



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
SISTEMA DE POSGRADO  
MAESTRÍA EN PERIODISMO Y GESTIÓN DE COMUNICACIÓN**

**TÍTULO:**

Análisis sobre las narrativas de la información y la opinión del diario digital Ecuador en Directo, su evolución como medio alternativo y la subsistencia del negocio digital

**AUTOR:**

Lcdo. Gustavo Jesús Jiménez Córdova

**Previo a la obtención del Grado Académico de:**

**MAGÍSTER EN PERIODISMO Y GESTIÓN EN  
COMUNICACIÓN**

**TUTORA:**

Dra. Irene Trelles Rodríguez

**Guayaquil, 28 noviembre de 2023**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**SISTEMA DE POSGRADO  
MAESTRÍA EN PERIODISMO Y GESTIÓN DE COMUNICACIÓN**

**CERTIFICACIÓN**

Certificamos que el presente trabajo fue realizado en su totalidad por el Lcdo. Gustavo Jimenez, como requerimiento parcial para la obtención del Grado Académico de Magíster en Periodismo y Gestión de Comunicación.

**TUTORA:**

---

**Dra. Irene Trelles Rodríguez**

**OPONENTE:**

---

**Dra. Paola Ulloa**

**DIRECTORA DEL PROGRAMA**

---

**Dra. Irene Trelles Rodríguez**

**Guayaquil, 2023**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**SISTEMA DE POSGRADO  
MAESTRÍA EN PERIODISMO Y GESTIÓN DE COMUNICACIÓN**

**DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD**

**Yo, Gustavo Jesús Jiménez Córdova**

**DECLARO QUE:**

El Trabajo de Titulación “**Análisis sobre las narrativas de la información y la opinión del diario digital Ecuador en Directo, su evolución como medio alternativo y la subsistencia del negocio digital**”, previo a la obtención del Grado Académico de **Magister en Periodismo y Gestión de Comunicación**, se ha desarrollado en base a la investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros conforme a las citas que constan al pie de las páginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la biografía. Consecuentemente este trabajo es de mi vital autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance científico del proyecto de investigación del Grado Académico en mención.

Guayaquil, 28 de noviembre de 2023

**AUTOR:**

---

**Lcdo. Gustavo Jesús Jiménez Córdova**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**SISTEMA DE POSGRADO  
MAESTRÍA EN PERIODISMO Y GESTIÓN DE COMUNICACIÓN**

**AUTORIZACIÓN**

Yo, Gustavo Jesús Jiménez Córdova, autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la publicación en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación **“Análisis sobre las narrativas de la información y la opinión del diario digital Ecuador en Directo, su evolución como medio alternativo y la subsistencia del negocio digital”**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, 28 de noviembre de 2023

**AUTOR:**

---

**Lcdo. Gustavo Jesús Jiménez Córdova**




# UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

## SISTEMA DE POSGRADO

### MAESTRÍA EN PERIODISMO Y GESTIÓN DE COMUNICACIÓN

#### INFORME DE ANTIPLAGIO

 INFORME DE ANÁLISIS  
magister

### TT Gustavo Jiménez 20 nov 2023

**< 1%**  
Textos sospechosos

**< 1%** Similitudes  
0% similitudes entre comillas  
**< 1%** Idioma no reconocido  
0% Textos potencialmente generados por la IA

Nombre del documento: TT Gustavo Jiménez 20 nov 2023.docx  
ID del documento: beb30ec2dc516503a80cGaa3eda7b5988de4bf1e  
Tamaño del documento original: 7.96 MB


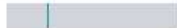
Depositante: Irene Trelles Rodríguez  
Fecha de depósito: 20/11/2023  
Tipo de carga: interface  
fecha de fin de análisis: 20/11/2023

Número de palabras: 25.847  
Número de caracteres: 167.059

Ubicación de las similitudes en el documento:

☰ Fuentes de similitudes

Fuente principal detectada

Nº	Descripciones	Similitudes	Ubicaciones	Datos adicionales
1	 <a href="http://dspace.utb.edu.ec">dspace.utb.edu.ec</a>   FAKE NEWS DIGITALES Y SU EFECTO EN LA COMUNICACIÓN CL... <small>http://dspace.utb.edu.ec/handle/49000/13487</small>	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (39 palabras)

**TUTORA:**

---

**Dra. Irene Trelles Rodríguez**

## **DEDICATORIA**

Dedico este trabajo a mi amada esposa Nuvia Gaspar Bravo, eterna inspiradora de mi vida, muchas gracias por tu amor y apoyo.

A mis queridos hijos; Steven, Evelyn y Gustavo, siempre están presentes en mi mente y corazón.

*Gustavo Jiménez*

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco al creador y padre de todo, por el que me muevo y existo, a Dios, gracias por fortalecerme en la prueba y nunca dejarme solo.

Extiendo mi agradecimiento a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil y al Sistema de Posgrado por permitirme formar académicamente en esta prestigiosa institución.

*Gustavo Jiménez*

# Índice

Introducción.....	1
Justificación.....	3
Interrogante científica .....	4
Preguntas de investigación.....	4
Objetivo general: .....	4
Objetivos específicos.....	4
Tipos de investigación por su alcance .....	5
Enfoque metodológico.....	5
Estructura del trabajo de titulación.....	6
CAPÍTULO I.....	7
MARCO TEÓRICO .....	7
Antecedentes de la investigación.....	7
Fundamentación teórica.....	9
Comunicación social y periodismo.....	9
El periodismo en el Ecuador.....	11
La comunicación digital .....	13
Medios digitales de comunicación .....	14
El periodismo digital en el Ecuador .....	16
Las redes sociales como medios de comunicación .....	17
Las fake news, desinformación y posverdad.....	18
Los medios digitales y su influencia en la opinión pública.....	20
Las narrativas de la información periodísticas en la era digital .....	22
Narrativas transmedia.....	23
Periodismo de datos .....	23
Narrativa multimedia .....	24
Periodismo móvil .....	24
Periodismo ciudadano .....	25
Economía y subsistencia de los medios digitales de comunicación .....	25
CAPÍTULO II.....	27
DISEÑO METODOLÓGICO .....	27
Hipótesis de la investigación .....	27
Categoría de análisis .....	28
Conceptualización de la categoría.....	28
Operacionalización de las categorías de análisis .....	29
Diseño de investigación .....	30



Enfoque de investigación .....	30
Enfoque cualitativo.....	30
Tipo de investigación .....	31
Alcance de la investigación.....	31
Alcance descriptivo .....	31
Alcance explicativo.....	32
Métodos de investigación.....	32
Estudio de caso .....	32
Casos centrados en el estudio de descripciones.....	32
Historia oral crítica.....	33
Técnicas de investigación .....	34
Observación participante.....	34
Entrevista.....	34
Instrumentos de recolección de datos.....	35
Ficha de observación.....	35
Guía de preguntas .....	35
Población.....	36
Muestra.....	36
CAPÍTULO III.....	38
ANÁLISIS DE RESULTADOS .....	38
Descripción del objeto de estudio .....	38
Redes Sociales.....	42
Análisis de resultados.....	44
Indicador 1.1. Propósitos de la creación del medio .....	44
—¿Entonces con qué propósito fue creado Ecuador en Directo? .....	45
1.2. Rutinas productivas diferentes.....	46
—¿Pero a qué nos referimos cuando hablamos de no hacer lo mismo que los medios tradicionales o hacer lo que ellos no realizan? .....	46
1.3. inicio y posicionamiento de Ecuador en Directo.....	48
1.4. Evolución histórica del medio.....	49
—¿Podría ofrecer una visión general de la evolución histórica de este medio digital de comunicación? .....	49
Categoría 2. Narrativas de la información y opinión.....	52
Indicador 2.1. Identificación de las narrativas de información y opinión en el periodismo digital .....	52
—¿pueden dar algunos ejemplos del uso de estas nuevas narrativas en este medio? .....	53
2.2. Línea periodística y de opinión .....	54
—En relación con la opinión, ¿cómo influyen estas narrativas? .....	54

Los Especialistas: un espacio de opinión política y análisis .....	56
2.3. Análisis de las narrativas de la información .....	58
—¿Cuáles son los principios editoriales o directrices que este medio sigue para establecer su línea de opinión e información?.....	58
2.4 Rol de los medios digitales y Ecuador en Directo en el contexto actual.....	59
—¿Cómo definirían el rol que cumplen los medios digitales y Ecuador en Directo en el panorama político complejo que atraviesa el país?.....	60
Categoría 3. Comunicación Digital y Medios de Comunicación .....	61
3.1. Análisis de su modelo de negocio y subsistencia económica .....	61
3.2. Uso de nuevas tecnologías y convergencia de medios .....	64
3.3 Perspectivas futuras.....	67
—¿Qué esperar de Ecuador en Directo?.....	68
Conclusiones .....	70
Recomendaciones .....	72
Bibliografía .....	73
ANEXOS.....	79
Evidencias fotográficas de las entrevistas con el personal de Ecuador en Directo	79

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1.</b> <i>Operacionalización de las categorías de análisis.....</i>	29
<b>Tabla 2.</b> <i>Muestra seleccionada para la investigación.....</i>	37
<b>Tabla 3.</b> <i>Muestra seleccionada para la investigación.....</i>	37
<b>Tabla 4.</b> <i>Redes sociales de Ecuador en Directo.....</i>	38

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

<b>Gráfico 1.</b> <i>Cobertura periodística de Ecuador en Directo</i> .....	39
<b>Gráfico 2.</b> <i>Entrevista de Los Especialistas sobre política internacional</i> .....	39
<b>Gráfico 3.</b> <i>Entrevista a José Serrano – Exministro del interior</i> .....	40
<b>Gráfico 4.</b> <i>Entrevista a Otto Sonnenholzner – Exvicepresidente del Ecuador</i> .....	40
<b>Gráfico 5.</b> <i>Ubicación de las instalaciones de Ecuador en Directo</i> .....	41
<b>Gráfico 6.</b> <i>Área de producción del programa Los Especialistas</i> .....	41
<b>Gráfico 9.</b> <i>Fanpage de Ecuador en Directo en la red social de Facebook</i> .....	42
<b>Gráfico 8.</b> <i>Página de Ecuador en Directo en la red social de Instagram</i> .....	42
<b>Gráfico 9.</b> <i>Página de Ecuador en Directo en la red social X</i> .....	42
<b>Gráfico 10.</b> <i>Programa en vivo en el canal de YouTube</i> .....	43
<b>Gráfico 11.</b> <i>Cuenta de TikTok de Ecuador en Directo</i> .....	43
<b>Gráfico 12.</b> <i>Página web de Ecuador en Directo</i> .....	43

## RESUMEN

Desde la consolidación del internet como un canal comunicativo y de interacción a inicios de este siglo, se ha observado un fenómeno sin precedentes en el entorno periodístico; el aumento exponencial de medios de comunicación, este nuevo periodismo afianzado por las nuevas tecnologías ha transformado el panorama comunicacional contemporáneo. En este contexto, Ecuador en Directo surge en respuesta a la necesidad de proporcionarle al público una alternativa más cercana a sus intereses sociales y accesible, en contraste a lo que ofrecían los medios tradicionales, convirtiéndose actualmente en un referente en el ámbito ecuatoriano, la presente investigación se enfoca en realizar un análisis a las narrativas de la información y opinión de este diario digital, así como explorar esas limitaciones que enfrentan estos nuevos formatos comunicacionales, mediante el método de historia oral crítica, se busca recopilar testimonios y datos de los involucrados, evidenciando la adaptación que ha tenido a las nuevas narrativas de la información y opinión, una sostenibilidad económica basada en la estrecha relación que ha establecido con su audiencia y un crecimiento continuo.

### **Palabras claves**

*Medios digitales, narrativas periodísticas, narrativas de opinión, sostenibilidad financiera*

## ABSTRACT

Since the consolidation of the Internet as a communication and interaction channel at the beginning of this century, an unprecedented phenomenon has been observed in the journalistic environment; the exponential increase of media, this new journalism strengthened by new technologies has transformed the contemporary communication landscape. In this context, Ecuador en Directo arises in response to the need to provide the public with an alternative closer to their social interests and accessible, in contrast to what was offered by traditional media, currently becoming a benchmark in the Ecuadorian environment, this research focuses on conducting an analysis of the narratives of information and opinion of this digital newspaper, This research focuses on an analysis of the information and opinion narratives of this digital newspaper, as well as exploring the limitations faced by these new communicational formats, through the method of critical oral history, seeking to collect testimonies and data from those involved, showing the adaptation it has had to the new narratives of information and opinion, an economic sustainability based on the close relationship it has established with its audience and a continuous growth.

### **Key words**

*Digital media, journalistic narratives, opinion narratives, financial sustainability.*

## Introducción

La comunicación social surge como avance evolutivo del homo sapiens, debido a la necesidad intrínseca del individuo por expresarse y comprender a sus iguales, las primeras formas de interacción y retroalimentación dieron paso a la conformación de las primeras sociedades. Todo este proceso derivó en el desarrollo de un lenguaje más complejo, la lengua como estructura comunicacional es exclusiva del ser humano, gracias a la capacidad intelectual para crear y procesar información, característica que lo separa de los demás seres.

En la actualidad, gracias al desarrollo de nuevos lenguajes y otras formas de comunicación no verbal, se crearon nuevos medios de transmisión de información, uno de estos fue el medio impreso, que se originó a partir de la utilización de lo que hoy se denomina imprenta en el siglo XV, lo que a su vez permitió que se realicen las primeras publicaciones impresas de datos o también llamado periódicos. El periodismo nace de esta iniciativa, se origina por la necesidad del ser humano de estar informados.

Los medios de comunicación actuales se encuentran en una transición profunda gracias a la aparición del internet, tecnologías o herramientas digitales que ha cambiado la forma en que las personas se comunican o informan. La prensa tradicional se ha visto en la obligación de adaptarse a estas nuevas corrientes tecnológicas, adoptando las plataformas digitales como los nuevos medios para producir y difundir contenido, en tal sentido Salaverría (2019) manifiesta “a diferencia de la prensa, la radio y la televisión, desde sus inicios los medios de internet mostraron una cualidad desconocida: al tiempo que permitían una máxima personalización de los contenidos, facilitaban la transmisión de sus contenidos a audiencias globales” (pág. 7)

La aparición de estas herramientas digitales, ha permitido una democratización de la información en el Ecuador, características como el fácil acceso o el bajo coste de equipos, han propiciado que los usuarios migren a estas nuevas plataformas, siendo hoy en día las más utilizadas a la hora de informarse. Los medios digitales de comunicación independientes han proliferado en la última década, posicionándose como la principal elección entre las personas, esto gracias a la

interactividad, conectividad y accesibilidad que estas ofrecen, en ese sentido Heb et al. (2021) asevera:

Lo que muestran los análisis de los periodistas especializados es que el papel de internet en la actualidad solo va a aumentar. Simultáneamente, el creciente peso de los temas sobre tecnología y su impacto en la política, la economía y la sociedad, va a requerir de mucha más investigación, análisis y contexto (pág. 58).

