la tecnología. Todo empezó con la prensa escrita, luego llegó el radio para después aparecer la televisión. Ninguno de estos métodos ha desaparecido, pero se han adaptado a las nuevas tecnologías.

Ahora las personas publican en las redes sociales, sabiendo que el mensaje puede llegar a más individuos, pero a la vez es desechable, la gente decide si lo lee o no (Wu et al., 2011) .

La mayoría de Medios de Comunicación (MC) que se manejan solo por la Red, dicen ser independientes, o simplemente escriben lo que los medios tradicionales están dispuestos a olvidar o pasar por desapercibido, o es un riesgo para sus propios intereses. *¿Los medios independientes, también tienen sus intereses, entonces ellos también publican lo que les interesa y no todo?*

La importancia del trabajo de los medios independientes se visibiliza en la apertura que tienen hacia los grupos sociales tales como los movimientos indígenas, estudiantes, profesores. Estos han encontrado así una apertura mediática que no encontraban en los medios tradicionales con tanta frecuencia, tratando de dar otra mirada a la realidad social, hallando el espacio también en las redes sociales

“Las redes sociales poseen sus propias características materiales, que dan forma a cómo los activistas se involucran, protestan, resisten y luchan. Aunque las plataformas de redes sociales corporativas no han sido diseñadas para generar un nuevo orden social basado en los bienes comunes, pueden mejorar la agencia de los ciudadanos al permitir que los activistas se conecten rápidamente en la protesta” (Neumayer & Rossi, 2017).

Con el avance de la tecnología, aparecen nuevos retos para los medios de comunicación a la hora de comunicar, informar o llevar un mensaje de manera instantánea a las audiencias que se encuentran en las redes sociales.

La velocidad con la que avanza la tecnología ha generado que los medios de comunicación tengan que ir adaptando sus formas de comunicar o estrategias que permita que el mensaje llegue, “los medios están cambiando y adaptando sus estrategias informativas como publicitarias a los nuevos códigos de comunicación que emergen día a día” (Climet Sanchis , 2012, pág. 3).

La adaptación de los ¹MC a la red, se da por el gran número de usuarios que tienen las redes sociales como Facebook, Twitter y últimamente, Instagram. Según el Ministerio de

¹ Medios de Comunicación

Comunicaciones y de la Sociedad de la Información hasta el 2015, en Ecuador, el 91% de personas que cuentan un dispositivo móvil inteligente ingresó a las redes sociales, donde asegura también que las personas entre 15 y 19 años eran las que más se conectaban a una red social, siendo este sector el 94% del total.

Con este trabajo investigativo se espera responder la siguiente pregunta de investigación: *¿De qué manera sigue vigente el modelo de la Aguja Hipodérmica en la propuesta de los medios nativos digitales?*, en un contexto donde los medios de comunicación se han adaptado a un mundo en el que el internet está presente y ha generado nuevos espacios de debate y opinión.

Objetivo General.

Analizar la vigencia de la teoría de la Aguja Hipodérmica de Lasswel, en el caso de estudio, Revista Rupturas.

Objetivos Específicos

- Analizar la postura ideológica de la revista Rupturas, a través de una revisión del contenido.
- Determinar en qué medida las características de la teoría de la Aguja Hipodérmica tiene vigencia en la actualidad y a partir del estudio de caso.
- Elaborar un artículo académico que evidencie la comunicación y el poder en tiempos actuales.

APROXIMACIÓN TEÓRICA

La teoría de la Aguja Hipodérmica, historia, desarrollo y desafíos

La teoría de la aguja hipodérmica, explica cómo los medios de comunicación inyectan sus ideologías a las masas, a través de mensajes directos y unidireccionados. Su inicio se sitúa entre la Primera y Segunda Guerra Mundial por Laswell, tomando como ejemplo el trabajo hecho por Joseph Goebbels, utilizando a la radio cine, teatro y prensa, para poder así manipular a las masas a partir de la idea pseudocientífica de la supuesta superioridad de la etnia aria sobre las demás.

Hitler fue testigo del poder de la propaganda en la Primera Guerra Mundial, entendiendo su capacidad persuasiva y controladora sobre las masas, junto con los estudios sobre la propaganda y sus influencias en las masas, empleados por teóricos de la época, hicieron viable que su tiranía se basara plenamente en bombas propagandísticas.

El primer paso consistió en imponer la idea de que a Alemania le habían culpado por la Primera Guerra Mundial. Por otra parte, Goebbels se había dado cuenta de la forma en que la iglesia Católica induce su doctrina, de esa manera Hitler lo que hace es repetir las veces que sea necesarias su discurso por distintos medios.

“La fuerza de la palabra” que repitiera Hitler constantemente, la importancia de sus discursos orales, los mítines masivos, los mensajes radiofónicos y todos los símbolos icónicos desplegados por los nazis (la cruz gamada, uniformes, himnos patrióticos o desfiles militares, entre otros). La palabra impresa, el control de la prensa, aunque tampoco escapaba a la actividad propagandística, no era para Hitler tan importante, al ser sus efectos más limitados” (Antóm, 1999, pág. 3).

Para después agotar todo intento de organización sobre los alemanes, para mantener el control total, para eso la propaganda alcanzó su objetivo con efectividad. Goebbels sabía que todo individuo que vive en sociedad, responde a un pensamiento colectivo, al cual reacciona dependiendo de las estimulaciones enviadas desde la fuente de la información.

Al tener a las masas en estado de pasividad y a la vez controlando todo lo que se dice, por quien se dice y a quien se dice, los nazis lograban inyectar sus ideales a un grupo que ya se encontraba en constante persuasión colectiva.

Este hecho llevó a Alemania iniciar la Segunda Guerra Mundial, y cometer uno de los genocidios más grandes de la historia. Todo aquel que pensaba diferente era perseguido y castigado, llegando en no pocos casos a causar la muerte de los disidentes y generando no solo censura sino también miedo en las masas.

En Estados Unidos también se utilizaron los medios de comunicación por parte de un grupo reducido de personas con poder, para generar la necesidad de participación de la Segunda Guerra Mundial, con el interés de parar el expansionismo japonés en Asia y el Pacífico. “Fuertemente arraigado en el behaviourismo de la década del treinta, el modelo de la aguja hipodérmica fue desarrollado por Lasswell, y explicaba que todo mensaje era directamente recibido y aceptado por el receptor” (Baro, 2013, pág. 3).

La teoría afirma también que las masas se encuentran siempre en estado de pasividad y el interés de los medios es controlar esa pasividad a su favor, para que de este modo las audiencias no reaccionen al contexto socio económico que esté sucediendo.

En Ecuador por ejemplo, los medios de comunicación el 8 de diciembre de 2020 hablaron sobre las festividades por la fundación de Quito, mientras el presidente está firmando un tratado de libre comercio con Estados Unidos, despistando de esa manera a las masas. La noticia del tratado se da a conocer días después y sin muchos detalles. Lo único que se supo es que es solamente la primera de tres fases que se tendrán que realizar para asegurar un tratado con Estados Unidos, y, que esto implicaría una reconfiguración en el trabajo en entidades de Ejecutivo.

Otro ejemplo más claro de como la Teoría de la Aguja Hipodérmica sigue vigente es la circulación de noticias falsas en internet, como la que pasó en Lima, Perú. “¡Alerta! ¡Tráfico de órganos! ¡Cuiden a sus hijos!”. Una noticia falsa en Facebook demostró su poderoso alcance: habitantes de un sector pobre de la periferia de Lima salieron enardecidos en busca de los delincuentes, destruyendo todo a su paso” (EL Comercio, 2016).

El paradigma de la comunicación de Laswell nos dice que el mensaje cumple un proceso antes de llegar al receptor, el camino se encuentra dividido desde ¿quién dice qué, por qué canal, a quién y con qué efectos? Este paradigma propuesto en 1948, se presenta con

popularidad gracias al Internet, pues los grandes medios tradicionales, volcaron su mirada a reconfigurar sus esquemas y adaptarlos a un formato digital.

Medios de comunicación como generadores de opinión pública

Los medios de comunicación son generadores de opinión pública, el alcance a las audiencias se ha maximizado en la última década, por lo tanto “los medios de masas son determinantes en la percepción que tenemos de los hechos, normas y valores de la sociedad en el momento en que hacen una selección de temas y adoptan un punto de vista que subraya unos aspectos y oculta otros” (Hector, 2004, pág. 326), direccionando el pensamiento individual a uno colectivo.

Al pasar de un pensamiento individual a uno colectivo, es mucho más fácil direccionar el mensaje por quienes tienen el poder y los medios para hacerlo, contando con la capacidad de manipular la realidad a conveniencia, para lograrlo, los medios de comunicación nos dicen, “la tematización (¿qué hay que pensar?), la categorización (¿cómo pensarlo?) y la jerarquización (¿qué valor concederle?)” (Hector, 2004, pág. 327).

De esta forma es mucho más fácil mantener el control de una sociedad formada por individuos, donde la riqueza económica se encuentra en unas minorías poderosas con poder político. En el actuar de los medios de comunicación en el país, encontramos con una gran cobertura que cubre la diversión, y la educación, para empujar a la sociedad a conductas establecidas por las élites, alejando el pensamiento corriente de un servicio de los medios de comunicación a la sociedad.

Entonces los medios de comunicación se convierten en empresas encargadas de informar a las masas sobre acontecimientos dentro de un contexto social, que defiende intereses económicos y políticos, siendo generadores de opinión pública, estando presentes en la radio, prensa, televisión, cine, música y en la actualidad en el internet.

“Internet es la fuente de información por excelencia. Todo está o puede estar en la red, cada día se indexan cientos de sites nuevos con información relevante para los usuarios. Además, esta información puede ser procesada por el usuario, puede disponer de ella, almacenarla, copiarla, aplicarla o enviarla a otros usuarios” (Martín Martín, 2013, pág. 68).

El acceso al internet, cada vez es más globalizado, lo que le hace una fuente de información en masa, donde encontraremos información de todo tipo, que cuenta con un target cada vez mejor dirigido, optimizando recursos y teniendo cada vez más alcance.

Aunque los medios de comunicación de masas mantienen una distancia constante entre sus audiencias pasivas, “estas relaciones son necesariamente unidireccionales e impersonales y la mayor parte de la comunicación de masas tiene sus orígenes en organizaciones centralizadas y burocráticas alejadas de sus eventuales receptores.” (McQuail, 1985, pág. 77)

De esta manera, los medios de comunicación se encuentran en la posición de generar opinión pública, determinando lo que se dice y como se dice, midiendo su audiencia y generando de esta manera la Agenda Setting.

Agenda Setting

La teoría de la Agenda Settings nace en el seno de la corriente funcionalista, para entender la influencia que tienen los medios de comunicación sobre las masas, de tal manera que la Agenda Setting, es una teoría que insiste en que los medios de comunicación manejan la información como una agenda, es decir, una serie de prioridades de ahí ellos dan importancia a ciertos temas que consideran de interés.

“El primer concepto a definir es el concepto de agenda. En los estudios de agenda setting el concepto de agenda es muy simple y se refiere a una lista de asuntos o temas (...). Los asuntos se constituyen a partir de eventos. Por ejemplo, la inseguridad como tema, se constituye a partir de múltiples eventos como marchas, crímenes, discursos públicos, etc.” (Petrone & Facundo, 2009, pág. 4)

De esta manera, los medios de comunicación pueden también manejar la opinión pública de las masas, manteniendo en auge temas que dicen ser de interés público. Para algunos autores como Petrone y Facundo (2009), la agenda defiende tres tipos de intereses, que son los públicos, la de los medios y la política. Cada una se posiciona dependiendo el contexto socioeconómico que este viviendo la región.

La agenda pública es cuando la audiencia tiene el poder de decir de cierta manera lo que quiere ser informado o “La agenda pública puede ser definida como la lista de asuntos que el

público considera importantes” (Petrone & Facundo, 2009, pág. 3). Esta agenda se la puede medir mediante encuestas dirigidas al público.

