



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA  
EDUCACIÓN**

**CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL**

**TEMA:**

**Estudio sobre la importancia del Periodismo Ciudadano para los  
medios tradicionales de comunicación. Casos: Televistazo de Ecuavisa  
y 24Horas de Teleamazonas**

**AUTOR:**

**Morales Tello, Brigitte Micaela**

**Trabajo de titulación previo a la obtención del título de:**

**LICENCIADA EN COMUNICACIÓN SOCIAL**

**TUTOR:**

**MSc. Chiriboga Albán, Héctor Aurelio.**

**Guayaquil, Ecuador**

**15 de septiembre del 2021**



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN  
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL**

## **CERTIFICACIÓN**

Certificamos que el presente trabajo de titulación, fue realizado en su totalidad por **Morales Tello, Brigitte Micaela**, como requerimiento para la obtención del título de **Licenciada en Comunicación Social**.

**TUTOR (A)**

**MSc. Chiriboga Albán, Héctor Aurelio**

**DIRECTOR DE LA CARRERA**

**f. Luna Mejía, Efraín Alfonso, Mgs.**

**Guayaquil, 15 de septiembre del 2021**



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN  
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL**

## **DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD**

**Yo, Morales Tello, Brigitte Micaela**

### **DECLARO QUE:**

El Trabajo de Titulación, Estudio sobre la importancia del Periodismo Ciudadano para los medios tradicionales de comunicación. Casos: Televistazo de Ecuavisa y 24Horas de Teleamazonas, previo a la obtención del título de Licenciatura en Comunicación Social, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan en el documento, cuyas fuentes se incorporan en las referencias o bibliografías. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance del Trabajo de Titulación referido.

**AUTORA**

**f. Morales Tello, Brigitte Micaela**

**Guayaquil, 15 de septiembre del 2021**



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN  
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL**

## **AUTORIZACIÓN**

Yo, **Morales Tello, Brigitte Micaela**.

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación, **Estudio sobre la importancia del Periodismo Ciudadano para los medios tradicionales de comunicación. Casos: Televistazo de Ecuavisa y 24Horas de Teleamazonas**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

**AUTORA**

**f. Morales Tello, Brigitte Micaela**

**Guayaquil, 15 de septiembre del 2021**



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN  
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL  
ANÁLISIS DE URKUND

URKUND

## Urkund Analysis Result

Analysed Document: BRIGITTE.MORALES.pdf (D111783361)  
Submitted: 8/29/2021 4:13:00 AM  
Submitted By: hector.chiribogaa@ug.edu.ec  
Significance: 3 %

### Sources included in the report:

[https://www.researchgate.net/publication/27593726\\_Es\\_esto\\_periodismo\\_ciudadano](https://www.researchgate.net/publication/27593726_Es_esto_periodismo_ciudadano)

### Instances where selected sources appear:

9

MSc. Chiriboga Albán, Héctor Aurelio



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN  
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL**

## **AGRADECIMIENTO**

*“He aquí la sierva del señor, hágase en mí según tu palabra” Lc 1:38*

Doy gracias a Dios, a mi madre celestial María por acompañarme, guiarme y protegerme siempre y en todo lugar, pues estoy segura que nada en mi vida sería posible sin su ayuda.

Agradezco con mucho amor a mis Padres, Héctor Morales y Cecilia Tello, a mi abuelita “Mamacita” por ser los pilares fundamentales y los motores de mi existir. A mi novio Carlos quién me ha apoyado día tras día durante estos casi 6 años de relación.

Gracias UCSG por regalarme a grandes amigos, profesionales y mentores que me han enseñado a lo largo de estos 5 años, y por permitirme convertirme en la profesional que en este momento soy.

A mi tutor Héctor Chiriboga, quién gracias a su paciencia y dedicación hemos culminado este trabajo de titulación.

Finalmente, de manera muy especial quiero agradecer a Carolina Andrade, decana de la facultad de Filosofía, quién ha sido amiga, abriéndome un espacio en su casa y en su corazón.

Brigitte Micaela Morales Tello



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN  
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL**

## **DEDICATORIA**

Este trabajo de titulación se lo dedico a Dios, y mi mamita María por todo el gran amor y misericordia que siempre han tenido conmigo y mis progenitores.

A mis padres por permanecer a mi lado motivándome y apoyándome de forma incondicional.

Brigitte Micaela Morales Tello



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN  
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL**

## **TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN**

f. \_\_\_\_\_

**MSc. Chiriboga Albán, Héctor Aurelio**

TUTOR

f. \_\_\_\_\_

DECANO O DIRECTOR DE CARRERA

f. \_\_\_\_\_

COORDINADOR DEL ÁREA O DOCENTE DE LA CARRERA

f. \_\_\_\_\_

OPONENTE



# ÍNDICE GENERAL

<b>RESUMEN</b> .....	<b>xi</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>xii</b>
<b>INTRODUCCIÓN</b> .....	<b>2</b>
SITUACIÓN PROBLEMÁTICA .....	3
PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN .....	7
<b>OBJETIVOS</b> .....	<b>8</b>
• OBJETIVO GENERAL .....	8
• OBJETIVOS ESPECÍFICOS .....	8
<b>CAPÍTULO I</b> .....	<b>12</b>
<b>1. MARCO TEÓRICO</b> .....	<b>12</b>
1.1 PERIODISMO CIUDADANO .....	12
1.2 SOCIOLOGÍA Y LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN .....	20
1.3 CRITERIOS DE NOTICIABILIDAD .....	23
1.4 PRINCIPIOS EN LA PRÁCTICA DEL PERIODISMO .....	27
1.5 RUTINAS PRODUCTIVAS .....	29
<b>CAPÍTULO II</b> .....	<b>32</b>
<b>2. METODOLOGÍA</b> .....	<b>32</b>
2.1. ETNOGRAFÍA DEL CIBERESPACIO .....	32
2.1.1. ETNOGRAFÍA EN REDES .....	34
2.2. Análisis de contenido .....	36
<b>CAPÍTULO III</b> .....	<b>37</b>
<b>3. RESULTADOS</b> .....	<b>37</b>
3.1. Resultado análisis de contenido .....	37
3.2. Entrevistas .....	86
Entrevista a Henry Dueñas .....	88
Entrevista a Diego Cuenca .....	91
Entrevista a Carlos Sacoto .....	96
Entrevista a Johanna Ramos .....	99
<b>CAPÍTULO IV</b> .....	<b>106</b>
<b>4. INTERPRETACIÓN</b> .....	<b>106</b>
4.1. Interpretación de resultados .....	106
<b>5. CONCLUSIONES</b> .....	<b>110</b>

<b>6. RECOMENDACIONES .....</b>	<b>112</b>
<b>7. REFERENCIAS.....</b>	<b>113</b>
<b>8. ANEXOS .....</b>	<b>116</b>

## RESUMEN

En los últimos años las plataformas digitales han transformado a la sociedad debido a los recursos tecnológicos y la inmediatez con que las personas logran comunicarse. Medios de comunicación tradicionales como televisión, radio y prensa escrita se han visto en la obligación de migrar a nuevos soportes comunicacionales, donde los individuos ya no solo reciben la información, sino que también interactúan; ya no basta con difundir la información por los tradicionales medios, como televisión y prensa, si no que el sujeto intenta tomar protagonismo siendo él el que indaga sobre hechos cercanos a su alrededor para poder difundir su contenido en los medios de comunicación.

Dentro de esta investigación nos adentramos en lo que los medios tradicionales, particularmente la televisión, hacen con la información dada por los ciudadanos. En este sentido el trabajo describe el tratamiento que se le da a esa información en dos medios televisivos de alcance nacional, para en lo posterior transmitirla en segmentos dedicados al periodismo de comunidad. Para realizar este trabajo hemos investigado sobre la evolución de la noción de periodismo ciudadano, sus expresiones locales, así como las maneras como se integra en la práctica del periodismo televisivo nacional.

**Palabras Claves:** Periodismo ciudadano, plataformas digitales, evolución del periodismo, responsabilidad, noticiabilidad, infoentretenimiento

## ABSTRACT

In the past years, the digital platforms have transformed society due to technologies resources and the immediacy with people are ready to communicate.

Traditional media such as television, radio and written press have been forced to migrate to new communication media, where individuals no longer only receive information, but also interact, it is no longer enough to disseminate information through traditional media such as television and the press, but rather the subject tries to take center stage by being the one who inquiries about nearby events to disseminate its content in the media.

Within this research we delve into what traditional media, particularly television, do with the information given by citizens. In this sense, the work describes the treatment that is given to that information in two television media of national scope, to later transmit it in segments dedicated to community journalism. To carry out this work we have investigated the evolution of the notion of citizen journalism, as well as the ways in which it is integrated into the practice of contemporary television journalism.

**Keywords:** Citizen journalism, digital platforms, evolution of journalism, responsibility, newsworthiness, infotainment.

## INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de investigación analiza el proceso de recepción – selección, y tratamiento que los informativos de dos canales de televisión, Ecuavisa y Teleamazonas, dieron a las informaciones provenientes de ciudadanos, durante un periodo de 10 semanas, desde 16 de marzo -cuando el ex mandatario Lenin Moreno declaró al país en estado de excepción- hasta el 24 de mayo, momento en el que se emite una nueva disposición para reducir las restricciones que el estado de emergencia imponía a la población ecuatoriana.

Hemos considerado importante analizar cuáles son los principales criterios de noticiabilidad usados por los medios antes mencionados, en el proceso de recepción - selección, tratamiento de los acontecimientos que son proporcionados por ciudadanos. De igual forma conocer el espacio que los noticieros le asignan a noticias en base al periodismo ciudadano y la forma en que es emitido este tipo de información. También es necesario indagar cuales son las redes sociales más utilizadas que sirven como enlace para la transmisión de mensajes.

Este trabajo se enfoca en los noticieros 24h de Teleamazonas y Televistazo de Ecuavisa, para conocer desde el principio el proceso de recepción de información, la selección de la misma, la producción de noticias y la forma en que este proceso articula la información proveniente de fuentes ciudadanas. La investigación sobre estos noticieros está enmarcada en la sociología de la producción de mensajes (Lozano, 1991; Martini, 2001) y sus correspondientes categorías teóricas, que nos han permitido determinar los condicionantes internos y externos en el proceso específico de selección de información proporcionada por ciudadanos para ser convertida en noticia.

## SITUACIÓN PROBLEMÁTICA

“Desde que el ser humano se organiza en sociedades, siempre ha existido la necesidad de reducir la incertidumbre. Para ello, en medio de diversas prácticas, se fue constituyendo la de obtener información” (Pena, 2009).

En efecto, a lo largo de su historia, pero más concretamente en la Modernidad, las sociedades de Europa occidental fueron desarrollando su capacidad para producir información para una población cada vez más lectora y necesitada de medios para conocer lo que sucede en su entorno y, reducir la incertidumbre. (Pena, 2009)

Lo anterior se configura como una confianza que, históricamente y en términos generales, el público desarrolló con los medios de comunicación. En esta dinámica, la audiencia -que nunca fue una masa amorfa- desarrolló diversas afinidades de tipo ideológico con los medios y sus productos, los que al ser consumidos dieron por resultado comentarios. Así lo menciona (Gomis, Teoría del Periodismo, 1991)

Las características de estos medios denominados masivos, es que difundían sus contenidos a una amplia audiencia con la que se comunicaban principalmente de forma unidireccional.

El tratamiento de comunicación noticiosa estaba centrado netamente en el medio de comunicación, pero con el tiempo la audiencia se convirtió en receptor vigente, así mismo como productora de información.

El periodismo está lejos de ser el espejo de lo real. Es, más bien, la construcción social de una supuesta realidad. De este modo, es en el trabajo la enunciación donde los periodistas producen los discursos, que, sometidos a una serie de operaciones y presiones sociales, constituyen lo que el sentido común de las redacciones llamada noticia. En el presente y con los medios digitales, sufre un cierto desdibujamiento. En efecto, el rol informativo de los medios, que incluía obviamente, al grupo de profesionales formados en el ejercicio de la producción de noticia, observa como las nuevas tecnologías de la

comunicación y la información y en particular las redes sociales, permiten la aparición de personas que, pese a no ser periodistas, buscan dar a conocer situaciones que produzcan un efecto en el resto de habitantes. Y estas acciones se producen sea por desconocimiento o simplemente para generar una impresión. (Pena, 2009)

Hoy en día la mayoría de la población ecuatoriana posee dispositivos móviles, con aplicaciones aptas para el consumo y navegación en internet. Debido a los avances tecnológicos, la población expone en redes sociales diferentes contenidos sin responsabilidad alguna; evidentemente, la información vertida en redes sociales por ciudadanos, no es manejada de la misma forma que en un medio de comunicación.

Tenemos entonces que el papel de los medios de comunicación masivos como productores de información es cuestionado por la avalancha de informaciones producidas por ciudadanos y difundidas a través de redes sociales. “En un futuro, no demasiado lejano, todo periodista acabará siendo "digital", de igual forma que todo receptor podrá opinar públicamente sobre la información que recibe, cuándo, dónde y cómo quiera”. (Egerique, 2009, pág. 61)

Los usuarios ahora, además de consumir mensajes, los producen, en especial para las redes sociales. Su popularización ha provocado que, para que permanezca el periodismo y sus productos, deben convivir con las redes sociales, y de esta forma se relacionen con las mismas. Es decir: los contenidos de los medios, y contenidos en internet, mediante la migración digital.

Los medios de comunicación empiezan a tomar información proporcionada por los ciudadanos a fin de permanecer en el centro de los procesos comunicativos marcados por la tecnología digital. Por lo tanto, el periodismo y sus productos no pueden vivir al margen. En ese sentido, “Los procesos de búsqueda, elaboración, difusión y gestión de la información han entrado con fuerza en este entramado de redes y es preciso entender lo que implica esta mudanza”. (García, Toural, & Fariña, 2015)

En este contexto de digitalización de la comunicación, la inmediatez juega un rol muy importante, no solo en los medios, sino en la propia sociedad; este proceso ha tenido como efecto, la convergencia entre las formas modernas - analógicas- de hacer periodismo y el universo digital. “El dinamismo y la inmediatez son dos características que definen la información a través de Internet y eso, en ocasiones, dificulta la correcta redacción de los mensajes” (Egerique, 2009, pág. 68) Esto, eventualmente y en algunos casos, ha tenido como consecuencia hacer un a un lado los principios de la noticiabilidad, que le dan al periodismo su consistencia.

En este sentido corroboramos que, no toda la información que circula por redes sociales, es verificada.

En esta nueva era digital, los ciudadanos intentan construir información, más por conmoción que por periodicidad, haciendo a un lado los códigos deontológicos y la veracidad que implica el periodismo; de igual manera el consumir solo datos sin verificación puede provocar confusiones, pues no toda la información expuesta en internet es verídica, de ahí nace la popular expresión “fake news”. De esta manera los usuarios están expuestos a receptor y consumir cualquier tipo de novedad.

Este tipo de información que, en realidad, puede pasar bajo el término “desinformación” se ha convertido en habitual en el lenguaje político y periodístico, habiéndose incorporado también al acervo popular, en el que aparece vinculado a la manipulación de los medios, al control de la información en beneficios de intereses políticos o económicos y a las estrategias de gobiernos, partidos o grandes empresas para engañar a la opinión pública, a pesar de que, en la actualidad, en parte, sea producida por ciudadanos no vinculados directamente a estructuras de poder gubernamental. (Rodriguez R. , 2017)

Se puede decir que el periodismo ciudadano nace con la intención de que el hombre común participe activamente en la presentación de hechos, mostrando una realidad que quizás los medios no consideran y, contribuyen



a la interacción entre los medios de televisivos y el público. – En esta perspectiva el ciudadano ya no se conforma con recibir detalles en un noticiero, si no que crea contenido para que el resto de cibernautas conozcan situaciones que resulten llamativas, y a la vez tomar protagonismo convirtiéndose así en el emisor de información.

En nuestro país, durante los meses marzo, abril y mayo del año 2020, época de confinamiento y post-confinamiento, la población mantuvo una interacción más alta en diferentes plataformas, donde los ciudadanos hicieron un paréntesis a las informaciones normalmente compartidas (problemas habituales) para compartir información impactante como la presencia y quema de cadáveres en vía pública, solicitando ayuda de los medios de comunicación, etiquetando o mencionando a Teleamazonas y Ecuavisa para que sus videos de aficionados puedan ser transmitidos y visualizados por todo el país.

Como se podrá ver más adelante en esta investigación, diversos medios de comunicación adaptaron el contenido enviado de forma voluntaria por ciudadanos, otorgándoles un espacio en la selección de noticias de comunidad, en el que se transmiten videos de aficionados que no han pasado por un trabajo serio de producción de noticias.

A pesar de transmitir el contenido, los noticieros, no siempre reconocen la fuente que permitió que el suceso sea conocido, pues en diversos programas la fuente de información carece de nombre. Sin embargo, se continúa enviando contenido a los medios de comunicación para que sea difundido.

Debemos recordar que las funciones desempeñadas por los periodistas son la búsqueda minuciosa de acontecimientos, para comprenderlos y posteriormente redactarlos, y difundirlos a la audiencia. (Gomis, Teoría del Periodismo, 1991); (Martini, 2000). Hay que tomar en cuenta que estos se han encargado de valorar los contenidos presentes en cada segmento de noticias. En este contexto encontramos que existe un sinnúmero de herramientas digitales que están a disposición de todos los cibernautas y que han permitido

el desarrollo de nuevas estrategias para obtener información, sin pasar por las condiciones que los medios de comunicación prescriben para la producción de noticias. Entonces, diversos ciudadanos se presentan ante el periodismo de forma simultánea, simple y con equipos de fácil acceso, (equipos tecnológicos, conectividad) pretendiendo dar sus opiniones e información, con el deseo de ser tomados en cuenta por los noticieros, difundiendo en gran escala sus informaciones.

Frente a esto, los medios de comunicación que podemos empezar a llamar “tradicionales”, implementan algunas respuestas, entre ellas incorporar algunas informaciones proporcionadas por ciudadanos a través de redes sociales. En particular -y este es nuestro foco- en el periodo mencionado arriba, el de mayor dureza de la pandemia, las noticias de cadáveres quemados en las calles de la ciudad de Guayaquil, concitaron la atención de cadenas internacionales (CNN) lo que llevó a los noticieros de las cadenas mencionadas arriba a producir noticias sobre este suceso. Lo anterior, nos lleva a plantearnos la siguiente pregunta de investigación.

### **PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN.**

¿Cuáles son las maneras en que la información proporcionada por ciudadanos es considerada o no por los medios de comunicación televisivos, en el proceso de producción de noticias?

A partir de aquí, proponemos los objetivos:

## **OBJETIVOS**

### **• OBJETIVO GENERAL**

Determinar los condicionantes internos y externos a los medios de comunicación estudiados que incidieron en la selección de información proporcionadas por ciudadanos y su posterior producción o no como noticias durante el periodo de confinamiento por covid-19 comprendida en el periodo 16 de marzo - 24 de mayo.

### **• OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- a) Determinar los factores externos (extra medios) que incidieron en las organizaciones mediáticas estudiadas para seleccionar la información proporcionada por los ciudadanos y producirla o no, como noticia.
- b) Determinar los factores internos a los medios de comunicación que incidieron en las organizaciones mediáticas estudiadas y sus noticieros para seleccionar la información proporcionada por los ciudadanos y producirla o no, como noticia, durante marzo –mayo
- c) Establecer el tratamiento dado por los medios televisivos a la información proporcionada por los ciudadanos, en el proceso de construcción de noticias (Newsmaking)
- d) Caracterizar la información proporcionada por ciudadanos a través de redes sociales.
- e) Caracterizar las noticias desarrolladas por Ecuavisa y Teleamazonas a partir de las informaciones proporcionadas por los ciudadanos.

### **ENFOQUE:**

El enfoque metodológico de este proyecto es cualitativo, por lo que se realizará una investigación a profundidad.

Durante este estudio se analizarán varias noticias de Televistazo de Ecuavisa y 24Horas de Teleamazonas durante el periodo de marzo, abril y mayo del 2020.

Así mismo se realizarán entrevistas a periodistas de estos medios de comunicación para determinar el mecanismo que emplean los noticieros de comunidad. De esta forma conocer que tipo de filtros atraviesa la información enviada por ciudadanos a los medios tradicionales de comunicación, para que ellos construyan una noticia.