El medio digital Ecuador en Directo, se ha posicionado como uno de los principales referentes del periodismo digital en el país en los últimos años, fundado a inicios de esta década, ha tenido un crecimiento exponencial, lo que le ha permitido agrupar una masa crítica de usuarios, teniendo una media sostenida de seguidores y espectadores de sus programas informativos y de opinión, transmitidos en sus canales principales que son: Facebook, Twitter y YouTube.

Bajo estos parámetros, se ha establecido como el eje investigativo del presente trabajo de investigación, un estudio de caso del medio digital guayaquileño Ecuador en Directo, analizando mediante el método histórico crítico oral, la evolución del medio en el entorno digital y su adaptación como modelo de negocio y su eficaz manejo para sostener una relevancia en el panorama mediático actual, siendo esto último uno de los aspectos más relevante, ya que a criterio de Morejón y Zamora (2019) “uno de los mayores retos que presenta el periodismo digital es buscar recursos económicos para sobrevivir en el entorno y pagar los gastos inherentes a los temas de producción, difusión y los que toda organización contempla” (pág. 20). Asimismo, se busca explorar cuestiones específicas de este medio, como su narrativa periodística, su línea de opinión, así como la evolución y adaptación a las plataformas virtuales.

Mediante un enfoque cualitativo, se pretende detallar minuciosamente la evolución cronológica de este medio informativo; sus hitos significativos, desde su fundación hasta la actualidad, resaltando la adaptación del medio con respecto a los cambios estructurales y tecnológicos, también, se explorará cuestiones específicas de este medio, como su narrativa periodística, su línea de opinión, así como su evolución y adaptación a las plataformas virtuales. A través de entrevistas estructuradas a los fundadores, periodistas y colaboradores de Ecuador en Directo,



se prevé establecer conexiones más allá del concepto, profundizando en la perspectiva de los protagonistas de este medio.

## **Justificación**

La comunicación digital ha traído beneficios evidentes tanto para los consumidores de noticias, como para los periodistas, sin embargo, la creciente importancia de este nuevo tipo de prensa denominado periodismo digital, ha provocado una reestructuración drástica de los conceptos establecidos de la comunicación como ciencia social en Ecuador y a nivel general, cambiando los paradigmas de esta industria y determinando nuevos conceptos derivados de un periodismo cada vez más dependiente de las herramientas digitales.

Por lo que es necesario comprender como estos medios digitales de comunicación han evolucionado, y como esta transición ha propiciado el desarrollo de nuevas narrativas de la información, por ello, mediante el estudio de caso, se busca analizar a profundidad el caso específico de Ecuador en Directo, y así, vislumbrar un patrón de cómo los medios locales autónomos se adaptan y progresan en el internet, ya que la masiva aparición de este tipo de prensa, genera cierta competitividad dispar, por la falta de estabilidad económica en este tipo de medios.

Desde una perspectiva académica, este estudio contribuirá en la extensión de la literatura de la comunicación al plantear su tema medular, en la comprensión de las narrativas actuales empleadas por el periodismo digital, así como la relación o incidencia de este tipo de medios de comunicación en la opinión pública del país. Aunado a la importancia que tienen las plataformas digitales en el contexto comunicacional actual del Ecuador, es preciso ofrecer una perspectiva holística sobre el ámbito el nuevo periodismo en el internet.

## **Interrogante científica**

¿Cómo ha utilizado el diario digital Ecuador en Directo sus estrategias narrativas en la información y la opinión para evolucionar como medio alternativo en la era digital y mantener su relevancia como negocio sostenible?

## **Preguntas de investigación**

¿Qué características presentan las narrativas de información y de opinión del medio estudiado?

¿Cómo ha sido el uso de la comunicación digital de Ecuador en Directo?

¿Cuál ha sido la evolución histórica del diario digital Ecuador en Directo en el internet desde su creación?

¿Cuáles son las fuentes principales de ingresos del diario digital Ecuador en Directo para su viabilidad económica?

## **Objetivo general:**

Analizar las estrategias narrativas empleadas por el medio digital Ecuador en Directo en la producción y difusión de contenido informativo y de opinión, analizando su adaptación en el contexto digital, su papel como medio alternativo y su viabilidad como negocio en este entorno.

## **Objetivos específicos**

- Sistematizar el abordaje de la bibliografía sobre la narrativa del periodismo tradicional y el periodismo online.
- Definir las narrativas que el medio digital Ecuador en Directo utiliza para procesar y compartir contenido de información y de opinión.
- Analizar la evolución histórica del diario digital Ecuador en Directo en las plataformas digitales a lo largo de su existencia.
- Determinar la viabilidad y sostenibilidad financiera del diario digital Ecuador en Directo como negocio periodístico digital.

## **Tipos de investigación por su alcance**

Con el propósito de proporcionar una comprensión profunda y completa del medio objeto de este estudio, el tipo de investigación tendrá un alcance descriptivo como primera fase, y explicativo en una segunda perspectiva, lo que permitirá detallar minuciosamente la evolución cronológica del medio digital Ecuador en Directo; sus hitos significativos, desde su fundación hasta la actualidad, resaltando la adaptación del medio con respecto a los cambios estructurales y tecnológicos, asimismo, se analizarán los rasgos que caracterizan su narrativa como medio digital.

Se aplicará los métodos de estudio de caso único y el de historia oral crítica, lo que permitirá profundizar en la visión de los sujetos protagónicos del medio estudiado, así como contextualizar las transformaciones dentro del panorama periodístico ecuatoriano.

Se precisa un alcance explicativo como segunda fase, ya que se busca establecer conexiones más allá del concepto, tales, como responder las causas y efectos que subyacen detrás de los cambios y transformaciones descritos anteriormente. Se indagará en las razones del uso de su línea editorial actual, así como una definición de los contenidos informativos utilizados por el medio, los factores tecnológicos que incidieron en su evolución y cuáles han sido las causas que han impactado en su desarrollo.

## **Enfoque metodológico**

Esta investigación se la define cualitativa, dada el enfoque de esta metodología se pretende abordar de manera profunda y significativa los aspectos complejos e intrincados de la evolución y la dinámica interna del medio digital Ecuador en Directo, mediante una perspectiva hermenéutica y aplicación de los métodos de análisis del estudio de caso, direccionado en una enfoque histórico oral crítico, buscando la recopilación y análisis de testimonios orales de los periodistas y protagonistas de este medio digital como fuentes históricas.

La presente investigación se basa en la metodología del estudio de caso como enfoque apropiado para abordar la complejidad y profundidad del tema en cuestión, que gira en torno a un análisis histórico oral del medio digital Ecuador en Directo. Con

este diseño de investigación se logrará describir, comparar, evaluar y comprender diferentes aspectos del problema de esta investigación.

Historia Oral Crítica es el método de investigación que permite tener un pleno conocimiento del tema a investigar, a través del diálogo con los participantes del medio digital, mediante entrevistas estructuras abiertas, se pretender articular sus experiencias y percepciones para finalmente integrarlas en un único discurso de resultados.

## **Estructura del trabajo de titulación**

La presente investigación se extiende a lo largo de tres capítulos, los cuales a continuación se detalla su estructura y forma:

El primer capítulo se centra en realizar una revisión de la literatura, las tendencias teóricas más importantes y conceptos relacionados a la variable de la investigación. Se conceptualiza los aspectos teóricos de la variable independiente relacionada a las narrativas informativas, así como la opinión de este diario digital, en segunda instancia se abordará la variable dependiente sobre los medios digitales y su evolución a través del posicionamiento de la comunicación social en el internet.

El segundo capítulo está estructurado toda la parte metodológica del estudio, en este se expone el enfoque de la investigación, así como el desarrollo de los métodos y alcance, asimismo, en esta sesión se determina la población seleccionada para el estudio, de la cual se extrae una muestra, para así determinar el tipo de muestreo empleado. Con estos parámetros establecidos, se confirman las técnicas de recolección de datos y los instrumentos que se necesitan para la extracción de los mismos.

En el tercer capítulo está centrado en el análisis de los resultados, en el se inicia realizando una descripción detallada del objeto de estudio y el contexto de la investigación. En el presente estudio se estructura mediante el método denominado historia oral crítica, en donde se realiza una recopilación de testimonios orales del personal de este diario digital, población que está constituida por los periodistas, trabajadores del área de producción y colaboradores externos del medio digital Ecuador en Directo.

# CAPÍTULO I

## MARCO TEÓRICO

Efectuada la revisión de la literatura de forma rigurosa sobre investigaciones previas que guarden relación con el presente tema de estudio, así como la fundamentación teórica de las variables y conceptos de la investigación, relacionados con la comunicación, y las narrativas de la información o la opinión editorial de los nuevos medios digitales informativos, se lleva a cabo la conceptualización y teorías que establecen la base referencial del presente estudio

### **Antecedentes de la investigación**

En el contexto periodístico actual, en relación a los medios digitales, se tomó en cuenta a Tobar (2022), en el cual busca registrar los cambios en formatos y narrativas digitales en los nuevos medios de comunicación, se realiza un análisis a publicaciones en redes, productos visuales y el estilo narrativo. Con un enfoque cuantitativo, se llevan a cabo entrevistas a los administradores de las redes de los principales medios, la autora busca registrar los cambios de estos formatos y narrativas, con base en sus resultados, se concluye:

A partir del análisis y la discusión, se deduce que los medios nativos digitales aún prefieren usar los formatos más sencillos, antes que apostar por los multimediales. En definitiva, los cambios en los formatos y en las narrativas han sido mínimos durante el segundo año de la pandemia de covid-19 en Ecuador. Si bien los tres medios digitales estudiados han aplicado tres nuevos formatos en ciertas ocasiones, se ha encontrado una tendencia de mantener un estilo más serio en las narrativas lineales, es decir, de carácter informativo (pág. 201).

Con base en este trabajo, se puede evidenciar que la llegada de la pandemia, trajo consigo cambios radicales en el contexto periodístico, para los medios tradicionales de comunicación supuso un cambio de formato, así como un crecimiento de medios digitales, todo esto influyó en la coexistencia de la prensa tradicionalista y los nuevos medios. A pesar de observarse un cambio desde mucho antes, con el confinamiento y recrudecimiento de las consecuencias del virus, todo este proceso

de transición al entorno digital se vio acelerado, ya sea por el desarrollo de noticias e información sobre la enfermedad o como consecuencia de la cuarentena, que impedía la movilización o el trabajo físico.

En relación con las narrativas empleadas por los medios actuales, se coincide con las ideas propuestas por Robledo et al. (2016), investigación que parte de una revisión de las actuales narrativas, y mediante un análisis cuantitativo del contenido producido por los medios seleccionados para esta indagación, los autores buscan conocer el uso que se le da hoy en día a los medios de comunicación y las diferentes narrativas, derivadas de las herramientas tecnológicas, en su trabajo aseveran que:

El público/usuario debe percibir que tiene un rol destacado en la construcción de las historias. Los gestores de contenido deben invitar al público a generar su propio contenido y compartirlo; este es el inicio de una actividad de participación que luego puede superar los canales oficiales del medio impulsando la conversación y la publicación de contenido que enriquezca las historias (pág. 237).

Debe destacarse la sistematización de los nuevos enfoques sobre las narrativas audiovisuales, de investigadores como Mayoral y Edo (2015). Los autores estudiaron cinco cibermedios españoles, partieron de la hipótesis de que el modelo narrativo audiovisual de los medios analizados, se hallan en un proceso de construcción, aunque todavía en una fase embrionaria, y sus conclusiones coinciden en medida importante con Robledo et al. (2016), al afirmar que:

Los medios digitales analizados se encuentran en una etapa de desarrollo y consolidación de principios narrativos: principios en parte relacionados con la narrativa audiovisual heredada de la televisión clásica, pero en parte también derivados de un intento por conformar un nuevo modelo que se ajuste mejor a las posibilidades que ofrece el nuevo soporte digital (pág. 160).

## **Fundamentación teórica**

### **Comunicación social y periodismo**

Una de las primeras reacciones del ser humano por axioma es expresar, es transferir información a su igual, la comunicación es una ciencia social que ha representado un rol fundamental en la evolución de las sociedades a lo largo de toda la historia. Desde el comienzo de las civilizaciones, los hombres han buscado la forma de transmitir sus ideas, sentimientos o información, creando desde sistemas simples de interacción, hasta procedimientos complejos de intercambios de datos, estos procesos se han adaptado durante el transcurso del tiempo, hasta evolucionar en las formas comunicacionales contemporáneas.

Etimológicamente, la palabra comunicación se la define como la acción de transmitir un mensaje, actualmente esta terminología se la puede emplear desde distintos contextos, ya que toma relevancia en varios aspectos, ya sean técnicos, sociales o científicos. En ese contexto, el presente estudio está enmarcado en el ámbito de la comunicación social, desde esa perspectiva, según De Haro (2014) es “el proceso mediante el cual un emisor transmite significados a un receptor y se acepta que no sólo está vinculada al lenguaje sino a todo sistema de señales” (pág. 15), agregando que el proceso comunicacional es una actividad social desde un inicio, antes de ser tomado como objeto de investigación.

La comunicación es un constructo social, que abarca las ideas, idiosincrasia, códigos y limitaciones del sector o región que la practique, para ello es necesario que los individuos compartan un conocimiento previo de símbolos, para una correcta decodificación del lenguaje. En relación con esto, Checa Godoy (2014) en su extenso trabajo relacionado con la historia de la comunicación, lo conceptualiza de esta forma:

De un protolenguaje con palabras sueltas, se pasa a otro más complejo que pone nombre a cuanto nos rodea y genera ya reglas sintácticas. En todo caso, en los animales hay imitación, pero no enseñanza, no se produce -como en el ser humano una transmisión cultural acumulativa (pág. 17).

La prensa es una de las aristas que desembocan del extenso contexto de la comunicación social, esta revolución en forma y tiempo en la cual ahora nos

informamos, llegó a partir de la invención del sistema de impresión, lo cual provocó que la información sea más accesible, así como una mayor difusión de los contenidos. A criterio de Checa Godoy (2014) “la imprenta llega en un contexto de profundos cambios en el mundo: descubrimiento de América por los europeos, establecimiento de rutas marítimas hacia Asia, el triunfo del Renacimiento, la difusión de la Reforma religiosa y el crecimiento del mercantilismo” (pág. 21).