En la agenda de los medios, son estos mismo los que deciden que se va a informar o “La agenda de los medios podría definirse como la lista de asuntos con cobertura mediática”, (Petrone & Facundo, 2009, pág. 4), este tipo de agenda es la que comúnmente vemos en los medios impresos, dividida por temas de interés o categorías, en donde podemos encontrar las notas por medio de palabras clave o secciones.

“La agenda política puede ser definida como la lista de asuntos que los políticos consideran importantes” (Petrone & Facundo, 2009, pág. 4). La manera de medir esta agenda es mediante los medios de comunicación mismo y sus estructuras ya establecidas a la hora de difundir noticias.

La agenda política es diferente, es muy difícil medir su funcionamiento, por el hecho de que los medios de comunicación por lo general, ya tienen una sección destinada a ella o la audiencia quiere conocer sobre los temas políticos que les interesa. Por otro lado, Petrone y Facundo la definen como la lista de asuntos que los políticos consideran importantes (Petrone & Facundo, 2009, pág. 5).

La teoría de Agenda Setting se visibiliza cuando los medios de comunicación informan sobre un hecho de interés público para generar importancia sobre ese tema. Después de un tiempo, ese hecho empieza a ser olvidado por los medios dando importancia a otros hechos, algunas veces, los problemas no se han solucionado todavía, pero los medios de comunicación ya no hablan al respecto, dejando al olvido.

Medios Digitales

El primer medio de comunicación en incorporar un ordenador fue el Daily Oklahoma en 1963, pero la primera publicación en internet se dio entre 1993 y 1995 por un medio estadounidense gracias a la evolución tecnológica. El aparecimiento de sitios web, los medios impresos fueron los primeros en poder migrar a la era digital. Un hecho relevante fue la cobertura en el atentado de la bomba de Oklahoma en 1995, cuando ya casi todos los medios estadounidenses contaban con un sitio web.

La digitalización empieza en la época de la posguerra en Estados Unidos, en el siglo XX, abriendo la capacidad de evolucionar las formas de generar información para las masas. Antes de esto, los medios de comunicación impresos, eran los únicos en poder integrar imágenes a sus noticias. Con la llegada del internet y los medios digitales, ahora es más fácil integrar audios, imágenes, videos y texto, gracias a la multimedia.

“Las principales características que lo diferencian del diario impreso son la interactividad, el hipertexto, la documentación, la actualización constante, los recursos multimedia y la personalización” (Araque, 2016, pág. 4).

Una de las ventajas que tienen los medios digitales es la de múltiples formas de informar, éstos pueden hacer uso del texto, de imágenes, de videos, audios, o de una u otra forma combinar estos elementos y hacer más atractivos sus contenidos para el usuario.

Estos elementos convierten a los medios digitales en herramientas para el posicionamiento de la información en el internet, de tal manera que el usuario creador de contenido o consumidor, acceden a estos medios de forma rápida, con la única necesidad de contar con un dispositivo digital con acceso a la red.

“Los cambios en la tecnología de la comunicación crean efectos sociales, culturales, técnicos y cognitivos potenciales, cuyo nivel de efectividad depende de la naturaleza, alcance y nivel de implementación de la tecnología” (Piscitelli, 2009, pág. 143).

Los Medios Digitales nacen por el rápido y eficaz avance de la tecnología de la mano con el internet, abriendo caminos, antes inexistentes, para la comunicación. los medios digitales son la evolución de los medios de comunicación tradicionales trasladados a las plataformas web.

Un claro ejemplo es La revista Rupturas, que utiliza plataformas digitales como Facebook, Twitter, y su propia página oficial que se alimenta de suscriptores, todos hipermediados, pues la publicación de la información suele ser simultánea, cada espacio con sus particularidades; sin embargo, todas ellas están conectadas.

La Revista Rupturas nace en el 2010, abriendo un espacio de opinión desde una postura izquierdista, juntando a periodistas, escritores, etc., que fueron perseguidos por el gobierno de Rafael Correa.

La revista Rupturas espera sintonizar con los sectores menos favorecidos del Ecuador, por ello están directamente conectados con “colectivos de trabajadores, profesionales, intelectuales de izquierda, activistas, gremios de profesionales, inmersos en la dinámica de la acción política de la sociedad ecuatoriana y sus diversos actores, que, desde el espacio institucional, gremial, social, público, privado participan de un intenso debate generado en todos los niveles de la vida social, económica, política, cultural, educativa, ideológica, ética y moral del país” (Revista Rupturas , 2021).

El contenido de la Revista Rupturas, es realizado desde un enfoque izquierdista, expresando su opinión, siempre destacando su derecho a la libre opinión, generando un espacio de debate y opinión desde la clase trabajadora y perseguidos del gobierno correista. “La necesidad de marcar una ruptura con el pensamiento oficial dio el nombre a nuestra revista, Rupturas y el eslogan que ha guiado nuestro trabajo:” Cuando el poder pretende uniformizar el pensamiento los pueblos demandan Rupturas” (Rueda, 2020).

Su página web se encuentra segmentada en varias secciones. En opinión los escritores dan a conocer su punto de vista sobre los eventos desde una postura de izquierda. En entre letras encontramos reseñas de películas, series, pinturas etc. En el espacio de entrevistas, hay conversaciones realizadas a expertos de diversos temas, políticos, economistas, etc. En mundo hay noticias internacionales y en el espacio de aula virtual, se imparten clases de historia, desarrollo y educación, etc. En cada una de estas casillas está muy presente el enfoque de una postura izquierdista.

METODOLOGÍA

La metodología de esta investigación será cualitativa ya que “se dice que postula una concepción global fenomenológica, inductiva, estructuralista, subjetiva, orientada al proceso y propia de la antropología social” (Cazau, 2006, pág. 33), con enfoque interpretativo, permitiendo comprender el comportamiento de la sociedad a través de una matriz de análisis y poner a prueba la teoría de la Aguja Hipodérmica de Lasswell en la actualidad.

Con el enfoque interpretativo “Profundiza en los diferentes motivos de los hechos. No busca la generalización, la realidad es dinámica e interactiva. Tienen en cuenta el comportamiento de los otros/as actuando consecuentemente desde una perspectiva holística” (Ricoy Lorenzo , 2006).

Los temas a tratar estarán divididos en Teoría de la Aguja Hipodérmica y Medios digitales, temáticas que direccionarán la investigación a resolver la pregunta si La teoría de la Aguja Hipodérmica sigue vigente en los medios nativos digitales, de qué manera esta teoría, aun hoy, en una sociedad que cada vez depende más del internet para tener acceso a la información sigue vigente.

Para entender el funcionamiento de la Aguja Hipodérmica en la actualidad, los términos a trabajar serán: Teoría de la Aguja Hipodérmica, Internet como herramienta de los medios de comunicación, Las Masas Internautas y Medios Digitales, términos que ayudarán a direccionar la investigación.

Teoría de la Aguja Hipodérmica

En el campo de la comunicación social, la teoría de la Aguja Hipodérmica, el mensaje sigue un proceso unidireccionado desde el emisor hasta el receptor, Laswell lo clasificó como: Quién dice qué, en nuestro caso será el articulista, Qué dice, haciendo énfasis en el contenido de la nota. Cuando lo dice, relacionado con la fecha y el contexto socioeconómico y político que está atravesando el país, Donde lo dice, que será en la plataforma web de la Revista Rupturas donde reposan todas sus publicaciones clasificadas por temáticas, con qué efecto, está apegada a la respuesta que dan los lectores.

Internet como herramienta de los medios de comunicación

Los medios de comunicación se han ido adaptando al avance de la tecnología, aprovechando siempre la capacidad de llegar a las masas. El internet se ha convertido en una herramienta mediática por el simple hecho de que permite la interacción entre el emisor y receptor como es el caso de las redes sociales como Facebook. Lo que internet y las redes sociales han permitido es que los medios de comunicación encuentren un nuevo canal para poder informar. También ha permitido crear un espacio de debate constante, donde encontramos variedad de opiniones desde puntos de vista ideológicos diferentes sobre los eventos. Un ejemplo es las elecciones presidenciales del 2011 donde “los partidos políticos trataban de ganar también la batalla de las redes sociales, trasladando a ellas el debate, buscando ganar influencia a través de los usuarios y la capacidad de estos para influir en otros”. (García, García, & Varona , 2012)

Las Masas internautas.

Las masas cada vez se encuentran bajo una lupa que es estudiada cada día por las redes sociales, la privacidad cada vez es más obsoleta, sitios como Facebook, donde en el muro de perfil de cada usuario, se suele colgar la información principal de cada persona como: correo electrónico, sector donde vive, el trabajo, donde estudia o estudió, encontramos también si está en una relación, si tiene familia, hijos, etc. Información que los usuarios suben a la web dando la posibilidad de ser más susceptibles.

La tarea de los medios de comunicación se ve simplificada gracias a este trabajo que el mismo usuario realiza para ellos generando más ganancias para quienes usan la información, evitándoles gastos de encuestas, investigación, entre otros.

Medios Digitales

Los medios de comunicación digital aparecen con la tecnología 4G, que les permite a los usuarios subir archivos multimedia e interactuar entre ellos. Los medios digitales son aquellos que se encuentran en la web y con regularidad suben información a redes sociales aprovechando que la mayoría de personas se encuentran navegando en estos espacios todo el tiempo.

La ventaja que tienen es que el internet les permite subir información al instante, su desventaja es la cobertura mediática ya que e hay sectores donde no hay acceso al internet y solo tienen acceso a la radio o televisión, que en el Ecuador es un servicio “gratuito”. Su

desventaja también es en su falta de experiencia versus la gran trayectoria de otros sectores como la televisión, radio y prensa.

Técnicas de Recolección de Datos

Para la presente investigación se trabaja desde una muestra no probabilística, “puede decirse que una muestra es representativa si: a) si tiene un tamaño adecuado, y b) si fue elegida al azar. Esta última condición introduce el tema de las diferentes técnicas de muestreo, clasificables como probabilísticas y no probabilísticas” (Cazau, 2006); en este sentido se plantea como técnicas de recolección de datos; 1) una matriz de análisis de contenido y 2) entrevistas semiestructuradas a actores clave, como: Karina Granja Altamirano, académica de la Universidad Internacional del Ecuador y a Gabriela Riera (nombre protegido por trabajar en un medio de comunicación en el cual se les hace firmar un contrato de exclusividad. Ella pone en riesgo su empleo al brindar entrevistas, por esta razón se ha decidido no incluir su verdadero nombre y medio para el que trabaja), periodista encargada de la página web de un medio de comunicación importante del país.

En la matriz se utilizará el modelo de comunicación que propuso Lasswell junto con la Teoría de la Aguja Hipodérmica, para hacer el análisis de diez publicaciones realizadas desde el 3 de noviembre del 2020 hasta el 1 de febrero del 2021 publicadas por la Revista Rupturas, en su página web y Facebook, red social en la que cuentan con mayor actividad y posibilita medir el alcance de las notas que hacen referencia a temas de la política ecuatoriana.

I Paradigma de Lasswell

Fecha	Titular	QUIÉN DICE QUÉ	A QUIÉN DICE	POR QUÉ CANAL	CON QUÉ EFECTO
-------	---------	-------------------	-----------------	------------------	-------------------

Elaborado por: Moisés Cáceres, 2021

Fuente: (Lasswell, 1948)

También se realizará una matriz para hacer un seguimiento y medir el alcance de las notas en Facebook, para medir su alcance mediático.

II Impacto mediatico en Facebook

Fecha	Titular	Likes	comentarios	compartidos	Captura
-------	---------	-------	-------------	-------------	---------

Elaborado por: Moisés Cáceres, 2021

Las preguntas a realizar a la docente servirán para medir el impacto que han tenido los medios de comunicación digitales en la academia.

III Entrevista a Académica.

1	¿Qué nivel de aceptación, cree usted, que tienen los medios digitales?
2	¿En qué medida los medios de comunicación digital logran influenciar en la audiencia?
3	¿Considera usted que los medios digitales son generadores de opinión pública?
4	¿El internet se ha vuelto un medio de comunicación o una herramienta para los medios de comunicación?
5	¿Cuáles son las ventajas de los medios digitales contra los medios tradicionales?
6	¿Se puede pensar al periodismo digital como un proceso contra - hegemónico a los grandes medios privados?
7	¿Considera que, en la actualidad gracias al gran alcance de los medios digital, tienen una influencia importante en las audiencias?