También conocer que tipo de contenido escoge el noticiero y la influencia en el proceso de selección en cuanto a los códigos deontológicos, y la responsabilidad de la emisión del mismo.

<b>• OBJETIVO GENERAL</b>	
<p>Determinar los condicionantes internos y externos a los medios de comunicación estudiados que incidieron en la selección de información proporcionadas por ciudadanos y su posterior producción o no como noticias durante el periodo de confinamiento por covid-19 comprendida en el periodo 16 de marzo- 24 de mayo.</p>	
<b>OBJETIVOS ESPECIFICOS - PREGUNTAS</b>	
<p>1. Determinar los factores externos (extra medios) que incidieron en las organizaciones mediáticas estudiadas para seleccionar la información proporcionada por los ciudadanos y producirla o no, como noticia.</p>	<p>¿Cuáles son los criterios de noticiabilidad que influyen en la selección y el proceso de la información?</p> <p>¿Cuántos filtros debe atravesar un hecho enviado por un ciudadano para que el medio lo transforme en noticia?</p> <p>¿Qué normas establece Teleamazonas y Ecuavisa para transmitir las informaciones de los ciudadanos?</p>

<p>2. Determinar los factores internos a los medios de comunicación que incidieron en las organizaciones mediáticas estudiadas y sus noticieros para seleccionar la información proporcionada por los ciudadanos y producirla o no, como noticia, durante marzo –mayo</p>	<p>¿Cuál es la proporción de informaciones remitidas por los ciudadanos que el medio de comunicación acepta o rechaza?</p> <p>¿Qué método de investigación utiliza el medio para comprobar si la información es veraz?</p> <p>¿Qué tan importante es para el medio recibir información por ciudadanos comunes mediante etiquetas en redes sociales?</p>
<p>3. Establecer el tratamiento dado por los medios televisivos a la información proporcionada por los ciudadanos, en el proceso de construcción de noticias (newsmaking)</p>	<p>¿Cuáles son las discusiones que se producen a propósito de las informaciones remitidas por los ciudadanos?</p> <p>¿Cuán importante es el proceso de recolección, selección y presentación de la información proporcionadas por ciudadanos?</p>

<p>4. Caracterizar la información proporcionada por ciudadanos a través de redes sociales.</p>	<p>¿Televistazo y ecuavisa argumenta y contextualiza los comportamientos sociales tras la investigación?</p> <p>¿El medio de comunicación de qué forma realiza una investigación sobre la información que reciben?</p> <p>¿Qué ocurre con códigos deontológicos y la responsabilidad ciudadana al compartir dicha información?</p>
<p>5. Caracterizar las noticias desarrolladas por Ecuavisa y Teleamazonas a partir de las informaciones proporcionadas por los ciudadanos</p>	<p>¿De qué forma clasifican los noticieros las informaciones obtenidas de los ciudadanos?</p> <p>¿Cuáles son las redes sociales más comunes para compartir hechos captados por ciudadanos?</p>

# CAPÍTULO I

## 1. MARCO TEÓRICO

### 1.1 PERIODISMO CIUDADANO

El periodismo ciudadano en los últimos años ha tomado importancia en la vida de las audiencias, debido a los aportes en el plano de la información realizado mediante la iniciativa de no periodistas que publican ese contenido en medios digitales. En la actualidad, la población comparte a diario información que, por definición, no presenta fuentes, sin hacerse preguntas sobre la veracidad de los que circula en redes sociales.

El periodismo a través de la red, entraña una serie de peligros y riesgos para la evolución de la profesión periodística, pudiendo convertirse en un paso atrás y no adelante. Sin embargo, Internet es un arma de doble filo, como casi todas las armas, y bien empleada la *Red* nos ofrece infinidad de ventajas a los periodistas, hasta el punto de que en pocas décadas todo el consumo de información se hará a través de Internet. (Egerique, 2009, pág. 62)

La ciudadanía de una u otra forma, ha empezado a usar medios digitales con el fin de compartir información, datos de relevancia. Podemos observar aquí intentos de ser parte de la labor periodística, obviamente sin considerar ni siquiera de forma superficial de códigos deontológicos. Para concebirse como una comunicación bidireccional, esto es, considerando las posibles comunicaciones de usuarios con los medios de comunicación tradicionales y entre sí. Es decir, el ciudadano ya no se conforma con recibir información por periodistas televisivos diarios, en diferentes horarios de emisión, sino que pretende tomar protagonismo directo y ser él el autor.

Si bien es cierto, el proceso evolutivo de la comunicación nace de la confluencia y la tecnología, también es cierto que existe una quiebra interna

del periodismo, donde se empieza a omitir los procesos directos de la noticiabilidad, misma que va perdiendo responsabilidad social ante planteamientos de selección, y valoración del proceso investigativo. Este ya no abarca en su totalidad la realidad, más bien se acorta con agentes dependientes de poder.

Miles de gabinetes de comunicación (propios de cada empresa o externos) se afanan en tejer día tras día una red cada vez más tupida de actualidades. Tan tupida que empieza a opacar todo aquello que no se moviliza mediante estas nuevas técnicas. Hasta el punto de que la actualidad prefabricada es la verdadera actualidad mediática, mientras que una buena parte de la actualidad real simplemente acaba por no ser una realidad informativa. Y en este trance estamos: con la actualidad (aquella de la que se nos informa cada día) en una confrontación-connivencia con lo que queda del periodismo tradicional, sobre todo en el ámbito de los principios. (Reigosa, 2007, pág. 24)

En este siglo XXI el internet marca un escenario informativo diferente, pues el sistema se ha ido innovando, tanto para los ciudadanos como para los periodistas, produciéndose en ambos casos su interacción con las nuevas vías de comunicación que son los dispositivos digitales. Existe un panorama de comunicación basado en la regulación y la autorregulación del tratamiento que se le otorga a la información que es compartida en redes sociales de cuentas oficiales de medios (información verificada) bajo el cumplimiento de parámetros que medios y periodistas deben cumplir a cabalidad. Por su parte, la ciudadanía en ocasiones difunde contenido sin responsabilidad, es decir informaciones sin previas revisiones de fuentes fidedignas.

Lo anterior nos coloca frente a la necesidad de que, en nuestra sociedad existan criterios y principios que contribuyan con un sentido de responsabilidad frente a los hechos de la información dentro de la que, podríamos llamar “nueva comunidad virtual”, esto es, que involucre a empresas de comunicación, estado, sociedad civil y universidades. En este sentido, trabaja el periodismo de investigación.



El periodismo de investigación busca la información primaria. No se contenta con las versiones o con las fuentes secundarias. Su objetivo es transitar por *los* bastidores de las noticias y desgarrar el velo opaco de los acontecimientos *oscuros*, cuyos protagonistas hacen cualquier cosa para ocultarlos. Investigar significa crear, confrontar, verificar, analizar, insistir. Todos estos verbos en el mismo proceso de producción periodística. (Oliveira, 2009)

El término periodismo, según la Real Academia de la Lengua, es la actividad profesional que consiste en la obtención, tratamiento, interpretación y difusión de informaciones a través de cualquier medio escrito, oral, visual o gráfico. (dle.rae.es, s.f.) El periodismo ciudadano, en cambio, se ha convertido en una práctica muy de moda, donde las informaciones, opiniones y comentarios se realizan y publican en plataformas o blogs sin el tratamiento correspondiente, sin evidencias fidedignas. Este mismo ha originado que exista la circulación libre de contenidos para todas las clases sociales, culturas y edades.

Desde esta perspectiva, el uso de la internet con fines periodísticos, por no periodistas conlleva una serie de riesgos. Sin embargo, la misma red es un beneficio y un aporte a los periodistas, pues también los medios de comunicación han decidido migrar a plataformas virtuales, para que exista mayor fluidez en la información y el contenido siempre este actualizado y a disposición de los cibernautas.

Así mismo, diferentes periodistas le dan un buen uso a sus redes sociales donde comparten, publican y elaboran piezas informativas – noticiosas, sin la necesidad de encontrarse en ese preciso momento en algún medio de comunicación. Es decir, un profesional de la comunicación tiene los medios suficientes y accesibles, por los que puede cubrir notas, y casos en su condición mediante internet hacia diversos lugares del mundo. De igual forma un periodista puede ser participe y colaborar en diferentes paginas digitales en medios de comunicación, ya sean escritos o materiales audiovisuales.

También existen personas que se prestan estos servicios, y ya no

necesariamente como personas naturales que comparten detalles lo que ocurre en sus alrededores.

Ahora se están incorporando estas herramientas directamente como una sección informativa de los grandes medios de comunicación y se realizan con el programa informático y el estilo preestablecido por la empresa informativa. Una vez que dicha página se lleva a cabo, los enlaces que se crean desde esa página y, sobre todo, aquellos que remiten a ella determinan el número de visitas, la independencia del *blog*, la calidad del sitio, etc. (Guiomar Salvat Martinrey, ¿Es esto es periodismo ciudadano?, 2007)

Hoy existen un sin número de sitios webs dedicados a captar información procedente de ciudadanos, sin la necesidad de ser periodistas. Un claro ejemplo es la página: [www.periodismociudadano.com](http://www.periodismociudadano.com) donde su fundador, Oscar Espiritusanto, mediante un video de youtube (usuario: En tic confió) menciona que era necesaria la creación de un espacio donde la ciudadanía compartiera información, con el fin de ayudar al resto de población.

Del mismo modo, el periodismo ciudadano, va ocupando un espacio en nuevos informativos televisivos. Varias empresas comunicacionales han ido proyectando, datos e informaciones adquiridos directamente de ciudadanos externas al medio, pues en la actualidad el mismo medio de comunicación difunde un correo electrónico, y un número telefónico para que las personas envíen sus videos, fotos e incluso testimonios de hechos cercanos. Todos estos sin la necesidad de un camarógrafo profesional, o algún ordenador sofisticado. Simplemente un teléfono celular con cámara para obtener la imagen de un suceso y enviarlo al medio de su preferencia.

Los medios tras recibir dicha información investigan, acuden al lugar de los hechos y comprueban que la nota recibida sea verdadera, de esta forma contrastarla, investigarla, analizarla para posterior convertirla en noticia y transmitirla al aire para todo el país.

Si bien es cierto, cada llamado de las personas tiene su importancia, y puede ser considerada documentación valiosa. Pese a que la cámara, no siempre será de la mejor calidad, los informadores se sienten periodistas, aunque aún la información no ha sido revisada.

Desde hace años la sociedad tiene la sensación de que ha perdido el control sobre los contenidos informativos que recibe. La enorme cantidad de información que se produce procede en su mayor parte de los grandes grupos de comunicación y esto, unido a la canalización de la información a través de las fuentes profesionales a la que antes nos referíamos, también ha contribuido a crear la desconfianza de los ciudadanos sobre la veracidad y el uso que se hace de los medios. (Guiomar Salvat Martinrey, *¿Es esto es periodismo ciudadano?*, 2007)

El ciudadano era considerado como consumidor de información, en gran medida porque los primeros estudios de comunicación en general se fundamentaban en nociones como la sociedad de masas, que destacaban la pasividad del audiencia (Wolf, 1987); por otra parte, en los inicios de los estudios del proceso productivo de la misma manera se consideraba que la selección era una cuestión de los editores y, aunque posteriormente se considerara como una cadena de retroalimentación mutua, que en un extremo tiene al medio y al otro, la audiencia, su actividad era vista sólo en términos de competencias para la significación (Martini, 2000) y no para la producción.

Esta situación ha cambiado. Actualmente en la era digital existen diversas formas que ha logrado que el individuo utilice herramientas digitales para generar informaciones que aparentemente son de importancia para la comunidad. Si bien es cierto, las personas han formado parte de los medios desde sus inicios en la modernidad, pero no estaban relacionados con la práctica de producir información. Como máximo, la audiencia ha formado parte de prensa escrita a través de apartados de "Cartas al editor" siendo ellos los que dan su punto de vista. También las comunes llamadas telefónicas al aire en segmentos de radio.

De igual forma hoy en día se manifiesta por medio de redes sociales, enviando contenidos que les parece llamativos e importantes. Lo anterior, empata con el vuelco de los medios hacia la comunidad. En efecto, de acuerdo a (Martini, 2000) los cambios sociopolíticos, tecnológicos y culturales ligados a la globalización, colocaron a los Estados nacionales -y por ende a la política- en un lugar subordinado en relación al sector privado en lo referente a la prestación de servicios, por lo que, el interés por la política de parte de la audiencia decrece concentrando su atención en aquellas situaciones más cercanas. Por ello, en general, los medios fueron desarrollando espacios o secciones para “Informativos de comunidad”. La novedad, ahora, sería que estos espacios también aceptan informaciones de ciudadanos no periodistas, para posteriormente, de acuerdo al caso, introducir dichas informaciones en la lógica y dinámica de la producción periodística

Lo anterior, el desarrollo de una concepción de las audiencias como productoras de información, la implementación de segmentos y secciones de comunidad en los medios, todo ello cruzado con una base tecnológica digital que “horizontaliza” la producción de hechos -que no, noticias- y que, de acuerdo a Shayne Bowman y Chris Willis de ‘We Media’, citados por Antonio García Jiménez, configuran las características del periodismo digital. En efecto, García Jiménez, en su libro “Aproximaciones al periodismo digital” enlista:

- La posibilidad de que los lectores hagan comentarios.
- La función de un filtro para noticias encontradas en la web a través de enlaces.
- El control de exactitud en la información publicada.
- El enriquecimiento de fuentes e ideas para periodistas gracias a las sugerencias e historias presentadas por los lectores.

La posibilidad de que los periodistas le pidan sugerencias y correcciones al público”. (García, 2007)

Asistimos entonces a un cambio en el tradicional paradigma de hacer periodismo. Antes el periodista trabajaba en función de una agenda y, a partir

de ella, seleccionaba, en base a criterios, lo que las fuentes de todo tipo - públicas o privadas, pero en todo caso, oficiales- le proporcionaban. A partir de aquí, empezaba el trabajo de verificación, contextualización, revisión de otras fuentes, y redacción (Martini, 2000) por medios analógicos. Y claro, en algunos casos, las búsquedas significaban salir de la redacción e incursionar en oficinas estatales, centros de estudios o bibliotecas públicas. Hoy, esto ha cambiado. Internet, y últimamente, las redes sociales han hecho que los profesionales de la información recurran, cada vez más, a este tipo de plataformas digitales para buscar informaciones, testimonios o datos con los que puede construir sus noticias. Una dificultad surge cuando, ante la incertidumbre del nuevo entorno digital, el periodista ignora cómo tratar y usar plataformas sociales cayendo en una deficitaria utilización y un escaso tratamiento informativo del fenómeno. (Herrero-Curiel, 2011).

Otra dificultad, no menor, sin embargo, es la que se desprende de los posibles efectos de lo producido como noticia, esto es, entramos en el terreno de la responsabilidad social del periodismo.

La responsabilidad social del periodismo se construye a través de mensajes informativos, enfocados a una perspectiva de derechos, debido a que se expone información de toda índole. De igual forma los periodistas mantienen principios de ética, para compartir información de forma consciente, donde la veracidad predomina, en consonancia con la credibilidad y la cercanía al trabajo periodístico. La responsabilidad de los medios de comunicación parte del compromiso de informar a la sociedad con bases y fuentes fidedignas. Sin embargo, más allá de eso, hoy en día encontramos el fenómeno de que, una parte de la audiencia produce información y otra parte considera viable y pertinente consumir ese tipo de información.

La responsabilidad social del periodismo se materializa, principalmente, cuando se construyen los mensajes informativos desde una perspectiva de los derechos humanos, es decir cuando aplicamos el enfoque de derechos. Significa atraer la mirada, propiciar la vigilancia y el escrutinio de la población respecto del cumplimiento o no de los

derechos de las personas. (Abad, Medios, periodismo y responsabilidad social, 2013)

Yu-jin (CHANG, 2006) señala por su parte una diferencia importante entre blogger y reportero-ciudadano. Para él, si bien la información en los blogs no pasa por “ningún tipo de control, todos los artículos elaborados por el reportero ciudadano son revisados y, en última instancia, corregidos por editores”. Además, insiste en la importancia de la credibilidad y afirma que “para lograrla hacemos un chequeo previo a todos los ciudadanos que nos envían sus artículos periodísticos en el que les exigimos información personal. Aquí los reporteros no son anónimos, tal y como sucede con los bloggers”.

Según CHANG, el que un medio de comunicación esté detrás o no de las iniciativas ciudadanas va a determinar que se obtenga un producto periodístico o no: “Tenemos muchos más ojos a la hora de contar la información y también conseguimos más visitas que un *blog*, sin olvidar que nuestros textos, al haber pasado por el filtro previo, se caracterizan por un estilo más periodístico”. Es decir, que éste es el verdadero espacio que les otorga a los colaboradores, un espacio cercano al de meras fuentes, mientras que reivindica la figura del periodista convencional y reconoce que su labor es absolutamente esencial para la edición de las informaciones y que por tanto su diario cuenta con una plantilla de profesionales del periodismo. (Guiomar Salvat Martinrey, ¿Es esto periodismo, ciudadano?, 2007)

Desde dentro del periodismo no son infrecuentes hoy las voces que denuncian esa quiebra en la responsabilidad social del periodismo asociada al establecimiento de la agenda. La realidad se aleja cada vez más de la ciudadanía a través de la selección de la información. Un periodista de hoy, según este planteamiento, ya no busca, selecciona y valora la información. O si lo hace, ya no abarca con su visión toda la realidad, sino sólo aquella que previamente ha sido acotada por los agentes dependientes del poder. (Guiomar Salvat Martinrey, 2007)

En algunos casos se llega a la práctica de la desinformación que, desde la perspectiva semiótica y psicológica, pareciera ser el resultado de la falta de

adecuación de lo que se comunica con la realidad actual de un objeto. El enfoque de las Ciencias Políticas y de las Relaciones Públicas toma la desinformación como una aplicación de técnicas de manipulación de las masas y la opinión pública, mientras que la visión de las Ciencias de la Comunicación y de la Información la considera una característica natural de los medios de comunicación y de un ecosistema comunicativo claramente sobresaturado. (Rodríguez L. M., 2013, pág. 319)

Lo anterior, marcado además por el proceso globalizador, dentro de una posmodernidad que relativiza toda verdad, nos lleva a la necesidad de recordar los procedimientos usados por el periodismo en la selección de los acontecimientos y su posterior conversión en noticias.

## **1.2 SOCIOLOGÍA Y LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN**

Se debe reconocer que actualmente hay nuevas formas de construir la información y nuevas formas de consumirla, y, por tanto, series de sentido diferentes. Los datos económicos, sociales y culturales se constituyen en *contexto* y en *variable* para explicar la noticia, ya que una teoría sobre la información periodística se pregunta para quién hablan los medios informativos, qué competencias y expectativas suponen en sus enunciatarios, de qué manera esperan que sus mensajes sean decodificados, qué sentidos producen los individuos a partir de esa información y qué relación se establece entre las agendas de los medios y las agendas sociales. (MARTINI, Periodismo, noticia y noticiabilidad)

Los medios de comunicación televisivos participan en factores socioculturales, económicos o políticos que precisan una producción de noticias, mostrando acontecimientos investigados con técnicas objetivas que cobren el sentido de la veracidad. Los periodistas no solo son el punto clave en los procesos de producción, sino que como mencionó Peter Berger y Thomas Luckmann (Construcción Social, Globalización y Comunicación, 2001) “Los periodistas son los actores relevantes en los procesos de construcción social de la

realidad”.

La sociología de investigación hace referencia a los aportes de la sociología de noticias, que representa la corriente newsmaking, misma que detalla a la noticia como la construcción condicionada de rutinas productivas que obtiene información, la selecciona y muestra de una determinada forma. “involucra rutinas y procesos de trabajo articulados que se vuelven significativos para la maquinaria industrial mediática”. (Cimadevilla, 2003, pág. 109)

Los principios del periodismo encadenan los valores éticos en la práctica del mismo, analizando las construcciones narrativas tras la producción de canales televisivos en el país. Maritza Carvajal, docente en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, detalla en la plataforma Mirada que los principios son: Exactitud, atribución, contexto, y justicia.

Cada uno de estos elementos plantean que el periodista acople dentro de la construcción narrativa, versiones de fuentes de información sobre algún hecho noticioso, así mismo propone un manejo riguroso de la confidencialidad, sin caer en tergiversación o generalización. También señala que cada una de las fuentes deben ser verificadas e identificadas, para en lo posterior incluir antecedentes, causas y consecuencias de la situación noticiosa.