Según Robledo-Dioses (2017) el proceso de este cambio de soporte, se debe a las limitaciones que ofrecía el sistema oral, y la llegada de nuevas técnicas de difusión permitió preservar la información, encapsularla y difundirla sin que esta sufra distorsión del contenido, lo que no sucedía en el proceso oral. En tal sentido, la autora manifiesta:

La razón más importante para la existencia del periodismo es la oferta de un servicio profesional centrado en difundir información sobre la realidad con un alto grado de responsabilidad. Sin duda, debemos tener esto en mente al hablar de los desarrollos más recientes y cómo afectan la identidad del periodismo (pág. 2).

El periodismo representa una herramienta sólida derivada de la comunicación social, teniendo un rol decisivo en la sociedad, denominado “cuarto poder”, sirviendo como eje de equilibrio frente al poder del estado o corporativo, y estableciendo un vínculo entre la información y la población. Para Robledo-Dioses (2017) “la comunicación es connatural al hombre y es además la base de toda relación social” (pág. 3), asimismo afirma que el periodismo se establece como una profesión única, ya que esta se ha fortalecido con la llegada de los nuevos medios, o con la aparición de nuevas herramientas tecnológicas, esto se debe a que siempre busca mantener el compromiso natural que tiene con la sociedad en general.

En relación con la comunicación, el periodismo nace como una actividad humana natural, que es informar, de tomar al individuo como un vehículo informativo y transmitir datos a un receptor, utilizando los soportes que tenga a disposición. A criterio de Renó (2019) “el periodismo es una profesión que ha vivido grandes transformaciones en toda su existencia. A cada transformación social o tecnológica, el periodismo pasa por un proceso de reinención” (pág. 31).



Para Geneteau (2021) la comunicación social y el periodismo están asociados, el uno este contenido por el otro formando una alianza, y gracias “a los rápidos avances de la tecnología y en las técnicas de comunicación, es posible afirmar que, hoy en día, el mundo se encuentra en la era de las telecomunicaciones al servicio del desarrollo social” (pág. 119).

## **El periodismo en el Ecuador**

La comunicación social en el Ecuador, se ha venido afianzando con el periodismo desde el siglo pasado, como afirma Pilca (2020) “en el Ecuador, las Escuelas de Periodismo aparecieron por decreto legislativo de la Asamblea Nacional Constituyente, el 8 de marzo de 1945” (pág. 119). Desde sus inicios, el periodismo ecuatoriano ha denotado su influencia política, evidenciando hasta la actualidad esa confrontación entre prensa, estado y política.

En un sentido cronológico, se evidencia el soporte escrito como primer vestigio de comunicación periodística en el país. La congregación Jesuita incorporó por primera vez el uso de la imprenta en el Ecuador, conformando el primer taller de impresión en Quito en el año de 1747, tal y como lo afirma Checa et al. (2021), naciendo de ahí, el primer periódico publicado en el país. A comienzo del siglo XIX llega la primera imprenta a Guayaquil, donde nacen los primeros diarios de la ciudad y del litoral ecuatoriano.

A finales del siglo XIX surge Diario El Telégrafo, siendo uno de los diarios antiguos que aún se siguen publicando, en las primeras décadas del siglo pasado, nacen algunos periódicos, los más destacados son el extinto diario El Comercio y el aún vigente diario El Universo, una de las características de estos medios, fue la incorporación de la fotografía como medio visual. Sin embargo, Checa et al. (2021) resalta que:

El inicio del diarismo en Guayaquil se plasma con el Diario de Guayaquil (1860), lo cual es un hito en la historia del periodismo nacional si se toma en cuenta que la capital de la república aún estaba lejos de alcanzar el diarismo (pág. 2).

La radio en el Ecuador, aparece en las primeras décadas del siglo anterior, inicia sus operaciones con un enfoque empírico, en contraste con otros medios, el inicio del sistema radial no fue motivada por el periodismo, sino más bien por personas inclinadas a la electrónica. Grijalva y Yaguana (2019) afirma que “la radiodifusión experimental aparece en Ecuador en 1925, primero en la ciudad de Guayaquil y cuatro años después en Quito” (pág. 19), tal y como lo explica los autores a continuación:

Desde inicios de la década de los sesenta, y con mayor entusiasmo en los años setenta, las organizaciones sociales, no gubernamentales y entidades religiosas crearon medios de comunicación social propios, cuyos esfuerzos priorizaban la educación, la incidencia política, organización de base, fortalecimiento del uso de la lengua nativa y formas productivas en territorio (pág. 21).

La llegada de los primeros sistemas televisivos, expuso la conformación de nuevos paradigmas periodísticos en el país, la fundación del primer canal de televisión en la década del 60 estableció un precedente para la incorporación de nuevos canales años más tardes, Cruz y Vaca (2022) detallan desde un enfoque basado en una revisión de la literatura sobre la industria televisiva en el Ecuador, lo siguiente:

Su origen no fue estatal, como en Europa, o privado, como la herencia de los Estados Unidos a la mayor parte de los países latinoamericanos, sino que en ese año nació en circuito cerrado, por una iniciativa eclesiástica, y adoptó el modelo comercial desde 1960 hasta 2007 (pág. 217).

Este nuevo modelo de hacer periodismo, represento un hito en el ambiente informativo ecuatoriano, revolucionando la forma de presentar las noticias, acercando a la sociedad en general a forma visual y participativa. Estos medios de comunicación, han prevalecido a lo largo del tiempo, adaptándose a las nuevas tecnologías, pero no han estado libres de polémicas, como es el supuesto sesgo editorial marcado, que se origina por la línea política o corporativa de los dueños de dichos medios, sobre esto Valdez et al. (2019) opinan:

Los dueños de los medios ecuatorianos y su relación de pertenencia con Bancos no actuaban como garantes del orden democrático. Al contrario,

usaban los medios para proteger sus intereses y los de sus amigos, y en ocasiones atacar a sus rivales. De algún modo los dueños de los bancos eran también dueños de los medios (pág. 9).

## **La comunicación digital**

La comunicación se posiciona como una de las herramientas más importante para la cohesión común, siendo un pilar para el avance de la civilización. En la actualidad el desarrollo de las nuevas tecnologías, ha permitido que la interacción se vuelva global, creando nuevas posibilidades de conectividad, un mayor acceso a nueva información y la capacidad de establecer vínculos con personas de diferentes regiones, la era digital ha permitido una pseudo democratización de la información.

Como disciplina dentro de la comunicación, el periodismo surge de la necesidad humana básica de transmitir una idea, de informar a un receptor un acontecimiento, antes del posicionamiento del internet como nuevo medio, esta disciplina asentaba sus bases en tres grandes sectores, como lo son: la prensa escrita, la radiodifusión y los sistemas televisivos. Sin embargo, las nuevas herramientas digitales, las redes sociales y el desarrollo de nuevas tecnologías, ha desplazado los medios tradicionales para instaurar un nuevo sistema comunicacional; la comunicación digital.

En ese contexto, Castillo Abdul (2020) sostiene que “en este mundo cambiante, de empoderamiento, los medios de comunicación convencionales se enfrentan al mayor reto de su historia: reinventarse como nunca antes para sobrevivir, adaptándose a la nueva realidad, entendiendo cada uno su verdadero rol” (págs. 109,110). Es la comunicación digital, la que predomina en las nuevas generaciones, la sociedad, hoy en día, ha tenido que adaptarse a todos los nuevos sistemas que utilizan el internet como base.

Se lo define como un nuevo paradigma comunicacional, el uso de estas nuevas herramientas, ha supuesto un cambio en el lenguaje y la escritura, ya que la inmediatez, interactividad y el uso de nuevos sistemas de comunicación, ha contribuido a que las personas se expresen con emojis, o distorsionen el uso del lenguaje, o difundan materiales visuales para transmitir una emoción, como los denominados memes. Pese a esto, como menciona Cantamutto y Vela (2020), el éxito

radica precisamente en esa simplificación de la comunicación y afirma que “a pesar de las diferencias entre las distintas aplicaciones, el punto de inicio y de partida es siempre el mismo: personas (usuarios/hablantes) intentando comunicarse” (pág. 3).

Una de las contradicciones que ha traído consigo la introducción de la tecnología en la comunicación humana, es el desplazamiento de la interacción real entre estos, la mensajería instantánea, las herramientas tecnológicas ayudan a aminorar los procesos comunicacionales en cuanto al tiempo, pero pueden provocar una desconexión del individuo con las normas básicas sociables, sobre esto Geneteau (2021) sostiene que:

Pese a que la era digital facilita la comunicación entre los humanos, trae como consecuencia un reto de igual magnitud: aunque los dispositivos móviles fueron inventados para que el hombre pudiera comunicarse con otros individuos, esto ha provocado que gran parte de la humanidad pierda la tradición de hablar con otras personas, mientras se comunica, cada vez más, a través de las diferentes plataformas digitales (pág. 117).

### **Medios digitales de comunicación**

La revolución que el internet provocó en la comunicación, mejoró la forma en cómo las personas se comunican, ofreciendo un mayor alcance, así como una capacidad de difusión global, derivó en una proliferación de medios digitales de comunicación, que vieron en este nuevo entorno, el lugar propicio para crear una nueva forma de hacer periodismo. Este terreno no solo es usado por el periodismo emergente, sino que también, los medios tradicionales se ajustaron a las redes y unificaron su programación.

Sin embargo, para Salaverría (2019) “el encuentro del periodismo con la computación es anterior a la llegada de internet. De hecho, se remonta bastante más atrás, a los años 1950, cuando algunos medios comenzaron a experimentar con el uso de ordenadores en coberturas periodísticas” (pág. 3). Con este precedente, ya se vislumbraba lo que en la actualidad sucede a diario, ya que la proliferación de estos nuevos medios de comunicación es incuantificable, debido a su característica independiente o informal, de la misma forma, el autor entrega un punto de vista:

Más de dos décadas después de que aparecieran los primeros medios digitales, en su gran mayoría como ediciones online de diarios, hoy día la diversidad de los cibermedios es extraordinaria: hay medios digitales ligados a marcas periodísticas tradicionales, pero también medios nativos digitales. Aunque imperan las publicaciones para múltiples dispositivos, continúa habiendo publicaciones diseñadas sólo para su consulta mediante ordenadores, al tiempo que emergen asimismo las pensadas exclusivamente para tabletas o para móviles (pág. 5).

La falta de control por parte de los entes estatales competentes y los organismos de control de los medios de comunicación, ha dado como resultado un inadecuado manejo de la información y un mal tratamiento de las noticias, provocando que la mayoría de estos nuevos medios carezcan de credibilidad, con base en esto, Romero (2020) indica que “el internet y las redes sociales abrieron el abanico de opciones en materia informativa, para bien o para mal, la recolección y difusión de material noticioso ya no es una asignación exclusiva de los profesionales del periodismo” (pág. 10).

Este nuevo “poder” dado al individuo común, de comunicar, procesar, producir y difundir una información, hace que la veracidad de estos se vea menoscabada, y es que los principios éticos, así como los códigos deontológicos, son propiedades intrínsecamente apegadas al periodista, y son precisamente estos valores, uno de los puntos deficientes de los nuevos comunicadores, siendo uno de los mayores obstáculos de estos nuevos formatos informativos. En esa misma línea, el autor Romero (2020) sostiene:

El periodismo en la era del internet se volvió entonces en un desafío ético, una combinación de talento, trabajo, compromiso profesional y con la ética como arma suprema del oficio, somos los periodistas los llamados a reivindicar la utilidad y la relevancia de la profesión, aún en medio de un escenario de trampas e incertidumbre (pág. 11).

## El periodismo digital en el Ecuador

Desde la llegada de la red de internet en el Ecuador a finales del siglo XX, comenzó la incursión de los medios periodísticos en esta plataforma de forma lenta en un inicio, pero sostenida, siendo el Diario Hoy, el primer medio del país en tener una web propia dedicada a la comunicación de su contenido, aunque en un inicio su presencia en el internet fue de forma estática, marco un precedente para que otros periódicos vean en las redes, un terreno nuevo en donde situarse.

Ecuánex fue la primera corporación de internet, en brindar este servicio, el cual en sus comienzos fue inaccesible para la mayoría de medios de comunicación de ese entonces, según Morejón y Zamora (2019). Los grandes medios nacionales de prensa, fueron los que tomaron la iniciativa años después, ya que “cinco años después aparecen las primeras experiencias de medios de comunicación con accesos a internet: diario Hoy (1995), El Comercio (1996) y El Universo (1997)” (pág. 12). Asimismo, los autores agregan:

El Ecuador no fue ajeno al fenómeno mundial de Internet, terreno fértil para los medios tradicionales que optaron por migrar a plataformas informáticas, tanto como para los medios nativos digitales que no cuentan con existencia previa en otros espacios o soportes (pág. 12).

En el contexto periodístico actual, gracias a la masificación del internet, y el fácil acceso, se ha observado un crecimiento exponencial de los denominados cibermedios, El público objetivo que consume noticias, ha cambiado la manera en la que se informa, presionando a los medios tradicionales a afianzarse en la web, y motivando la subida de los medios independientes. Antunish (2021) asegura que estos “cambios a los que se han enfrentado las generaciones contemporáneas también generaron un efecto en la forma de consumir la información, por lo que algunos medios se han adaptado y muchos otros han surgido ya en la red” (pág. 293).

Características como la rapidez y un procesamiento de datos eficiente, aunado a herramientas audiovisuales como el streaming, ayudaron al posicionamiento de este tipo de prensa en la mente de los consumidores. El internet se encuentra en una evolución perenne y en constante actualización, a diario se crean nuevas aplicaciones y codifican nuevos sistemas para acelerar los procesos comunicacionales.

## **Las redes sociales como medios de comunicación**

Una de las herramientas más populares en el público, son las denominadas redes sociales, las cuales se constituyen como las principales plataformas comunicacionales en la actualidad, siendo usadas por la mayoría, debido a las bondades que ofrecen y la diversidad que hay en ellas, ya que existen redes para informarse, para consumir contenido audiovisual, así como producir contenido propio. Conforme a esto, Romero (2020) afirma:

El internet y las redes sociales abrieron el abanico de opciones en materia informativa, para bien o para mal, la recolección y difusión de material noticioso ya no es una asignación exclusiva de los profesionales del periodismo (pág. 10).

Las redes sociales se las puede definir como un nuevo modelo comunicativo, ya que otorga al usuario la posibilidad de generar contenido inédito, tener acceso a cantidades ingente de información, así como una gama de herramientas sofisticadas que pueden ser utilizadas desde un dispositivo móvil. A criterio de Velasteguí (2019) ya no se habla de medios de comunicación, sino que toman el nombre de una de las propiedades de las redes y opinan:

El internet y las redes sociales revolucionaron la forma de comunicarse, ya que permitió potenciar la simultaneidad e inmediatez de la información, pero, principalmente, por la posibilidad de “subir”, sistematizar y clasificar información en un espacio virtual común. En la actualidad no se habla de medios de comunicación, sino de medios de difusión, pasando así de un esquema tradicional a un proceso interactivo, cambiante y dinámico (pág. 35).