Elaborado por: Moisés Cáceres

Las preguntas que se realizó a la periodista, mostrará el proceso que se lleva a cabo para hacer una publicación, ayudando a que la investigación tenga el punto de vista de una persona encargada de hacer las publicaciones.

IV Entrevista a Periodista

1	¿Cuál es el procedimiento para receptar una nota y luego publicarla?
2	¿Cómo se posiciona una nota en la web y redes sociales?
3	¿Cómo definen un público objetivo?
4	¿qué temas se da más importancia?
5	¿Cómo funciona la censura?

6	¿Cuántos caracteres mínimo y máximo puede tener una nota web?
7	¿Cómo miden el alcance mediático?
8	¿Cómo se maneja la verificación de Fuentes?
9	¿Recibió capacitación para la redacción web?
10	¿Cuándo se pide rectificación, cuál es el procedimiento?
11	¿Cómo se logra interactuar con la audiencia?

Elaborado por: Moisés Cáceres

RESULTADOS

Para comprender el proceso y el impacto de los medios digitales en la actualidad, es importante conocer el funcionamiento y comportamiento de estos medios, para ello las entrevistas realizadas a Jaqueline López (Nombre protegido), periodista de un medio importante del país y a Karina Granja, académica de la Universidad Católica de Ecuador, presentaron los dos puntos de vista de cómo funcionan y son percibidos los medios digitales.

Los medios digitales sin un público al que llevar la noticia no existirían, es importante saber si estos nuevos medios de comunicación, están siendo aceptados dentro de una sociedad que navega en internet casi todo el tiempo.

“Los medios digitales gracias a la convergencia mediática constituyen la nueva forma de comunicación en la que ya se convierte en una vía sin retorno. Esto significa que las nuevas generaciones los consumen, son multipantallas y confían en ellos. Sin embargo, la era de las fake news también ha propiciado el debate en que tengamos unos ciudadanos más formados digitalmente para que no solo los acepten, sino consuman medios de fuentes confiables” (Granja Altamirano , 2021)

Si bien el apareamiento de las *fake news*, preocupa a la academia, la importancia que se le da a esto dentro de los medios, para la verificación de las noticias, es un proceso complejo, de hecho *“la verificación de las fuentes es lo primero que se hace antes de publicar una nota”*. También dentro de esta era digital, *“existen empresas encargadas de la verificación de la información que hay todos los días y También nos dicen cómo y porque empezó la difusión de esa noticia”* (Riera , 2021)

Hay que mantener presente que desde la academia que los medios de comunicación digital, también son generadores de opinión pública, como los medios tradicionales, *“para que un medio digital tenga la potencia de ser generador de opinión pública deberá haberse constituido mediante un plan estratégico adecuado, siguiendo el modelo de negocio digital para medios de comunicación”* (Granja Altamirano , 2021).

Altamirano sostiene que los medios digitales deberían seguir la forma en la que se hace periodismo en los medios tradicionales, con la ventaja que, en el internet, la información se puede publicar al instante y no es necesario de esperar a las emisiones previstas, *“las bases*

de hacer periodismo siguen presentes, solo han evolucionado como todo” (Granja Altamirano , 2021).

Se entiende que los medios de comunicación tienen la capacidad de llegar a muchas personas, el internet se ha vuelto ese aliado para llegar aún más lejos. Se cree que los medios digitales llegan a esa audiencia esquiva que son los jóvenes, pero el problema está en *“que, ante tanta infoxicación, tantos emisores, la influencia no solo puede ser positiva, sino sesgada, o con intereses determinados” (Granja Altamirano , 2021).*

La evolución del internet y el uso que se le ha dado, no solo como espacio de diversión sino como un lugar para informarse, ha hecho que se convierta en un medio de comunicación, *“El medio que te permite crear las herramientas necesarias para que como medio de comunicación produzcas contenidos y así mismo te retroalimentes de los contenidos de tu audiencia” (Granja Altamirano , 2021).* Lo que a su vez también genera un proceso contra hegemónico, quitándoles todo el poder a los medios tradicionales como generadores de opinión pública *“Por eso ahora hablamos de modelos: bottom up (desde abajo hacia arriba) y además, se abre la posibilidad de que los egresados de las facultades de periodismo y comunicación puedan ser los propios dueños de sus medios y no salir al mundo laboral a buscar trabajo” (Granja Altamirano , 2021).*

Para ser periodista en la actualidad es necesario ser conocedor de variedad de temas, puede ser en economía, salud, política, se debe tener un conocimiento mínimo de todo, el periodismo exige estar cada vez más preparado, el cómo escribir para un medio digital, debe ser también parte de la preparación profesional.

“Yo hice mi tesis de Licenciada en Comunicación Social sobre el funcionamiento de los medios de comunicación en la red, también aprendí mucho en mi primer trabajo que era en un medio digital y desde ahí me he venido capacitando constantemente, en el medio de comunicación que estoy actualmente, me exige estar preparada todo el tiempo” (Riera , 2021)

Si bien sabemos que los medios de comunicación son los que tienen acceso directo o indirecto a la información, volviéndose fuente y generadores de opinión pública, los medios digitales siguen las mismas bases que los medios tradicionales para conseguir y publicar información

verificable, *“generalmente se tiene muchos accesos para hacer llegar la información, puede ser desde una agencia con la que se tenga contrato, o si se tiene una agenda, se puede hacer la planificación de los temas, contactando a las fuentes, constatar, definir tema, verificar la información apoyada con datos”* (Riera , 2021)

Por lo general los medios tradicionales esperan a la emisión de su programa o al día siguiente para publicar las noticias y ya suelen tener un público esperando, en el caso del internet eso cambia, por la inmediatez con la que viaja la información en estos espacios. Por esto, el medio debe saber cómo posicionar la noticia en las redes sociales y la web para que esta tenga mayor alcance.

“si un tema está en tendencia, básicamente se deben usar los términos que están en tendencia, de esta forma la nota se posiciona en redes sociales, a nivel de Google existen variedad de herramientas en las plantillas como el SEO, que es el research para los buscadores, dependiendo siempre la política de cada medio. Lo importante es que aparezca en Google, si no está en Google, internet interpreta como que no existe. Tienes que poner las palabras claves con lo que se estima que la gente va a buscar, al final tú escribes para la gente y no para ti” (Riera , 2021)

Esta era del internet y el 4G, ha permitido que los medios de comunicación digitales aparezcan y puedan hacer uso de archivos multimedia, lo que hace que las notas web sean más atractivas, *“una nota en la web tiene muchos elementos, porque no es lo mismo leer en papel que en la web, en la web se escanea la información. No hay una guía que te diga lo que tienes que hacer, porque Google tiene sus códigos para priorizar y mantener los contenidos, ahora se usa negrillas, hipervínculos, archivos multimedia”* (Riera , 2021)

Los usuarios en internet no están dispuestos a quedarse mucho tiempo viendo una misma publicación, suelen estar alrededor de un minuto cincuenta a dos a lo mucho. Por ellos los medios tienen que aprovechar todas las herramientas para hacer agradable la visita para el lector.

“todos los días vas inventándote, antes se creía que debías poner negritas, ahora no porque se entendió que se saturaba, no todas las personas pueden verlo bien, empieza a ser una molestia para la vista, ahora los elementos son específicos” (Riera , 2021)

El lector al final es quien decide qué ver, en el internet se encuentra con un sinnúmero de medios de comunicación que dan la misma noticia, de diferente manera unos en relación a otros, por lo que el fin de la nota es que llegue al destinatario de una forma u otra,

“Como son buscadores te puede llegar cualquier persona de cualquier edad, desde un estudiante hasta un estudioso, el público objetivo depende de cómo tú te quieres direccionar con tu contenido, debes tener temas curiosos, depende siempre a quien te quieres dirigir. En la web es más difícil tener un público objetivo” (Riera , 2021)

La mayoría de medios dan mucha importancia ahora a las redes sociales porque la mayoría, por no decir todos, se encuentran ahí *“lo importante es generar una comunidad, donde evites el rebote, donde la gente llega a la nota y se va sin prestar atención al contenido, hay que definir bien a quien vas a dirigir la nota para evitar mal gastar recursos”* (Riera , 2021)

Ya hace años se ha venido hablando de la agenda de los medios, donde se entiende que los medios de comunicación hacen una selección de notas con las que informan a las masas, generando también de esa manera opinión pública, aunque algunas personas también suelen reclamar que los medios de comunicación informan solo lo que les interesa.

“Desde el momento en que se decide poner una foto, siempre va a estar la subjetividad de una persona, siempre se trata de tener un equilibrio, de ser lo más objetivos posibles para tratar de ser éticos. Lo que se publica por lo general es hacer caso siempre a la coyuntura, todo depende de la coyuntura. Siempre el medio de comunicación dará más importancia a lo nacional y dentro de lo nacional, a lo local. Si tienes un medio de Quito, va a hablar más de Quito que de Guayaquil y viceversa” (Riera , 2021)

En cuanto a la importancia de la estrategia que se tiene para informar a las personas, ésta tiene que ver con optimizar los recursos, *“como medio de comunicación no podemos estar informando solo lo que está pasando, digamos en Estados Unidos, tenemos también eventos locales, en Estados Unidos ya te está informando New York Times, CNN, que son los medios de ahí. Haremos, sí, una nota sobre el tema, pero haremos más caso a lo local, nuestros recursos estarán siempre destinados a dar importancia a nuestra coyuntura”* (Riera , 2021)

Otro de los temas que han causado polémica en la academia y en la sociedad es la censura, la cual se ha convertido en un método que tienen las elites para mantener temas fuera del alcance de los demás.

“la censura a nivel de la web, no te puedo hablar de censura, más que nada porque veo el sentido que se fija el medio determinado, existen temas que no se pueden hablar, existen temas que no se tocan, pero a mí nunca me ha pasado que me prohíban hablar de un tema, pero existen auspiciantes, los medios son empresas. Debíamos ser más transparentes.”.
(Riera , 2021)

En las notas de las páginas web encontramos con frecuencia una infinidad de palabras, esta es una de las ventajas que tienen los medios digitales sobre los tradicionales, no cuentan con un tiempo límite para la publicación de un video como pasa en la televisión, tampoco con una columna que limita las palabras en contraposición lo que pasa en la prensa.

“Lo lindo de escribir en la web, es que no tiene un límite de palabras y puedes ir aumentando la nota con el paso del tiempo, puedes ir construyéndola según cómo van sucediendo las cosas, el mínimo se podría decir que es el lead, no existe una regla, lo que define eso es lo que buscas informar” (Riera , 2021)

Las publicaciones de los medios digitales tienen ya preestablecida una estructura, estas estructuras están basadas en lo ya conocido por los medios tradicionales, lo que cambia es la posibilidad de poner archivos multimedia.

“si, tenemos esa posibilidad de poner archivos multimedia, fotos, videos y audios, pero se debe evitar saturar al lector de todos estos elementos a qué de otro modo no va a saber a qué tiene que poner atención y se va a ir y al final de todo tiene que saber cuidar tu público”
(Riera , 2021)

Los medios de comunicación tradicionales, por diversos métodos conocen el alcance mediático que tienen sus publicaciones, en la prensa se lo puede medir por el número de ejemplares vendidos, la televisión el rating, entre otros, pero los medios digitales dependen de otros métodos.

“depende de cómo se posiciona en redes sociales con un hashtag, por las veces que ha compartido la publicación o por los likes, los comentarios. Tienes herramientas como

Google analytics, ésta depende del plan que tengas contratado. Ahora no podemos tanto medir cuantas personas entraron a ver la nota, pero se puede conocer el número de dispositivos” (Riera , 2021)

En el internet en la actualidad existe mucha desinformación, lo que ha provocado a los medios de comunicación un trabajo minucioso a la hora de verificar una noticia y no dejarse llevar por los comentarios o rumores de las personas.