La noticiabilidad según Mauro Wolf, funciona como una serie de acciones en las que “los aparatos de información abordan la tarea de elegir cotidianamente, entre un número imprevisible e indefinido de acontecimientos, una cantidad finita y tendencialmente estable de noticias”. (La investigación de la comunicación de masas, 1987, pág. 216)

Es decir que los criterios de noticiabilidad resultan un conjunto de elementos o enunciados a partir de los cuales se controla y gestiona el tipo de contenido con el que se producirán las noticias. De esta forma los criterios simplificarían



las operaciones para orientar el trabajo de selección de hechos de interés noticioso y el tratamiento que se otorgaría en el contexto de medio de comunicación, es decir durante el proceso de recolección de acontecimientos, la selección y la presentación oficial de la información periodística.

En términos operativos se entiende por agenda mediática al conjunto de cuestiones que son incluidas en los contenidos noticiosos. Mientras que las rutinas productivas hacen referencia a las múltiples operaciones de producción de información periodística desarrolladas de forma cotidiana que permiten recoger la información, seleccionarla y presentarla de una determinada manera, y que a su vez contribuyen a construir la agenda. (González, 2013)

La comunicación medial se construye a partir de una separación del contexto de producción y del contexto de recepción de los mensajes. Esta situación, además de influir sobre los espacios sociales, instaura un flujo comunicativo que fluye preferentemente en una sola dirección, desde el medio, donde se ubican los emisores privilegiados, hacia las audiencias. Quienes consumen e interpretan dichos discursos en su práctica diaria, acceden con mayor dificultad al polo de la producción discursiva. Lo que se podría denominar un acceso down-top a la práctica discursiva de los medios. (Santander, El acceso de los ciudadanos a las noticias de la televisión: la construcción de un tercero discursivo, 2004)

La primera idea al hablar de sensacionalismo es la forma de atraer a la audiencia mediante efectos basados en la conmoción de un hecho que tendrán efectos en las sensaciones del receptor. La Real Academia de la lengua define al sensacionalismo como: "Tendencia a producir sensación, emoción o impresión, con noticias, sucesos, etcétera". (dle.rae.es, s.f.)

Hay hechos noticiosos en los que las personas viven momentos de emociones fuertes y le corresponde al periodista sopesar las escenas que capturará para evitar una exposición excesiva del dolor de las personas, que a la vez pudiera afectar la sensibilidad de los televidentes. La difusión de escenas de drama

es válida hasta cierto punto, cuando éstas se desarrollan de manera natural, y no son acentuadas o provocadas por los periodistas con el propósito de aumentar la sintonía del noticiero. Pero en los abordajes sensacionalistas se hace lo contrario, se acentúa el drama y se re victimiza a la fuente. (Carvajal, Mirada UCSG, 2015)

La influencia del periodismo sensacionalista en los informativos se ha traducido también en un aumento significativo de conexiones en directo. El empleo de esta herramienta no siempre se justifica por las necesidades o relevancia de los acontecimientos, sino para hacer ostentación de recursos técnicos y reforzar la idea del informativo como espectáculo de la inmediatez. (Gomez Morales, 2014, pág. 727)

Guiomar Salvat Martinrey y Pedro Paniagua Santamaría, en “¿Esto es periodismo ciudadano? (2007) Menciona que El personalismo absoluto de este tipo de medio hace que la interpretación de la información y la posterior opinión sobre la misma estén presentes en casi todos los contenidos informativos, siendo por tanto una característica fundamental de este periodismo el sesgo individual. De igual forma menciona que [...] El concepto de periodismo ciudadano pasa por tanto por adecuarse a una de estas situaciones, cada una de ellas con diferentes objetivos, ambiciones e implicaciones, unas más reales que otras que resultan supuestas. Estas situaciones dan lugar a que el periodismo ciudadano pueda presentarse bajo tres posibilidades:

- a) Periodismo ciudadano que se publica de manera libre e independiente
- b) Periodismo ciudadano enmarcado en un medio de comunicación
- c) Periodismo ciudadano como estrategia publicitaria o de marketing

### **1.3 CRITERIOS DE NOTICIABILIDAD**

Los criterios de noticiabilidad son las características que determinan qué hecho puede convertirse en noticia. Es decir, el tipo de información que se

adquiere debe atravesar por filtros que permitan dividir lo más relevante y lo menos relevante hacia los ojos de la audiencia.

Los medios ordenan las noticias según formas clasificatorias diversas que constituyen las distintas secciones, fijas en los diarios, más flexibles en los noticieros televisivos. Las clasificaciones se hacen según los ámbitos de ocurrencia de los acontecimientos, y responden a veces a un interés común, como política nacional o información sobre la sociedad, otras, a un interés sectorial, como economía, cuyo discurso y lenguaje más especializados se dirigen a un público con una competencia y un interés puntuales en ese ámbito. Al ordenar los materiales según criterios tipificados, las secciones de los medios arman recorridos de lecturas posibles, y construyen versiones de una clasificación de la realidad, responden a la vigencia de determinadas agendas de problemas y al contrato de lectura que el medio mantiene con su público. (MARTINI, 2000)

De igual forma, Stela Martini menciona que dentro de la televisión existen clasificaciones flexibles, donde pueden abrirse a etiquetas nuevas o modificarse gracias a la importancia de temas, o a su vez por relevancia o gravedad, mismos que se imponen en el primer bloque o por la dominancia de alguna serie de noticias. Así mismo, señala que existe una tendencia a explicitar las clasificaciones generales, noticias “políticas, económicas, policiales”. “Esta modalidad de ordenar la información intenta atraer la atención del público, y funciona también como título destacado (permite a la audiencia ubicarse fácilmente en la agenda propuesta) “. (MARTINI, 2000)

Es posible organizar y clasificar los criterios de noticiabilidad según variables diferentes, que se conciben como valores, atribuidas a los acontecimientos. Los valores-noticia, “componentes de la noticiabilidad” (Wolf, La investigación de la comunicación de masas, 1987). Los inicios de la aplicación de estos parámetros se dan desde finales de la década de los 70 con el estudio de Carl Warren referente a las noticias en donde se definían 8 características

principales: actualidad, proximidad, relevancia, rareza, conflicto, suspenso, emoción y consecuencia. (Warren, 1979)

Algunos de los criterios de noticiabilidad que permiten la identificación de la información como noticia basándose en los efectos de la sociedad y la importancia acorde el proceso de investigación:

- La novedad implica catalogar un hecho como un acontecimiento que rompe con la idea de lo común y normal. Es un evento que no necesita de aclaración ni explicación. (MARTINI, 2000)
- La novedad implica catalogar un hecho como un acontecimiento que rompe con la idea de lo común y normal. Es un evento que no necesita de aclaración ni explicación. (Martini, 2000)
- La originalidad, la imprevisibilidad y el ineditismo refuerzan la marca de novedad de un hecho, permiten su énfasis, apelan a la curiosidad que pueda despertar, y a la inquietud que provoca. Un hecho original es más noticia porque es más novedad. Los hechos imprevisibles operan con fuerza en los imaginarios sociales, propician el surgimiento de significaciones asociadas a la inseguridad y la amenaza. Las explosiones, las catástrofes, los desastres, los golpes de Estado y los crímenes son altamente noticiables, constituyen el término imprevisto de procesos inesperados y representan la alarma en la sociedad (son una amenaza a la estabilidad. (MARTINI, 2000)
- La evolución futura de los acontecimientos indica lo trascendente y significativo de los mismos. Puede tratarse de algo que deba resolverse o que tenga un desarrollo secuencial para lo cual se constituye en una serie que se relaciona con otros hechos-noticia que se seguirán (característico de catástrofes, conflictos sociales agudos, corrupción, juicios públicos o crímenes espectaculares) y cuyas derivaciones

pueden ser imprevistas, difíciles de prever o simplemente previsibles. (MARTINI, 2000)

- El grado de importancia y de gravedad de un acontecimiento se mide en varios niveles, y el central es la incidencia sobre la vida de la sociedad, en términos presentes o futuros, y en términos relativos de conmoción. Aquí se incluyen las formas de articulación con el impacto sobre la nación y sobre el interés nacional, o sobre el interés local. Las noticias nacionales pesan más que las internacionales (en principio), a menos que las internacionales refieran a hechos que comprometen la nación (guerras, embargos, catástrofes ecológicas, amenazas globales). (MARTINI, 2000)
- La proximidad geográfica de un acontecimiento se conecta con los centros de interés del público. Cuanto más cerca del público ocurre el hecho, más noticiable resulta: la cercanía instala lo siniestro. La proximidad se enlaza con el efecto sobre lo local y, en el caso de la información televisiva, las imágenes golpean por el reconocimiento posible. Este valor se asocia con la cantidad de las personas implicadas. (MARTINI, 2000)
- La magnitud por la cantidad de personas o lugares implicados se conecta con la potencial implicación del público al que la noticia va dirigida, e implica su gravedad (en términos cualitativos propios del hecho y en términos de los efectos sobre la sociedad, la nación, etc.). Un hecho es más noticia si afecta a muchas personas o ámbitos geográficos. El modelo de diario popular sensacionalista se maneja habitualmente con el grado de noticiabilidad que remite a la cantidad de personas implicadas y la proximidad geográfica del acontecimiento, con lo que ratifica un contrato en términos de cercanía. (MARTINI, 2000)

- La jerarquía de los personajes implicados en un acontecimiento apela a las apariciones o la presencia pública de personajes conocidos que son 33 siempre noticia. Ellos significan la presencia del comentario en la información, porque entra en juego la popularidad, garantía de la repercusión de la aparición. Pero también adquieren valor de noticiabilidad los hechos protagonizados por personajes comunes, que pueden referir a colectivos o grupos cercanos al interés o la simpatía del público. (MARTINI, 2000)
- La inclusión de desplazamientos resulta significativa, tanto si son conjuntos de personas (una manifestación, una procesión religiosa) o individuos públicos reconocidos (viajes de un presidente o de un artista famoso). Se trata de movimientos o agrupaciones significativas, cambios de lugar o de posición, y trayectorias que permiten efectos diversos sobre la sociedad. Son útiles para la práctica periodística porque son hechos anunciados, previstos, con una organización detrás, y resultan más fácilmente abordables, y son muy adecuados para la televisión, por su carácter visible, notorio y espectacular. (MARTINI, 2000)

Dentro de los criterios de noticiabilidad prevalece la selección y la jerarquización de hechos noticiosos que son transmitidos por los medios de comunicación. La producción de noticias depende del medio y profesionales de la comunicación para divulgar lo más importante para la audiencia. Mauro Wolf, menciona que en periodismo se conoce a la noticiabilidad como “El conjunto de elementos a través de los cuales el aparato informativo controla y gestiona la cantidad y el tipo de acontecimientos de los que seleccionan las noticias”. (Wolf, La investigación de la comunicación de masas, 1987)

#### **1.4 PRINCIPIOS EN LA PRÁCTICA DEL PERIODISMO**

En el periodismo existen ciertos principios que, si se cumplen, ayudan a asegurar un ejercicio de mayor calidad del mismo. Las personas que reciben las noticias, tienen derecho a recibir información veraz, clara y exacta.

En la práctica del periodismo es importante mantener valores éticos para la construcción de narrativas noticiosas; por tanto, los principios del periodismo son:

- **El equilibrio:** Este principio (según los autores) sostiene que los hechos noticiosos deben tener fuentes que no solo sean confiables, sino que el periodista pueda incorporar todas las versiones posibles de diferentes fuentes, para que así no se vea segmentada.

Cada fuente que se utiliza tiene su propio relato de los acontecimientos y hay que tener en cuenta de que dicha información puede no solo ser prefabricada o basada en sus propios intereses, sino que cada persona vive su realidad de forma diferente. “Sabemos que las fuentes han trazado un minucioso plan para difundir su versión de la realidad (...) No sabemos, en cambio, si el periodismo dispone de un plan de defensa para mantener su relato a salvo de versiones conscientemente deformadas de la realidad” (Mayoral, 2005, pág. 95)

- **La exactitud:** “Plantea que el periodista sea riguroso en el manejo de la información acopiada en las fuentes para evitar la tergiversación, la imprecisión, la generalización, y la ambigüedad en la narración.” (Quintero, Benavides, citado por Mirada UCSG. Párrafo 6, s.f.)

Esto se logra colocando datos exactos en la información que se está brindando: cifras, lugares, tiempo, nombre, etc. Cuando se utiliza en las noticias estos datos, se le está brindando al lector mayor veracidad en la información.

- **Atribución:** Un principio muy importante, no solo por la ética profesional, sino por temas legales. Un periodista que no atribuya y brinde los debidos créditos a la fuente, tiene que asumir responsabilidad frente a la información que está dando.

El momento en el que un periodista no brinda la fuente de la información, está realizando un delito de plagio. La persona que

redacta la noticia, no puede relatar acontecimientos y atribuir, en especial si no ha presenciado. “Atribuir las declaraciones sobre un tema a su autor (citar), y a atribuir la información sobre un hecho que el reportero no ha presenciado” (Benavides y Quintero, citado por Chapín y Montoya, s.f.)

- **La justicia:** “Recomienda que el periodista destierre de su relato, el sesgo, en favor o en contra de alguna fuente, el lenguaje peyorativo, que inserte datos valiosos, que elimine los innecesarios, y que no engañe a su audiencia con la forma de narrar (Benavides y Quintero, citado por MiradaUCSG, párrafo 9, s.f.). Esto se refiere a que el periodista redacte la información de tal manera que, de la versión completa y real de los hechos, yendo siempre a la verdad.

## 1.5 RUTINAS PRODUCTIVAS

La información periodística en las rutinas productivas son parte esencial en las salas de redacción de los medios de comunicación, pues cada información que llega a manos de los medios debe ser clasificada para el seguimiento de cada acontecimiento. Cada periodista debe considerar ciertos criterios al momento de considerar cada situación basada en códigos establecidos. Los medios de comunicación operan varias etapas que involucran una planificación, investigación, contraste, indagación y publicación de noticias.

Giovanni Cesareo, asegura que las rutinas productivas constituyen una práctica productiva que [...] “Actúa ciertamente dentro de determinadas condiciones materiales, en presencia de determinados instrumentos técnicos, según una organización del trabajo, de acuerdo con ciertos tiempos de trabajo, en el respeto de una precisa estructura jerárquica de las relaciones. Y esto vuelve productivos determinados criterios de elección, determinadas rutinas, el uso de determinados códigos, valores y estilos”. (Cesareo, 1986, 14) (Cesareo, 1986)

En la rutina productiva de las redacciones de todo el mundo, hay un exceso de sucesos que llegan a conocimiento de los periodistas. Pero



sólo una pequeña parte de ellos que se publica o emite. Es decir, sólo una pequeña parte se convertirá en noticia. (Oliveira, 2009)

La tesista Katherine Borja en su texto “*Análisis de la jerarquización de las noticias en función de los criterios de noticiabilidad y las rutinas productivas [...]*”. Menciona que El proceso de producción informativa se desarrolla bajo determinados códigos preestablecidos en el medio de comunicación, en estos parámetros y directrices deben basarse los profesionales de la comunicación para realizar su trabajo de selección de las informaciones que van a convertirse en hechos noticiosos debido a su importancia e imprevisibilidad. Dichas rutinas productivas poseen parámetros para la correcta selección de noticias. (Borja, 2010)

En el libro *La sociología del periodismo*, Brian McNair anota que el periodismo: [...] “Es cualquier texto en forma escrita, auditiva o visual que afirma ser (es presentado a la audiencia como) una declaración verdadera acerca, o registro de un hecho hasta entonces desconocido del mundo social actual”. (McNair, 1998)

Los comunicadores dentro de un medio, informan a la audiencia acontecimientos, donde intervienen sucesos importantes e interesantes, ya sean nacionales o internacionales. Los periodistas desarrollan coberturas, es decir acuden al lugar de los hechos, sin horarios establecidos, pues su deber es informar.

Eric Hodgins, afirma que el periodismo es “Llevar la información de aquí y de allá, con precisión, perspicacia y rapidez, y en forma tal que se respete la verdad y lo justo, y así, lenta, aunque no inmediatamente, se vuelva más evidente”. (Hodgins citado por Fraser, 1979, 17)

En cuanto newsmaking, Felipe Pena de Oliveria en el libro *Teorías del Periodismo* menciona que: La perspectiva de la teoría del *newsmaking* es constructivista y rechaza claramente la del espejo. Pero eso no significa que considere las noticias

como una ficción sin corresponden con la realidad exterior. En realidad, el método constructivista no enfatiza más que el carácter convencional de las noticias, admitiendo que informan y tienen referencia en la realidad. Pero también ayudan a construir esa misma realidad y poseen una interna de constitución que influye en todo el proceso de construcción. (Oliveira, 2009)

La noticia para comunicar con exactitud y eficacia un hecho nuevo, la forma que ha llegado a adquirir con el tiempo responde perfectamente a la función que cumple. Su aportación al conjunto es conseguir que el lector u oyente se entere con claridad, exactitud y rapidez de hechos que han sucedido y que pueden interesarle. El estilo puramente informativo con que se escriben las noticias facilita la confianza del público. Los datos exactos son los que en este momento le interesan. (Gomis, Teoría del periodismo , 1991)

Lorenzo Gomis también argumenta que lo que los medios llaman información es una variante o extensión de la noticia y que no es extraño que haya quienes prefieran hablar de noticias y quienes de informaciones, puesto que su función es la misma. (1991)

## **CAPÍTULO II**

### **2. METODOLOGÍA**

El proceso metodológico dentro de la presente investigación es de carácter cualitativo, donde se conocerá y se analizará la importancia del periodismo ciudadano para los medios tradicionales de comunicación. Para lo cual es necesario realizar un estudio investigativo sobre la evolución del periodismo en el siglo XXI de como el ciudadano forma parte de la labor periodística al proveer información para que los medios tradicionales lo transformen en noticia. Las herramientas de investigación a utilizar será observación indirecta, análisis de contenido, y entrevistas a expertos en el tema, se esta forma se espera conocer el tratamiento que Ecuavisa y Teleamazonas, medios tradicionales de comunicación le dan a la información que los cibernautas emiten en redes sociales, para posterior verificarla, contrastarla y transmitirla.

#### **2.1. ETNOGRAFÍA DEL CIBERESPACIO**

El termino etnografía según el diccionario de la Real Academia de la Lengua refiere al “estudio descriptivo de la cultura popular” (dle.rae.es, s.f.). De igual forma la Rae, define el termino ciberespacio como “ámbito virtual creado por medios informativos”. Hoy en día la mayoría de personas debido a los avances tecnológicos, han migrado a redes sociales para difundir, compartir y crear información que logre ser vista por el resto de grupos sociales.

En este caso, el estudio etnográfico considera diferentes criterios para el uso de la tecnología digital, mediante herramientas de internet como la mensajería, correos electrónicos, buscadores y páginas que faciliten el acceso a la comunicación inmediata. Es decir, en la actualidad la población busca la interacción bajo comunidades virtuales.

En el texto ‘Etnografía virtual, un acercamiento al método y a sus aplicaciones’

su autora Christine Hine (2000) menciona que la comunicación mediada por ordenador (CMO) se relaciona con las interacciones de relevancia que “que pueden ser entendidas como constitutiva de una cultura en sí misma”. De esta forma, diferentes estudios han contribuido con el sistema de internet, para analizar el uso que la población les da a las nuevas tecnologías. “Desde estos enfoques el ciberespacio es un lugar plausible para realizar el trabajo de campo”. (Christine Hine, citado por Flores, 2004, pág. 19)

Debido a las nuevas comunidades virtuales, el estudio etnográfico nos permite realizar una observación no participante y así introducirse de forma directa con la cultura que está en análisis.

Según Hine, el etnógrafo virtual posee mayor disponibilidad, debido a la amplia información detallada en internet, contrario al investigador físico que tiene información limitada y poca accesibilidad a la misma.