A pesar de las posibilidades que este nuevo sistema brinda, también tiene efectos contraproducentes que laceran los procesos comunicacionales, y es que su principal virtud, se convierte en una remora para los profesionales de la comunicación, sobre esto Marcos-García et al. (2020) profundizan, “la rapidez en la actualización de la información implica que el periodista esté completamente condicionado por la inmediatez y, en consecuencia, aumenta el riesgo de cometer fallos de verificación y ortográficos” (pág. 558).

## **Las fake news, desinformación y posverdad**

La cantidad de información que es procesada, producida y difundida diariamente en los nuevos medios es inconmensurable, cuando una información se propaga de forma masiva se la denomina “viral”, ya que al igual que una infección que se propaga por un virus de forma rápida en el sistema humano, las noticias sensacionalistas se difunden a la misma inmediatez. Sin embargo, el hecho de que una información tenga esa “viralidad”, no significa que posea una base sólida de hechos que la respaldan

Por el contrario, la mayoría de este tipo de noticias están sustentadas en supuestos, y conjeturas que solo buscan desinformar. Las “fake news” o noticias falsas, es mal práctica comunicativa que ha existido a lo largo de la historia de la comunicación, y son empleadas con el único propósito de desinformar y beneficiar a terceros, los cuales en ocasiones resultan ser los difusores de estas. Para Rodríguez (2019) esto representa lo siguiente:

Lo fake es lo que se encuentra en las antípodas de la información periodística por ser un contenido informativo fraudulento. La difusión de chismes, mentiras e información falsa es inherente al ser humano; lo que ha cambiado en los últimos años es la velocidad de transmisión y la facilidad de generarlas y propagarlas dadas las características propias de internet (pág. 68).

De acuerdo con Alcalá et al. (2021) el posicionamiento de la web como herramienta en la actualidad, ha revolucionado las estructuras comunicacionales establecidas, creando nuevas maneras de informar, por lo que el aumento o disminución de la veracidad o credibilidad de “una noticia es un fenómeno multidimensional que no depende de un único factor, sino que entran en juego varios elementos, siendo el que tiene una mayor influencia en la credibilidad la vía por la que se accede a la misma” (pág. 748).

Las personas tienen derecho a estar informadas con noticias debidamente contrastadas y verificadas, es el deber del periodista ser el medio para filtrar la información y ofrecer un contenido con estándares de calidad. De acuerdo con Mayoral et al. (2019) la desinformación y estrategias de desinformación, se imponen a la verdad, cuando los ciudadanos que utilizan las redes para producir noticias, no



tienen los mecanismos necesarios para una correcta contrastación de los hechos.

La creación de hechos falsos, ha estado presente en la evolución del ser humano en el ámbito comunicacional, la diferencia radica en que actualmente se cuenta con herramientas que dotan a los creadores de contenido a producir este tipo de espurios de forma masiva y difundirla de forma veloz. González (2019) considera que las redes sociales y aplicaciones móviles han provocado el aumento de esta práctica maliciosa y añade que “la proliferación de plataformas noticiosas digitales también ha modificado la manera en la que accedemos a la información. Mientras que los medios tradicionales han ido perdiendo audiencia entre las generaciones más jóvenes, las redes sociales han pasado a ser hegemónicas” (pág. 29).

La falta de regulación, el escaso o nulo rigor periodístico, aunado a la falta de un tratamiento adecuado de la información, dan como resultado una desinformación que causa confusión en el espectador. También influye la poca capacidad que posee el público para separar la verdad de una “fake news”, socavando la credibilidad de los medios digitales en general, ante esto Rodríguez (2019) señala:

Internet propaga dos libertades: la libertad de expresión y la libertad de información. Actualmente ambas están siendo reos del libertinaje del ciberespacio: la primera, por la polarización que provoca la conversación social infectada, a menudo, de trolls y bots en una cartografía que rezuma crispación y cámaras de eco; la segunda, por el desbordamiento de las corrientes de desinformación (pág. 71).

Otros de los términos que han tomado relevancia en estos últimos tiempos, desde la proliferación creciente de los medios digitales de comunicación, es la posverdad, en donde se toma en cuenta las emociones y las creencias individuales por encima de la opinión general o el criterio público, así como los hechos verificados. Es decir, la verdad o los hechos contratados, son desplazados por un discurso que apela a las emociones humanas.

De acuerdo con Ródenas (2020) el 13 de junio de 1992, se publicaba el artículo «A Government of Lies» en el diario The Nation, en el cual “aparecía por primera vez el concepto «posverdad» como verdad adulterada que, de un modo u otro, el público y la ciudadanía acaba aceptando e incluso creyendo (pág. 27)”. Este recurso se lo

utiliza en política, los medios de comunicación o el marketing, y tiene éxito en primera instancia debido a la susceptibilidad del público, que se deja llevar por su juicio individual, creencias o prejuicios.

Vives Ferrándiz (2021) asegura que ni la posverdad, así como las fake news dependen de la presentación o utilización de imágenes, sino más bien sientan su base en el contenido, pero en los últimos años, con la llegada del internet y las herramientas digitales, han ayudado a fortalecer este tipo de paradigma de la desinformación, y agrega “se han convertido en un objeto que ha recibido gran parte de las reflexiones recientes sobre estos conceptos sobre todo con el desarrollo de la imagen digital a partir de los años 90” (pág. 31).

### **Los medios digitales y su influencia en la opinión pública**

Los medios digitales de comunicación se han posicionado como un nuevo paradigma periodístico contemporáneo, las facilidades que otorgan herramientas como las redes sociales o las plataformas web, han afianzado la capacidad que los comunicadores tienen para llegar a su audiencia, provocando que los nuevos ciber medios tengan un capacidad moldeadora de opinión pública respecto, esto puede representar la movilización consciente de información en el público, así como aspectos negativos; como la desinformación o distorsión de la noticia.

Según Gozávez et al. (2019) “las redes sociales contienen un enorme potencial para redefinir el concepto de opinión pública, no tanto en un sentido sociológico o fáctico, sino en un sentido dinámico, a partir de una participación en red razonable, prudente, crítica y ponderada” (pág. 412). Precisamente son estas aplicaciones sociales la primera opción de las nuevas generaciones de periodistas a la hora de conformar estos espacios noticiosos.

Para Kracauer y Aladro (2021) la prensa tiene un rol relevante en el aspecto político y económico de una sociedad, en su investigación se realiza un análisis sobre el criterio de ciertos teóricos, en los cuales se afirmaban que era la prensa la que determinaba las necesidades de una población, surge una idea sólida “de que sería más bien el público de las masas quien dictase las orientaciones de los periódicos” (pág. 16).

En palabras de Civil de Dios et al. (2020) “los medios de comunicación

designan una forma de pensamiento social, es decir, elaboran “representaciones sociales”. La representación social es una modalidad particular del conocimiento cuya función es la elaboración de los comportamientos y la comunicación entre individuos” (pág. 144). Debido a la generalidad con la que se determina la opinión de las masas, se puede interpretar que la opinión pública es un concepto ambiguo, por lo que no se puede delimitar, más aún con la incorporación de los nuevos paradigmas comunicacionales, como las redes sociales o las páginas web, la entrada de estas nuevas tecnologías ha cambiado la forma con la que se desarrolla un criterio general, ahora una opinión pública puede construirse desde la interacción de los medios.

Sin embargo, actualmente se vive otra realidad con la inserción de la digitalización en la comunicación social, y es que ahora la opinión de ciertos sectores queda evidenciada en la tendencia que se marca en las redes, muchas de estas tendencias son influenciada por actores políticos y comunicadores con el fin de marca cierta línea de pensamiento. Henríquez et al. (2019) entienden que “el ejercicio de la expresión libre en las redes sociales ha desembocado en una polarización de las opiniones, un fenómeno que no es nuevo, ni aparece a raíz de las redes sociales” (pág. 286), y es que a pesar de que los medios digitales constituyan un catalizador de las opiniones hoy en día, no toda la población se encuentran en dichas redes y un gran número de estas comparten ideología muy arraigadas, por lo que no se puede asegurar que estos medios determinen el criterio general de las masas.

Herramientas comunicativas como las aplicaciones de interacción social, redes sociales de opinión o plataformas audiovisuales influyen en la interacción del público con la información, el fácil acceso a la red, provoca que las noticias fluyan y que las personas acudan a estas para conocer la realidad nacional, por ello son vistas como un sector propicio para incidir en las decisiones de las masas.

De acuerdo con Córdova y Estrella (2022), la opinión de las masas surge como “la suma de opiniones individuales que son socializadas en el espacio público, en torno a un tema de interés común y publicitadas por los medios de comunicación, que se autoasumen como expresión genuina de la misma, por derecho propio” (pág. 565). Pese a esto, como lo expuesto anteriormente, no se puede determinar como un proceso homogéneo, ya que toda la información de la web, está constituida por diversas fuentes, hechos basados en ideas y criterios yuxtapuesto.

En este sentido, Córdova y Estrella, (2022) consideran que se debe implementar una nueva definición para tener un concepto más claro, sobre lo que constituye la opinión pública en las redes sociales, y sostienen:

Habría a nuestro juicio que introducir un nuevo concepto, admitiendo precisamente que aún cabría asumir la existencia de esa otra “opinión pública crítica”, proveniente de sectores o estamentos ciudadanos carentes de voz propia y representación hasta ahora, pero que va encontrando sus espacios en una prensa alternativa, virtual, que ya muestra en etapas de crisis un mayor protagonismo (pág. 566).

## **Las narrativas de la información periodísticas en la era digital**

Es el camino que toman los comunicadores para contar una historia, estableciéndose como uno de los enfoques principales dentro del periodismo, se denomina narrativa periodística a la estructura utilizada para difundir un hecho, una historia o noticias. A raíz del auge de las nuevas herramientas informáticas y la creación de nuevas aplicaciones relacionadas a la comunicación, todos los conceptos preestablecidos de la narración se han transformado y se han creado nuevas formas de contar una noticia y brindando una nueva gama de opciones.

La transformación que se dio en la comunicación social y en la prensa desde la masificación del internet ha provocado que los relatos y el tipo de narración que estos medios utilizan cambien a un enfoque transmedia según Herrero y Planells (2020), con base en esto, estos autores afirman:

Las nuevas formas de relato digital, los múltiples canales de difusión, así como la participación activa de los usuarios son variables inherentes al ejercicio periodístico. En la actualidad, no se puede concebir ningún género informativo sin tener en cuenta las características de internet y las nuevas formas de consumo que marcan el *storytelling* a través del que se difunden los contenidos, sean estos de naturaleza informativa o no (pág. 5).

Desde el punto de vista de Vallejo y Moreno (2022) “todo esto es posible por la facilidad que brindan las aplicaciones informáticas y las plataformas de emisión abierta de contenidos audiovisuales que usan plantillas de estandarización de

procesos; es decir, estrategias de difusión de contenidos que planifican las dimensiones” (pág. 48). Estas estructuras están conformadas en la actualidad de la siguiente manera:

### **Narrativas transmedia**

Este tipo de narrativa están conformada por el uso de múltiples plataformas o sistemas de comunicación para la presentación o difusión del contenido, este enfoque permite dotar a la narrativa de nuevas propiedades, y no limitarse a lo formatos establecidos. De Oliveirs et al. (2020) considera: “entendemos que las narrativas transmedia ayudan en la expresión del periodismo en las redes sociales digitales, esto se refleja en la fotografía y sus géneros como base para la construcción de un periodismo con gran fuerza visual y transmedia” (pág. 103), este nuevo modelo de periodismo utiliza los medios a disposición existente, con el propósito de comprender este concepto, los autores añaden:

Para entender este contexto de la digitalización de los procesos periodísticos, se observa desde el contexto de las narrativas y el hipertexto y, es posible identificar las características del periodismo transmedia en la plataforma, gracias a la difusión de noticias en el entorno digital y las potencialidades vinculadas a las redes sociales digitales (pág. 91).

### **Periodismo de datos**

El periodismo de datos se afianza con la creación de las herramientas derivadas de la masificación de la información gracias a las nuevas tecnologías, con la apertura del internet como recurso comunicativo, las técnicas de recopilación, análisis y procesamiento de datos progresaron significativamente. El periodismo ha utilizado la información cuantitativa como fuente desde antes, pero en los últimos años este tipo de narrativa se ha posicionado de una manera más activa, para Martínez Rodríguez (2016) este tipo de periodismo se define de la siguiente manera:

El Periodismo de datos busca descubrir patrones o tendencias de los que extraer una historia periodística. La presentación final de esta historia se realiza, con frecuencia, a través de atractivas visualizaciones que pretenden hacer más comprensibles y personalizables los datos para el receptor (pág. 46).

## **Narrativa multimedia**

Este tipo de narrativa se basa en la utilización de técnicas visuales y audiovisuales para construir un camino gráfico e informativo que ayude al espectador a informarse de una forma más directa e interactiva. Cantos y Cumba (2018) consideran que “estas nuevas formas de lenguaje digital derrumbaron esquemas habituales y dogmáticos, e introdujeron otros nuevos conceptos del lenguaje multimedial, novedosos en cuanto a formatos y maneras de expresar el conocimiento” (pág. 123), esto también llevo a una nueva denominación a los consumidores de este tipo de noticias, a los que se conoce como nativos digitales.

Para Salaverría y Sánchez (2019) este nuevo formato narrativo representa un desafío para los comunicadores o periodistas, así como los medios independientes que ven en esta nuevas estructuras comunicativas el presente y el futuro de la comunicación social, y remarcan “la heterogeneidad de esta narrativa, objeto de constante experimentación, supone un factor diferenciador entre los cibermedios y, al mismo tiempo, una limitación para su análisis empírico” (pág. 9).

## **Periodismo móvil**

El teléfono móvil se ha transformado en una extensión del ser humano, dotado de herramientas útiles, se ha establecido como una tecnología importante en la actualidad. Aplicaciones como la videgrabadora, reproductor de video, cámara, grabador de audio o dispositivo de comunicación, han reforzado la profesión del periodista contemporáneo, brindándole medios comunicacionales accesibles, en relación a los medios de comunicación tradicionales. De acuerdo con López et al. (2019) el móvil se ha tornado un elemento indispensable frente a la estructura social, incidiendo directa o indirectamente en las interacciones personales, agregando:

Es necesario precisar que el fenómeno del periodismo móvil no ha llegado a conceptualizarse unánimemente desde el punto de vista académico. En principio, se ha querido englobar a esta disciplina como sucesora del periodismo multimedia cuando, en realidad, se trata de un campo totalmente nuevo y con características propias. La diferencia la establece el componente de la movilidad que abre espacio para diversas interpretaciones dentro de este nuevo contexto (pág. 10).