“Gracias al internet y las redes sociales, ahora se puede contactar con las personas o fuentes más fácilmente que antes, sí, ya no estoy físicamente con la fuente o el entrevistado, por una video llamada no le quita la certeza de la nota o puede que esté sucediendo algo en otro país, tienes un medio que está en el lugar y está hablando del tema, tú te apoyas en ellos para realizar la cobertura” (Riera , 2021)

El internet se ha convertido en el medio de comunicación que presta herramientas necesarias para un trabajo más ágil, pero las bases con las que se ha ido construyendo el periodismo siguen presentes.

“la forma de hacer periodismo ha ido evolucionando junto con la tecnología, pero eso no quiere decir que si sucede algo en el Machángara yo no tenga que acudir, es necesaria la experiencia del hedor por contaminación del río para que yo pueda escribir sobre el mal olor, no puedo inventarme sensaciones que no he tenido” (Riera , 2021)

Los rumores en las redes sociales al igual que el apuro por la publicación de una nota, han generado en ocasiones que los medios de comunicación cometan errores, aun y cuando son rigurosos con la verificación de información, *“cuando sucede eso depende, si es error del medio y es muy grave, se suele hacer una corrección al instante, porque es error del medio, se suele poner que antes se dijo tal cosa, pero actualmente es tal cosa. Si es error de la fuente, que puede ser el alcalde, quien dio mal un dato, por lo general, este manda una carta pidiendo la rectificación, lo que se hará es rectificar la nota adjuntando la carta. Todo depende también del editor, él decide y notifica” (Riera , 2021)*

Con la tecnología 4G, que permite la interacción de personas, ha generado que el público no sea ahora un cliente al que venderle la información, ahora se puede notar una participación constante en las páginas de los medios de comunicación digital.

“la interacción ahora con los usuarios es mediante las cajas de opiniones que suelen tener los medios en sus páginas, mediante encuestas inmediatas, los likes también cuentan, claro que es difícil que un medio te conteste, pero eso sirve para ver si a los lectores les gusta el contenido” (Riera , 2021)

Por tal motivo, medios de comunicación digitales como La Revista Rupturas ha ido generando una comunidad durante diez años, contando ahora con 24 mil seguidores, y de éstos a 15 mil personas les gusta el contenido que maneja la página. Su contenido está dirigido hacia lectores con una inclinación a las políticas de izquierda. Publica notas como: *La estrategia electoral-financiera del FMI*, *O Venta de la Bandera del siglo XXI*, notas que implican una queja en contra de las medidas neoliberales impuestas por el FMI en el Ecuador.

Estas notas cuentan con un reposteo² también por los seguidores, cuando estos comparten las publicaciones en sus muros de Facebook. Notas como *Mauricio Pozo alista las armas contra el IESS*, *María Paula Romo ¿Ruptura de la 35?* son de las más compartidas en la red social.

El interés de generar opinión pública se nota en notas como *¿Dónde vamos a parar?*, *¿Torpezas o corrupción?*, que señalan que el gobierno desconoce los reales problemas sociales de los ciudadanos y a la vez que atacan a la gestión de Lenin Moreno.

El alcance que tiene La Revista Rupturas se la puede medir en sus publicaciones, como ejemplo está la nota: *Mauricio Pozo alista las armas contra el IESS* publicada el 6 de enero del 2021 cuenta con 44 compartidos, magnificando el alcance, haciendo que esa nota pueda ser vista por todos los “amigos” que los usuarios tengan agregados en la red social Facebook.

De igual manera, se puede saber si a las personas les gusta la nota publicada gracias a las herramientas de interacción de tiene Facebook, una de ellas es la de los Likes, como lo demuestra en la nota de *María Paula Romo ¿Ruptura de la 35?*, que cuenta con un agrado de 30 personas

De tal manera que las notas analizadas, demuestran en como el medio de comunicación inyecta sus ideas en los lectores, buscando una reacción a favor o en contra de lo que esté sucediendo en el país.

² Publicación del mismo contenido o enlace en diferentes redes sociales.

La forma que utiliza el medio para atraer al lector, es utilizando titulares atractivos, como el de *Mismos perfumes con diferente hedor*, nota que inyecta la idea de que el candidato a la presidencia Arauz, representa a la corrupción del país, direccionando el mensaje a sus lectores de que la mejor opción a la presidencia sería Yaku Pérez.

La comunidad que tiene la Revista Rupturas, junto con las publicaciones realizadas y las interacciones de los lectores en sus “posteos”³, son indican en como las notas publicadas inciden en las opiniones de los lectores, lo cuales en algunos casos, deciden compartir las publicaciones, generando opinión publica.

³ Publicación

CONCLUSIONES

Si bien la Teoría de la Aguja Hipodérmica fue realizada entre los años 20 y 30 su vigencia está gracias al internet como medio de comunicación, en donde encontraron los medios digitales herramientas como Key words, SEO, Google, archivos multimedia y las redes sociales como Facebook y Twitter con la capacidad de magnificar el alcance mediático

Los medios de comunicación digitales, representan una nueva etapa para el periodismo, haciendo su aparición en la web y redes sociales abriendo nuevos espacios de opinión que antes no se tenía.

La Teoría de la Aguja Hipodérmica, explica que los medios de comunicación inyectan su mensaje en las masas pasivas. Ahora con el internet, este proceso se vuelve más fácil de hacer, siempre y cuando el medio de comunicación haya generado una comunidad no solo en su página web, sino en redes sociales, espacio en donde se dan a conocer los nuevos medios.

Para que un medio de comunicación digital pueda generar una comunidad fuerte, es necesario que tenga una estructura sólida donde se logre visibilizar los objetivos del medio, con el fin de que las publicaciones tengan el enfoque ya establecido, de este modo el medio se convierte en generador de opinión en la red.

Las redes sociales ya no son solamente para contactar y conocer personas, medios de comunicación como la Revista Rupturas, han encontrado en Facebook un espacio para generar opinión pública, generando una comunidad de 24 mil personas, a las que siempre les llegara su contenido de manera instantánea.

Una nota repostada por los medios de comunicación en redes sociales, puede llegar a más personas aparte de su comunidad ya establecida, gracias a la opción de compartir que tiene Facebook, donde cada usuario comparte de manera instantánea lo que le parece interesante y cree que puede necesitar de la atención de sus amigos.

La interacción también está disponible gracias a la caja de comentarios, que en la página web como en Facebook lo tienen habilitados, este espacio puede ser dedicado para que los lectores dejen su opinión respecto al tema, lo que le puede servir al medio para medir el comportamiento de su comunidad.

Otra de las herramientas con las que cuentan los medios de comunicación digital, es el de realización de encuestas sobre cualquier temática, algunos de los medios no usan esos datos para la publicación, pero sí para mantener al lector por mayor tiempo en su página.

Con el tiempo y el avance tecnológico, el internet se presenta como un nuevo medio de comunicación en donde la información estará en abundancia y en tiempo real, presentando miles de opciones con las que los usuarios cuentan para mantenerse informados.

La información de los medios digitales siempre estará disponible en sus plataformas, a no ser que se decida dar de baja el Dominio y la cantidad de información en la red siempre dependerá del plan que se tenga contratado y la empresa contratada para mantener el dominio activo.

Se resalta de igual manera que, los medios de comunicación digitales tienen ventajas sobre los medios tradicionales, por el costo que representa mantener cada uno de los medios, independientemente de la plataforma que se utilice.

La flexibilidad que tienen los medios de comunicación en la web, es el de hacer notas extensas e ir actualizándolas con el paso del tiempo según como sucedan los eventos, es una de las herramientas más importantes que tienen para competir con los medios tradicionales. De igual modo los medios alternativos brindan la posibilidad que da al lector de acceder a la publicación desde cualquier lugar del mundo que tenga acceso a internet.

Laswell propuso también un paradigma que reflejaba el proceso que, hacía un mensaje para llegar al receptor, en las cuales se analizaban los siguientes elementos: quién decía, qué decía, por qué canal a quién y con qué efecto.

Los articulistas (quién) maneja el mismo discurso representado de diferente manera, en contra del neoliberalismo (dice qué), publicando siempre en Facebook y en la página web de la Revista Rupturas (canal), en donde su comunidad conformada por ecuatorianos (a quién), generando desagrado, preocupación y enojo (efecto)

Todos estos elementos hacen posible que la Teoría de la Aguja Hipodérmica siga vigente en la actualidad, siendo importante su aporte para la explicación de cómo funcionan los medios de comunicación, que ahora están presentes en la radio, la prensa, el cine, la televisión y el internet.

Las bases del periodismo de siempre siguen vigentes como: entrevistar, constatar fuentes, verificación de información, redacción entre otros. Sin embargo, está claro que algunas formas en que se realiza este proceso han evolucionado. Ya no es necesario que el periodista tenga un acercamiento personal con el entrevistado, solo hace falta una llamada o videoconferencia.

Los medios de comunicación, sean tradicionales o digitales, son empresas encargadas de informar a las masas, manteniendo siempre sus posturas ideológicas, económicas o sociales, por lo que trataran de generar opinión pública direccionada a sus intereses.

Medios digitales como la Revista Rupturas, genera ingresos por las donaciones que les hacen los lectores, lo cuales tienen muy clara la postura ideológica del medio, pues en cada nota de opinión o entrevista, recalcan su ideología de izquierda.

Siempre se ha hablado de la importancia que dan los medios de comunicación a ciertos temas, pues es evidente que, al depender de un modelo económico capitalista, los medios hacen convenios publicitarios con otras empresas. De esta manera se puede generar una censura.

Por ejemplo, un medio de comunicación que tenga auspicio una empresa de comida, no puede hablar de los problemas de salubridad que existan en sus locales.

Ahora también hay que entender que los medios de comunicación dan prioridad a temas de interés nacional, pues el medio responde a un público local, que siempre buscare estar informado.

Los medios de comunicación han encontrado en la tecnología un gran aliado para su omnipresencia, cada vez que el mundo evoluciona tecnológicamente, los medios de comunicación aprovechan para generar nuevas formas de comunicar, demostrando el poder que tienen sobre las masas.

Si bien las redes sociales se han convertido en la oportunidad de romper con la pasividad de las masas como lo que pasó en la Primavera Árabe, demostrando el internet el gran poder que tiene en la sociedad, pasando a ser uno de los sucesos más grandes y conocidos del mundo.

El internet representa la nueva ventana que tienen las minorías para ser escuchadas y en su nombre nacen medios de comunicación digitales que buscan dar un punto de vista diferente

a los sucesos, haciendo del internet el medio de comunicación más grande del mundo actualmente.

Bibliografía

- Álvarez-Gálvez, J. (2012). *Modelos teóricos sobre los efectos de los medios de comunicación de masas* . Madrid.
- Antóm, E. R. (1999). *Concepto y técnicas de la propaganda y su aplicación la nazismo*. España.
- Araque, L. (2016). *Historia de los medios digitales en el mundo* .
- Baro, M. (2013). *SWARMING: LA COMUNICACIÓN EN MÚLTIPLES DIRECCIONES Y MÚLTIPLES ETAPAS* .
- Cazau, P. (2006). *Introducción a la investigación en ciencia sociales*. Buenos Aires.
- Climet Sanchis , S. (2012). *La Comunicación y las Redes Sociales* . Alicante : 3 Ciencias .
- Domingo , D. (2005). *Medios digitales: donde la juventud tiene la iniciativa* .
- EL Comercio*. (2 de Diciembre de 2016). Obtenido de El Comercio : <https://www.elcomercio.com/actualidad/noticiafalsa-redessociales-histeria-lima.html>
- García, A., García, I., & Varona , D. (2012). Incidencia de las redes sociales vs cibermedios, en las elecciones en España, 2011. En A. García, I. García, & D. Varona , *Incidencia de las redes sociales vs cibermedios, en las elecciones en España, 2011* (págs. 11-29). Marcaibo: Universidad del Zulia .
- Granja Altamirano , K. (15 de Enero de 2021). Los medios digitales. (M. Cáceres, Entrevistador)
- Hector, A. (2004). Medios de comunicación y opinion pública en la sociedad democrática. En A. Hector, *Medios de comunicación y opinion pública en la sociedad democrática* (págs. 322-333).
- Martín Martín, V. (2013). *LA EFICACIA DE INTERNET COMO MEDIO DE COMUNICACIÓN EN EL SECTOR TURÍSTICO ESPAÑOL: EL BRANDING EN LOS WEB*. Madrid.
- McQuail, D. (1985). *Introducción a la teoría de comunicación de masas* . Paido Iberica .
- Petrone, & Facundo. (2009). *Estudio de agenda setting: Conceptos, Metodología y bordajes posibles*. Buenos Aires .
- Piscitelli, A. (2009). *INTERNET, LA IMPRENTA SIGLO XXI*.
- Resvista Rupturas* . (10 de Enero de 2021). Obtenido de Revista Rupturas : <https://revistarupturas.com/>
- Ricoy Lorenzo , C. (2006). *Contribución sobre los paradigmas de investigación*. Santa Maria : Universidad Federal Santa María .