“En un contexto físico, un observador está siempre marcado por su diferencia, incluso aunque guarde total silencio, caso radicalmente diferente del de los merodeadores de entorno virtual, quienes pueden pasar desapercibidos” (Christine Hine, 2000, pág. 19)

Existen criterios que los etnógrafos deben tomar en consideración para analizar los diversos lineamientos en una investigación. En el libro ‘Etnografía virtual, un acercamiento al método y a sus aplicaciones’ se muestran los siguientes criterios:

- Realización de trabajo de campo sistemático para establecer la función de prácticas y nociones del fenómeno de estudio;
- Recolección de datos de primera mano mediante la presencia del investigador en el campo;
- Realización del trabajo de campo para reconocer la lógica interna del fenómeno como una totalidad autónoma e integrada. (Guber, 2016. citado por Ruiz y Aguilar 2015, 2016)

De esta forma los autores plantean un acompañamiento para el elemento de

estudio y lograr entender una dinámica en los diversos soportes digitales que existen en la actualidad.

En este campo, tras la etnografía digital permite describir en el comportamiento de objeto de estudio. Según a Domínguez (2007, pág. 53) se puede explorar el terreno virtual partiendo de una noción de captura. Esta es utilizada para referirse a “extractos conversacionales susceptibles” en los que se encuentran imágenes, textos o videos.

Sin embargo, la etnografía en el ciberespacio requiere de varios métodos que involucren escenarios reales o físicos. Por ejemplo, entrevistas e investigaciones a profundidad y así obtener una diferente perspectiva del objeto de estudio.

### **2.1.1. ETNOGRAFÍA EN REDES**

En el ciberespacio se encuentran diversas herramientas para el manejo de comunidades virtuales. La etnografía en redes sociales se aborda diversos espacios de interacción.

(Dominguez, 2007, pág. 46) señala que, la etnografía es especialmente adecuada para el estudio de las prácticas en la red puesto que trata de argumentar y contextualizar los comportamientos sociales de acuerdo a esquemas culturales, describir los procesos de negociación, el diálogo, y la construcción de significados en un escenario dado.

Como los usuarios cada vez tienen más acceso y proximidad a nuevos campos de interacción a través de las redes sociales, es este mismo espacio el que nos permite realizar investigaciones de frente a esta emergente ‘sociedad de red’, como la denomina Christine Hine, quien también sustenta que “internet, permite un estudio detallado de las relaciones en línea, de modo que la red no es sólo un medio de comunicación, sino también un artefacto cotidiano en la vida de las personas” (Christine Hine, citado por Flores, 2004, pág. 91)

Según Romero, menciona que la etnografía digital en las redes sociales se la utiliza como:

- **Como herramienta de investigación:** Actualmente, las redes sociales se han convertido en una herramienta de investigación. Gracias a su alcance, permite observar casi cualquier tema en las comunidades virtuales. También, el investigador puede clasificar opiniones de acuerdo a variables de interés como en el caso de los datos que proporciona el usuario en su cuenta.
- **Como fuente de datos:** Haciendo referencia al punto anterior, estas plataformas virtuales nos permiten acceder a una desbordante base de datos e interacciones de los usuarios que quedarán registrados en la red. Las interacciones de cada usuario como el contenido que comparte sobre ciertos temas nos ofrecen información de carácter cultural.
- **Como contexto donde ocurre la acción:** Dentro de estas plataformas virtuales, que son preferidas por los internautas, se registran las mencionadas interacciones que son de gran interés para la etnografía digital. Las interacciones pueden ir desde temas que ocurren en la cotidianidad hasta temas más duros como política, economía o sociedad.
- **Como plataforma de negocios y emprendimiento:** Los usuarios de redes tienen la libertad de emitir opiniones referentes a diversas noticias de los medios tradicionales, de esta manera se logra la viralización del contenido, lo que significa un aumento de visitas a los sitios web por tanto representa un modelo de negocio para los medios informativos. Asimismo, existe una gran cantidad de casos en los que emprendedores han aprovechado al máximo el uso de las nuevas tecnologías, por lo que las redes sociales también se han convertido en generadoras de negocios.

## **2.2. Análisis de contenido**

Hoy en día la tecnología cumple un rol muy importante en la sociedad, pues los medios digitales se han encargado de valorizar y facilitar la comunicación de forma inmediata. La audiencia con sus dispositivos móviles les ha dado un giro a las redes sociales, pues busca ser informador directo sin la objetividad de verificar información en medios televisivos como Ecuavisa y Teleamazonas.

Es por eso que utilizaremos la técnica de análisis de contenido para verificar la información compartida por ciudadanos en redes sociales. Así mismo analizar de qué forma el medio investiga los datos para posterior transformarlo en noticia.

Según (José Antonio Tinto, 2013) es indispensable prevalecer una metodología para el desarrollo de un análisis de contenido, por lo que plantean los siguientes pasos:

- 1) Hipótesis y objetivos de la investigación
- 2) Identificación del material objeto de estudio
- 3) Definición temporal del estudio y de la unidad de análisis
- 4) Definición de las categorías de contenido a analizar
- 5) Sistema de codificación para evaluar las unidades de análisis
- 6) Codificación de la información en las unidades de análisis
- 7) Codificación de la información en las unidades de análisis
- 8) Presentación e interpretación de los resultados

# CAPÍTULO III

## 3. RESULTADOS

### 3.1. Resultado análisis de contenido

El análisis de contenido, según (Berelson Bernard, 2013), es una técnica de investigación que pretende ser objetiva, sistemática y cuantitativa en el estudio del contenido manifiesto de la comunicación.

En este capítulo desarrollaremos el análisis de ocho noticias donde 24Horas de Teleamazonas y Televistazo de Ecuavisa utilizaron imágenes y videos enviados por ciudadanos. Así mismo analizaremos dos noticias de cadenas internacionales que tomaron como referencia el contenido compartido y difundido por redes sociales en Ecuador, durante el periodo marzo, abril y mayo del 2020, época de confinamiento por Covid-19.

Para el desarrollo de este análisis, se realizó un cuadro de referencias acorde lo expuesto a lo largo de este proyecto. Se dividirá en dos categorías y seis subcategorías junto a su definición para mayor discernimiento en los datos cualitativos.

Para realizar el monitoreo de cada noticia se aplicarán los siguientes puntos:

- Muestra de cada noticia
- El medio de comunicación que transmitió la información
- El tipo de elemento que se utilizó para obtener la graficación
- Así mismo el usuario de personas que decidieron enviar ciertos datos que posteriormente Fueron comprobados por Teleamazonas y Ecuavisa
- La fecha y el medio que se utilizó para emitir el contenido.

En cada revisión de noticia se realiza una serie de preguntas, que determinaran el tipo de contenido que los medios de comunicación revisaron,



comprobaron y verificaron que la información expuesta en redes sociales por ciudadanos comunes sea fidedigna.

Así mismo entender cuán importante es la labor periodística verificada.

## CATEGORIAS Y SUBCATEGORIAS

<b>Categoría 1</b>	<b>Definición</b>
<b>Entorno a la veracidad</b>	No hay información veraz y, por ende, información mendaz, sino información verdadera o información falsa. La veracidad o la mendacidad son cualidades del sujeto, del Informador; pero no del objeto, en este caso, la Noticia. (AGIJINAGA, 1998)
<b>Subcategorías</b>	<b>Definición</b>
<b>Credibilidad</b>	Gustavo Abad en su libro <i>“Medios, periodismo y responsabilidad social”</i> (Abad, Medios, periodismo y responsabilidad social, 2013) menciona que el periodismo se materializa, principalmente, cuando se construyen los mensajes informativos desde una perspectiva de los derechos humanos, es decir cuando aplicamos un enfoque de legitimidad, esto implica el respeto hacia la mirada de la población en dirección al cumplimiento de la justicia y honestidad.
<b>Relevancia en la información</b>	Los medios necesitan información relevante que pueda ser planteada en una perspectiva interesante. El potencial impacto es uno de los valores que más entusiasma a la prensa y debe estar claro para que la información capte la atención periodística y deje claro su sentido de oportunidad. Salir en los medios porque sí

	<p>puede ser un esfuerzo vano si no se tiene claro qué es lo que agrega a la persona y a la organización en función de qué es lo que se quiere transmitir. Los medios no hacen falta para ser visibles (en tiempos de redes, todos lo somos), sino para ser creíbles. (Amado, Etkin, &amp; Baez, 2019)</p>
<p><b>Tercero discursivo</b></p>	<p>La comunicación medial se construye a partir de una separación del contexto de producción y del contexto de recepción de los mensajes. Esta situación, además de influir sobre los espacios sociales, instaura un flujo comunicativo que fluye preferentemente en una sola dirección, desde el medio, donde se ubican los emisores privilegiados, hacia las audiencias. Quienes consumen e interpretan dichos discursos en su práctica diaria, acceden con mayor dificultad al polo de la producción discursiva. Lo que se podría denominar un acceso down-top a la práctica discursiva de los medios. (Santander, El acceso de los ciudadanos a las noticias de la televisión: la construcción de un tercero discursivo, 2004)</p>
<p><b>Redes sociales como conector con los medios tradicionales</b></p>	<p>Según el periodista Miguel Ángel Díaz Ferreir (Herrero-curtiel, 2011) existen cinco formas diferentes de localizar recursos por Internet: las publicaciones impresas que recogen direcciones de la Red; los directorios de recursos y clasificaciones temáticas, que recopilan y organizan los medios sobre la base de un ordenamiento previo; los motores de búsqueda e indización automáticos, que pueden localizar cualquier información; los enlaces</p>

	facilitados por los propios internautas a otras páginas relacionadas con el tema de la búsqueda; y preguntando a los usuarios de la Red, lo que a veces permite acceder a las últimas webs que aún no son localizables mediante buscadores.
<b>Categoría 2</b>	<b>Definición</b>
<b>Etnografía digital</b>	La etnografía es especialmente adecuada para el estudio de las prácticas en la red puesto que trata de argumentar y contextualizar los comportamientos sociales de acuerdo a esquemas culturales, describir los procesos de negociación, el diálogo, y la construcción de significados en un escenario dado. (Dominguez, 2007)
<b>Subcategorías</b>	<b>Definición</b>
<b>Desinformación</b>	El término desinformación se ha convertido en habitual en el lenguaje político y periodístico, habiéndose incorporado también al acervo popular, en el que aparece vinculado a la manipulación de los medios, al control de la información en beneficios de intereses políticos o económicos y a las estrategias de gobiernos, partidos o grandes empresas para engañar a la opinión pública. (Rodriguez R. , 2017)
<b>Fake news</b>	Se trata de contenidos deliberadamente falsos que se publican en sitios web cuya apariencia intenta ser formal y auténtica. A veces el diseño del sitio y su URL suplantan un portal de noticias reconocido. El propósito claro es engañar al usuario. Generalmente estos contenidos se mueven en redes sociales a través de las cuentas propias de estos portales, ya sea de

	manera orgánica –mediante likes, retweets y compartidos de los usuarios– o con acciones promocionadas, es decir, pagando para que estos contenidos sean publicitados por las plataformas (Cortez & Isaza, 2017, pág. 5)
<b>Elementos de sensacionalismo</b>	La influencia del periodismo sensacionalista a los informativos se ha traducido también en un aumento significativo de conexiones en directo. El empleo de esta herramienta no siempre se justifica por las necesidades o relevancia de los acontecimientos, sino para hacer ostentación de recursos técnicos y reforzar la idea del informativo como espectáculo de la inmediatez. (Carvajal, Mirada UCSG, 2015)

Monitoreo N°:	1
Medio:	24Horas - Teleamazonas
Fecha de publicación:	23 de abril del 2020
Elemento gráfico con que se identifica el tema:	Fotografía – video
Enfoque o tema específico de la publicación	Periodismo participativo: Denuncia/ Información
Sección en la que aparece	Comunidad / Noticiero
Nota de seguimiento	Sí

<b>Monitoreo N°:</b>	1
<b>Nombre del Usuario:</b>	Laura Clara Desmoctt Sasso
<b>Nombre del Medio:</b>	Teleamazonas – 24 horas
<b>Red social del usuario:</b>	Twitter - @lauraclarad
<b>Red social del medio:</b>	Youtube – Teleamazonas Ecuador
<b>Fecha de publicación:</b>	23 de abril del 2020
<b>Nota de Seguimiento:</b>	Sí

<p><b>Muestra 1:</b></p>	
<p><b>Muestra 1.1</b></p>	

**Muestra de ejemplo:**

Uno de los varios usuarios (@lauraclarad) comparte y difunde un video donde se muestra un tumulto quemándose en la vía pública. Al compartir la información comenta: *“Guayaquil..un pueblo solo.sin apoyo gubernamental sus muertos se apilan o los queman en las calles Han publicado para que alguien lo escuche”* .

Este video fue difundido en diversas plataformas, e inclusive llegó medios de comunicación internacionales, etc. Un medio de comunicación nacional (Teleamazonas) reconocido en Ecuador inicia una labor investigativa donde al acercarse a las calles mencionadas en el video y al hablar con moradores del sector corrobora que la información emitida es falsa.

Según una entrevista, una mujer menciona que quemaron llantas, para que las autoridades competentes se acerquen a ese sector y puedan recoger los cadáveres que mantenían albergados por varios días dentro de las viviendas.

Teleamazonas transmitió el reportaje mencionando y haciendo énfasis sobre las publicaciones de fake news que eran difundidas, bajo ningún filtro de investigación.

Video: <https://www.youtube.com/watch?v=aQ656VBuwbk>

Nota: La muestra hace referencia a solo uno de los tres casos similares, dentro del reportaje.

Minutaje: 00:00:00 – 00:00:43

ELEMENTOS	RESPUESTA
<b>VIDEO AFICIONADO – PUBLICACIÓN DE REDES SOCIALES</b>	
Uso de lenguaje inapropiado	Sí
Uso de sensacionalismo por parte del ciudadano	Sí
Uso de elementos audiovisuales que describen el hecho noticioso el video aficionado	Sí
¿Existe desinformación / manipulación por parte del aficionado?	Si
Tipo de descripción en el video aficionado	Informativo Expresivo


Según el autor del video compartido la Información es fidedigna (ciudadanía del sector)	Si
¿Existe investigación o indagación de los hechos por parte de los moradores?	No
¿El autor del video busca llamar la atención de la audiencia, sin considerar directrices?	Si
¿El video aficionado es/puede ser manipulado?	Si
¿El comentario de la persona que comparte la publicación apela a los sentimientos del lector?	Si
¿El autor del video aficionado tiene comentarios contenido satírico?	Si

<b>Reportaje de Teleamazonas basándose en el video que circula en redes sociales.</b>	
Tipo de imagen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Del sector</li> <li>• Del entorno (familiares o lugar de los hechos)</li> <li>• Explícita del hecho</li> <li>• Vivienda familiar</li> </ul>
Muestra a la familia involucrada	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Esposa del occiso al que el autor del video piensa que lo están incinerando.</li> <li>• Familiares internos</li> <li>• Vecinos del sector</li> </ul>



Video aficionado	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sí</li> </ul>
¿El reportaje habla de más casos sobre “notas” de ciudadanos?	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Si</li> </ul>
¿Cuántos casos similares sobre personas con covid-19 incineradas menciona el reportaje?	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 3</li> </ul>
Declaraciones	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Esposa del fallecido aclara la situación, donde niega haberlo incinerado.</li> </ul>
¿El medio de comunicación realiza una investigación sobre este caso?	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Si</li> </ul>
¿Son pertinentes las fuentes que son entrevistadas?	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Si</li> </ul>

Monitoreo N°:	2
Medio:	24Horas - Teleamazonas
Fecha de publicación:	24 de abril de 2020
Elemento gráfico con que se identifica el tema:	Fotografía – video
Enfoque o tema específico de la publicación	Periodismo participativo: Denuncia/ Información
Sección en la que aparece	Comunidad / Noticiero
Nota de seguimiento	Sí

<b>Monitoreo N°:</b>	2
<b>Tipo de contenido/usuario del informante</b>	Video aficionado
<b>Nombre del Medio:</b>	Teleamazonas – 24 horas
<b>Red social del usuario:</b>	Twitter - Facebook
<b>Red social del medio:</b>	Youtube – Teleamazonas Ecuador
<b>Fecha de publicación:</b>	24 de abril del 2020
<b>Nota de Seguimiento:</b>	Sí
<b>Muestra 2:</b>	

## Muestra 2.1



**Muestra de ejemplo:** 4 policías fueron agredidos por sujetos que se resistían a cumplir las medidas

Tras la difusión de varios videos en redes sociales, sobre una agresión suscitada en el sector Guasmo sur de la ciudad de Guayaquil, el equipo de Teleamazonas analizó el hecho con fuentes de Policía Nacional y videos/imágenes captadas por aficionados.

En los videos tomados por cámaras de celular, se puede distinguir a 6 personas que presuntamente se encontraban libando, irrumpiendo con el toque de queda, y que al no obedecer la orden de los uniformados procedieron a agredirlos.

El reportaje emitido, transmite imágenes netamente de ciudadanos y la Policía Nacional. El medio no acudió en ese momento al lugar de los hechos.

Video: <https://www.youtube.com/watch?v=WEPB6pqamzQ>

Minutaje: 00:16:00 – 00:17:15

ELEMENTOS	RESPUESTA
<b>VIDEO AFICIONADO – PUBLICACIÓN DE REDES SOCIALES</b>	
Uso de lenguaje inapropiado	Sí
Uso de sensacionalismo por parte del ciudadano	No
Uso de elementos audiovisuales que describen el hecho noticioso el video aficionado	Sí
¿Existe desinformación / manipulación por parte del aficionado?	No
Tipo de descripción en el video aficionado	Informativo Expresivo
Según el autor del video compartido la Información es fidedigna (ciudadanía del sector)	Si
¿Existe investigación o indagación de los hechos por parte de los moradores?	No
¿El autor del video busca llamar la atención de la audiencia, sin considerar directrices?	Si
¿El video aficionado es/puede ser manipulado?	No
¿El comentario de la persona que comparte la publicación apela a los sentimientos del lector?	Si
¿El autor del video aficionado tiene comentarios contenido satírico?	No

<b>Reportaje de Teleamazonas basándose en el video que circula en redes sociales.</b>	
Tipo de imagen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Del sector</li> <li>• Del entorno (ciudadanos en lugar de los hechos)</li> <li>• Explícita del hecho</li> <li>• Grabación desde un celular</li> </ul>
Muestra a los policías y a los detenidos involucrados en el hecho	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Morador del sector graba momento en que varios ciudadanos agreden a policías.</li> <li>• Vecinos del sector</li> <li>• Ayuda policial, tras la agresión a sus compañeros.</li> </ul>
Video aficionado	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sí</li> </ul>
¿La mayoría de imágenes que aparecen en el reportaje son tomas de videos aficionados que circula en redes sociales?	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Si</li> </ul>
¿Cuántas personas involucradas en las agresiones a policías se menciona en el reportaje?	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 6</li> </ul>
Declaraciones	<ul style="list-style-type: none"> <li>• No hay declaraciones.</li> </ul>

¿El medio de comunicación difundió imágenes/ videos directamente del contenido de personas en redes sociales?	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Si.</li> </ul>
¿El medio de comunicación acudió al lugar de los hechos para un análisis del caso?	<ul style="list-style-type: none"> <li>• No, la información es tomada directamente de Policia Nacional y videos de aficionados que difundieron el hecho a través de redes sociales.</li> </ul>

Monitoreo N°:	3
Medio:	24Horas - Teleamazonas
Fecha de publicación:	01 de abril del 2020
Elemento gráfico con que se identifica el tema:	Fotografía – video
Enfoque o tema específico de la publicación	Periodismo participativo: Denuncia/ Información
Sección en la que aparece	Comunidad / Noticiero
Nota de seguimiento	Sí

<b>Monitoreo N°:</b>	3
<b>Tipo de contenido/usuario del informante</b>	Video aficionado
<b>Nombre del Medio:</b>	Teleamazonas – 24 horas
<b>Red social del usuario:</b>	Facebook/Twitter

<b>Red social del medio:</b>	Youtube – Telemazonas Ecuador
<b>Fecha de publicación:</b>	01 de abril del 2020
<b>Nota de Seguimiento:</b>	Sí
<b>Muestra 3:</b>	
<b>Muestra 3.1</b>	

**Muestra de ejemplo: Signos de esperanza**

Video: [https://www.youtube.com/watch?v=drWigy\\_fNO8](https://www.youtube.com/watch?v=drWigy_fNO8)

En medio de la crisis por covid-19, luego de permanecer varios días hospitalizados, algunos pacientes fueron dados de alta. Estas imágenes y videos captados con dispositivos móviles, se emitieron en el noticiero de 24Horas. Mismas imágenes muestran al personal de la Clínica Guayaquil aplaudir por la recuperación de sus pacientes, así mismo, moradores de diferentes sectores grabaron el momento exacto donde vecinos recibieron a desde sus balcones a los recuperados por coronavirus.