## **Periodismo ciudadano**

Espiritusanto (2014) sostiene que “el término Periodismo Ciudadano (Citizen Journalism) se emplea para referirse a ese nuevo concepto acuñado, hace una década, por el profesor Dan Gillmor” (pág. 10). Se la define como la práctica periodística no profesional ejercida por los ciudadanos comunes, los cuales haciendo uso de la tecnología se convierten en un medio difusor con el fin de establecer una especie de democratización de los datos.

En la era digital, este fenómeno ha adquirido una significativa relevancia, ya que este tipo de estructura narrativa busca amplificar las voces y enfoques en el ámbito noticioso. También llamado periodismo participativo según Landeta et al. (2020), y lo define como “el acto de un ciudadano, o un grupo de ciudadanos, con un rol activo en el proceso de recogida, análisis y difusión de noticias e información” (pág. 161), y enfatiza:

El periodismo ciudadano es aquel que hace posible la participación activa de los actores sociales que intervienen en todo el procesamiento de la información de interés público. Por lo tanto, sus características esenciales son formar opinión pública mediante la creación de públicos deliberantes y promover la participación ciudadana (pág. 161).

## **Economía y subsistencia de los medios digitales de comunicación**

Uno de los obstáculos que representa un freno en el progreso de los medios digitales de comunicación, ha sido la estabilidad económica, a diferencia de los medios tradicionales que tiene fuentes de ingresos estables, utilizando modelos económicos basados en publicidad o financiamiento. Sobre esto Morejón y Zamora (2019) aseguran que “uno de los mayores retos que presenta el periodismo digital es buscar recursos económicos para sobrevivir en el entorno y pagar los gastos inherentes a los temas de producción, difusión y los que toda organización contempla” (pág. 20).

Para Marín y Carvajal (2019) la recesión económica iniciada en el 2008 a nivel mundial afectó la estabilidad de los medios de comunicación, sin embargo, la industria periodística tradicional ya venía atravesando dificultades financieras a finales del siglo

XX con la llegada del internet. En el transcurso del posicionamiento de la web, el periodismo buscó nuevas fórmulas para acercarse a los nuevos espectadores, quienes ya habían encontrado en el ciberespacio un nuevo lugar para mantenerse informado.

La crisis actual en el periodismo no solo afecta los medios digitales, sino que tiene repercusión en los medios tradicionales, correlacionándose entre sí, la diferencia radica en el modelo de negocio que implementa cada uno de estos formatos. No obstante, en los medios digitales se presenta un problema más que complejo, ya que su crecimiento o insolvencia depende de varios factores, uno de los detonantes se debe al aumento desmesurado de medios, lo que deriva en una saturación del entorno periodístico, sobre esto Morejón y Zamora (2019) recalca:

El crecimiento de los medios digitales en el Ecuador demuestra el interés por estos espacios informativos. Con el paso de los años, algunos medios han desaparecido principalmente por la ausencia de fuentes de financiamiento. algunos recurren a donaciones, venta de libros que contienen los reportajes más leídos y, en ciertos momentos, crowdfunding (pág. 20).

A raíz de la emergencia sanitaria a inicios del 2020 por la pandemia, uno de los sectores más afectados fue el económico, afectando directamente al periodismo como tal y ejerciendo presión en los medios tradicionales, pese a esto, se observó un crecimiento inusitado de los medios de comunicación en la internet, sobre todo en las redes sociales. A criterio de De Frutos y Sanjurjo (2022) esto es “una tendencia general que puede desprenderse de los resultados es que el impacto del coronavirus, unido a la recesión económica que algunos países de la región venían sufriendo, ha profundizado la precarización del trabajo en el periodismo latinoamericano” (pág. 126).



## **CAPÍTULO II**

### **DISEÑO METODOLÓGICO**

En este capítulo se detalla la estructura metodológica empleada y los conceptos utilizados para el desarrollo conceptual de las variables de la investigación, así como la operacionalización de las categorías de análisis con base en la premisa del estudio. Asimismo, se precisa la representación teórica del diseño de la investigación, así como el enfoque y alcance de la investigación, en esta sesión también está puntualizado los procedimientos y técnicas utilizados. Con respecto a la recopilación de datos y procesamiento, se comienza delimitando la población estudiada, de la cual se extrae una muestra, constituida por los periodistas y trabajadores de este diario digital, se describen los instrumentos y técnicas de recopilación del criterio de los participantes.

#### **Hipótesis de la investigación**

El diario digital Ecuador en Directo es un medio fundado en el año 2011, en el transcurso de la última década se ha posicionado como un referente del periodismo digital, teniendo en la actualidad una masa crítica de espectadores en sus diferentes plataformas sociales, así como en sus canales oficiales de streaming que maneja. Por ello, se busca a partir de un enfoque cualitativo detallado en este estudio de caso, analizar las narrativas de la información y opinión presentes en este canal digital, con el objetivo de determinar la evolución que ha tenido como medio alternativo.

Bajo estos parámetros, se parte de la siguiente hipótesis; el diario digital Ecuador en Directo ha logrado un importante nivel de aceptación en los diferentes canales y herramientas que ofrece el medio digital derivado del internet, facilitando a los periodistas desarrollar creativamente nuevos formatos y estilos para las narrativas de la información multimedia y de opinión, nuevas narrativas periodísticas derivadas del posicionamiento de las nuevas tecnologías. El discurso periodístico planteado en este medio de comunicación tiene un rol importante en la nueva comunicación digital, ya que sus conceptos y términos son parte de una estructura nueva de gestión en la comunicación online.

## **Categoría de análisis**

Se ha determinado que la investigación basada en el estudio de caso sobre el diario digital Ecuador en Directo y la observación de las narrativas de la información empleadas, así como su evolución y modelo de negocio, este direccionada en la siguiente categoría de análisis:

- Surgimiento y evolución del medio digital Ecuador en Directo
- Narrativas de la información y opinión
- Comunicación Digital y Medios de Comunicación

## **Conceptualización de la categoría**

Las nuevas narrativas informativas surgen con las nuevas tecnologías, el internet incitó un cambio en la conducta comunicacional humana, conforme a Zurita Andión (2019) el individuo debe adaptar su comportamiento con el universo digital para ser un comunicador eficaz, expresando que “nos apoyamos en las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) e incorporamos nuevas narrativas a las plataformas sociales como espacios comunitarios en donde se conversa utilizando, principalmente, la telefonía móvil” (pág. 1251).

La comunicación digital abarca desde un enfoque periodístico todo lo relacionado a las narrativas de la información, u opinión que son utilizadas y proceden del medio digital Ecuador en Directo, asimismo, se analiza como este medio se desenvuelve en el entorno digital actual y cuál sería la dinámica de este nuevo periodismo online. Para Gutiérrez y González (2019) “los escenarios actuales de la comunicación digital plantean nuevos retos para la investigación y el análisis a la luz de la exploración científica, pero también al abrigo de una profunda reflexión ética sobre sus impactos, alcances y consecuencias” (pág. 105).

Esta categoría de análisis está enmarcada en conocer a profundidad como los medios de comunicación han evolucionado hacia los entornos digitales, formando una nueva forma de periodismo. Por ello, en el estudio de caso tiene como enfoque específico a Ecuador en Directo, y como este medio aborda todas estas cuestiones en su calidad de medio alternativo, según Peña et al. (2019) “las innovaciones no han afectado únicamente a los medios y a las audiencias, sino también a los propios

contenidos informativos, que se han adaptado a las posibilidades de la comunicación digital” (pág. 360).

## Operacionalización de las categorías de análisis

**Tabla 1.** Operacionalización de las categorías de análisis

<b>Categoría de análisis</b>	<b>Definición</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Instrumentos de medición</b>
1. Surgimiento y evolución del medio digital Ecuador en Directo	Enfoque específico dentro del estudio sobre el desarrollo, crecimiento y transformación del medio digital. Busca explicar cómo este medio ha surgido a lo largo del tiempo, su evolución y cambios en el contexto digital.	1.1. Propósitos de la creación del medio 1.2. Rutinas productivas diferentes 1.3. inicio y posicionamiento de Ecuador en Directo 1.4. Evolución histórica del medio	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Observación participante</li> <li>● Entrevistas semiestructuradas a los periodistas del medio digital</li> </ul>
2. Narrativas de la información y opinión	Son las formas o estructuras con las que se cuenta una historia, noticia u opinión en los medios de comunicación. Están estructuradas por un estilo, tono o enfoque, en la actualidad, gracias a las nuevas tecnologías han emergido nuevas de estas narrativas periodísticas.	2.1. Identificación de las narrativas de la información 2.2. Definir Línea periodística y de opinión 2.3. Análisis de las narrativas de la información 2.4. Análisis de la línea de opinión 2. 5. Formatos y contenidos	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Observación participante</li> <li>● Entrevistas semiestructuradas a los periodistas del medio digital</li> </ul>

---

3. Comunicación Digital y Medios de Comunicación

Se lo define como un nuevo paradigma comunicacional, las nuevas herramientas digitales han supuesto un cambio en el lenguaje y las formas, ya que la inmediatez, interactividad y el uso de los nuevos sistemas técnicos, derivaron en la conformación de la comunicación digital y la conformación del periodismo digital.

3.1. Análisis de su modelo de negocio y subsistencia económica  
3.2. Uso de nuevas tecnologías y convergencia de medios  
3.3 Perspectivas futuras

- Entrevista a periodistas del medio digital Ecuador en Directo
- Entrevista dirigida a colaboradores del medio digital
- Entrevista dirigida a colaboradores del medio digital

---

**Elaboración:** Lcdo. Gustavo Jiménez

## **Diseño de investigación**

Con el propósito de resolver los cuestionamientos presentes en la investigación sobre la comunicación digital enmarcada en los medios independientes y las bifurcaciones que este tema implica como las narrativas de la información y opinión, se sigue una estructura metodológica. A continuación, se detallan los elementos metódicos empleados que garanticen el rigor y un direccionamiento correcto para obtener resultados válidos, confiables y relevantes.

## **Enfoque de investigación**

### **Enfoque cualitativo**

El enfoque seleccionado está basado en la comprensión profunda y recolección de datos cualitativos, abordando el tema de forma integral mediante entrevistas estructuradas a los individuos relacionado con el medio digital Ecuador en Directo, asimismo, este tipo de enfoque va encaminado con los modelos de estudio que precisa este trabajo. Con base en esto, se empleó la utilización de un enfoque cualitativo, tipo de investigación que según Hernández-Sampieri y Mendoza (2018) “la investigación desde la ruta cualitativa se enfoca en comprender los fenómenos,

explorándolos desde la perspectiva de los participantes en su ambiente natural y en relación con el contexto” (pág. 390).

### **Tipo de investigación**

La información recopilada y datos obtenidos de las diferentes variables o categorías de análisis, se llevó a cabo sin alterar o manipular dichas variables preliminarmente, limitando el enfoque a la observación, estudio y recepción de respuestas por medio de entrevistas. Bajo estos parámetros, esta investigación se define como no experimental, tal como lo señalan Hernández-Sampieri y Mendoza (2018) “la investigación no experimental es sistemática y empírica en la que las variables independientes no se manipulan porque ya han sucedido” (pág. 175), agregando:

Por decirlo de alguna manera, en un experimento se construye una realidad. En cambio, en un estudio no experimental no se genera ninguna situación, sino que se observan situaciones ya existentes, no provocadas intencionalmente en la investigación por quien la realiza (pág. 174).

### **Alcance de la investigación**

#### **Alcance descriptivo**

Concerniente a la delimitación de la extensión del presente trabajo, se ha tomado en cuenta el enfoque, la alineación con los objetivos y la eficacia en los resultados de la investigación. Por esta razón, con el propósito de proporcionar una comprensión profunda y completa del medio objeto de este estudio, se ha establecido en una primera fase como un estudio de alcance descriptivo, para Arias y Covinos (2021) “estos estudios tienen como principal función especificar las propiedades, características, perfiles, de grupos, comunidades, objeto o cualquier fenómeno” (pág. 70), argumentando:

Los estudios descriptivos pueden permitir la posibilidad de predecir un evento aunque sean de forma rudimentaria; sin embargo, se debe tener la base teórica correcta, además de antecedentes que muestren un panorama claro de lo que puede pasar, solamente de esta forma se podrían plantear hipótesis (págs. 70,71).

## **Alcance explicativo**

Para comprender a profundidad la información recopilada, que está relacionada con las dimensiones del estudio relacionado con el medio digital, como las narrativas de información, hasta la evolución de este medio como un programa alternativo, se optó por el alcance explicativo. Según Ramos Galarza (2020) “en este alcance de la investigación se busca una explicación y determinación de los fenómenos. En el contexto cuantitativo se pueden aplicar estudios de tipo predictivo en donde se pueda establecer una relación causal entre diversas variables” (pág. 3).

A criterio de Hernández-Sampieri y Mendoza (2018) este tipo de alcance va “más allá de la descripción de fenómenos, conceptos o variables o del establecimiento de relaciones entre estas; están dirigidos a responder por las causas de los eventos y fenómenos de cualquier índole (naturales, sociales, psicológicos, de salud, etc.)” (págs. 110,112).

## **Métodos de investigación**

### **Estudio de caso**

En el proceso de llevar a cabo una investigación en su contexto natural, este trabajo se concentra en la recolección de información en un medio puntual, el diario digital Ecuador en Directo, por esta razón, se ha considerado el estudio de caso como método apropiado y relevante para el cumplimiento de los objetivos. Para Sánchez et al. (2018) “es un método de investigación cualitativo que estudia un caso en profundidad para poder entenderlo de manera integral. El caso puede ser una persona, un grupo de personas, una colectividad o una institución, un hecho, un producto o un modelo” (pág. 66).

El subtipo de estudio de caso establecido para esta situación puntual, dada sus características específicas, y el propósito metodológico; como la recolección de información cualitativa y entrevistas, es el siguiente:

### **Casos centrados en el estudio de descripciones**

En este tipo de caso se busca que los participantes formen parte del ejercicio del análisis y descripción de los acontecimientos de las diversas situaciones, así como la reflexión en conjunto con el investigador, en un proceso de retroalimentación,

enmarcado en los distintos enfoques del hecho en cuestión, esto concepto lo establece Ramirez et al. (2019), y sostiene:

Pretenden la reflexión y el estudio sobre los principales temas teórico-prácticos que se derivan de la situación estudiada. No se pretende, pues, llegar al estudio y al planteamiento de soluciones, se centran en aspectos exclusivamente descriptivos. Este tipo de casos, que tiene entidad propia en cuanto análisis descriptivo, constituye el punto de partida de los subtipos que se considerarán más adelante (pág. 3).