- Riera , G. (29 de Enero de 2021). Funcionamiento de los medios de comunicación en la red. (M. Cáceres , Entrevistador)
- Rueda, N. (30 de Octubre de 2020). *Revista Rupturas* . Obtenido de Revista Rupturas : <https://revistarupturas.com/una-decada-en-el-camino-de-la-comunicacion-alternativa/>
- Tres personas murieron por la difusión de noticia falsa. (19 de Marzo de 2019). *El Telégrafo*
- Alem, J. (2017). Hegemonía y medios de comunicación. 25–38.
- Álvarez, J. (2012). Modelos teóricos sobre los efectos de los medios de comunicación de masas. 16.
- Del, C., Rojas, V., Ottaviano, C., & Ramos, I. (2016). Comunicación y poder en América Latina. 38–70.
- Neumayer, C., & Rossi, L. (2017). Social Media Materialities and Political Struggle: Power, Images, and Networks. *Proceedings*, 1(3), 263. <https://doi.org/10.3390/is4si-2017-03924>
- Wu, M., Guo, J., Zhang, C., & Xie, J. (2011). Bases on Sina-weibo. Springer-Verlag Berlin Heidelberg 2011, 445–454. https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-642-25661-5_57
- Lasswell, H. D. (1948). The structure and function of communication in society. *The communication of ideas*, 37(1), 136-139.

Anexos

Entrevistas

Anexo 1 Karina Altamirano

¿Qué nivel de aceptación, cree usted, que tienen los medios digitales?

Los medios digitales gracias a la convergencia mediática constituyen la nueva forma de comunicación en la que ya se convierte en una vía sin retorno.

Esto significa que las nuevas generaciones los consumen, son multipantallas y confían en ellos. Sin embargo, la era de las fake news también ha propiciado el debate en que tengamos unos ciudadanos más formados digitalmente para que no solo los acepten, sino consuman medios de fuentes confiables.

¿En qué medida los medios de comunicación digital logran influenciar en la audiencia?

En gran medida, incluso mucho más que los tradicionales, actualmente, ya que las generaciones más jóvenes no consumen lo tradicional y pasan gran cantidad de su tiempo en el ecosistema digital.

Es así como se genera también un problema, que, ante tanta infoxicación, tantos emisores, la influencia no solo puede ser positiva, sino sesgada, o con intereses determinados.

¿Considera usted que los medios digitales son generadores de opinión pública?

Lógicamente, siguen el mismo esquema genético de la prensa y el periodismo, pero con su adaptación a nuevas formas de presentar contenidos en estos nuevos canales y para nuevas audiencias.

Ahora bien, para que un medio digital tenga la potencia de ser generador de opinión pública deberá haberse constituido mediante un plan estratégico adecuado, siguiendo el modelo de negocio digital para medios de comunicación. Así el resultado será el tener una comunidad fuerte que guste de su producto digital y se genere la opinión pública.

El estar en el medio digital, no quiere decir que automáticamente eres generador de opinión pública.

¿El internet se ha vuelto un medio de comunicación o una herramienta para los medios de comunicación?

¡Qué Buena pregunta!

Considero que Internet es el medio, definitivamente. El medio que te permite crear las herramientas necesarias para que como medio de comunicación produzcas contenidos y así mismo te retroalimentes de los contenidos de tu audiencia.

El periodismo 3.0 o periodismo transmedia es una realidad, por ejemplo.

¿Cuáles son las ventajas de los medios digitales vrs los medios tradicionales?

Medios digitales

Karina Altamirano

Modelo de negocio que no requiera mucha inversión como uno tradicional.

Libre de pago de espectros radioeléctricos, concesiones, licitación de frecuencias, todos esos trámites que debe cumplir un medio tradicional (radio y televisión) para difundir sus contenidos.

Generar nichos más especializados.

Al nacer digital puede más fácilmente adaptarse al nuevo consume y construir proyectos transmediáticos.

No requiere tanto personal como uno tradicional.

Sus costos para pautaaje o establecer estrategias comerciales pueden ser más económicos para las audiencias lo que deriva en ser una preferencia ya aceptada. La inversión publicitaria de las marcas cada año crece en medios digitales.

¿Se puede pensar al periodismo digital como un proceso contra - hegemónico a los grandes medios privados?

Sí, porque los viejos cánones eran modelos de producción descendente que solo le otorgaba el poder de difusión de contenidos y generar opinión a los medios. Esto generó la consolidación de monopolios mediáticos que muchas veces obedecían esquemas de agenda setting acorde a los intereses de los dueños de los medios.

Por eso ahora hablamos de modelos: bottom up y además, se abre la posibilidad de que los egresados de las facultades de periodismo y comunicación puedan ser los propios dueños de sus medios y no salir al mundo laboral a buscar trabajo.

¿Considera que en la actualidad gracias al gran alcance de los medios digitales, tienen una influencia importante en las audiencias?

Esta pregunta tiene mucho que ver con la que respondí sobre si los medios tienen gran poder de generar opinión pública.

Aquí argumento que hay que diferenciar algo importante que quienes deseen realizar proyectos de medios digitales es vital, y es que el estar en la web no es ser reconocido, posicionado y con reputación. Lo tienes que trabajar, lo uno no te lleva a lo otro.

Se debe trabajar un marketing (parte del modelo de negocio de medios digitales) y así generar todas las estrategias para que tu Proyecto cumpla con los objetivos del negocio y así influenciar, ya que la misma se da por muchos factores: creatividad, credibilidad, conexión, contenidos de calidad, recursos humanos apropiados e incluso implementar tácticas en redes sociales y otras formas de hacer visible y permanente tu Proyecto de medio digital.

Anexo 2 Gabriela Riera

¿Cuál es el procedimiento para receptar una nota y luego publicarla?

Generalmente tu tienes muchos accesos con los cuales te puede llegar la información, puede ser desde una agencia que tengas contrato o permiso para utilizar la información, o en efecto,

si tu tienes una agenda, puedes hacer una planificación de tus temas y contactas a tu fuente, tienes que contratar, definir tu tema, ver las fuentes, tener una verificación respecto a la información, apoyarte con datos, después jerarquizas, redactas y públicas.

También tienes artículos como notas de gobiernos que son información oficial, no existe una camisa de fuerza de como hacerlo, hay medios que tienen sus corresponsales.

¿Cómo se posiciona una nota en la web y redes sociales?

El proceso para posicionar depende de lo que tu quieres, si vez que tu tema está de tendencia, básicamente utilizas los términos que están en tendencia. Si quieres posicionar a nivel de Google, existen una serie de elementos que se utilizan dentro de las plantillas, tienes el CEO que es el research para los buscadores, depende de las políticas de cada medio.

Lo mas importante es que aparezca en Google, si no está en Google el internet interpreta que no existe, tienes que poner las palabras clave pensando en como la gente va a buscar.

Las personas buscan a través de Google y Facebook, en Facebook y Twitter tienes los hashtags.

Una nota en la web debe tener muchos elementos, porque los lectores en web son muy diferentes a que lean en el papel, en la web se escanea la información, la pantalla te permite pasar el dedo y escanear la información, no hay una guía que te diga lo que tienes que hacer, son pautas porque Google tiene sus códigos y ellos saben como mantener y priorizar sus contenidos, negrillas, hipervínculos, archivos multimedia. La gente pasa entre un minuto cincuenta a dos minutos como máximo, tu tienes que llamar la atención a la persona.

La importancia de las key words en Google es porque de esa forma te llega la gente a tu contenido, todos los días te vas reinventando.

¿Cómo definen un público objetivo?

No existe un solo público objetivo, al menos en la web es mas complicado, porque como son buscadores te pueden llegar desde el guagua que le mando a buscar que pasó en las protestas de octubre, también puede llegar un estudioso a ver que se publico respecto a las protestas de octubre, como ejemplo. El publico objetivo depende a donde quieres direccionar tu contenido, variaras las tematicas, pero si tu defines tu público objetivo, digamos el medio es

para personas de clase media, asalariadas con dos hijos y trabajo estable que le interesa saber noticias a nivel nacional, en ese caso los temas que debes presentar son informativos, información dura, de interés, pero también temas curiosos.

Depende a quien tú te quieras dirigir, lo más difícil es con los jóvenes, los medios pese a todo los problemas que han existido en las redes sociales, todos deben estar en la mayor parte de redes sociales.

Los medios entendieron que deben generar comunidad, ese puede ser el público objetivo, porque hay que tratar el “rebote” que es cuando llegas a esa nota porque te refirió un amigo, pero no te quedas.

¿qué temas se da más importancia?

Los temas que se dan más importancia son los locales, dependiendo siempre la coyuntura, no es que le voy a dar más importancia a un tema o a otro, todo depende de la coyuntura.

Donde tu tienes la sede o como te identificas como medio, siempre se dará mucha más importancia a lo local, porque tus lectores son de ese lugar, la gente que está en ese sitio va a buscar lo que está en tu localidad y del posicionamiento de la marca.

Si tienes un medio de Quito, vas a hablar cosas de Quito, si tienes de Guayaquil, tus temas serán de Guayaquil. También habrá temas de las otras ciudades, pero más importancia se da a la localidad, hay temas que no se pueden dejar pasar, pero siempre más a lo local.

No vas a dejar de hablar de algo que pasa en tu país tampoco por estar hablando lo que pasa en otros países, ya tienes medios de comunicación que del lugar hablando del tema, no te vas a estar matando y gastando recursos por eso, porque tú tienes tu comunidad y también están pasando cosas aquí y no solo en otros países.

Si bien siempre se ha hablado de que los medios te marcan una agenda, es porque siempre desde el momento de elegir una foto ya estamos seleccionando que decir. Lo que buscamos es no ser tan subjetivos, buscar siempre el ser lo más éticos posibles.

¿Cómo funciona la censura?

En el espacio donde yo trabajo no le he visto como censura, lo veo como jerarquización, depende del medio y donde quiera llegar.

A nivel de la web, en los espacios que he trabajado no te puedo hablar de censura por que nunca me han dicho que no hable de alguien, porque más que nada le veo cual es el sentido que se fija el medio determinado en el que haya trabajado.

Yo mismo me cuestiono si es necesario hablar de temas que son muy banales, siempre me pregunto si es pertinente, evito siempre no insultar a mi lector.

Si, existen temas que no se pueden hablar, pero no solamente en medios, es todo un proceso, recuerda que tu no eres aislado y hay temas que no se tocan. Si yo me voy a un culto de evangelistas, se que ni de chiste no va a tener sentido por defenderle a mi virgen del Quinche, se que no tiene sentido.

Recuerda que los medios tienen sus auspiciantes, son empresas, hay accionistas, en todos los medios encontraras eso. Habrá medios que son mucho mas transparentes, donde mostraran su tendencia, quienes son.

Deberíamos si, ser más transparentes. Siempre va a haber censura porque tu eres un asalariado, siempre habrá intereses. No debiera ser así, deberíamos ser transparentes para que la gente sepa los intereses que tenemos, pero eso depende de cada una de las empresas.