Minutaje: 00:08:00 – 00:10:05

ELEMENTOS	RESPUESTA
<b>VIDEO AFICIONADO – PUBLICACIÓN DE REDES SOCIALES</b>	
Uso de lenguaje inapropiado	No
Uso de sensacionalismo por parte del ciudadano	No
Uso de elementos audiovisuales que describen el hecho noticioso el video aficionado	Sí
¿Existe desinformación / manipulación por parte del aficionado?	No
Tipo de descripción en el video aficionado	Informativo Expresivo
Según el autor del video compartido la Información es fidedigna (ciudadanía del sector)	Si
¿Existe investigación o indagación de los hechos por parte de los moradores?	No



¿El autor del video busca llamar la atención de la audiencia, sin considerar directrices?	No
¿El video aficionado es/puede ser manipulado?	Si
¿El comentario de la persona que comparte la publicación apela a los sentimientos del lector?	Si
¿El autor del video aficionado tiene comentarios contenido satírico?	No

<b>Reportaje de Teleamazonas basándose en el video que circula en redes sociales.</b>	
Tipo de imagen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Del sector hospitalario</li> <li>• Del entorno (familiares, médicos)</li> <li>• Explícita del hecho</li> <li>• Viviendas familiares</li> </ul>
Muestra personas involucradas	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Personal médico aplaudiendo a pacientes recuperados.</li> <li>• Familiares directos de pacientes</li> <li>• Pacientes</li> <li>• Vecinos del sector</li> </ul>
Video aficionado	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sí</li> </ul>

¿El reportaje habla de más casos sobre “notas” de ciudadanos?	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Si</li> </ul>
¿El reportaje muestra casos similares sobre personas con covid-19?	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Si</li> </ul>
Declaraciones	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Hijo de una paciente recuperada.</li> <li>• Doctora contagiada en hospital donde labora.</li> </ul>
¿El medio de comunicación realiza una investigación sobre este caso?	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Si</li> </ul>
¿Son pertinentes las fuentes que son entrevistadas?	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Si</li> </ul>

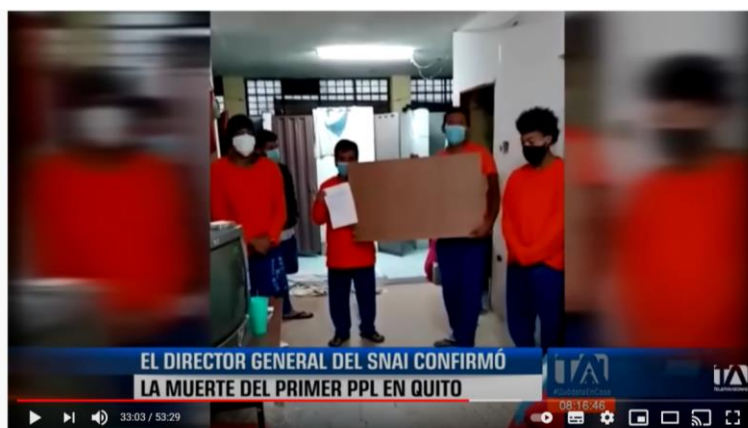
Monitoreo N°:	4
Medio:	24Horas - Teleamazonas
Fecha de publicación:	18 de abril del 2020
Elemento gráfico con que se identifica el tema:	Fotografía – video
Enfoque o tema específico de la publicación	Periodismo participativo: Denuncia/ Información
Sección en la que aparece	Comunidad / Noticiero
Nota de seguimiento	Sí

<b>Monitoreo N°:</b>	4
<b>Tipo de contenido/usuario del informante</b>	Video aficionado
<b>Nombre del Medio:</b>	Teleamazonas – 24 horas
<b>Red social del usuario:</b>	Twitter - Facebook
<b>Red social del medio:</b>	Youtube – Teleamazonas Ecuador
<b>Fecha de publicación:</b>	18 de abril del 2020
<b>Nota de Seguimiento:</b>	Sí

**Muestra 4:**



## Muestra 4.1



Noticias Ecuador: Noticiero 24 Horas 20/04/2020 (Primera Emisión)

## Muestra de ejemplo: El covid-19 en las cárceles

En este reportaje se muestran imágenes/videos desde los interiores de una de las cárceles del país. Uno de los reos coloca su dispositivo móvil y graba a cinco de sus compañeros, ellos mencionan que tienen coronavirus y que se encuentran aislados, sin medicamentos. El director de la SNAI menciona para 24H que solo dos tienen dicha enfermedad, pero que se están tomando medidas al respecto. Periodistas del medio de comunicación investigaron la situación de los privados de libertad, entrevistaron al director de SNAI, y acudieron a la cárcel para comprobar la información difundida en redes sociales.

Video: <https://www.youtube.com/watch?v=zZirs4YHrgk>

Minutaje: 00:18:11 - 00:19:29

ELEMENTOS	RESPUESTA
<b>VIDEO AFICIONADO – PUBLICACIÓN DE REDES SOCIALES</b>	
Uso de lenguaje inapropiado	Sí
Uso de sensacionalismo por parte del ciudadano	Sí
Uso de elementos audiovisuales que describen el hecho noticioso el video aficionado	Sí
¿Existe desinformación / manipulación por parte del aficionado?	Si
Tipo de descripción en el video aficionado	Informativo Expresivo
Según el autor del video compartido la Información es fidedigna (ciudadanía del sector)	Si
¿Existe investigación o indagación de los hechos por parte de los moradores?	No
¿El autor del video busca llamar la atención de la audiencia, sin considerar directrices?	Si
¿El video aficionado es/puede ser manipulado?	Si
¿El comentario de la persona que comparte la publicación apela a los sentimientos del lector?	Si
¿El autor del video aficionado tiene comentarios contenido satírico?	Si

Reportaje de 24Horas basándose en el video que circula en redes sociales.	
Tipo de imagen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cárcel</li> <li>• Del entorno (reos, personal de limpieza, director de SNAI)</li> <li>• Explícita de los reos</li> <li>• Lugar de aislamiento</li> </ul>
Muestra de personal involucrado	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Reos</li> <li>• Personal de limpieza</li> <li>• Director de SNAI</li> </ul>
Video aficionado	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sí</li> </ul>
¿El reportaje habla de los videos difundidos en redes sociales sobre la situación de los reos?	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Si</li> </ul>
¿Durante el reportaje se distingue el número de reos con covid-19?	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 5 aproximadamente</li> </ul>
Declaraciones	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Director SNAI aclara la situación, donde niega el numero de contagiados</li> </ul>
¿El medio de comunicación realiza una investigación sobre este caso?	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Si</li> </ul>
¿Son pertinentes las fuentes que son entrevistadas?	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Si</li> </ul>

Monitoreo N°:	5
Medio:	Televistazo - Ecuavisa
Fecha de publicación:	20 de marzo del 2020
Elemento gráfico con que se identifica el tema:	Fotografía – video
Enfoque o tema específico de la publicación	Periodismo participativo: Denuncia/ Información
Sección en la que aparece	Comunidad / Noticiero
Nota de seguimiento	Sí

<b>Monitoreo N°:</b>	5
<b>Tipo de contenido/usuario del informante</b>	Video aficionado
<b>Nombre del Medio:</b>	Ecuavisa / Televistazo
<b>Red social del usuario:</b>	Twitter - Facebook
<b>Red social del medio:</b>	Facebook – Ecuavisa Ecuador
<b>Fecha de publicación:</b>	20 de abril de 2020
<b>Nota de Seguimiento:</b>	Sí

Muestra 5:



Muestra 5.1



Muestra de ejemplo: Falta de agua genera malestar en sectores de Quito



Moradores de los sectores Rancho Los Pinos, Zabala, Tambo del Inca, reportaron varias quejas por falta de agua, debido a que la red de la planta se encontraba debilitada. Una periodista de 24H acudió a la planta para conversar con Juan Fernando Robalino, Gerente de Operaciones de Agua Potable, quién pidió el consumo responsable de agua.

Durante el reportaje se emitieron imágenes y videos propios del medio de comunicación, al igual, videos que circularon en redes sociales donde se distingue aglomeramiento en los alrededores de un tanquero.

Video: <https://www.facebook.com/watch/live/?v=213523389763512&ref=search>

Minutaje: 00:44:00 – 00:48:05

ELEMENTOS	RESPUESTA
<b>VIDEO AFICIONADO – PUBLICACIÓN DE REDES SOCIALES</b>	
Uso de lenguaje inapropiado	No
Uso de sensacionalismo por parte del ciudadano	Sí
Uso de elementos audiovisuales que describen el hecho noticioso el video aficionado	Sí
¿Existe desinformación / manipulación por parte del aficionado?	Si
Tipo de descripción en el video aficionado	Informativo Expresivo

Según el autor del video compartido la Información es fidedigna (ciudadanía del sector)	Si
¿Existe investigación o indagación de los hechos por parte de los moradores?	No
¿El autor del video busca llamar la atención de la audiencia, sin considerar directrices?	Si
¿El video aficionado es/puede ser manipulado?	Si
¿El comentario de la persona que comparte la publicación apela a los sentimientos del lector?	Si
¿El autor del video aficionado tiene comentarios contenido satírico?	Si

<b>Reportaje de Teleamazonas basándose en el video que circula en redes sociales.</b>	
Tipo de imagen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Del sector</li> <li>• Del entorno ( personas afectadas, lugar de los hechos)</li> <li>• Explícita del hecho</li> <li>• Planta de agua</li> </ul>
Muestra a personas involucradas	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Moradores de diferentes sectores.</li> <li>• Familiares internos</li> <li>• Vecinos del sector</li> </ul>

Video aficionado	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sí</li> </ul>
¿El reportaje habla de más sectores con problemas de agua emitidos por ciudadanos?	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Si</li> </ul>
¿Cuántos sectores se menciona que tienen problemas con el sistema de agua?	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 8</li> </ul>
Declaraciones	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Juan Fernando Robalino, Gerente de Operaciones del Agua Potable.</li> </ul>
¿El medio de comunicación realiza una investigación sobre este caso?	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Si</li> </ul>
¿Son pertinentes las fuentes que son entrevistadas?	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Si</li> </ul>

Monitoreo N°:	6
Medio:	Ecuavisa / Televistazo
Fecha de publicación:	20 de marzo del 2020
Elemento gráfico con que se identifica el tema:	Fotografía – video
Enfoque o tema específico de la publicación	Periodismo participativo: Denuncia/ Información
Sección en la que aparece	Comunidad / Noticiero
Nota de seguimiento	Sí / No

<b>Monitoreo N°:</b>	6
<b>Tipo de contenido/usuario del informante</b>	Video aficionado
<b>Nombre del Medio:</b>	Ecuavisa / Televistazo
<b>Red social del usuario:</b>	Twitter - Facebook
<b>Red social del medio:</b>	Youtube – Teleamazonas Ecuador
<b>Fecha de publicación:</b>	20 de marzo del 2020
<b>Nota de Seguimiento:</b>	Sí
<b>Muestra 6:</b>	

**Muestra 6.1**



**Muestra de ejemplo: No facilitan transporte para los trabajadores de la salud**

Un grupo de enfermeras del Hospital Luis Vernaza mediante un video que circula en redes sociales mencionan que no se les ha facilitado el transporte para poder movilizarse a sus áreas de trabajo y a sus hogares.

Periodistas de Ecuavisa acudieron a varios sectores para comprobar si la información difundida es veraz.

Video: <https://www.facebook.com/comunidadquito/videos/2392306974394537>

Minutaje: 00:15:05 – 00:18:14

ELEMENTOS	RESPUESTA
<b>VIDEO AFICIONADO – PUBLICACIÓN DE REDES SOCIALES</b>	
Uso de lenguaje inapropiado	No
Uso de sensacionalismo por parte del ciudadano	No

Uso de elementos audiovisuales que describen el hecho noticioso el video aficionado	Sí
¿Existe desinformación / manipulación por parte del aficionado?	No
Tipo de descripción en el video aficionado	Informativo Expresivo
Según el autor del video compartido la Información es fidedigna (ciudadanía del sector)	Si
¿Existe investigación o indagación de los hechos por parte de los moradores?	No
¿El autor del video busca llamar la atención de la audiencia, sin considerar directrices?	No
¿El video aficionado es/puede ser manipulado?	Si
¿El comentario de la persona que comparte la publicación apela a los sentimientos del lector?	Si
¿El autor del video aficionado tiene comentarios contenido satírico?	No

<b>Reportaje de Teleamazonas basándose en el video que circula en redes sociales.</b>	
Tipo de imagen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Del sector</li> <li>• Del entorno (enfermeras, personas caminando, personal de supermercados)</li> <li>• Explícita del hecho</li> </ul>

Muestra a personal involucrado	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Enfermeras</li> <li>• Personal medico</li> <li>• Personal de supermercados</li> <li>• Personal caminando</li> </ul>
Video aficionado	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sí</li> </ul>
¿El reportaje habla de más casos sobre la falta de transporte compartida por ciudadanos en redes sociales?	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Si</li> </ul>
Declaraciones	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Persona caminando</li> </ul>
¿El medio de comunicación realiza una investigación sobre este caso?	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Si</li> </ul>
¿Son pertinentes las fuentes que son entrevistadas?	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Si</li> </ul>

Monitoreo N°:	7
Medio:	Ecuavisa / Televistazo
Fecha de publicación:	15 de mayo de 2020
Elemento gráfico con que se identifica el tema:	Fotografía – video
Enfoque o tema específico de la publicación	Periodismo participativo: Denuncia/ Información
Sección en la que aparece	Comunidad / Noticiero
Nota de seguimiento	Sí

<b>Monitoreo N°:</b>	7
<b>Tipo de contenido/usuario del informante</b>	Video aficionado
<b>Nombre del Medio:</b>	Ecuavisa / Televistazo
<b>Red social del usuario:</b>	Twitter - Facebook
<b>Red social del medio:</b>	Youtube – Telemazonas Ecuador
<b>Fecha de publicación:</b>	15 de mayo del 2020
<b>Nota de Seguimiento:</b>	Sí



Muestra 7:



Muestra 7.1



### **Muestra de ejemplo: Allanan hospital Guasmo sur por compras con sobreprecio**

La fiscalía investiga presunto delito de peculado por la compra de fundas plásticas para recogimiento de cadáveres en el hospital Guasmo Sur de Guayaquil. Así mismo la aparición de carros con cadáveres en descomposición.

Durante el reportaje se muestran imágenes/videos de aficionados, que reflejan los hechos durante la emergencia sanitaria.

Periodistas de Ecuavisa acudieron al hospital para corroborar la información divulgada en redes sociales.

Video: <https://www.facebook.com/comunidadquito/videos/673272923218558>

Minutaje: 00:12:50 – 00:14:39

ELEMENTOS	RESPUESTA
<b>VIDEO AFICIONADO – PUBLICACIÓN DE REDES SOCIALES</b>	
Uso de lenguaje inapropiado	No
Uso de sensacionalismo por parte del ciudadano	No
Uso de elementos audiovisuales que describen el hecho noticioso el video aficionado	Sí
¿Existe desinformación / manipulación por parte del aficionado?	No
Tipo de descripción en el video aficionado	Informativo Expresivo
Según el autor del video compartido la Información es fidedigna (ciudadanía del sector)	Si
¿Existe investigación o indagación de los hechos por parte de los moradores?	No
¿El autor del video busca llamar la atención de la audiencia, sin considerar directrices?	Si

¿El video aficionado es/puede ser manipulado?	Si
¿El comentario de la persona que comparte la publicación apela a los sentimientos del lector?	Si
¿El autor del video aficionado tiene comentarios contenido satírico?	No

<b>Reportaje de Teleamazonas basándose en el video que circula en redes sociales.</b>	
Tipo de imagen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Del sector</li> <li>• Del entorno (lugar de los hechos)</li> <li>• Explícita del hecho</li> <li>• Hospitales</li> </ul>
Muestra a personal involucrado	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Personal médico.</li> <li>• Personal de la Policía Nacional</li> </ul>
Video aficionado	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sí</li> </ul>
¿El reportaje habla de más casos sobre “notas” de ciudadanos?	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Si</li> </ul>
Declaraciones	<ul style="list-style-type: none"> <li>• No hay declaraciones</li> </ul>
¿El medio de comunicación realiza una investigación sobre este caso?	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Si</li> </ul>

¿El medio de comunicación realiza una investigación sobre este caso?	<ul style="list-style-type: none"><li>• Si</li></ul>
¿Son pertinentes las fuentes que son entrevistadas?	<ul style="list-style-type: none"><li>• Si</li></ul>

Monitoreo N°:	8
Medio:	Ecuavisa / Televistazo
Fecha de publicación:	15 de mayo de 2020
Elemento gráfico con que se identifica el tema:	Fotografía – video
Enfoque o tema específico de la publicación	Periodismo participativo: Denuncia/ Información
Sección en la que aparece	Comunidad / Noticiero
Nota de seguimiento	Sí

<b>Monitoreo N°:</b>	8
<b>Tipo de contenido/usuario del informante</b>	Video aficionado
<b>Nombre del Medio:</b>	Ecuavisa / Televistazo
<b>Red social del usuario:</b>	Twitter - Facebook
<b>Red social del medio:</b>	Youtube – Teleamazonas Ecuador
<b>Fecha de publicación:</b>	15 de mayo de 2020
<b>Nota de Seguimiento:</b>	Sí

Muestra 8:



Muestra 8.1



### Muestra de ejemplo: Allanamiento en Los Ríos

Varios allanamientos se registraron en diferentes distritos de la provincia de Los Ríos. En este proceso se incautaron equipos tecnológicos, y documentos para investigaciones por parte de la fiscalía.

En el reportaje, televistazo utiliza imágenes de la Policía Nacional, videos tomados de redes sociales.

Video: <https://www.facebook.com/comunidadquito/videos/673272923218558>

Minutaje: 00:14:41 – 00:16: 05

<b>ELEMENTOS</b>	<b>RESPUESTA</b>
<b>VIDEO AFICIONADO – PUBLICACIÓN DE REDES SOCIALES</b>	
Uso de lenguaje inapropiado	No
Uso de sensacionalismo por parte del ciudadano	No
Uso de elementos audiovisuales que describen el hecho noticioso el video aficionado	Sí
¿Existe desinformación / manipulación por parte del aficionado?	No
Tipo de descripción en el video aficionado	Informativo Expresivo
Según el autor del video compartido la Información es fidedigna (ciudadanía del sector)	Si
¿Existe investigación o indagación de los hechos por parte de los moradores?	No
¿El autor del video busca llamar la atención de la audiencia, sin considerar directrices?	Si
¿El video aficionado es/puede ser manipulado?	Si

¿El comentario de la persona que comparte la publicación apela a los sentimientos del lector?	Si
¿El autor del video aficionado tiene comentarios contenido satírico?	No

<b>Reportaje de Teleamazonas basándose en el video que circula en redes sociales.</b>	
Tipo de imagen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Del sector</li> <li>• Del entorno</li> <li>• Explícita del hecho</li> <li>• Hospitales</li> <li>• Distritos de Salud</li> </ul>
Muestra a la familia involucrada	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Personal médico.</li> <li>• Personal de la Policía Nacional</li> </ul>
Video aficionado	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sí</li> </ul>
¿El reportaje habla de más casos sobre “notas” de ciudadanos?	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Si</li> </ul>
Declaraciones	<ul style="list-style-type: none"> <li>• No hay declaraciones</li> </ul>
¿El medio de comunicación realiza una investigación sobre este caso?	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Si</li> </ul>
¿Son pertinentes las fuentes que son entrevistadas?	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Si</li> </ul>



Monitoreo N°:	9
Medio:	CNN en español
Fecha de publicación:	01 abril de 2020
Elemento gráfico con que se identifica el tema:	Fotografía – video
Enfoque o tema específico de la publicación	Periodismo participativo: Denuncia/ Información
Sección en la que aparece	Comunidad / Noticiero
Nota de seguimiento	Sí

<b>Monitoreo N°:</b>	9
<b>Tipo de contenido/usuario del informante:</b>	CNN utilizó imágenes, y videos de varios ciudadanos que solicitaban ayuda en Ecuador.
<b>Nombre del Medio:</b>	Teleamazonas – 24 horas
<b>Red social del usuario:</b>	Twitter – Facebook
<b>Red social del medio:</b>	Youtube – CNN
<b>Fecha de publicación:</b>	01 abril de 2020
<b>Nota de Seguimiento:</b>	Sí

**Muestra 9:**



**Muestra 9.1:**



**Muestra de ejemplo:** Coronavirus en Ecuador: cuerpos en las calles de Guayaquil en medio de la pandemia.

Durante este reportaje se puede verificar como CNN, un medio de comunicación extranjero manifiesta malestares en la ciudad de Guayaquil, durante la pandemia del Covid-19.