### **Historia oral crítica**

Este modelo el cual está basado en la recopilación de testimonios, narración y experiencia individual relacionado al objeto de estudio, con el propósito de conocer la perspectiva de los protagonistas en el contexto de eventos históricos, experiencia subjetivas e información del proceso referente a la fundación del medio digital, su evolución, adaptación a los nuevos formatos y el modelo económico para la subsistencia en este entorno.

Para Vega y Trujillo (2021), los estudios en los que se recurre a testigos presenciales para recopilar información, tienen más posibilidades de obtener resultados diferentes y eficaces, que una investigación que solo utiliza documentación como fuente de información. La relevancia de este método radica en los hallazgos que pueda proporcionar una entrevista bien estructura. En palabras de Naput (2018), la historia oral no es solo un método más de la metodología tradicional, sino que ofrece otra vía para reflexionar y crear nuevo conocimiento, y añade:

Nos permite registrar un universo de significantes que pasan desapercibidos ante los ojos de un historiador avezado en el uso de técnicas de investigación tradicionales que ubican su centro en el documento escrito. El tratamiento específico de la entrevista conlleva una mirada original sobre el discurso del entrevistado, aportando al conjunto de las ciencias sociales claves de lectura del archivo oral que permanece, la más de las veces, disfrazadas tras la aparente transparencia del testimonio (pág. 113).

De acuerdo con Lara y Antúnez (2014), este modelo es importante para la reconstrucción de procesos socio-históricos a partir de la información que entreguen

los individuos consultados, y plantear por escrito el punto de vista de estos individuos con una planificación estructurada. Para estos autores, este método tiene como técnica la recolección de la historia de los especialistas o expertos sobre un área determinada y exponen:

La historia oral permite al investigador acceder a nuevos datos, pero también se accede a los grupos que están en la sobreestructura, en las localidades, en los pueblos; con base en ello se logra engranar teóricamente los sucesos que van desde lo local y que repercuten en lo nacional o viceversa (pág. 48).

## **Técnicas de investigación**

### **Observación participante**

Está técnica es un proceso de registro de información sobre hechos concretos, con la particularidad de que el investigador u observador, tiene participación directa de los hechos o sujetos según el criterio de Sanjuán (2019), y en este sentido, se utilizará para esta investigación; la inmersión completa del sujeto en el grupo social o población que se pretende estudiar.

En palabras de Baena Paz (2017) “la observación participante es un procedimiento particularmente adecuado para el examen de diversas formas de conducta, donde reviste especial dificultad establecer una buena información con los sujetos” (pág. 71). Este tipo de observación es adecuada si se desea realizar un examen de las diversas formas de conductas o conocer la historia e ideas del sector poblacional investigado.

### **Entrevista**

El uso de esta técnica de recolección de datos, proporciona un medio eficiente para conocer la opinión, hechos o historia de los participantes del estudio, la selección de esta técnica, yace en la importancia que tiene para capturar la percepción de los individuos referente al tema estudiado. Conforme al criterio de Neill y Cortez (2018) mediante esta técnica “el investigador obtiene información sobre el punto de vista y la experiencia de las personas o grupos. Se define por lo general como un diálogo y puede ser de diferentes clases: estructurada, semiestructurada, o incluso informal” (pág. 82).



Esta técnica adquiere un papel relevante en la presente investigación, ya que brinda acceso a información cualitativa de forma directa, dando la posibilidad de comprender de primera mano los indicadores del estudio gracias a la perspectiva de cada consultado. Para ello, se utiliza la entrevista con estructura, la cual según Sánchez et al. (2018) “es una técnica directa de investigación. Se efectúa con base a un cuestionario de preguntas o reactivos cerrados y con una cédula que se debe llenar a medida que se desarrolla la entrevista” (pág. 60).

## **Instrumentos de recolección de datos**

### **Ficha de observación**

Citando a Arias y Covinos (2021) “la ficha de observación se utiliza cuando el investigador quiere medir, analizar o evaluar un objetivo en específico; es decir, obtener información de dicho objeto. Se puede aplicar para medir situaciones extrínsecas e intrínsecas de las personas; actividades, emociones” (pág. 88). Esta guía para la entrevista, será distribuida de manera Diseñado para anotar la información relevante, así como datos concernientes al fenómeno estudiado, ayudará a registrar las narrativas de la información o formatos tecnológicos empleados por el medio Ecuador en Directo.

### **Guía de preguntas**

Se lo define como un instrumento de recolección de información, utilizado en la técnica de entrevista, la cual está diseñada sobre cuestionamientos relacionados al tema o indicadores de la investigación, tiene como objetivo presentar una estructura sólida entre el investigador y el entrevistado. Su distribución guarda coherencia con el enfoque investigado, y según Sánchez et al. (2018) se la puede definir como:

Está referido al conjunto de preguntas preparadas por el investigador a partir de un problema de investigación y que van a servir para recoger la información del caso. Puede emplearse tanto en las técnicas directas como indirectas de recolección de información. Sirven para considerarlas en un cuestionario, o emplearlas en una entrevista estructurada (págs. 23,24).

## **Población**

De acuerdo al concepto de Arias y Covinos (2021) la población es la totalidad de individuos o elementos del estudio, y está delimitada a criterio del investigador según el enfoque de la investigación. De acuerdo a este concepto, los sujetos seleccionados que conforman el contexto poblacional de esta tesis y a los cuales estarán dirigidas las entrevistas bajo una modalidad historia oral crítica, son los profesionales, periodistas y colaboradores que integran la nómina del medio digital Ecuador en Directo. En palabras de Sánchez et al. (2018) se aclara que “cuando se trata de individuos humanos es más adecuado denominar población; en cambio, cuando no son personas, es preferible denominarlo universo de estudio” (pág. 102).

## **Muestra**

Debido a las características de la población, la cual está delimitada por los miembros que conforman el personal de planta del diario digital Ecuador en Directo, se ha definido la muestra por la totalidad de los entrevistados, según Romero et al. (2022) la muestra “define los diferentes fenómenos, sucesos de lo que concierne en la recolección de datos para delimitar la Población” (pág. 202). Conforme a las características de la población se aplicó el tipo de muestreo no probabilístico intencional, Romero (2022) argumenta que en este tipo de muestra “se toma como base el criterio del investigador, se decide de una manera justificada quienes son parte de la muestra” (pág. 204).

Se debe remarcar que el método que se emplee influye en el tipo de muestra, en este caso, al utilizar el estudio de caso, se cuenta con una muestra con limitaciones, Canta y Quesada (2021) aclaran que “en cuanto a la restricción relacionada a la muestra que se aplica en los estudios de caso, es decir en el empleo de un caso o casos, se puede compensar las limitaciones, verificándose el desarrollo de los procesos y los resultados con evidencia adicional, preferentemente con estudios diseñados de modo diferente” (pág. 783).

A continuación, se detallan los miembros que conforman el diario digital Ecuador en Directo, los cuales conforman la muestra total de esta investigación, está constituida por trabajadores del medio, y como colaboradores externos:

**Tabla 2. Muestra seleccionada para la investigación**

<b>Nómina de los trabajadores del diario digital Ecuador en Directo</b>		
<b>Nombre</b>	<b>Departamento</b>	<b>Función</b>
<b>Lcdo. Jaime de la Cruz</b>	Gerencia / Fundador del medio	Director del medio
<b>Lcdo. Gustavo Jiménez</b>	Administración / Fundador del medio	Conductor de noticias
<b>Lcda. Jilda Miranda</b>	Comunicación	Jefa de redacción
<b>Lcda. Carla Haro</b>	Comunicación	Conductora de entrevistas
<b>Lcdo. Gabriel Moyano</b>	Comunicación	Periodista
<b>Sr. Jorge Aycart</b>	Producción	Edición / Post producción
<b>Lcdo. Ángel Matamoros</b>	Comunicación	Periodista
<b>Ing. Jonathan Flores</b>	Producción	Asistente de producción

**Elaboración:** Lcdo. Gustavo Jiménez

**Tabla 3. Muestra seleccionada de colaboradores**

<b>Colaborares externos del diario digital Ecuador en Directo</b>		
<b>Nombre</b>	<b>Experiencia</b>	
<b>Xavier Lasso Mendoza</b>	Experto en comunicación política	Invitado en el programa Los Especialistas
<b>Lcdo. Máximo García</b>	Experto de comunicación política	Invitado en el programa Los Especialistas

**Elaboración:** Lcdo. Gustavo Jiménez

## CAPÍTULO III

### ANÁLISIS DE RESULTADOS

#### Descripción del objeto de estudio

Ecuador en Directo es un diario digital de comunicación situado en la ciudad de Guayaquil, fundado por iniciativa del Lcdo. Jaime de la Cruz y el Lcdo. Gustavo Jiménez en el año 2011, creado en inició como una página web informativa que mediante el uso del streaming radial brindada información del acontecer político, económico, social y deportivo de forma diaria, incorporando nuevas herramientas de información, haciendo uso de las redes sociales.

En la actualidad se ha consolidado como en un referente del periodismo digital ecuatoriano, contando con una amplia comunidad de seguidores, en sus distintos canales informativos, teniendo fanpage en las principales redes sociales, como: Facebook, YouTube, Instagram, X y TikTok. Actualmente la plataforma en donde tiene una mayor presencia es su canal de YouTube, en donde transmite diariamente su programa insigne de entrevistas, opinión y análisis político Los Especialistas, en donde se aborda temas relacionados al complejo panorama político del país, así como temas en tendencia.

**Tabla 4.** *Redes sociales de Ecuador en Directo*

<b>Redes sociales</b>	<b>Seguidores</b>	<b>Cuenta</b>	<b>Link</b>
<b>Facebook</b>	53.000	@EcuadorenDirecto	<a href="https://www.facebook.com/ecendirecto">https://www.facebook.com/ecendirecto</a>
<b>X</b>	15.733	@EcEnDirecto	<a href="https://twitter.com/EcEnDirecto">https://twitter.com/EcEnDirecto</a>
<b>YouTube</b>	65.700	@ECUADORENDIRECTO	<a href="https://www.youtube.com/@ECUADORENDIRECTO">https://www.youtube.com/@ECUADORENDIRECTO</a>
<b>Instagram</b>	5.000	@ecendirecto	<a href="https://www.instagram.com/ecendirecto">https://www.instagram.com/ecendirecto</a>
<b>Tik Tok</b>	61.300	ecendirecto_	<a href="https://www.tiktok.com/@ecendirecto_">https://www.tiktok.com/@ecendirecto_</a>

**Elaboración:** Lcdo. Gustavo Jiménez

**Fuente:** Información de las redes sociales de Ecuador en Directo

Se ha posicionado como uno de los principales medios digitales de línea independiente, que destaca por su compromiso en la difusión de noticias de importancia nacional, asimismo, realizan coberturas, transmisiones en vivo, entrevistas a especialista y programación enfocada en brindar a la ciudadanía criterios de expertos y especialistas en temas de relevancia social. Actualmente cuenta con un equipo de diez colaboradores, entre los que destacan periodistas, productores y asistente del área técnica.

**Gráfico 1.** Cobertura periodística de Ecuador en Directo



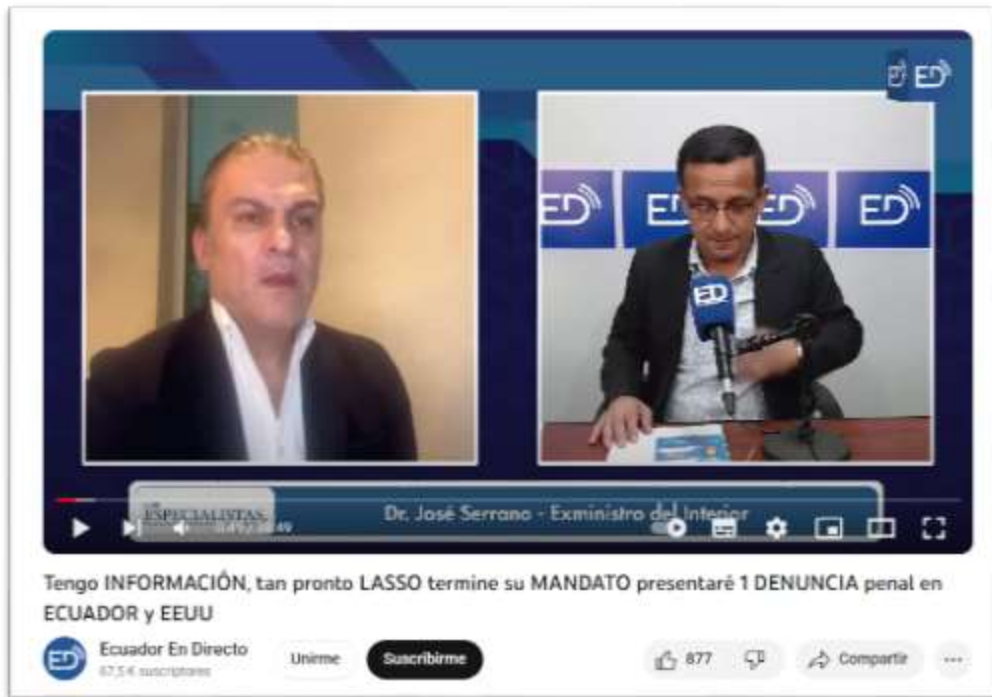
**Fuente:** Canal de YouTube de Ecuador en Directo

**Gráfico 2.** Entrevista de Los Especialistas sobre política internacional



**Fuente:** Canal de YouTube de Ecuador en Directo

**Gráfico 3.** Entrevista a José Serrano – Exministro del interior



Fuente: Canal de YouTube de Ecuador en Directo

**Gráfico 4.** Entrevista a Otto Sonnenholzner – Exvicepresidente del Ecuador



Fuente: Canal de YouTube de Ecuador en Directo

Sus instalaciones se encuentran situadas en la Cdla. Quisquis Mz. J Solar 13, parroquia Tarqui, en el norte de la ciudad, diagonal a la Facultad de Comunicación Social de la Universidad de Guayaquil.

**Gráfico 5.** *Ubicación de las instalaciones de Ecuador en Directo*



**Fuente:** *Google maps*

Dispone de un departamento de producción especializado en la creación de contenidos infográficos y transmisión vía streaming, y cuenta con equipos tecnológicos de vanguardia; consolas de producción, equipo de video, sonido, así como software de postproducción.