¿cuántos caracteres mínimo y máximo puede tener una nota web?

lo lindo de la web para mi es que no tiene límites, es infinita, cambiante, super dinámica, no es una camisa de fuerza, evoluciona.

Comienzan con una noticia en desarrollo, y al final te encuentras con una sábana de información.

Lo hermoso es que siempre puedes ir aumentando la nota, dependiendo siempre de como se van dando las cosas, puedes ir actualizando. El límite es el tipo de contrato que tengas con la empresa proveedora de tu servidor para alojar la información.

Lo mínimo se habla siempre de la pirámide invertida, el poner en el primer párrafo lo más importante, el qué, donde, cuando y si te alcanza el por qué, sino eso va al segundo párrafo. No existe una regla básica que te diga. Lo que define eso es lo que tu buscas decir.

Pero mínimo tu nota debe tener su titular y el lead, para que este posicionada y Google lo encuentre.

¿cómo miden el alcance mediático?

Tu tienes múltiples herramientas, depende de cual hayas contratado, te puedes dar cuenta de como se posiciona en redes sociales a través de un hashtag o de cuanta gente hace eco de tu nota, también de cuanta gente entra, por los likes, comentarios, por las interacciones, también por el número de dispositivos conectados.

Tienes herramientas más básicas como Google analytics dependiendo del perfil de tu cuenta, si es una cuenta con Gmail normal o si es una cuenta ya que cuente con un plan, tendrás Alexa, etc. Generalmente tienes una persona que se encarga del tema de medir el impacto, del marketing. Nosotros hacemos una revisión diaria de lo que busca la gente y de que habla.

¿Cómo se maneja la verificación de Fuentes?

Bueno ahora tienes las cuentas verificadas de Twitter, también lo digital ha ayudado mucho porque puedes encontrar su contacto también ahí, lo llamas, una video llamada que no le quita seriedad y rigurosidad a la entrevista. Ahora en la pandemia se ha reafirmado lo de las llamadas. Hay cosas que no vas a poder hacer de esa manera, si quieres hablar de lo fétido del olor del Machángara, tienes que estar ahí para verificar el hedor. Los principios del periodismo no cambian, lo que cambia es la plataforma, te demoras, pero lo tienes que hacer,

Claro, tu no vas a hablar con la policía de Francia para que te diga algo, pero puedes hacer como referencia a los medios de halla, cojeras y harás referencia, atribuirás, porque tu sabes que son medios reconocidos, hechos verificados.

No te puedes dejar llevar por lo que dicen en redes sociales, tienes que esperar a ver lo que dice una fuente fiable, puede ser el policía que esta dando una entrevista a un medio televisivo que pudo estar ahí, también acudes a cuentas oficiales, llamas y preguntas.

La credibilidad es algo que tu no puedes perder.

¿Recibió capacitación para la redacción web?

En inicio en la plataforma que estaba aprendí el manejo de plataformas, redacción, he recibido capacitaciones, hice mi tesis al respecto, trata de estar actualizada, busco información, veo que dicen los medios, conversatorios, también talleres que me ha tocado por el medio actual en el que estoy, porque me obligan a estar siempre actualizada.

¿Cuándo se pide rectificación, cuál es el procedimiento?

Generalmente el editor es el que decide y te notifica. Depende que cosa haya que rectificar, si es algo de cierto tema y tu dijiste que la deuda del Ecuador no han sido 53 millones y han sido 33, hay faltas que se van pasando pese a la rigurosidad, en ese momento tu editor te ha de decir que cambies eso lo más rápido. Depende también siempre de la temática, algunos se necesitan de la revisión de un abogado. Ahí puedes decir que anteriormente este medio dijo que, pero el ministerio de finanzas aclara o reitera que hubo un mal entendido, al final de disculpas. A parte de eso te tocará bajar el post en redes sociales, editar el video si lo hiciste.

Habrán casos de declaración, donde tu hiciste la entrevista y el entrevistado se equivocó, puede ser el ministro y su equipo de comunicación le hace caer en cuenta, lo que pasará es que te llegue una carta con la información, ahí el editor te dirá si publicar la carta al final o dejar así.

¿Cómo se logra interactuar con la audiencia?

Depende en donde estés, en la nota puedes interactuar con los emojis para saber si le gustó o no les gustó, si tienes habilitado el espacio de comentarios, a su vez también puedes verle en redes sociales a través de los comentarios, depende mucho de las políticas de como tengan definido en el medio.

Facebook te permite también ver el alcance del post, al igual que puedes generar encuestas en las mismas notas. A veces no se utilizan esos datos, lo que me interesa es que la gente se quede en la nota.

Matrices

Cuando lo dice	Titular	Qué dice	Quien dice	A quien dice	Por que canal	Con que efecto
1 de febrero del 2021	<i>¿venta de la Bandeara del siglo XXI?</i>	<i>El préstamo otorgado por el DFC, supone un riesgo para la economía ecuatoriana, al poner en peligro ya no un nuevo feriado bancario, sino un feriado Nacional, l donde se remataran gran cantidad de activos.</i>	Mariano Santos	A los ecuatorianos	Revista Rupturas Página web y Facebook Columna de opinión	Enojo en los lectores por la gestión que está realizando el gobierno a puertas de las nuevas elecciones.
12 de enero del 2001	<i>Mismos perfumes con diferente hedor.</i>	<i>Reafirma la postura que Arauz no debería ser una opción para la presidencia del Ecuador, ya que el representa a Rafael Correa y que junto con</i>	Mariano Santos	A los ecuatorianos	Revista Rupturas Página web y Facebook Columna de opinión.	Evitar en lo posible que los ecuatorianos voten por Arauz y Yaku sea elegido en las elecciones presidenciales del 7 de febrero del 2021

		<i>Lasso y Nebot, son del círculo de corrupción más grande del país. Afirma un apoyo incondicional hacia Yaku, que es a su punto de vista, el único candidato de izquierda.</i>				
6 de enero del 2021	<i>Mauricio Pozo alista las armas contra el IESS</i>	<i>Recalca que los intereses de Mauricio Pozo como ministro de finanzas del Ecuador, al viajar a Estados Unidos busca enriquecer más a la clase alta del país, mientras sigue empobreciendo a los agricultores y demás ecuatorianos.</i>	Marco Villarruel	A los ecuatorianos	Revista Rupturas Página web y Facebook Columna de opinión	El efecto causado es más desconfianza en los ecuatorianos sobre el gobierno de Moreno y sus funcionarios.

<p>30 de noviembre del 2020</p>	<p><i>María Paula Romo</i> <i>¿Ruptura de la 35?</i></p>	<p><i>Apunta a las mañosas actividades de la lista 35, Alianza País, de donde salieron algunos exfuncionarios del gobierno de Moreno.</i> <i>Hace énfasis en el cinismo de Maria Paula Romo, quien seria Ministra de Gobierno y sus actitudes oportunistas cuando quiso convertirse en la vicepresidenta del Ecuador después de la destitución de Otto Sonnenholzner.</i> <i>Resalta la repartición de los hospitales y</i></p>	<p>José Villarruel</p>	<p>A los ecuatorianos</p>	<p>Revista Rupturas Página web y Facebook Columna de opinión</p>	<p>El efecto es debilitar la participación política de exfuncionarios públicos y de María Paula Romo junto con Lenin Moreno</p>
---------------------------------	--	---	------------------------	---------------------------	--	---

		<i>otros temas en donde se pone contra la pared a María Paula Romo y Lenin Moreno.</i>				
17 de noviembre del 2020	<i>La estrategia electoral-financiera del FMI.</i>	<i>El interés del FMI, es el de imponer políticas económicas que garanticen el pago del préstamo. Lo que el FMI en realidad busca es reafirmar la ideología de Estados Unidos para que Ecuador siga siendo proveedor de materia prima. Discurso muy alejado al del gobierno, que se escusa en decir que es para salvar vidas en el</i>	Antonio Guerrero	A los ecuatorianos	Revista Rupturas Página web y Facebook Columna de opinión	Genera rechazo a las acciones del gobierno morenista sobre su pésima gestión en la pandemia.

		<i>contexto de la pandemia del Covid 19.</i>				
16 de noviembre del 2020	<i>¿Dónde vamos a parar?</i>	<i>El gobierno hace a la vista gorda a los problemas sociales que está atravesando el país, desconoce la realidad de las personas y sigue generando leyes que favorecen a los banqueros. La pobreza en el Ecuador se está viviendo cada vez más, los que tienen trabajo están cobrando el 50% de lo acordado y en los bancos les cobran el 100%.</i>	Carlos Sánchez	A los ecuatorianos	Revista Rupturas Página web y Facebook Columna de opinión	Rechazo a las leyes que favorecen a los banqueros y repudio al gobierno morenista.

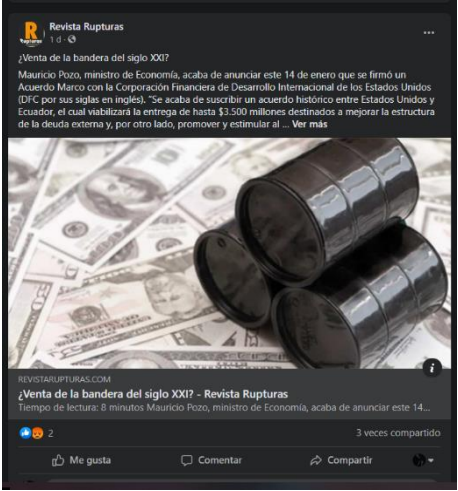

<p>13 de noviembre del 2020</p>	<p><i>¿Torpezas o corrupción?</i></p>	<p><i>El gobierno de Lenis Moreno no ha invertido en la explotación de gas natural, actividad que se realiza en Guayaquil en el campo Amistad. Este campo fue una de las construcciones realizadas en el gobierno de Correa con sobreprecio y defectuosa, trabajando solo al 50% de su capacidad. Se cree que el gobierno de Moreno está realizando tratos con Estados Unidos para la importación de este gas</i></p>	<p>Mariano Santos</p>	<p>A los ecuatorianos</p>	<p>Revista Rupturas Página web y Facebook Columna de opinión</p>	<p>Enojo en los lectores</p>
---------------------------------	---------------------------------------	---	-----------------------	---------------------------	--	------------------------------

		<i>natural que es muy utilizado en la provincia de Azuay, aun y cuando en Perú hay una planta destinada al mismo trabajo y el costo de importación sería menor.</i>				
13 de noviembre del 2020	<i>¿Qué pasa en el sector energético? ¿Sigue la corrupción?</i>	<i>Ecuador detuvo las ventas Spot, que eran una de las fuentes grandes de ingresos económicos para el país. Esto lo hace para pagar el préstamo a los Chinos, pues en la última visita de Lenin Moreno a China, logró bajar el interés del 8 al 6%, pero a cambio</i>	Mariano Santos	A los ecuatorianos	Revista Rupturas Página web y Facebook Columna de opinión	Genera mucho enojo en los lectores, pues no les parece que el país se siga sobre endeudando.