CNN, utiliza información de redes sociales, que tipo de acciones se están llevando a cabo en Guayaquil.

Video: <https://www.youtube.com/watch?v=f7L9ZIK3xIQ>

Minutaje: 00:00:00 – 00:06: 53	
<b>ELEMENTOS</b>	<b>RESPUESTA</b>
<b>VIDEO AFICIONADO – PUBLICACIÓN DE REDES SOCIALES</b>	
Uso de lenguaje inapropiado	Sí
Uso de sensacionalismo por parte del ciudadano	Sí
Uso de elementos audiovisuales que describen el hecho noticioso el video aficionado	Sí
¿Existe desinformación / manipulación por parte del aficionado?	No
Tipo de descripción en el video aficionado	Informativo Expresivo
Según el autor del video compartido la Información es fidedigna (ciudadanía del sector)	Si
¿Existe investigación o indagación de los hechos por parte de los moradores?	No
¿El autor del video busca llamar la atención de la audiencia, sin considerar directrices?	Si
¿El video aficionado es/puede ser manipulado?	Si
¿El comentario de la persona que comparte la publicación apela a los sentimientos del lector?	Si

¿El autor del video aficionado tiene comentarios contenido satírico?	No
--	----

<b>Reportaje de CNN basándose en el video que circula en redes sociales en Ecuador</b>	
Tipo de imagen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Del sector</li> <li>• Del entorno</li> <li>• Explícita del hecho</li> <li>• Hospitales</li> <li>• Calles del sector</li> </ul>
Muestra a personal involucrado	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Personal médico.</li> <li>• Personal de la Policía Nacional</li> <li>• Personas del mismo sector.</li> </ul>
Video aficionado	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sí</li> </ul>
¿El reportaje habla de más casos sobre “notas” de ciudadanos?	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Si</li> </ul>
Declaraciones	<ul style="list-style-type: none"> <li>• No hay declaraciones</li> </ul>
¿El medio de comunicación realiza una investigación sobre este caso?	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Si</li> </ul>
¿Son pertinentes las fuentes que son entrevistadas?	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Si</li> </ul>

Monitoreo N°:	10
Medio:	TELEMUNDO
Fecha de publicación:	02 de abril del 2020
Elemento gráfico con que se identifica el tema:	Fotografía – video
Enfoque o tema específico de la publicación	Periodismo participativo: Denuncia/ Información
Sección en la que aparece	Comunidad / Noticiero
Nota de seguimiento	Sí

<b>Monitoreo N°:</b>	10
<b>Tipo de contenido/usuario del informante</b>	Videos aficionados que fueron difundidos en redes sociales, y Telemundo los transformó en noticia.
<b>Nombre del Medio:</b>	Telemundo
<b>Red social del usuario:</b>	Twitter - Facebook
<b>Red social del medio:</b>	Youtube – Facebook – twitter
<b>Fecha de publicación:</b>	02 de abril del 2020
<b>Nota de Seguimiento:</b>	Sí

**Muestra 10:**



**Muestra 10.1**



**Muestra de ejemplo: Cadáveres abandonados en calles de Ecuador.**

Telemundo, canal internacional hizo eco de la situación que atravesó Guayaquil en el país.

La cadena internacional también utilizó imágenes y videos compartidos por la ciudadanía ecuatoriana, para posterior transformarla en noticia.

Link: <https://www.youtube.com/watch?v=JVgnUHuAvo4>

Minutaje: 00:01:59

ELEMENTOS	RESPUESTA
<b>VIDEO AFICIONADO – PUBLICACIÓN DE REDES SOCIALES</b>	
Uso de lenguaje inapropiado	No
Uso de sensacionalismo por parte del ciudadano	Sí
Uso de elementos audiovisuales que describen el hecho noticioso el video aficionado	Sí
¿Existe desinformación / manipulación por parte del aficionado?	Si
Tipo de descripción en el video aficionado	Informativo Expresivo
Según el autor del video compartido la Información es fidedigna (ciudadanía del sector)	Si
¿Existe investigación o indagación de los hechos por parte de los moradores?	No
¿El autor del video busca llamar la atención de la audiencia, sin considerar directrices?	Si
¿El video aficionado es/puede ser manipulado?	Si
¿El comentario de la persona que comparte la publicación apela a los sentimientos del lector?	Si
¿El autor del video aficionado tiene comentarios contenido satírico?	No

<b>Reportaje de Teleamazonas basándose en el video que circula en redes sociales.</b>	
Tipo de imagen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Del sector</li> <li>• Del entorno (familiares o lugar de los hechos)</li> <li>• Explícita del hecho</li> <li>• Viviendas familiares</li> </ul>
Muestra a involucrados	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Familiares directos de los fallecidos.</li> <li>• Familiares internos</li> <li>• Vecinos del sector</li> <li>• Equipo de criminalística</li> </ul>
Video aficionado	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sí</li> </ul>
¿El reportaje habla de más casos sobre “notas” de ciudadanos?	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Si</li> </ul>
Declaraciones	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Esposa uno de los fallecidos.</li> <li>• Periodista Juan Carlos Aizprua</li> </ul>
¿El medio de comunicación realiza una investigación sobre este caso?	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Si</li> </ul>
¿Son pertinentes las fuentes que son entrevistadas?	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Si</li> </ul>



## 3.2. Entrevistas

### Banco de preguntas

1. ¿Conoce sobre el periodismo ciudadano, que es para usted?
2. ¿Considera que este tipo de actividad ha tenido mayor difusión en los últimos años?
3. Los noticieros han incluido un espacio de comunidad ¿por qué Teleamazonas tiene ese espacio? ¿Qué tienen que hacer las personas para que su problema aparezca en el noticiero de comunidad?
4. ¿Qué filtros aplica el medio para responder al llamado de la comunidad?
5. ¿Cree que la información compartida por ciudadanos es efectiva?
6. ¿Cómo se planifica la elaboración del noticiero, la agenda de las noticias es diaria o semanal? ¿De qué manera jerarquizan la información para determinar que cubrir?
7. Las noticias de comunidad emitidas por Teleamazonas, ¿de acuerdo a los principios del periodismo cumplen con atribución y equilibrio?
8. Haciendo un análisis del conjunto de noticieros de comunidad, ¿considera que les hace falta algo más por profundizar?
9. ¿Cómo se maneja la redacción en el noticiero? ¿Siguen alguna estructura para armar las notas periodísticas, en el sentido estético o de tiempo?
10. ¿Qué importancia tiene la microonda en el noticiero de comunidad?
11. Durante la época de crisis más fuerte de covid-19 (marzo – mayo del 2020) ¿de qué forma influyo que CNN haya hecho eco de la situación de pandemia en Guayaquil, para posterior hacer de este hecho una noticia? ¿cuál fue su primera reacción ante ese contenido?
12. ¿Qué medidas tomó el medio de comunicación para comprobar que el dato de los usuarios de las plataformas digitales en el periodo marzo - mayo era veraz?

13. ¿Cuáles son las ventajas y desventajas del periodismo ciudadano en redes sociales?
14. ¿Cuál es el proceso de verificación cómo tal? ¿cuál el proceso aplicado a la información enviada por los ciudadanos? ¿qué se hace con esa información?
15. ¿Cuáles son los criterios manejados por 24h y Telemazonas para seleccionar un acontecimiento y producirlo como noticia a partir de una información enviada por un ciudadano?
16. Si bien es cierto el índice de fake news ha crecido, ¿cuál cree que sería la solución adecuada para combatir esta mala información? ¿acaso los mismos ciudadanos pueden aportar de alguna manera?
17. ¿Será que el periodismo ciudadano le está quitando importancia al periodismo profesional?

### **3.3. Entrevista a periodistas de Ecuavisa**

#### **Entrevista a Henry Dueñas**

##### **¿Qué es para usted el periodismo ciudadano?**

Yo considero que toda persona puede ser parte de la opinión pública cuando esto se lo hace con responsabilidad. El periodismo ciudadano es aquel que se ejerce en base a esa responsabilidad, donde una comunidad o la autoridad necesita conocer de los problemas que se están enfrentando, puede ser un hecho inconstitucional por la que atraviesa ese hecho y tenga una relación a la cual se deba informar.

##### **¿Considera que este tipo de actividad ha tenido mayor difusión en los últimos años?**

Sí, yo creo que con el profesionalismo la cual nosotros nos manejamos, sobre todo con aspectos éticos, objetivo y claros. A través del medio informativo se puede llegar a una autoridad que no está solucionando los problemas y esa es la misión que tenemos que cumplir.

##### **¿Qué tienen que hacer las personas para que su problema como tal aparezca en teletvístazo en la comunidad?**

Creo que no es lo que tienen que hacer, si no el problema en sí. La urgencia es la que nos lleva a un lugar a establecer ese nexo de informar lo que está pasando.

##### **¿Cuáles son los filtros que debe atravesar la información para que el medio atienda un llamado de la comunidad?**

No, no hay filtros. Es la urgencia la que nos traslada. Si una persona nos llama porque una iluminaria está dañada cuando hay un problema de una vía o de un puente que está caído. Eso es urgente. No es que nosotros filtramos la

información, toda información de una comunidad es de suma importancia para nosotros, pero no somos un gran ejército que podemos abarcar todos los problemas que se suscitan.

**¿Podría decirme un número aproximado de la información que reciben a diario por parte de la ciudadanía?**

En mi caso, yo llego a recibir un promedio entre 10 a 20 quejas o necesidades de la comunidad. Yo tengo una conexión muy directa con las personas, ellos se comunican conmigo directamente a mi número personal.

**Durante la época de crisis más fuerte de covid-19 (marzo – mayo del 2020) ¿de qué forma influyo que CNN haya hecho eco de la situación de pandemia en Guayaquil, para posterior hacer de este hecho una noticia? ¿cuál fue su primera reacción ante ese contenido?**

Porque dijimos la verdad, un gobierno incompetente, con una situación de corrupción gravísima y con gente muriéndose porque esa corrupción y esa acción de incompetencia generaba. Somos eso, informamos lo que estaba pasando.

Lo que haga CNN es decisión de ellos, no fue CNN os que comenzaron a dar la información de lo que estaba sucediendo en el país, si no nosotros. Nosotros fuimos los primeros medios en brindar la información, fuimos los primeros en dar cuenta de lo que estaba pasando en las calles, y en los hospitales.

**¿Qué medidas tomó Ecuavisa para comprobar que los datos difundidos por redes sociales eran veraces?**

Verificación en sitio, había información de cadáveres en las calles que se tuvo que verificar directamente en el sitio. Podía llegar la información, pero si no era verificada no era válida.

**¿Cuáles son los criterios manejados por Televistazo para seleccionar un acontecimiento y producirlo como noticia a partir de una información enviada por un ciudadano?**

La veracidad, la verificación directamente en el lugar, también la objetividad y la claridad.

**Si bien es cierto el índice de fake news ha crecido, ¿cuál cree que sería la solución adecuada para combatir esta mala información? ¿acaso los mismos ciudadanos pueden aportar de alguna manera?**

Se debería sancionar como lo hacen a través de la ley, porque hay una ley que sanciona, que puede generar prisión, y multas a quienes utilizan las redes para crear una información falsa. Hay normas y normativas penales que sancionan esta situación, pero si la gente lo quiere hacer o no lo quiere hacer ya es decisión de cada quién o del mismo gobierno o de los mismos afectados de que esa información, no tenga contenido, veracidad y claridad que debe poseer o a su vez que sea falsa.

**¿Cuáles son las ventajas y desventajas del periodismo ciudadano en redes sociales?**

Yo creo que la desventaja es que se está jugando con mucha más libertad la información, y la ventaja es que aquella que es muy objetiva que tiene toda la imparcialidad tiene ahora un portal para poder mostrar la necesidad que a veces por tiempo y espacio a veces los medios nacionales no pueden llegar.

**¿Será que el periodismo ciudadano le está quitando importancia al periodismo profesional?**

El periodismo profesional siempre estará ahí presente, bajo ese concepto que tenemos que tener un camino hacia donde guiarnos, es decir nuestra misión es servir, somos como el médico, el sacerdote, nuestro objetivo no es beneficiarnos a través de lo que como profesionales hacemos. Ahí va haber

un espacio siempre.

### **¿Cree que la información compartida por ciudadanos es efectiva?**

El periodismo ciudadano o la información, no considero que eso sea un periodismo, esa información que surge por las redes sociales tiene muchas falencias y muchas de esas, no tienen la claridad, ni la objetividad con la cual, nosotros aquellos que nos preparamos y nos encaminamos para esto, y en esta profesión estamos diseñados a llevar un mensaje que la comunidad tenga confianza en ella, mediante el objetivo que vamos a presentar en base al beneficio de sus intereses y el de los intereses de todos, ya sea una comunidad, un país, el mundo.

### **Entrevista a Diego Cuenca**

#### **¿Qué es para usted el periodismo ciudadano?**

Bueno yo creo que el periodismo ciudadano nos ayuda a tener un poco más de contacto con la comunidad, con barrios, con gente que se agrupa para poder resolver algún problema. Nosotros empezamos a ser ese puente para poder llegar a las autoridades y así poder solucionar ciertos inconvenientes que ellos estén pasando y bueno de esa forma, se vuelve una herramienta beneficiosa para ellos. El periodismo ciudadano para mí es contar lo que sucede en cada rincón de la ciudad, del país. Y además que ahora últimamente con la conexión de las redes sociales las personas se han convertido en una especie de periodistas ciudadanos porque a través de sus teléfonos, ellos pueden tomar fotos, videos, de algunos hechos, que son de connotación local o nacional, entonces nos ha ayudado mucho a nosotros los periodistas convencionales en poder utilizar este tipo de herramientas y poder contar las noticias, ellos son la herramienta para seguir contando lo que no pudimos estar en su momento, en el sitio, en el hecho.

**¿Cuáles son los filtros que debe atravesar la información para que tevistazo pueda transformarlo en noticia?**

Depende de la información que llegue, se va revisando la fuente, que persona te envía esa información, esos datos, y también cual es el alcance, por ejemplo, si tenemos un noticiero de comunidad y la información que llega es de interés nacional o de interés local, mucho mejor si es nacional, porque puedo contar no solo lo que pasa en Guayaquil, sino también a todo el país, que puede un ciudadano o la audiencia verse o tener la empatía de que a mí me está sucediendo esto no más si no a mi vecino a un familiar cercano o a mi vecino. Entonces hay que revisar ese alcance de la información y una vez que tomemos la decisión de que tan bueno o responsable sea, compartir o difundir o armar esa noticia. Puede ocurrir que hay un dato que vaya a generar alarma o algún dato que pueda generar pánico en la ciudadanía.

**¿Cuál es el medio digital por el que más reciben información?**

Por whatsapp, el teléfono y por correo electrónico.

**¿Podría decirme un número aproximado de la información que reciben a diario por parte de la ciudadanía?**

No, no podría decirlo. Cada reportero tiene su número de informantes, de fuentes por donde le llega la información. Pero ahora lo que más se utiliza son los grupos de whatsapp y los lugares de instituciones públicas y privadas y ahí envían la información. Nosotros también tenemos un coordinador de noticias, que se encarga de recibir la información y darle seguimiento y también estar atentos a cualquier novedad que pase en el país.

**Durante la época de crisis más fuerte de covid-19 (marzo – mayo del 2020) ¿de qué forma influyo que CNN haya hecho eco de la situación de pandemia en Guayaquil, para posterior hacer de este hecho una noticia? ¿cuál fue su primera reacción ante ese contenido?**

Bueno, nosotros no esperamos que CNN difunda eso para hacer noticia, incluso ellos utilizaron imágenes de nosotros para poder difundir lo que estaba pasando aquí en Guayaquil. No creo que haya influido lo que difundió CNN en nosotros, nosotros fuimos parte de esa información, e incluso armamos en su momento con todas las medidas de bioseguridad.

**¿Cuál fue la primera reacción al ver el contenido directo de CNN?**

Bueno, por lo general acá en los medios grandes aquí en Guayaquil, hay la posibilidad de poder tener cadenas aliadas que son por ejemplo CNN, u otros medios que son internacionales, entonces eso nos ayuda bastante a poder tener más contacto con otros países.

**Tras la difusión de información por redes sociales, acerca de quema de cadáveres ¿Qué medidas tomo el medio de comunicación para comprobar que dichos datos no sea fake news?**

Eso siempre se confirma con las fuentes oficiales que sean de gobierno, por ejemplo, en ese estado de emergencia estaba el COE NACIONAL que estaba confirmando ese tipo de noticias, también la Policía Nacional con Criminalística y también la Fuerza de Tarea Conjunta que se lideró en ese momento con Jorge Wated, quienes eran los encargados de recolectar los cadáveres en Guayaquil, y ellos eran los encargados de decir si ocurría algo y también nosotros confirmábamos yendo al sitio. Si nos decían en tal parte del suburbio de Guayaquil está pasando esto nos íbamos para allá y consultamos con los mismos moradores o con algún jefe de alguna entidad pública de ese sitio y así se va confirmando las cosas.

**¿Cuál cree que sería la solución adecuada para combatir esta mala información? ¿acaso los mismos ciudadanos pueden aportar de alguna manera?**

Informándose por medios oficiales, pero también creo que es difícil eliminar noticias falsas por las redes sociales que hay un sin número de publicaciones



que llevan contenido falso, entonces yo creo que hay que tener en cuenta esto de verificar que tipo de fuente es. A veces el contenido como está redactado, el sitio web de donde proviene, cual es el usuario que está comentando o está publicando cierta cosa para poder confirmar, pero siempre las fuentes oficiales.

**¿Cree el periodismo ciudadano le está quitando importancia al periodismo profesional?**

No, ahí se complementan siempre varía el interés local o nacional. y el periodismo ciudadano surge a veces en noticias de interés nacional donde se le busca un eje nacional y salen trajinistas para poder excavar o investigar.

**¿Por qué los medios han crea este espacio directo de comunidad?**

Para estar un poco más cerca de la gente para poder resolver problemas, porque hay personas que no pueden acceder a ciertos servicios o necesidades y nosotros somos ese puente para poder llegar ayudarlos a resolver esos problemas y tener beneficios para la comunidad, no solo para una persona específica.

**¿Existe algún riesgo de caer en el sensacionalismo?**

No, porque cuando tú sabes que es lo que quieres informar y como lo quieres hacer no hay ese riesgo, siempre pensando en cómo la audiencia se va a sentir al recibir esa noticia o esa información, más que todo cuidando la integridad o la imagen de esa persona involucrada en alguna noticia o alguna información y eso hay que cuidar mucho porque en las redes sociales se difunden varios videos o fotografías que están implicadas varias personas o menores de edad que hay que cubrir su identidad, dependiendo los casos.

### **¿Cuáles son las ventajas y desventajas del periodismo ciudadano en redes sociales?**

Yo creo que todo suma ahí en redes sociales, pero la ventaja podría ser la desinformación, las noticias falsas que pueden llegar a confundir en algún momento si no haces la verificación correcta, entonces si no acudes a las fuentes oficiales te puedes llegar a confundir. Eso ocurre mucho en los medios digitales que por ejemplo en Facebook comparten noticias falsas y difunden y difunden en grupos de whatsapp, en twitter, en Instagram y bueno, luego lo dejan ahí simplemente, como que no pasa nada.

### **Cuando ustedes ya adquieren toda esta información ¿Cuál es el proceso de selección para que una información se desarrolle como noticia en el televistazo?**

Hacemos una reunión, un consejo, o hablamos con el director de emisión porque ellos son los encargados de seleccionar los temas que nosotros proponemos que podemos tocar o hacer, puede ser político, social, económico, y a la final ellos son los que deciden, cada director tiene su estilo, su manera de observar, cosas para poder armar un noticiero, puede ser un noticiero, periódico o radio.