**Gráfico 6.** *Área de producción del programa Los Especialistas*



**Fuente:** *Canal de Ecuador en Directo en YouTube*

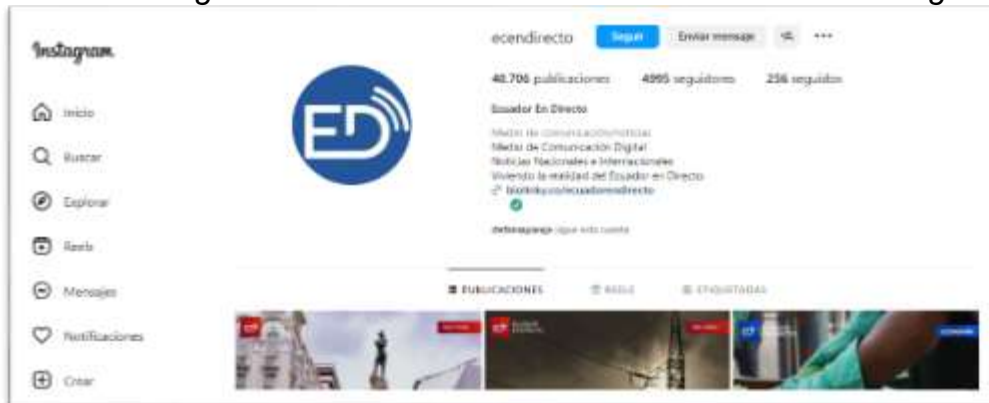
## Redes Sociales

**Gráfico 7.** Fanpage de Ecuador en Directo en la red social de Facebook



Fuente: Red social Facebook

**Gráfico 8.** Página de Ecuador en Directo en la red social de Instagram



Fuente: Red social Instagram

**Gráfico 9.** Página de Ecuador en Directo en la red social X



Fuente: Red social X



**Gráfico 10.** Programa en vivo en el canal de YouTube



**Fuente:** Canal de YouTube de Ecuador en Vivo

**Gráfico 11.** Cuenta de TikTok de Ecuador en Directo



**Fuente:** Cuenta de TikTok de Ecuador en Directo

**Gráfico 12.** Página web de Ecuador en Directo



**Fuente:** www.ecuadorendirecto.com

## **Análisis de resultados.**

Se presentan a continuación los resultados obtenidos mediante la aplicación del método historia oral crítica, que permite una visión integradora de las experiencias, ideas y enfoques de los sujetos entrevistados, así como la aplicación de entrevista en profundidad y observación participantes.

El orden en que se presentan los testimonios obedece al hilo lógico del diseño de las categorías de análisis.

### **Categoría 1. Surgimiento y evolución del medio digital Ecuador en Directo**

En el análisis de resultados de esta categoría se presentan los testimonios de los fundadores del medio en cuanto a surgimiento de éste y rasgos que caracterizaron su evolución, el orden que se ha establecido en el análisis se corresponde con los indicadores diseñados a tal efecto.

#### **Indicador 1.1. Propósitos de la creación del medio**

**Jaime de la Cruz:** Yo tenía una idea, allá por el año 2007 o 2008, cuando ya había un medio de comunicación digital que tenía un nombre bien ganado “Ecuador Inmediato”, ese medio es de un gran amigo; Francisco Herrera Arauz, que es de la capital Quito, era un medio que yo lo seguía y me gustaba el trabajo que hacían. Yo ya tenía el nombre: “Ecuador en Directo”, tenía esa idea e intentaba darle forma, pero no aterrizaba.

**Gustavo Jiménez:** Ecuador en Directo nace ante la posibilidad de crear espacios de información y opinión en el océano del internet en el Ecuador, emulando a las grandes cadenas internacionales que ya incursionaban en el espacio digital.

**Jaime de la Cruz:** Pasaron tres años más y tuve la grata sorpresa de encontrarme con usted Gustavo, y yo le había dicho que quería crear este medio, por el 2011 o 2012, y al siguiente año 2013 le dimos formas y empezamos a armar el equipo, la página, las redes sociales, y así empezó Ecuador en Directo, vino con una idea de que a pesar de tener el nombre, no arrancaba y estuvo como cinco años dándosele forma, hasta que hubo el tiempo y arrancó Ecuador en Directo.

**Gustavo Jiménez:** Lo recuerdo claramente Jaime, y para ser precisos, fue en el año 2011 cuando se crea nuestra página web y un año después se incorpora el streaming radial, en el que se producían programas informativos de noticias generales, música y deportes.

**—¿Entonces con qué propósito fue creado Ecuador en Directo?**

**Jaime de la Cruz:** El propósito de nosotros era tener una página informativa, que tal vez muestre las noticias desde otra óptica, desde otro punto de vista; no hacer lo mismo que hacían los medios tradicionales.

**Gustavo Jiménez:** Se trataba de crear programación propia dirigida a un público diferente al de los medios tradicionales.

**Ángel Matamoros:** Definitivamente es informar, tener una audiencia informada y tratar de cubrir esos hechos que la prensa tradicional no los cubre.

**Jilda Miranda:** Darles otro enfoque a las noticias, sobre todo alguna información que tal vez los medios tradicionales no lo realizan, entonces el objetivo también es llegar a esa comunidad.

**Carla Haro:** El propósito original del medio es sin duda alguna tener una postura alternativa, y digo postura, porque como hemos venido de los medios tradicionales, siempre nos dejamos llevar por esa opinión de esos medios, entonces al tener una postura alternativa, deja el libre albedrío para que la gente pueda decidir y pueda analizar.

**Gabriel Moyano:** Ecuador en Directo busca ser un sitio web de noticias imparcial, cumpliendo en mayor medida con su rol dentro de la comunicación digital; brindar comunicación imparcial, veraz e inmediata a los ciudadanos.

**Gustavo Jiménez:** Es importante la utilización de las nuevas herramientas, así como tener un tratamiento adecuado de la información, siguiendo los principios deontológicos y éticos del periodismo. Los medios tradicionales propenden a tener una línea sesgada, ya que de por medio se enfrentan a entornos de poder y dependencia económica, algo que en los nuevos medios puede representar una oportunidad.

## 1.2. Rutinas productivas diferentes

—¿Pero a qué nos referimos cuando hablamos de no hacer lo mismo que los medios tradicionales o hacer lo que ellos no realizan?

**Xavier Lasso:** Los medios digitales desde mi perspectiva; no pueden repetir el discurso falaz de la objetividad periodística, de la distancia que tomamos ante los acontecimientos porque somos solo periodistas, somos como los redactores de la bitácora, ¡mentira!, nos jugamos en cada acontecimiento, también tenemos una perspectiva, tenemos una lectura, y estamos obligados entonces a no trabajar con ese falaz concepto de la objetividad, sino con la construcción de un contexto.

**Ángel Matamoros:** El rol de Ecuador en Directo es muy grande, como lo deberían tener todos los medios de comunicación, el de responsabilidad, el de orientar, el de opinar y de informar con responsabilidad, porque si los medios hacen un trabajo responsable, construyen una opinión pública productiva. Lo contrario es la descontextualización, y el rol que juega Ecuador en Directo de estar en un medio, de cubrir un espacio en muchos casos de visibilizar problemáticas que no son abordadas por los medios tradicionales

**Jaime de la Cruz:** Los grandes medios han perdido audiencia, esa audiencia se reparte entre los medios digitales. Tenemos una línea editorial, que no las tienen otros medios, acá nosotros decimos la verdad, aunque no les guste a algunos (cuando se les dice la verdad), de todo lo que pasa en la política, develamos a los políticos, les decimos las cosas que tenemos que decirselas, así no les guste, así nos hayan intentado demandarnos, nos hayan amenazado, hayamos vividos hackeos de nuestras cuentas, le decimos la verdad a la gente, y por eso la gente nos sigue, la gente no come cuento, la gente sabe cuándo se le está mintiendo, cuando hay una información sesgada, entonces nosotros develamos esas cosas.

**Máximo García:** El hecho de la inmediatez desmarca totalmente del periodismo convencional al periodismo digital, en estos momentos cualquier medio digital está en capacidad de salir con una programación en vivo, antes que un medio tradicional o convencional que en su momento requería instalar un Flyaway o una microondas, trasladar equipo, personal, etc. Entonces, eso ha cambiado totalmente la dinámica entre uno y otro, los equipos son simplificados, a eso me refiero; porque antes

trasladar una microondas requería de varios equipos y ahora usted con un teléfono celular sale con un vivo.

**Jorge Aycart:** Hace diez o quince años, se decía que la televisión y la radio eran los medios preponderantes, que prácticamente con una noticia ya sea en vivo, en una llamada microondas, o venga un locutor y tenga una noticia importante y que le pidan que le den espacio y le den cabida, a veces esas expresiones podían crear alegría, o generar caos.

**Jaime de la Cruz:** Los medios digitales son el nuevo periodismo, porque ahí no hay el tema de la pauta que viene desde arriba, desde el poder, que hace que tú te quedas callado y estás a lado del poder, acá hay algunos que sí responden a eso.

**Gabriel Moyano:** En los últimos tiempos más que nada se ha visto como los medios digitales tienen un papel importante, no solo en la política, sino en diferentes ámbitos, lastimosamente en Ecuador se han demorado un poco, ya en otros países aledaños a nosotros han tomado un papel mucho más fuerte; Colombia, Perú e incluso Estados Unidos, donde los medios digitales independientes han formado parte de la primera fila de la información, ya mucha gente muchos países no opta por medios tradicionales sino por los medios digitales, debido a su línea editorial, a su narrativa, a su manera de contar las historias y las noticias, que es mucho más veraz o de pronto más inmediata y con un papel periodístico más preponderante.

**Gustavo Jiménez:** Hay un gran despertar de los medios digitales por ejercer el verdadero sentido de la comunicación, por abrir espacios nunca permitidos por los medios tradicionales que clasificaban las voces de la opinión, lamentablemente esos mismos medios entraron ya a competir en lo digital, aprovechando su marca y posicionamiento mediático para tratar de descalificar. Otros aspectos son el celo y la supervivencia, en esta coexistencia de medios, que buscan parcializar las preferencias según el mejor postor y su posverdad.

**Xavier Lasso:** yo ya he empezado a ser más selectivo con los medios digitales a los que quiero seguir, no me gusta que caigamos en lo mismo, no me gusta que vea yo el rostro visible de determinados medios digitales, parecidos a los rostros visibles del gran conglomerado mediático, que más que periodistas parecen estrellas, showman.

**Jilda Miranda:** Este medio está dirigido al pueblo, entonces, esa ha sido la línea, llegar más al pueblo, basándose en la problemática del país, que a veces otros medios no lo mencionan, es lo que ha sido este medio, el cuál trata de llegar a un público que se hace muy difícil llegar.

**Jonathan Flores:** Los medios digitales, más allá de tomar partido, tienen que realizar una cobertura responsable de la información, como lo hace Ecuador en Directo que acude a especialistas que ayudan al público a formarse un criterio, y no solo consumir esa noticia viral que carece de investigación.

**Jorge Aycart:** Unas de las barreras pueden ser las innovaciones constantes que se presentan; esto de transmisiones en directo, obviamente no todos pueden hacer algo como esto, porque se necesita un equipo, se necesita en todos los aspectos el equipo, me refiero a un computador, consolas de audios, micrófonos, las cámaras, obviamente el equipo humano también cuenta, la persona que está detrás; que hace el trabajo, así como las personas que están al frente.

### **1.3. inicio y posicionamiento de Ecuador en Directo**

**Gustavo Jiménez:** En el año 2015 desarrollamos la plataforma de streaming en Facebook y YouTube para difundir las entrevistas y noticias que producimos por medio de las redes sociales, en un inicio se presentaron serias limitaciones de conexión a internet producto de los pocos proveedores de ese servicio en ese entonces.

**Jaime de la Cruz:** Cuando arrancamos con la página, había un equipo de pocas personas, creo que solo éramos dos o tres personas.

**Jilda Miranda:** Al principio no tenían ese alcance que tiene hoy, entonces todavía estaba la televisión posicionada y Ecuador en Directo no tenía mucho público, y tampoco teníamos mucho personal.

**Jaime de la Cruz:** Hasta que después se fueron sumando personas que hacían prácticas, y después ya arrancamos con programas de entrevistas en vivo, empezó el programa Los Especialistas, que empezamos con poca audiencia, pero que después, poco a poco, el medio fue tomando mayor audiencia, se fue consolidando.

**Gustavo Jiménez:** Cuando comenzamos, la tecnología era escasa en nuestro país, me refiero a las herramientas como los computadores de alta generación, cámaras, tarjetas streaming de video, el mismo servicio de internet que afectaba inclusive a nuestros usuarios porque aún no se masificaba, pero poco a poco se han superado estos detalles.

**Jaime de la Cruz:** Asimismo se debió buscar recursos para financiar Ecuador en Directo, porque de alguna manera, había que tener un equipo conformado, había que tener una persona que alimente la página, había que tener una persona que cuando realizábamos las entrevistas en vivo maneje la parte técnica, ahí estaba en ese tiempo otro equipo que arranco con nosotros, y con el paso de los años fue cambiando, se consolidó un equipo.

#### **1.4. Evolución histórica del medio**

**—¿Podría ofrecer una visión general de la evolución histórica de este medio digital de comunicación?**

**Gustavo Jiménez:** La evolución de Ecuador en Directo se da gracias a la diversidad de plataformas que brinda el internet, donde se puede ofrecer: videos, audios, imágenes, portales, blogs, aplicaciones, etc. Nuestra proyección fue la digitalización del medio donde podíamos conjugar lo visual, lo escrito, la opinión y el análisis; elementos que se manejan de forma unitaria por parte de los medios tradicionales según su negocio.

**Carla Haro:** Esa ha sido la evolución del medio, ha venido trabajando en función de que cada vez más personas se sientan identificadas con la posición del medio, se sientan identificadas con el análisis de los entrevistadores

**Jilda Miranda:** Con el tiempo ha evolucionado bastante, empezamos obviamente desde cero, luego fuimos ya implementando otras ideas.

**Jonathan Flores:** Este medio ha ido creciendo con el tiempo, su recepción ha sido positiva gracias a su forma frontal de informar, su seriedad, y sobre todo por el tratamiento profesional que se le da a la información, ha ido evolucionando en la dirección correcta, si revisamos la programación, las métricas de años anteriores y

las visualizaciones, Ecuador en Directo se ha transformado en un referente del periodismo digital ecuatoriano.

**Gabriel Moyano:** Ecuador en Directo ha ido adaptándose a las nuevas tecnologías que avanzan a diario, literalmente puedo decir que la tecnología cada día da un paso adelante y es reto también lograr adaptarse a la misma.

**Gustavo Jiménez:** Parte de esa transición se evidencia en nuestro contenido, ahora la información que producimos aborda ~~son~~ realidades o hechos que se viven y se sienten día a día en el entorno social del país, acompañados del análisis de expertos opinadores en sus diferentes áreas de conocimiento. Pero hubo un punto en donde las visualizaciones a nuestro contenido se incrementaron, que fue en el encierro durando la pandemia.