		<p><i>está comprometida toda la exportación del petróleo hasta el 2024.</i></p> <p><i>Y se cree que el presidente se alistaba para otro viaje y pedir otro préstamo a los chinos.</i></p>				
3 de noviembre del 2020	<p><i>Las Casas de valores y las necesidades de los maestros jubilados.</i></p>	<p><i>Los profesores se ven afectados cuando Rafael Correa establecio que a partir de los 70 años se podían jubilar, con el gobierno de Lenin Moreno se invento las jubilaciones voluntarias y obligatoria. Lo que hace es que las personas</i></p>	<p>Raúl Yáñez</p>	<p>A los ecuatorianos</p>	<p>Revista Rupturas Página web y Facebook Columna de opinión</p>	<p>Rechazo por parte de los profesores al gobierno de Moreno y al expresidente Rafael Correa</p>





		<p><i>que quieran acceder a sus jubilaciones a partir de los 60 años, serán pagadas con bonos hasta cumplir los 70, en caso contrario tendrán que esperar a cumplir 70 años.</i></p>				
<p>3 de noviembre del 2020</p>	<p><i>El TSE o el CNE ¿Caja de resonancia de la partidocracia?</i></p>	<p><i>En el paso de la historia, el organismo encargado de regular las elecciones para presidentes, como en su tiempo el TSE, fueron acusados de fraude a favor de algunos candidatos, el problema salpica cada</i></p>	<p>José Villarruel</p>	<p>A los ecuatorianos</p>	<p>Revista Rupturas Página web y Facebook Columna de opinión</p>	<p>Desconfianza en las elecciones presidenciales del 2021</p>

		<p><i>vez más ahora al CNE, pues en el 2014 impidió una consulta popular al movimiento yasunidos, alegando incumplimiento de los requisitos, con las elecciones presidenciales cerca, se generan sospechas de favoritismos.</i></p>				
--	--	---	--	--	--	--

Fecha	Titular	Like s	Compartida s	Capturas
1 de febrero del 2021	<i>¿Venta de la Bandera del siglo XXI?</i>	2	3	 <p>Revista Rupturas 1 d · 3</p> <p>¿Venta de la bandera del siglo XXI? Mauricio Pozo, ministro de Economía, acaba de anunciar este 14 de enero que se firmó un Acuerdo Marco con la Corporación Financiera de Desarrollo Internacional de los Estados Unidos (DFC por sus siglas en inglés). "Se acaba de suscribir un acuerdo histórico entre Estados Unidos y Ecuador, el cual validará la entrega de hasta \$3.500 millones destinados a mejorar la estructura de la deuda externa y, por otro lado, promover y estimular al... Ver más</p> <p>REVISTARUPTURAS.COM ¿Venta de la bandera del siglo XXI? - Revista Rupturas Tiempo de lectura: 8 minutos Mauricio Pozo, ministro de Economía, acaba de anunciar este 14...</p> <p>2 3 veces compartido</p> <p>Me gusta Comentar Compartir</p>
12 de enero del 2021	<i>Mismos perfumes con diferente hedor</i>	17	4	 <p>Revista Rupturas 12 de enero a las 12:13 · 3</p> <p>Mismos perfumes con diferente hedor Los grandes medios de comunicación al igual que muchos periodistas, varios de ellos a su servicio, intentan posicionar en el imaginario de la gente que Arauz es un candidato de izquierda y que lucha contra las oligarquías. ¡¡¡¡¡MAMÁ MENTIRA!!! lo cual lo hacen evidentemente con toda la mala intención o, inclusive hasta por ignorancia. Como veremos luego, Arauz no tiene nada que ver con la izquierda, representa una de las facciones de la derecha de la oligarquía. https://revistarupturas.com/mismo-perfume-con-diferente-/</p> <p>REVISTARUPTURAS.COM Mismos perfumes con diferente hedor - Revista Rupturas Lasso=Correa=Nebot=Arauz Los grandes medios de comunicación al igual que muchos perio...</p> <p>17 1 comentario 4 veces compartido</p>
6 de enero del 2021	<i>Mauricio Pozo alista las armas contra el IESS</i>	43	44	

30 de noviembre del 2020	María Paula Romo ¿Ruptura de la 35?	30	19	
17 de noviembre del 2020	La estrategia electoral-financiera del FMI	22	10	

16 de noviembre del 2020	<i>¿Dónde vamos a parar?</i>	23	17	
13 de noviembre del 2020	<i>¿Torpezas o corrupción?</i>	4	5	
13 de noviembre del 2020	<i>¿Qué pasa en el sector energético? ¿sigue la corrupción?</i>	5	4	

<p>3 de noviembre del 2020</p>	<p><i>Las Casas de valores y las necesidades de los maestros jubilados.</i></p>	<p>15</p>	<p>2</p>	 <p>Revista Rupturas 3 de noviembre de 2020</p> <p>Las Casas de valores y las necesidades de los maestros jubilados.</p> <p>Los empleados públicos al finalizar su trabajo reciben un incentivo jubilatorio, un derecho establecido hace muchos años, pero menos al magisterio, que ha laborado en la selva y la montaña, en la frontera y las ciudades, en beneficio de la niñez y juventud ecuatorianas.</p> <p>https://revistarupturas.com/las-casas-de-valores-y-las-/</p>  <p>REVISTARUPTURAS.COM Las Casas de valores y las necesidades de los maestros jubilados. - Revista Rupturas</p> <p>15 2 veces compartido</p> <p>Me gusta Comentar Compartir</p>
<p>3 de noviembre del 2020</p>	<p><i>El TSE o el CNE ¿Caja de resonancia de la partidocracia ?</i></p>	<p>8</p>	<p>3</p>	 <p>Revista Rupturas 3 de noviembre de 2020</p> <p>El TSE o el CNE ¿Caja de resonancia de la partidocracia?</p> <p>En Febrero de 2014, Domingo Paredes, presidente del CNE, exhortó a Correa, suspender el informe del sábado (Sabbatino), por la veda de la campaña electoral que regía desde la medianoche del jueves. El ex-Presidente Correa, emitió hoy el informe al considerar que no hay ninguna normativa que lo obligue a suspender el habitual programa de los sábados, donde dijo que no hará proselitismo.</p> <p>https://revistarupturas.com/el-tse-... Ver más</p>  <p>REVISTARUPTURAS.COM El TSE o el CNE ¿Caja de resonancia de la partidocracia? - Revista Rupturas</p> <p>En Febrero de 2014, Domingo Paredes, presidente del CNE, exhortó a Correa, suspender el inf...</p> <p>8 3 veces compartido</p> <p>Me gusta Comentar Compartir</p>

Mismos perfumes con diferente hedor

12
ENE 2021

por Mariano Santos | publicado en: Opinión | 0



Tiempo de lectura: 6 minutos

Lasso=Correa=Nebot=Arauz



Los grandes medios de comunicación al igual que muchos periodistas, varios de ellos a su servicio, intentan posicionar en el imaginario de la gente que Arauz es un candidato de izquierda y que lucha contra las oligarquías, TAMAÑA MENTIRA; lo cual lo hacen evidentemente con toda la mala intención o, inclusive hasta por ignorancia. Como veremos luego, Arauz no tiene nada que ver con la izquierda, representa una de las facciones de la derecha de la oligarquía.

Arauz lo ha dicho una y varias veces que él representa a Correa, inclusive que él mismo es Correa.

Entonces, si hacemos un análisis rápido de lo que fueron los 10 años de Rafael Correa, podemos verificar claramente, a más del asalto que cometieron él y su banda de ladrones, que sus acciones fueron eminentemente derechistas, pro oligárquicas, para beneficiar al gran capital nacional y transnacional.



Mauricio Pozo alista las armas contra el IESS

6
ENE 2021

por Marco Villarruel | publicado en: Opinión | 0



Tiempo de lectura: 3 minutos



Pocos días después de posesionado y de manera inesperada, Mauricio Pozo, flamante Ministro de Finanzas, llegaba por segunda vez a los Estados Unidos "para buscar financiamiento para el sector privado". No lo hacía para el Ecuador, ni para los agricultores, ni para los emprendedores, sencillamente fue a buscar dinero para los que más tienen, para los grandes empresarios privados.

Hasta que en los últimos días de diciembre del fatídico 2020 declarara cómo debía ir escrita la lápida del IESS, Pozo ha ido abriendo trocha y a toda velocidad para consolidar su sueño de convertir al Ecuador en un país de estructura neoliberal, donde el espacio que ocupe el Estado sea el más pequeño posible.

Pozo venía acariciando regresar al Ministerio, y para ello persistentemente estuvo golpeando las puertas de los medios y estar siempre presente. El marketing político se completó con sus periplos por alguna universidad privada, especializada en la nada académica acción de nombrar decanos o profesores a prestantes figuras del firmamento mediático. A su tiempo fue pre candidato a la Alcaldía de Quito por el Partido Social Cristiano.

María Paula Romo ¿Ruptura de la 35?

30
NOV 2020

por José Villarroel Yanchapaxi | publicado en: Opinión | 0



Tiempo de lectura: 4 minutos



Manuela Gallegos, fundadora de Alianza País declaró en su momento. "Ruptura de los 25 representa el recuerdo de la rebelión de los forajidos; del despertar de Quito que pedía un cambio en las formas de hacer política". Nada más alejado de la realidad El "movimiento forajido" que derrocó a Lucio Gutiérrez fue una expresión de la lucha popular de

La estrategia electoral-financiera del FMI

17
NOV 2020

por Antonio Guerrero | publicado en: Opinión | 0



Tiempo de lectura: 4 minutos

Durante una entrevista al economista Abelardo Pachano, luego de la información pública de la firma de un nuevo préstamo del FMI al Estado, éste pone de manifiesto los objetivos ideológicos y políticos de los banqueros y grandes empresarios para enfrentar hábilmente la crisis económica, financiera y social del país, presentando al Gobierno de Moreno y al FMI como salvadores de la crisis, que sirve como condición y parámetro para la elección de Presidente y Asambleístas del próximo Gobierno del Ecuador: Su incondicional sometimiento a los dictámenes del Fondo Monetario Internacional.

Tal sofisticada estrategia fondomonetarista se refleja en las declaraciones de la Directora General del FMI, Kristalina Georgieva: *"se entregan estos créditos de más largo plazo que los más conocidos programas stand by porque permiten al FMI implementar reformas estructurales que tienen un período de reembolso más largo, cuyo propósito es restaurar la estabilidad macroeconómica y ayudar al país en sus esfuerzos por proteger vidas, estabilizar la economía y sentar bases para un crecimiento sólido e inclusivo"*.

El FMI escoge al Ecuador para extenderle un crédito, similar al que fuera entregado a la República Dominicana, debido a que la actual realidad política podría escapársele de su control gracias a la inusitada presencia en las elecciones a la Presidencia de un candidato de raíces campesinas, indígenas y populares, revolucionariamente culto, Yaku Pérez, quien se ha negado tajantemente a tener una entrevista con los delegados del FMI y ha expresado clara y contundente que la Deuda Externa será declarada en Moratoria por lo menos durante 5 años para invertir dichos recursos en el desarrollo de una economía popular, rompiendo con todas las imposiciones que regularmente ha impuesto el FMI en toda América Latina.

¿Cuáles son las *Reformas Estructurales* que iría a realizar el FMI según la Directora general del FMI?

Mantener el clásico modelo de dominación que los Estados Unidos ha impuesto durante cien años. El Ecuador debe seguir siendo proveedor de materia prima y recursos naturales, hoy extendidos al petróleo, oro, plata, cobre, uranio y

¿Donde vamos a parar?

16
NOV 2020

por Carlos Sanchez | publicado en: Opinión | 0



Tiempo de lectura: 2 minutos

Según datos estadísticos el Ecuador está por debajo de la línea de la pobreza, la misma crecerá en un 35% y la extrema pobreza en el orden del 15%, esto quiere decir que más de tres millones de ecuatorianos tenemos el camino seguro a ser lo nuevos pobres, esto cálculos optimistas dicen que 41% de pobres y 21% en la extrema pobreza será nuestra realidad en el futuro, la cifra escalofriante de más o menos SEIS millones de ecuatorianos viviendo en la pobreza.

Estos cálculos por supuesto son los más optimistas, sin tomar en cuenta que los trabajadores que hoy ganan sueldos por debajo del salario básico, también engrosaran las filas de los más pobres.

Cuales son las consecuencias inmediatas; y, ya se habla de que los niños serán los principales afectados con un crecimiento acelerado de la desnutrición infantil, acompañado de que hoy ya no tienen acceso a la educación básica, y serán en el futuro la mano de obra no calificada que será presa fácil de la explotación laboral.

Son las condiciones de extrema pobreza en la que la mayoría de los ecuatorianos vivimos y esta es la principal causa del crecimiento del auge delictivo, la gente no tiene para comer, no hay trabajo, literal nuestra gente se muere de hambre esta es la realidad.