### **3.4. Entrevista a periodistas de Teleamazonas**

#### **Entrevista a Carlos Sacoto**

##### **¿Conoce sobre el periodismo ciudadano, que es para usted?**

Entiendo, y no sé por qué, que últimamente en las aulas de clase se está enseñando el concepto de “periodismo ciudadano” como aquella actividad de levantamiento de información hecha por el común de las personas. Videos y fotos captados con el celular... pero eso NO puede entenderse como Periodismo ya que esta actividad SOLO puede ser ejercida por quienes se preparan para el efecto. A lo otro llámelo como quiera, pero NO es Periodismo. Ahora bien, NO se puede separar la profesión del ciudadano, pues el Periodismo es ejercido POR y PARA los ciudadanos.

##### **¿Considera que este tipo de actividad ha tenido mayor difusión en los últimos años?**

Con ayuda de los medios digitales, sí y el auge de las redes sociales, sin duda.

##### **Los noticieros han incluido un espacio de comunidad ¿por qué Teleamazonas tiene ese espacio? ¿Qué tienen que hacer las personas para que su problema aparezca en el noticiero de comunidad?**

Se intenta dar voz a las comunidades, contrastar sus problemas con el pronunciamiento de las autoridades. OJO que subrayo la palabra CONTRASTAR porque es parte de la técnica periodística. La información que levanta el común de las personas NO pasa por este proceso.

##### **¿Qué filtros aplica el medio para responder al llamado de la comunidad?**

Todos... Contraste, equilibrio y verificación.

**¿Cree que la información compartida por ciudadanos es efectiva?**

No siempre.

**¿Cómo se planifica la elaboración del noticiero, la agenda de las noticias es diaria o semanal? ¿De qué manera jerarquizan la información para determinar que cubrir?**

Todos los días hay una reunión de planificación. Se priorizan los criterios de proximidad y temporalidad. (Lo más nuevo y lo más cercano va siempre primero)

**Las noticias de comunidad emitidas por Teleamazonas, ¿de acuerdo a los principios del periodismo cumplen con atribución y equilibrio?**

Sí.

**Haciendo un análisis del conjunto de noticieros de comunidad, ¿considera que les hace falta algo más por profundizar?**

Siempre se puede mejorar.

**¿Cómo se maneja la redacción en el noticiero? ¿Siguen alguna estructura para armar las notas periodísticas, en el sentido estético o de tiempo?**

Sí, se consideran los textos en relación al tiempo. Por ejemplo, los reportajes duran entre 1.15 y 1.30.

**¿Qué importancia tiene la microonda en el noticiero de comunidad?**

Mucha, pues permite mostrar en vivo lo que ocurre en las calles.

**¿Qué medidas tomó el medio de comunicación para comprobar que el dato de los usuarios de las plataformas digitales en el periodo marzo - mayo era veraz?**

Se contrasta y se verifica la información. Es parte esencial del trabajo.

**¿Cuáles son las ventajas y desventajas del periodismo ciudadano en redes sociales?**

Que no siempre es equilibrado, verificado o contrastado.

**¿Cuál es el proceso de verificación cómo tal? ¿cuál el proceso aplicado a la información enviada por los ciudadanos? ¿qué se hace con esa información?**

Se verifica la fuente, se contrasta con la información oficial...

**¿Cuáles son los criterios manejados por 24h y Teleamazonas para seleccionar un acontecimiento y producirlo como noticia a partir de una información enviada por un ciudadano?**

El impacto y la proximidad.

**Si bien es cierto el índice de fake news ha crecido, ¿cuál cree que sería la solución adecuada para combatir esta mala información? ¿acaso los mismos ciudadanos pueden aportar de alguna manera?**

Verificar la fuente y cortar la cadena de difusión cuando la noticia se sabe falsa.

**¿Será que el periodismo ciudadano le está quitando importancia al periodismo profesional?**

De ninguna forma. Al contrario, el auge de la información que circula por redes

sociales (mal llamado “periodismo ciudadano”) hace que la audiencia recurra a los medios tradicionales para verificar que lo que han visto u oído es cierto.

### **Entrevista a Johanna Ramos.**

#### **¿Qué es para usted el periodismo ciudadano?**

Bueno, en realidad una pregunta muy extensa porque muchas como vertientes no, de que es realmente el periodismo ciudadano, se lo puede ver en el punto en que una persona, la ciudadanía en general se empodera de lo que es la información y de esa capacidad de decir, bueno, yo también soy capaz de transmitir una noticia sin embargo no todos somos periodistas y yo si soy del grupo en el que hay que diferenciar, todos podemos transmitir algo pero nosotros, los que estamos estudiando periodismo o los que ya tienen un título somos capaces de mejorar ese mensaje para que la noticia llegue a todos de la forma correcta y que pueda ser entendida, no sé si me explica, esa es la diferencia entre los que pueden ejercer un periodismo ciudadano y los que saben cómo hacer periodismo.

#### **¿Cree que este tipo de actividades ha tenido mayor discusión en los últimos años?**

Si, porque todos tenemos un celular, todos nuestros celulares tienen cámara, entonces justamente por este dispositivo sentimos que tenemos esa capacidad de coger nuestro celular, prender la cámara y empezar a grabar y mandar esa imagen o ese video, lo que nos hace diferentes a nosotros los periodistas es que nosotros buscamos cómo investigar, bueno, esa imagen es real, de donde salió, para que salió, con qué fin salió, que es lo que exactamente quiere decir.

**¿Que tienen que hacer las personas exactamente para que su dato o reporte aparezca en el medio o en el noticiero de la comunidad?**

Por ejemplo, en el caso de Teleamazonas y la comunidad, tenemos varias vías de acceso, por ejemplo tenemos el teléfono, el número de celular, tenemos justamente por ese número el whatsapp al que nos pueden escribir, tenemos también la cuenta de instagram que también al momento en que nosotros subimos reportajes de nuestros compañeros, de los periodistas, mucha gente que empieza a escribir y dice yo tengo un problema en la alborada quinta etapa y similar, en la cuenta de Twitter, 24 horas, también nos han escrito para que accedemos a diferentes puntos de Guayaquil y podamos hacer un reportaje, generalmente nos escriben por ejemplo, en temas de denuncias, es la delincuencia, sauces 5 hay determinados robos, de determinadas personas que ya la tiene hasta identificadas y hay muchas personas también que nos ayudan con fotografías o con videos que utilizamos para los reportajes, entonces eso es como un plus que nos dan nuestros televidentes, porque no podemos estar en todos lados en todo momento.

**¿Qué filtros aplica el medio para que esa información enviada por ciudadanos, sea seleccionada?**

Esa pregunta es muy buena, si nos ha pasado y con los programas de edición ahora es muy fácil caer en estas noticias falsas, entonces lo que nosotros hacemos es que una vez que alguien nos envía una denuncia, le pedimos foto o video y el lugar exacto del problema, donde sucedió o qué es lo que está pasando, si nos envían las fotos o videos es un paso más para seleccionar la noticia, si tenemos el tiempo para ir también lo que hacemos es ir al punto, verificar que es lo que está pasando, por ejemplo, oiga, nos contaron que aquí hay muchos robos o que aquí hay un perrito encadenado o nos contaron que aquí en esta casa venden drogas, cosas así, entonces vamos al punto y verificamos ese tipo de información.

## **¿Cuál es la planificación en general para cubrir este tipo de noticias?**

Como toda noticia, dependiendo de qué tan grave sea y que tan cercana sea, por ejemplo, tenemos denuncia de robo de vehículos, es denuncia de todos los días pero si tenemos una denuncia de una casa que está a punto de caerse y que es esa casa vive una familia con 5 menores de edad vamos a esa casa que nos llama más la atención y pone el riesgo la vida de los menores o que en el sector de la entrada de la 8 están constantemente vendiendo droga por ejemplo, lo que nosotros hacemos es armar operativos porque eso nos ayuda a salir en vivo, le decimos a la policía, mire, vamos a estar en tal lugar porque los habitantes de la entrada de la 8 nos están comentando que hay mucho robo por causa de las drogas en la entrada de la 8, por favor ayúdenos con uniformados, vamos a ese punto y dependiendo de la noticia nosotros la priorizamos, ya sea por novedad, por la alerta que contenga, o por la necesidad de que es lo más urgente.

## **Haciendo un análisis en conjunto de los noticieros en comunidad ¿Considera que falta algo más por profundizar?**

No te voy a hablar de la competencia, te voy a hablar de nuestro noticiero que es 24 horas, nosotros hacemos un tipo de periodismo diferente, vamos más por investigación, esa noticia que generalmente los noticieros no la topan, nosotros nos caracterizamos por eso, por buscar más allá de la noticia, una vez alguien dijo, "las noticias se repiten todos los años. De enero a marzo son inundaciones, de marzo a abril es la etapa escolar, y hasta cierto punto es verdad, entonces nosotros nos destacamos por las investigaciones que hacemos en los hospitales, la falta de medicamentos y toda la corrupción que ahí se marcó, entonces nosotros nos enfocamos en lo que realmente la comunidad necesita, prueba de ello es que extendemos nuestro horario de noticias por ejemplo terminamos a las 8:30 pero ahora a las 9, porque la comunidad necesita más información.



**Durante la época de crisis más fuerte de covid-19 (marzo – mayo del 2020) ¿de qué forma influyo que CNN haya hecho eco de la situación de pandemia en Guayaquil, para posterior hacer de este hecho una noticia? ¿cuál fue su primera reacción ante ese contenido?**

Nos abrió un poco los ojos porque era la forma en cómo el mundo estaba viéndonos, como el mundo estaba comunicando lo que estaba pasando en Guayaquil, eran estas noticias que muchas de ellas decían que estaban quemando cuerpos en las calles porque no había cómo llevarlos, muchas de estas noticias y más aún en los meses que ya mencionaste, marzo y mayo, fueron las más difíciles creo que el principal problema más allá del miedo fue la desinformación y la cantidad de noticias falsas que se dieron para asustar mucho más a la gente, pero yo creo que a pesar de esto la gente se volcó a los medios tradicionales en este caso la televisión y el periódico para buscar noticias reales.

**¿Cuáles fueron las medidas para comprobar que estos datos que se transmitían en redes sociales eran verídicos?**

Bueno, incluso la corresponsal de CNN fue compañera de nosotros en Teleamazonas, entonces nosotros ya sabemos cómo trabaja ella, y teníamos algo en común, la verificación de la noticias era y es muy importante, entonces cada vez que nos llegaban videos o audios de personas pidiendo ayuda, decían que tenían a su familiar por más de 5 días que había fallecido dentro de su casa, entonces lo que nosotros hacíamos era comprobar que esto era así, que el videos realmente corresponde a Ecuador, que los féretros que estaban en fila eran del cementerio Ángel María canal del suburbio, si los contenedores que estaban afuera de tal hospital eran realmente del hospital Carlos Teodoro Maldonado Carbo, como periodistas tuvimos muchas barreras para confirmar esto, porque más allá del momento difícil y que las autoridades, como todos, o no sabemos cómo enfrentarnos a esta pandemia, hubo mucha barrera para informarse, entonces no se obtuvo la información precisa en el momento adecuado por parte del gobierno, al punto d que por ejemplo, hubo 5, 6 ministros de salud.

**Al tener esa información ¿Qué fue lo primero que usted hizo para poder verificar, contrastar esa información y que noticiero 24 horas lo pueda transmitir?**

Por ejemplo, siendo puntual, nos llegó una foto de la morgue del hospital Teodoro Maldonado Carbo, con cuerpos en funda, todo colapsado, lo primero que hacemos es verificar cómo es la morgue, con testimonios, toma, conocidos, fuente, médico que nos pueda confirmar si es la morgue, y si nos confirma ya tenemos a alguien dentro del hospital que nos confirma que es el lugar, entonces de esa manera vamos desmenuzando la información que nos llega.

**¿Cuáles son los criterios manejados por 24 horas para seleccionar un acontecimiento y producirlo como noticia a partir de una información enviada por un ciudadano?**

La veracidad y la forma en que se lo envía, por ejemplo, una persona nos envía una foto al número de whatsapp que tenemos de 24 horas en la comunidad, y lo que nosotros hacemos es ver que tan grande es el problema, por ejemplo si es un tema de contaminación por aguas servidas, podemos ir a ver, que tanto contamina, si perjudica a un barrio, un sector, se ha comunicado a las autoridades, resulta que ese desfogue de aguas servidas fue hecho con presupuesto de 10 millones de dólares del municipio de guayaquil, se va haciendo más grande y eso depende si lo ponemos en el segundo bloque o primero para que abra el noticiero.

**¿Ustedes tienen reuniones frecuentes para transmitir la información?**

Todos los días, antes de llegar a trabajar, nosotros nos reunimos, hacemos la planificación de los temas, para nacional, comunidad y los reporteros salimos a hacer nuestras coberturas, hay ocasiones en los que podemos trabajar en temas por más días, es decir, hoy miércoles, quiero que trabajes en un tema de investigación para el próximo viernes, entonces tienes un poco más de tiempo para irlo trabajando, buscar las entrevistas, pero lo que hacemos es en

la mañana, 8 am hasta 9 am nosotros estamos en reunión y nos delegan los temas, nosotros proponemos temas y al finalizar el noticiero, en este caso el noticiero de la comunidad que se acaba a las 9 am y el segundo hasta las 2 pm, nos volvemos a reunir y decimos, ok, para mañana o siguiente noticiero, necesito que cambies o agregues algo más al reportaje o busques otra entrevista.

**Cuando adquieren información por medio de whatsapp, redes sociales, correo electrónico ¿Cuanta información reciben a diario?**

No manejo esos canales de información, pero a veces nos escriben a los correos electrónicos, celular personal, cuenta personal de redes sociales, twitter o instagram y nos dicen que investiguemos la venta de drogas, en mi caso particular yo estoy enfocado a lo nacional, entonces no es tanto comunidad, sin embargo, todos hacemos comunidad en algún momento, en mi caso por lo menos unas 2-3 denuncias al día.

**Las Fake news han crecido de una forma increíble, sobre todo en época de pandemia, ¿Cuál sería la solución para poder combatir esta mala información? ¿Cree que los mismos ciudadanos pueden aportar de alguna manera para poder cambiar esto?**

Por supuesto, y lo que te decía, las noticias falsas fueron el principal problema, más allá del miedo que nos afectó durante los meses más duros de la pandemia porque uno no conocía a lo que realmente nos estamos enfrentando y creo que todavía no lo terminamos de conocer y a esto le sumas estos mensajes de miedo que nos llegaban, la típica, el hermano de la prima de mi amiga del vecino tiene un cuñado que trabaja en el gobierno y resulta que no nos quieren decir todo pero coronavirus nos va a matar , cosas así nos llegaban a whatsapp todos los días no, o la mamá del hermano de mi amigo trabaja en la policía y va a haber toque de queda todos los días y no va a salir a comprar comida o las fotos trucadas que nos llegaban de diferente forma, como nosotros las verificaremos, bueno eso ya te comenté pero como la gente podría verificar si esta noticia es falsa, eso depende de cada uno por

que siempre se les dice, infórmese por los canales oficiales, infórmese a través de los medios de comunicación pero hay muchas personas que creen más al mensaje que les llega por whatsapp y que incluso sale reenviado muchas veces y que es una señal de que es un mensaje falso, cualquier mensaje que llegue reenviado muchas veces el 80% es falso, hay gente que cree más a esos mensajes de whatsapp o incluso a lo que dice un ministro.

**¿Usted cree que el periodismo ciudadano está quitando importancia al periodismo profesional?**

No lo creo, porque el periodismo profesional es una institución, es verdad que un título no te hace periodista, pero si te da los mecanismos y las herramientas para transmitir mejor el mensaje y eso es lo que nosotros estudiamos, cómo llevar el mensaje de la mejor manera.

## CAPÍTULO IV

### 4. INTERPRETACIÓN

#### 4.1. Interpretación de resultados

En este capítulo abordaremos en detalle, los resultados que hemos obtenido en base a las herramientas empleadas a lo largo de este proyecto, con la finalidad de comprender que tan necesaria es la información que la ciudadanía crea, difunde y comparte en redes sociales. Así mismo el tipo de contenido que la población ecuatoriana emite en plataformas digitales y el nivel de responsabilidad que implica emitir dicha información.

Para la ejecución de este análisis, se consideró la opinión directa de 4 periodistas nacionales, Johanna Ramos, Carlos Sacoto de Teleamazonas, Henry Dueñas y Diego Cuenca de Ecuavisa.

Al hablar de periodismo ciudadano, Henry Dueñas, periodista de Ecuavisa argumenta que el periodismo ciudadano es el que se ejerce en base a la responsabilidad, donde una comunidad o la autoridad necesita conocer de los problemas que se están enfrentando. Así mismo Diego Cuenca, del mismo medio, menciona que es contar lo que sucede en cada rincón de la ciudad, o del país. No obstante, hace referencia a las nuevas plataformas y dispositivos móviles, acotando de forma textual que, las personas se han convertido en una especie de periodistas ciudadanos porque a través de sus teléfonos, ellos pueden tomar fotos, videos, de algunos hechos, que son de connotación local o nacional, entonces nos ha ayudado mucho a nosotros los periodistas.

Contrario a Carlos Sacoto, periodista de Teleamazonas, quien menciona de forma impera, que entiende de lo que se trata el periodismo ciudadano, no obstante, rechaza que en las aulas de clases se conceptualice al periodismo ciudadano como aquella actividad de levantamiento de información hecha por el común de las personas, como videos y fotos captados con el celular. Él acota que el periodismo SOLO puede ser ejercida por quienes se preparan

para el efecto.

Johanna Ramos, de Teleamazonas dice que la ciudadanía se empodera de la información y de la capacidad de transmitir, pero, aunque todos podemos transmitir algo, el periodista es capaz de mejorar el mensaje, para que la noticia llegue de forma correcta.

El estudio desarrollado inicia, desde que un ciudadano, en la comodidad de su hogar, lugar de trabajo, entre otros, emite contenido para sentirse informador directo de sucesos que capten la atención de más personas dentro de su entorno. Esto mediante sus redes sociales personales, hasta compartir, o mencionar a medios de comunicación, ya sean televisivos, prensa escrita o radio, mismos que pertenecen al servicio de la comunidad.

Tras enviar esta información, la ciudadanía empieza a formar parte de los medios. Esta información que los medios tradicionales de comunicación reciben, atraviesan filtros, donde se verifica y contrasta los datos adquiridos y se comprueban si los datos corresponden a fuentes fidedignas. No basta con solo un video o una imagen, los periodistas de cada medio, son los responsables de investigar y analizar los hechos que comparten los ciudadanos.

Durante el análisis de las categorías y herramientas empleadas, nos pudimos dar cuenta que en el periodo de confinamiento por Covid-19 las personas emitieron mayor información en sus plataformas, pues el hecho de permanecer bajo un toque de queda, permitió que las personas difundan con más frecuencia la situación de sus alrededores.

Entre los casos con mayor difusión en el periodo marzo, abril y mayo del 2020, fue: La quema de cadáveres en las calles de Guayaquil” “El sistema de salud colapsado por covid-19 y los sobrepagos en insumos médicos en hospitales y distritos de salud en el país.

Cada uno de estos 3 casos mencionados y abordados en este proyecto, mantuvo una historia que la ciudadanía pretendía compartir por medio de sus

cuentas de Twitter o Facebook, con la finalidad de captar atención y que las autoridades correspondientes acudan a su llamado.

Nos dimos cuenta que en el caso de “quema de cadáveres” la población manejó la situación de coronavirus en diferentes facetas, es decir:

Una parte de la población empezó a difundir contenido considerado catastrófico, con imágenes y videos de personas muertas en las calles, habitantes que sacaban a sus familiares fallecidos a las aceras para que los transportes de criminalística los recoja, así mismo se divulgó mucho la frase “quema de muertos”. Todo este círculo casi apocalíptico que se decía de Guayaquil fue desgarrador para Ecuador y países que al ver estas imágenes mostraban su apoyo, sin embargo, cadenas aliadas como CNN tomaron en consideración la situación crítica que las personas en redes sociales manifestaban.

Mientras tanto, en Ecuador, Teleamazonas tomó la iniciativa y junto a sus periodistas se dedicó a investigar a ciertas personas que difundieron estos datos en redes sociales, para conocer la verdadera situación que estaban atravesando. Dayanna Monroy periodista de 24Horas entrevistó a 3 familias que sus vecinos mencionaron que tras el desespero quemaron a sus parientes fallecidos en las vías públicas.