Una realidad que nuestros gobernantes no la quieren ver o solo ven para su lado emitiendo resoluciones y leyes en beneficio de los que más tienen, o no conocen esta realidad que sería complicado o al conocerla quieren tapar el sol con un dedo. Por eso cuando emiten resoluciones para favorecer al sistema financiero, o manifiestan que se acabaron los beneficios de la "Ley Humanitaria", es que las autoridades gubernamentales en verdad desconocen la situación de la mayoría de ecuatorianos, claro nuevamente el peso de la crisis en el hombro de los mas pobres, no de otra manera se entiende que mediante decreto ejecutivo nuestros gobernantes se alzan nuevamente sus remuneraciones al 100%, y nos preguntamos que los trabajadores también no nos merecemos lo mismo, que los sueldos y salarios vuelvan en iguales condiciones o por ser pobres comemos menos o tenemos menos necesidades que ellos, pero para terminar de jodernos la vida no nos pagan bien hay mas desempleo hoy nos dicen que debemos pagar nuestras deudas que las adquirimos cuando ganábamos al 100%, como se les hace entender los pocos que tenemos empleo nos pagan apenas al 50% de la valor y no nos alcanza, apenas estamos sobreviviendo buscando otros ingresos, pero aun hoy que nos dicen que ya se terminaron los beneficios de la "Ley Humanitaria" y las deudas contraídas con ingresos del 100% hoy son apenas del 50%, que parte no entienden **no alcanza la plata**.

Donde vamos a parar los pobres es la pregunta, pues en la miseria, es el camino a donde nos están llevando los gobernantes entregados a los intereses de los grandes grupos de poder económico, banqueros chulqueros y grandes empresarios

¿Torpezas o corrupción?

13
NOV 2020

por Mariano Santos | publicado en: Opinión | 0



Tiempo de lectura: 6 minutos

El Ministerio de Energía viene de realizar un concurso público internacional para la construcción de una central eléctrica que generaría 400MW, para lo cual se estima que la empresa ganadora invierta \$600 millones, planta que utilizaría como combustible gas natural. El sitio donde funcione la planta, lo decidiría esa misma empresa.

Antes de continuar con nuestra nota, vale hacer una precisión de lo que es el gas natural y su diferencia con otro gas, el gas licuado de petróleo (GLP).

El gas natural, se compone principalmente de metano (fórmula química CH₄) y, en nuestro país el único sitio de donde se explota este gas es en el golfo de Guayaquil, en el campo Amistad.

En cambio, el gas de petróleo, que para fines comerciales se lo licúa y por eso se lo llama gas licuado de petróleo (GLP), es un gas asociado al petróleo crudo y se lo extrae desde los campos petroleros ubicados tanto en la región amazónica como en la península de Santa Elena; igualmente, este gas es uno de los combustibles que se extraen en los procesos de refinación de crudos, al igual que las gasolinas, el diésel, etc., y; su elemento principal es el propano (C₃H₈), aunque también tiene butano (C₄H₁₀). Es el gas de las bombonas que se utilizan en las cocinas de casas y restaurantes.

En contrapartida, el gas natural es utilizado por algunas industrias principalmente de cerámica, en la provincia del Azuay, Por la central Termo Gas Machala que tiene una potencia instalada de algo más de 400 MW y, por La planta de licuefacción de Bajo Alto (marginalmente Se entrega este gas en El Guabo -El Oro-, Precisamente dónde está instalada esta planta)

En el gobierno actual, la desinversión en el sector hidrocarburífero ha sido notable y por esta razón, ha existido una baja importante en la producción o extracción petrolera del Ecuador.

¿Qué pasa en el sector energético?, ¿Sigue la corrupción?

13
NOV 2020

por Mariano Santos | publicado en: Opinión | 0



Tiempo de lectura: 5 minutos

La semana anterior la prensa nacional anunciaba que "ventas spot se suspenderían por dos años para cumplir con China, por recomendación del Viceministerio de Hidrocarburos". ¿Qué hay que cumplir con China?, pues las preventas de petróleo, que no son otra cosa que préstamos a cambio de crudo, con contratos a largo plazo, en donde los precios del crudo se fijan teóricamente de acuerdo con lo que se publica en los mercados petroleros internacionales, pero en condiciones muy desventajosas para el Ecuador. Estos negocios fueron muy comunes en el gobierno anterior y, en el actual con Moreno, quien originalmente los criticó, se repite la historia.

En efecto, una comitiva de alto nivel presidida por el propio Lenin Moreno viajó a China en diciembre del 2018 para renegociar varios de esos contratos y, consiguieron 900 millones de dólares en préstamos a una tasa de interés del 6,5%, pero comprometieron más petróleo a tal punto, que para el presente año 2020 todo el crudo, absolutamente todo el crudo potencialmente exportable está comprometido.

La desesperación por concretar contratos y la irresponsabilidad hacen que en este país se den cosas verdaderamente inauditas como el hecho de que el país contaba en este 2020 con 108 millones de barriles de petróleo para comercializarlo en el mercado internacional (que debe ser mucho menor, por el problema de la pandemia y la rotura del oleoducto), pero resulta que requiere 111,2 millones de barriles para cumplir los contratos con las firmas asiáticas, según revelara la propia Petroecuador el 24 de enero del presente año.

Hasta antes del "viaje de negocios" de Moreno, el crudo comprometido para el 2020 era del 79%, pero, el sucesor de Correa, se encargó de extender los "compromisos" hasta el año 2024, aunque no nos debería sorprender si esos contratos van más allá del 2024.

Con Correa, esas preventas o préstamos tenían un interés que fluctuaba entre el 7 y el 8,25%; con Moreno, cierto es, se bajó al 6,5%, pero, sigue siendo mucho más que 3% que es el interés que paga Bolivia a los mismos chinos.

Las Casas de valores y las necesidades de los maestros jubilados.

3
NOV 2020

por Raul Yanez | publicado en: Opinión | 0



Tiempo de lectura: 3 minutos

Una breve historia.

Los empleados públicos al finalizar su trabajo reciben un incentivo jubilar, un derecho establecido hace muchos años, pero menos al magisterio, que ha laborado en la selva y la montaña, en la frontera y las ciudades, en beneficio de la niñez y juventud ecuatorianas. Fue en el 2008, cuando la organización de los maestros, la Unión Nacional de Educadores, con Mery Zamora como Presidenta y mediante una huelga de hambre en Montecristi y en algunas ciudades del país, conjuntamente con la acción consecuente de los assembleístas de ese entonces como Jorge Escala, se alcanzó el reconocimiento de este derecho para los maestros, establecido en la Vigésima Primera Transitoria de la Constitución.

Las vicisitudes de este derecho.

El gobierno de Correa les entregó a los maestros jubilados en los años 2008, 2009 y 2010 solamente una parte de su derecho. Al finalizar el gobierno de Correa, el Ministerio del Trabajo estableció el Acuerdo 094, que obligaba a los maestros a jubilarse a los 70 años de edad para recibir el incentivo jubilar. Con la lucha, encabezada por el compañero Alfonso Yáñez con la Coordinadora Nacional de Maestros Jubilados del Ecuador, se logró la derogatoria de este fatídico Acuerdo. El gobierno de Lenin Moreno se inventó las jubilaciones "voluntarias" y "obligatorias", con las cuales, si bien no se renunciaba al incentivo jubilar, sin embargo recibían en efectivo a los 70 años y en bonos de 60 a 70 años.

El TSE o el CNE ¿Caja de resonancia de la partidocracia?

3
NOV 2020

✍ por José Villarroel Yanchapaxi | 📄 publicado en: Opinión | 🔍 0



Tiempo de lectura: 3 minutos

En Febrero de 2014, Domingo Paredes, presidente del CNE, exhortó a Correa, suspender el informe del sábado (sabatina), por la veda de la campaña electoral que regía desde la medianoche del jueves. El ex Presidente Correa, emitió hoy el informe al considerar que no hay ninguna normativa que lo obligue a suspender el habitual programa de los sábados, donde dijo que no hará proselitismo.

El mandatario calificó como un "desliz" e innecesario el exhorto de Paredes. "Ojalá nunca más existan exhortos en nuestra democracia", añadió y dijo que si la normativa lo permite una función del Estado debe "ordenar" a otra, pero no exhortar, pues ello supone, según Correa, una interferencia.

"Exhorto a las demás funciones del Estado a no exhortarme" si "no hay capacidad para actuar" pues, entonces, "están interfiriendo en otras funciones" y reiteró: "Si tienen capacidad legal ordenen, pero no exhorten".

La Constitución de Montecristi, vigente desde 2008, cambió la estructura de la Función Electoral, eliminó al Tribunal Supremo Electoral (TSE) y lo reemplazó con el Consejo Nacional Electoral (CNE) y el Tribunal Contencioso Electoral (TCE).

El antiguo Tribunal Supremo Electoral durante las elecciones presidenciales de 1984, en la primera vuelta, el candidato León Febres Cordero acusó de fraude electoral a la Izquierda Democrática, liderada por el candidato Rodrigo Borja. Entonces se cuestionó la legitimidad del TSE, porque, según Febres Cordero, se habría impedido a varios votantes de la costa ejercer su derecho al voto.

En el proceso electoral de 1996 también se habló de un posible fraude. Dos de tres encuestadoras dieron por ganador a Jaime Nebot, del PSC, quien venció a Abdalá Bucaram, del PRE, en la primera vuelta, pero perdió en la segunda con más del 12% de diferencia. Bucaram perdió únicamente en Guayaquil y Quito.

¿Venta de la bandera del siglo XXI?

1

FEB 2021

por Mariano Santos | publicado en: Opinión | 0



Tiempo de lectura: 8 minutos

Mauricio Pozo, ministro de Economía, acaba de anunciar este 14 de enero que se firmó un Acuerdo Marco con la Corporación Financiera de Desarrollo Internacional de los Estados Unidos (DFC por sus siglas en inglés). *"Se acaba de suscribir un acuerdo histórico entre Estados Unidos y Ecuador, el cual viabilizará la entrega de hasta \$3.500 millones destinados a mejorar la estructura de la deuda externa y, por otro lado, promover y estimular al sector productivo ecuatoriano"*, indico.

Los recursos, sin embargo, estarían atados a la monetización y concesión de activos del estado. Es decir, DFC irá haciendo desembolsos a la par de que se vaya identificando proyectos en donde el sector privado pueda invertir.

De un tiempo a esta parte, altos funcionarios de Gobierno dicen cualquier barbaridad, como por ejemplo Roldán, quien sin rubor alguno declaro que este es un acuerdo histórico. Claro, Histórico en el sentido de que se intenta hacer, ya no un feriado bancario sino, un feriado del Ecuador done se van a rematar una gran cantidad de activos ecuatorianos, a través de un "préstamo" chantajista con la DFC

La lista es larga: Campo petrolero Sacha, Refinería de Esmeraldas, venta de acciones en la nueva Petroecuador, Centrales hidroeléctricas Coca Codo, Sopladora, Termogas Machala, Banco del Pacifico, Banco Central, CNT, IESS, etc.



Cartas de Autorización

Yo, Mgs. Karina Granja Altamirano, docente de la Universidad Internacional del Ecuador, por medio de la presente autorizo a Moisés Alejandro Cáceres López la publicación de la información recolectada en la entrevista que se realizó a mi persona, acerca del funcionamiento de los medios de comunicación en la red, la misma que será utilizada para el desarrollo del artículo académico: “La Teoría de la Aguja Hipodérmica en tiempos actuales”.

Es todo cuanto puedo decir en honor a la verdad.

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Karina Granja Altamirano', is written over a horizontal line on a light-colored background.

Mgs. Karina Granja Altamirano

Docente Universidad Internacional del Ecuador

Yo, Gabriela Riera (nombre protegido) periodista que ha prestado su servicio en un medio de comunicación reconocido del país, por medio de la presente autorizo a Moisés Alejandro Cáceres López la publicación de la información recolectada en la entrevista que se realizó, acerca del funcionamiento de los medios de comunicación en la red, la misma que será utilizada para el desarrollo del artículo académico: "La Teoría de la Aguja Hipodérmica en tiempos actuales".

Es todo cuanto puedo decir en honor a la verdad.



Gabriela Riera

Periodista