Datos que fueron negados por los mismos familiares, cada uno concuerda que se quemó llantas, basura, y demás objetos con el fin de llamar atención y que puedan recoger los cadáveres de sus sectores, mas no quemaron a los cadáveres que se decía en redes sociales. De esta forma se comprobó que no existió tal acto, más bien se trataba de la difusión de noticias falsas.

En este tipo de situación donde los medios de Ecuador, emitían información del estado en que se encontraba el país, CNN tomó varios hechos de redes sociales como verdadera, la población no tenía un panorama claro.

A lo que Diego Cuenca, periodista de Ecuavisa menciona que ellos no esperaban que CNN difundiera la situación del país para generar noticia, sin embargo, considera que no haya influido la información del medio

internacional con la información que se emite en Ecuador.

Por otro lado, Carlos Sacoto, periodista de Teleamazonas, argumenta que para combatir con fake news es necesaria la verificación de la fuente, para poder cortar la cadena de difusión cuando la noticia se sabe que es falsa.



## 5. CONCLUSIONES

Durante una profunda investigación en la que se desarrolló un análisis exhaustivo durante varios meses, con la finalidad de comprender cual es la importancia del periodismo ciudadano para los medios tradicionales de comunicación, se utilizaron varias herramientas como: monitoreo con categorización y subcategorización de datos. En esta herramienta se analizó 10 noticias de diferentes medios de comunicación (Teleamazonas – Ecuavisa - CNN).

Después del análisis, realizamos entrevistas a periodistas de comunidad de 24Horas (Johanna Ramos, Carlos Sacoto) y Televistazo (Diego Cuenca, Henry Dueñas) para mejor entendimiento y discernimiento de información obtenida por parte de la ciudadanía, desde sus redes sociales hasta la verificación de cada uno de los medios de comunicación para transformarla en noticia.

Tras todo el análisis, hemos llegado a las siguientes conclusiones:

- Los medios de comunicación tradicionales se han ido innovando y han migrado a nuevas plataformas digitales que la sociedad hoy en día requiere.
- La mayoría de la población intenta ser parte de la creación y emisión del contenido, ya no busca ser simplemente el receptor de información. Esto gracias a los nuevos recursos tecnológicos que han ido favoreciendo a la comunicación.
- La información enviada por los ciudadanos es una conexión directa para ayudar y solucionar problemas a la población.
- Los contenidos difundidos por ciudadanos a través de redes sociales, pueden ser un arma de doble filo, ya que puede estar manipulada y posea datos erróneos a la veracidad. Es decir, no toda información que conste en internet es fidedigna.
- Los medios de comunicación atraviesan por filtros los datos, imágenes, o videos compartidos/difundidos en redes sociales.

Estos filtros involucran la verificación de fuentes, contraste, equilibrio y contribución de hechos que la ciudadanía envía a los medios y posterior transformarla en noticia.

- En medio de las imágenes, videos y textos que la ciudadanía emite en sus cuentas digitales personales, puede existir una información falsa, para lo cual siempre es necesario acudir a fuentes oficiales y verificar que el contenido sea real.
- Toda noticia transmitida por Teleamazonas y Ecuavisa ha sido verificada con el fin de que la audiencia no pierda credibilidad de lo emitido en los informativos diarios.
- Durante la época de crisis, y conflictos existe mayor difusión de noticias falsas. La ciudadanía debe revisar cuentas y plataformas oficiales para cerciorarse que la información sea legítima.
- Mediante las entrevistas realizadas, se confirmó que los medios digitales deben ser utilizados con responsabilidad, mantener un lenguaje claro, preciso y directo.

## 6. RECOMENDACIONES

Al término de este proyecto investigativo es necesario manifestar ciertas recomendaciones para futuros estudios ante el tema de este desarrollado.

- Tras la investigación efectuada, se considera que dentro de las instituciones académicas se realicen cursos, ya sea de forma presencial o virtual. Con la intención que la ciudadanía desde temprana edad identifique información verídica, y no caiga en noticias manipuladas. De esta forma se puede ayudar a disminuir la propagación de noticias falsas.
- Así mismo, y de manera necesaria, considero que, en redes sociales, las plataformas sancionen o rechazar informaciones falsas. Por ejemplo, la plataforma Facebook debería tener una opción donde los usuarios seleccionen informaciones falsas, para de esa forma frenar el consumo de fake news.
- Se sugiere la incrementación de campañas para el manejo responsable de plataformas digitales. De igual forma fomentar el buen uso de lenguaje en las plataformas. Esto para que la ciudadanía pueda respetar y verificar el contenido que desea publicar, o compartir dentro de sus cuentas personales, así mismo si requiere asistencia por parte de medios de comunicación, ante algún problema.
- Instruir a la población, sobre la importancia de verificar noticias en fuentes oficiales y de credibilidad. Incluyendo a la construcción detallada de noticias, bajo las características y principios de la noticiabilidad.
- Si bien es cierto las herramientas tecnológicas han ayudado a la audiencia, sin embargo, también apelo a la enseñanza por medio de un espacio dirigido hacia la población, para que se esa forma la ciudadanía respete y mantenga los parámetros y los códigos deontológicos de la profesión periodística.

## 7. REFERENCIAS

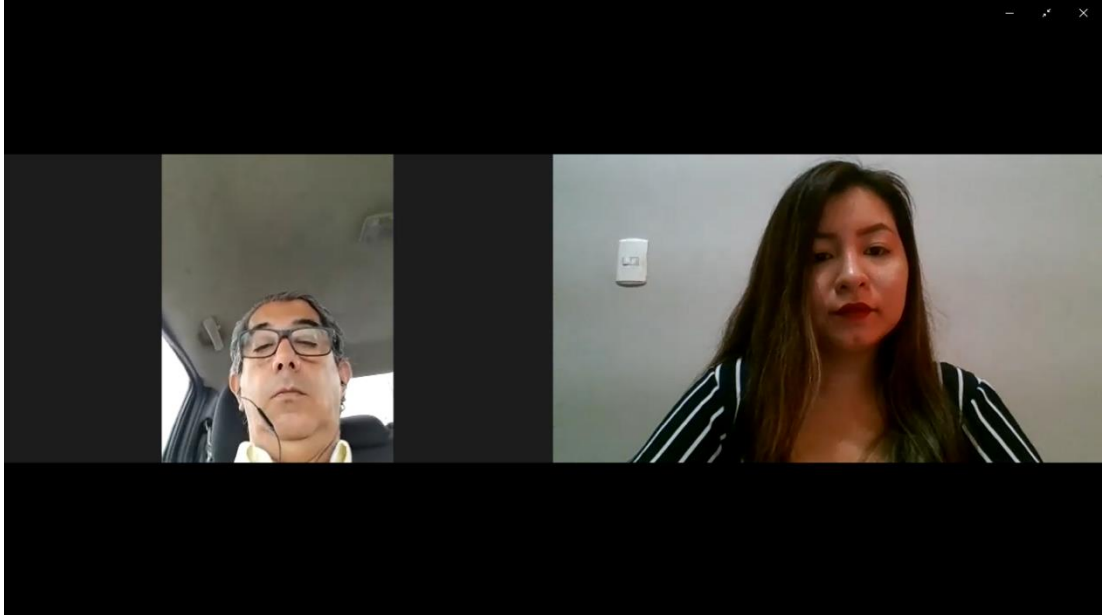
- Abad, G. (2013). Medios, periodismo y responsabilidad social. *Chasqui*.
- Abad, G. (2013). Medios, periodismo y responsabilidad social.
- AGIJINAGA, E. D. (1998). ¿información veraz? . Madrid .
- Amado, A., Etkin, E., & Baez, L. (2019). La información como herramienta de participación ciudadana . Buenos Aires .
- Amaral, L. (1997). Jornalismo.
- Benavides y Quintero, citado por Chapín y Montoya. (s.f.). *Mirada UCSG*.  
Obtenido de Mirada UCSG: <https://miradaucsg.wordpress.com/>
- Benavides y Quintero, citado por MiradaUCSG, párrafo 9. (s.f.). *Mirada UCSG*. Obtenido de Mirada UCSG:  
<https://miradaucsg.wordpress.com/>
- Berelson Bernard, c. p. (2013). El análisis de contenido como herramienta de utilidad para la realización de una investigación. *Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal*.
- Berger, P., & Luckmann, T. (2001). Construcción Social, Globalización y Comunicación. En P. B. Luckmann, *Construcción Social, Globalización y Comunicación*. Buenos Aires.
- Borja, K. (2010). *Análisis de la jerarquización de las noticias en función de los criterios de noticiabilidad y las rutinas productivas*. Guayaquil.
- CALDUCH, R. (1993). Dinámica de la sociedad internacional. En R. CALDUCH, *La información y propaganda internacionales* (págs. 3-13). MADRID: CEURA.
- Carvajal, J. (2015). *Mirada UCSG*. Obtenido de <https://miradaucsg.wordpress.com/reglas-del-juego/>
- Carvajal, J. (2015). *Mirada UCSG*. <https://miradaucsg.wordpress.com/reglas-del-juego/>.
- Cesareo, G. (1986). *Es noticia*. España.
- CHANG, Y.-j. (2006). *Periodismociudadano.com*. Obtenido de [Periodismociudadano.com](http://Periodismociudadano.com).
- Christine Hine. (2000). En *Etnografía virtual, un acercamiento al método y a sus aplicaciones*.
- Christine Hine, citado por Flores. (2004). Etnografía Virtual. En C. Hine, *Etnografía Virtual*. Obtenido de 2000
- Cimadevilla, G. (2003). Agenda ambiental y rutinas noticiosas. En G. Cimadevilla, *Agenda ambiental y rutinas noticiosas*.

- Ciudadanos - Imagen transmitida por Telemundo, t. d. (02 de abril de 2020). Imagen transmitida por Telemundo, tomada de redes sociales. Estados Unidos.
- Cortez, C., & Isaza, L. (2017). Noticias falsas en internet: La estrategia para combatir la desinformación.
- dle.rae.es. (s.f.). *dle.rae.es*. Obtenido de REAL ACADEMIA DE LA LENGUA
- Dominguez, D. (2007). *SOBRE LA INTENCIÓN DE LA ETNOGRAFÍA VIRTUAL*. Salamanca.
- Egerique, T. (2009). El ciudadano como informador y sus consecuencias en la era digital. *REDMARKA. Revista Digital de Marketing Aplicado*, 18.
- Garcia, A. (2007). *Aproximaciones al periodismo digital*. Madrid.
- García, X. L., Toural, C., & Fariña, X. P. (2015). *LAS REDES SOCIALES COMO CANAL DE GESTIÓN DE LA INTERACTIVIDAD EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN*. Zaragoza.
- Gomez Morales, B. M. (2014). La imagen del periodista y el sensacionalismo en la ficción televisiva. Barcelona.
- Gomis, L. (1991). *Teoría del Periodismo*. Mexico: Paidós.
- Gomis, L. (1991). Teoría del periodismo . En L. Gomis. Barcelona .
- González, L. (2013). La producción de noticias ambientales en la prensa local argentina. En *La producción de noticias ambientales en la prensa local argentina*. Monterey: Global Media Journal.
- Guber, 2016. citado por Ruiz y Aguilar 2015. (2016). *Etnografía virtual, un acercamiento al método y a sus aplicaciones*. Buenos Aires.
- Guiomar Salvat Martinrey, P. P. (2007). ¿Es esto es periodismo ciudadano?
- Guiomar Salvat Martinrey, P. P. (2007). ¿Es esto periodismo, ciudadano? Madrid.
- Herrero-Curiel, E. (2011). *EL PERIODISMO EN EL SIGLO DE LAS REDES SOCIALES*. Madrid, España.
- Herrero-curtiel, E. (2011). El periodismo en el siglo de las redes sociales. Madrid, España.
- Hodgins citado por Fraser, 1979, 17. (s.f.). Periodismo es llevar información de aquí para allá, con precisión y perspicacia y rapidez, en forma tal de respete la verdad y lo justo de las cosas. *Revista Time*.
- José Antonio Tinto. (2013). El análisis de contenido como método de investigación. *Revista de educación*.

- Martini, S. (2000). PERIODISMO, NOTICIA Y NOTICIABILIDAD. En S. Martini, *Periodismo, Noticia y Noticiabilidad*. BUENOS AIRES.
- MARTINI, S. (2000). PERIODISMO, NOTICIA Y NOTICIABILIDAD. BUENOS AIRES.
- MARTINI, S. (s.f.). Periodismo, noticia y noticiabilidad. En S. MARTINI, *Periodismo, noticia y noticiabilidad*. Buenos Aires.
- Mayoral, S. (2005). *Fuentes de información y credibilidad periodística*. Madrid.
- McNair, B. (1998). La sociología del periodismo. 4.
- Nic Newman, R. F. (2020). *Digital News Report* . OXFORD.
- Oliveira, F. P. (2009). Teorías del Periodismo. En F. P. Oliveira. Mexico.
- Pena, F. (2009). Teoría del periodismo. Mexico D.F: Alfaomega Grupo.
- Quintero, Benavides, citado por Mirada UCSG. Párrafo 6. (s.f.). *MiradaUCSG*. Obtenido de MiradaUCSG: <https://miradaucsg.wordpress.com/>
- Reigosa, C. G. (2007). La actualidad contra el periodismo. *La actualidad contra el periodismo*, 9.
- Rodriguez, L. M. (2013). Hacia un estado de la cuestión de las investigaciones sobre desinformación. En L. M. RODRIGUEZ.
- Rodriguez, R. (2017). Historia y Comunicación Social. En R. Rodriguez, *Historia y Comunicación Social*. Navarra.
- Santander, P. (2004). El acceso de los ciudadanos a las noticias de la televisión: la construcción de un tercero discursivo. Valparaíso .
- Santander, P. (2004). El acceso de los ciudadanos a las noticias de la televisión: la construcción de un tercero discursivo. Valparaíso .
- Warren, C. (1979). *GÉNEROS PERIODÍSTICOS INFORMATIVOS. NUEVA ENCICLOPEDIA DE LA NOTICIA*. Barcelona : A.T.E.
- Wolf, M. (1987). La investigación de la comunicación de masas. En M. Wolf, *La investigación de la comunicación de masas*.
- Wolf, M. (2004). Desarrollos Teóricos en la communication research. En M. Wolf, *Desarrollos Teóricos en la communication research* (pág. 6).

## 8. ANEXOS

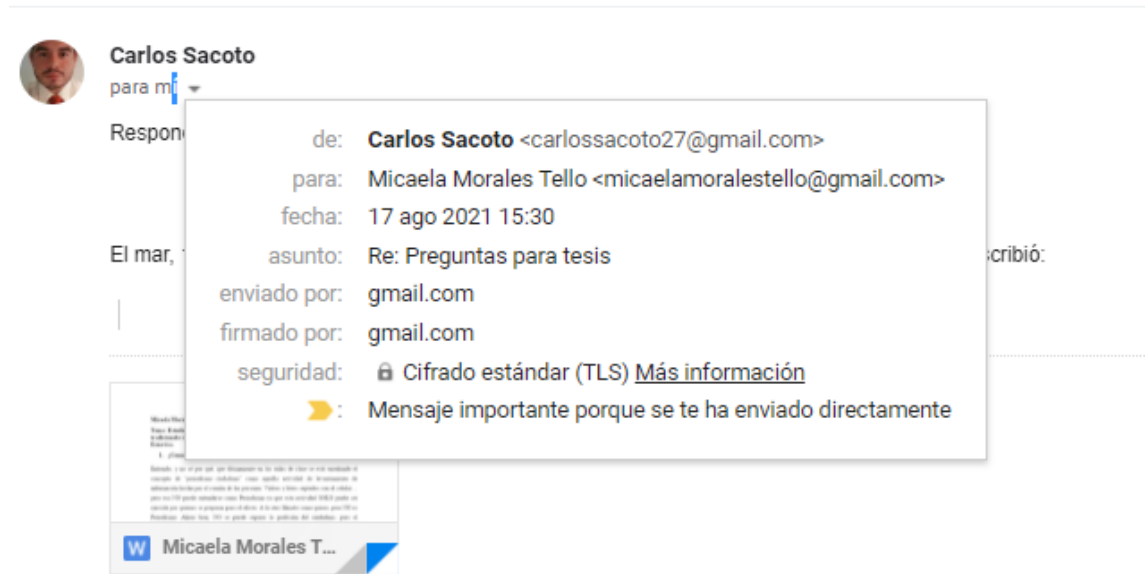
### Entrevista a Henry Dueñas de Ecuavisa



### Entrevista a Diego Cuenca de Ecuavisa



## Entrevista a Carlos Sacoto



## Entrevista a Johanna Ramos de Teamazonas.







## DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, **Morales Tello, Brigitte Micaela**, con C.C: # 0921791521 autor/a del trabajo de titulación: Estudio sobre la importancia del Periodismo Ciudadano para los medios tradicionales de comunicación. Casos: Televistazo de Ecuavisa y 24Horas de Teleamazonas, previo a la obtención del título de Licenciada en Comunicación Social en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de titulación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de titulación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Guayaquil, 15 de septiembre de 2021

**Morales Tello, Brigitte Micaela**

**C.C.0921791521**



<b>REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA</b>			
<b>FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE TITULACIÓN</b>			
<b>TEMA Y SUBTEMA:</b>	Estudio sobre la importancia del Periodismo Ciudadano para los medios tradicionales de comunicación. Casos: Televistazo de Ecuavisa y 24Horas de Teleamazonas		
<b>AUTOR(ES)</b>	Morales Tello, Brigitte Micaela		
<b>REVISOR(ES)/TUTOR(ES)</b>	Chiriboga Albán, Héctor Aurelio		
<b>INSTITUCIÓN:</b>	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil		
<b>FACULTAD:</b>	Facultad de Filosofía, Letras y Ciencias de la Educación		
<b>CARRERA:</b>	Carrera de Comunicación Social		
<b>TITULO OBTENIDO:</b>	Licenciada en Comunicación Social		
<b>FECHA DE PUBLICACIÓN:</b>	15 de septiembre de 2021	<b>No. DE PÁGINAS:</b>	118
<b>ÁREAS TEMÁTICAS:</b>	Periodismo ciudadano, Comunicación digital.		
<b>PALABRAS CLAVES/ KEYWORDS:</b>	Periodismo ciudadano, plataformas digitales, evolución del periodismo, responsabilidad, noticiabilidad, infoentretenimiento		
<b>RESUMEN/ABSTRACT (150-250 palabras):</b>			
<p>En los últimos años las plataformas digitales han transformado a la sociedad debido a los recursos tecnológicos y la inmediatez con que las personas logran comunicarse. Medios de comunicación tradicionales como televisión, radio y prensa escrita se han visto en la obligación de migrar a nuevos soportes comunicacionales, donde los individuos ya no solo receptan la información, sino que también interactúan; ya no basta con difundir la información por los tradicionales medios, como televisión y prensa, si no que el sujeto intenta tomar protagonismo siendo él el que indaga sobre hechos cercanos a su alrededor para poder difundir su contenido en los medios de comunicación. Dentro de esta investigación nos adentramos en lo que los medios tradicionales, particularmente la televisión, hacen con la información dada por los ciudadanos. En este sentido el trabajo describe el tratamiento que se le da a esa información en dos medios televisivos de alcance nacional, para en lo posterior transmitirla en segmentos dedicados al periodismo de comunidad. Para realizar este trabajo hemos investigado sobre la evolución de la noción de periodismo ciudadano, sus expresiones locales, así como las maneras como se integra en la práctica del periodismo televisivo nacional.</p>			
<b>ADJUNTO PDF:</b>	SI <input checked="" type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>	
<b>CONTACTO CON AUTOR/ES:</b>	Teléfono: +593995930025	E-mail: micalamoralestello@gmail.com	
<b>CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN (COORDINADOR DEL PROCESO UTE):</b>	Nombre: León Molina, María Auxiliadora		
	Teléfono: +593-42209210		
	E-mail: maría.leon10@cu.ucsg.edu.ec		
<b>SECCIÓN PARA USO DE BIBLIOTECA</b>			
<b>Nº. DE REGISTRO (en base a datos):</b>			
<b>Nº. DE CLASIFICACIÓN:</b>			
<b>DIRECCIÓN URL (tesis en la web):</b>			