**Jaime de la Cruz:** En la pandemia, yo estaba en los Estados Unidos, allá me quede casi tres meses, yo me había ido en el mes de marzo a pasar unas vacaciones por quince días, resulta que llegamos y a los dos días, cerraron todos los aeropuertos, no podías ingresar al país.

**Gustavo Jiménez:** Lo más fuerte fue en el 2020 porque todos los colaboradores que en ese entonces no pasábamos de 6 personas, enfrentamos la pandemia con poca información sobre el Covid-19. Nuestro director Jaime De La Cruz viajó a inicios de año a Estados Unidos con su familia y recrudece la enfermedad en el mundo al punto de que nos vimos afectados con el fallecimiento de nuestra primera coordinadora de la radio por culpa de esta enfermedad.

**Jaime de la Cruz:** Empecé haciendo entrevistas todas las mañanas, a veces con problemas de conexión, o era con la conexión que yo tenía, o era con la conexión de nuestros invitados, asimismo, el sistema que estábamos utilizando era nuevo, no estábamos familiarizados con el programa que se estaba trabajando, bueno paso el tiempo y regresé, y seguimos haciendo el programa, después se unió Jorge, que es el coordinador técnico de todo lo que se hace para sacar las entrevistas de nuestros invitados por la vía telemática (manejar equipo y todo).

**Jorge Aycart:** Tuve que adaptarme a un sistema nuevo, aprender a manejar el software que utilizo para transmitir, me costó, no lo voy a negar, pero yo creo que ya



con el tiempo uno se adapta y hay la facilidad.

**Gustavo Jiménez:** Jaime no pudo regresar por disposiciones internacionales y dispuso transmitir sus informes de forma remota desde los Estados Unidos, las oficinas quedaron prácticamente abandonadas por el temor de que alguien más se exponga al contagio. Sin embargo, la necesidad de conocer más información sobre lo que sucedía en el mundo con esta pandemia nos abrió una gran oportunidad de sintonía.

**Xavier Lasso:** Una de las explicaciones más clara del éxito es por la presencia diaria, porque ha acostumbrado a su audiencia ha una rutina, la audiencia de Ecuador en Directo sabe que todos los días a partir de las 8 de la mañana va a estar ahí Ecuador en Directo con su programa Los Especialista, con entrevistas, noticias, ustedes están armando una parrilla noticiosa. Entonces, eso explica el crecimiento y más aún durante el encierro por la pandemia, donde las personas buscaban información contrastada.

**Ángel Matamoros:** pienso que a través de su gerente Jaime de la Cruz, aprovechó esta crisis para convertirla en oportunidad, y tratar a través de este medio digital llegar a esos espacios de información, porque la población necesitaba estar informada.

**Gustavo Jiménez:** Durante un año el diario tuvo que adaptarse al trabajo remoto y ese motivo nos enseñó a dominar los procesos de inmediatez con la tecnología.

**Jaime de la Cruz:** Ecuador en Directo es un proyecto que no despuntó talvez cuando arrancamos, como tenía que haber sido, Ecuador en Directo despunta justamente y se proyecta cuando empieza la pandemia.

**Máximo García:** conociendo a Ecuador en Directo desde hace 6 años, tengo que marcar un antes y un después, que tiene que ver con la pandemia, antes de la pandemia Ecuador en Directo tenía ya un público pequeño, al cual se debía en su mayor medida durante las mañanas en pequeños espacios, no había tantos seguidores, pero fue después del 2020, diría yo a mediados del 2020 que este medio digital empieza a tener un protagonismo para esos seguidores que estábamos en las casas, la gente que quería saber que estaba ocurriendo tenía muchas opciones, y muchos optamos por Ecuador en Directo y vimos cómo fue manteniéndose la

disponibilidad de información desde la mañana hasta las 10 de la mañana, desde las 7 de la mañana ya teníamos una programación diaria que ver.

**Jilda Miranda:** Fue muy complicado, no solamente para los medios de comunicación digitales, sino para todos en general, sobre todo porque estábamos en la cuarentena y no teníamos esas facilidades, pero gracias a la perseverancia de nuestro director Lcdo. Jaime de la Cruz, el cuál contaba con sus contactos y amigos, quienes supieron estar ahí en los momentos que se los necesitaba. Entonces se fue formando esto, como estaba lo virtual, se hizo un programa virtual de entrevista, a pesar de que Jaime estaba en EE. UU, se podía hacer el programa, entonces ese fue el desafío, empezar nuevamente retomando el programa, gracias a Dios resultó y se pudo impulsar este medio.

**Jonathan Flores:** La cuarentena y la pandemia representaron un obstáculo no solo para Ecuador en Directo, sino, para todos los medios digitales emergentes en esa época, pero de ese obstáculo, se establecieron nuevas formas de comunicación no solo para la población en general, sino para el periodismo, por ejemplo, antes de la pandemia, las reuniones o entrevistas vía zoom, eran escasas, por lo que hubo adaptación de todos los sectores, para que estas nuevas formas de comunicación se instalen como nuevos paradigmas.

## **Categoría 2. Narrativas de la información y opinión**

El periodismo digital se caracteriza por emplear nuevos caminos a la hora de contar una historia, basándose en las posibilidades que ofrece la digitalización. En esta sección se busca identificar las narrativas informativas presentes en Ecuador en Directo, interpretando los criterios del equipo periodístico de este medio, con la intención de discernir y categorizar las distintas estructuras narrativas de noticias y opinión.

### **Indicador 2.1. Identificación de las narrativas de información y opinión en el periodismo digital**

**Gustavo Jiménez:** La narrativa de Ecuador en Directo busca potenciar su información a los ciudadanos comprometidos con descubrir la verdad que no es visible para otros medios.

**Jaime de la Cruz:** Las narrativas de nosotros están enfocadas en informar con la verdad, decir las cosas, develar el sesgo informativo que tienen otros medios.

**Gustavo Jiménez:** Pero recordemos Jaime que las formas narrativas para hacer periodismo son diferentes a las de antes, este medio se ha fortalecido con todas esas herramientas digitales que permiten estructurar la información para que llegue a las nuevas audiencias.

**Máximo García:** Efectivamente, el periodismo digital ya cuenta con nuevas narrativas a nivel de audio y video, hay experiencia a nivel internacional, como por ejemplo: el periodismo de inmersión, o el periodismo 360; que permite entender un reportaje o un video desde toda las perspectivas posibles, y aquí en el Ecuador estamos viendo algunas experiencias en ese sentido, entonces, esa son las nuevas narrativas que al periodismo digital le aportan para desmarcarlo totalmente del periodismo tradicional o convencional.

**Gabriel Moyano:** Debido a la digitalización, en cada plataforma existen diferentes mecanismos para la difusión o inmediatez, nosotros utilizamos los diferentes mecanismos dependiendo de la red social o la plataforma.

**Gustavo Jiménez:** Cada red social tiene su propósito y está dirigido a un público segmentado:

**—¿pueden dar algunos ejemplos del uso de estas nuevas narrativas en este medio?**

**Jaime de la Cruz:** En Twitter por ejemplo, de las entrevistas a nuestros invitados, siempre sacamos cápsulas, de una entrevista de una hora o invitados que a veces la entrevista duran dos horas, no se puede dejar colgado esa entrevista de dos horas en el canal así nada más, hay que aprovechar ese contenido de dos horas y sacar lo más relevante, y a veces esas cápsulas se vuelven virales, porque son temas coyunturales, o porque el invitado está diciendo la verdad y está poniéndole el dedo en la llaga al problema.

**Jorge Aycart:** En las redes sociales complementarias como Facebook se sube información, cápsulas, las entrevistas, en YouTube lo mismo, y obviamente las otras

redes de información que son Instagram y X antes conocida como Twitter, y en TikTok obviamente la utilizamos para cortos de videos específicos, poner algo en particular, dependiendo del interés puede hacerse muy viral.

**Jonathan Flores:** Ecuador en directo hace uso de la narrativa transmedia, que no es otra cosa que el uso de todas estas redes, involucrando a la audiencia y utilizando las herramientas que estas plataformas ofrecen para hacer periodismo.

**Máximo García:** Desde a mediados del 2020 hacia acá, hemos podido ver que el medio digital Ecuador en Directo es muy interactivo, he visto una evolución haciendo uso de otros recursos que forman parte también de estas narrativas, como por ejemplo, el mejoramiento del logo, de la línea gráfica, del mismo set, la disposición de la iluminación, una buena imagen por el tipo de cámaras que se utilizan, entonces, todos esos elementos van sumando en la narrativa, y yo creo que es esa la razón por la que el público y la audiencia de este medio ha sido fiel y va creciendo cada vez.

**Gustavo Jiménez:** un periodista o comunicador digital debe entender para quién está reportando, ese grupo propenso a buscar diversas voces en línea. Audiencia que no gusta de lo tradicional, que les molesta seguir a los medios que imponen sus criterios. Estos públicos prestan mucha atención al aspecto social de una noticia y si esta va acompañada de voces inteligentes que los ayuda a entender el otro lado de la información, se sienten a gusto con el medio.

## 2.2. Línea periodística y de opinión

—En relación con la opinión, ¿cómo influyen estas narrativas?

**Ángel Matamoros:** son narrativas argumentadas, podríamos decir que se utilizan tres tipos de narrativas, la narrativa argumentada, la narrativa temporal y fundamentada, porque se trata de dar al televidente esa visión holística de lo que sucede afuera, de lo que sucede en el contexto local y nacional, y que a lo mejor no son abordados en otros medios.

**Xavier Lasso:** tratar a la audiencia con mucho respeto, reconociéndola con la capacidad que tiene de hacer sus propias lecturas, los medios anteriores de ese conglomerado mediático (medios tradicionales) siempre nos trataron como una

audiencia inferior, tenías la periodista, hombres o mujer, no narrándote, sino interpretando los hechos.

**Carla Haro:** Yo creo que son narrativas liberales, ¿a qué me refiero con narrativas liberales?, que cada uno de los entrevistadores pueden dirimir en pensamientos, no es necesario que yo esté de acuerdo con la posición de mi compañero en ese momento, yo puedo estar en contra también y podemos dirimir, entonces es bastante liberal, y lo mismo puede pasar con las personas que se entrevistan, no necesariamente tengo que entrevistar a no sólo a aquellos con quienes yo esté de acuerdo, sino también a otros con quién no esté de acuerdo, es bastante liberal en ese sentido.

**Gabriel Moyano:** El enfoque editorial de Ecuador en Directo es imparcial, un poco progresista, desde el área de redacción se busca darle un enfoque imparcial al contenido, acorde a la realidad que se vive en el país.

**Gustavo Jiménez:** Comunicarnos con la sociedad es todo un arte, pero no deja de ser un desafío la forma de hacerlo. Las narrativas de opinión en sí han evolucionado y para Ecuador en Directo su tratamiento es de gran importancia.

**Jaime de la Cruz:** Aunque pueden tildarnos a nosotros también que somos sesgados, porque así nos acusan, porque somos de frente, porque decimos las cosas como son; “al pan, pan, y al vino, vino”, entonces algunos de los seguidores que a veces se conectan: son troles, suelen hasta insultarnos, pero ¿por qué? Porque le decimos la verdad, lo que no les gusta tal vez que se les develen.

**Gustavo Jiménez:** —Entonces, esa es la influencia que tienen estas nuevas narrativas derivadas de la tecnología en la opinión de Ecuador en Directo y los medios digitales en general; la interacción que hay entre el público y el periodista, le brinda al público la posibilidad de opinar, sin importar que sean trolles de internet, es algo que en los medios convencionales no se da y nunca se dará.

**Gabriel Moyano:** Es decir, queremos que el ciudadano tenga una visión amplia de la realidad de la política, queremos que armen su juicio, que tengan pensamientos claros sobre el acontecer nacional, en eso ayudan estas nuevas narrativas.

## **Los Especialistas: un espacio de opinión política y análisis**

**Gustavo Jiménez:** El programa Los Especialistas busca intercambiar pensamientos e ideas, códigos mentales, para imaginar las posibles soluciones de los problemas que preocupan a la población. De esta forma nuestras audiencias alcanzan un nivel de entendimiento y comunicación integral a través de la opinión.

**Jaime de la Cruz:** Ecuador en Directo se puede decir que es un medio de una línea informativa inclinada a la política, donde la gente que nos sigue consume más política que cualquier otra cosa, entonces si yo me pongo a hacer un programa deportivo, no va a tener el éxito.

**Gustavo Jiménez:** Precisamente por las características de nuestra audiencia, es que surge el programa Los Especialista sigue consolidándose hoy en día como uno de los programas más visto a nivel de YouTube.

**Jilda Miranda:** Los invitados son personajes políticos, pero dependiendo del tema o la tendencia del momento, hay personajes expertos en economía, o salud, por lo que se trata de ver el tema del momento en el país, que le interese a la comunidad, esa es la narrativa del programa.

**Ángel Matamoros:** ¿Y qué es lo que se hace en Los Especialista? Se fundamenta, Ecuador en Directo argumenta, pero lo argumenta a través de sus invitados, lo argumenta a través de especialistas, por ejemplo, si queremos abordar una temática sobre el manejo de los gastos reservados, el manejo de la deuda externa, lo hacemos a través de especialistas en la temática, para que el lector, el televidente y el oyente, tengan criterios en el tema del proceso de este hecho para que pueda sacar su propia conclusión.

**Gabriel Moyano:** Aquí se da un espacio para el análisis imparcial, aquí se invita a especialista o expertos políticos, economistas o abogados que están inmersos en la coyuntura de la política, con el objetivo de dar un punto de vista imparcial, todo esto con el objetivo de que el ciudadano o la persona que nos sintoniza o que nos ve logren armar su juicio de valor en base a la imparcialidad, es algo que todos los medios deberían tener, y que en Ecuador en Directo cumplimos todos los días con el análisis que se hacen en vivo.

**Máximo García:** El periodismo digital está viendo que puede guiar a una comunidad, transmitir todo lo relacionado a la política, económico o social, entonces, es ahí donde este programa se fortalece, en guiar a la comunidad a no solo informarse, sino, a formarse un criterio.

**Jilda Miranda:** Los Especialistas tienen esa particularidad de enfocar cada tema, y sobre ese tema, tener una base informativa y de opinión que la complementa, lo cual se obtiene de los personajes que se entrevistan, ya sea de política, economía o el panorama social, el tema se lo debe tratar bien para que el público se nutra de conocimiento.

**Gustavo Jiménez:** La opinión en Ecuador en Directo depende del impacto que genera el contenido en su plataforma digital, información que siempre describe las necesidades ocultas de una población o nada visibles por los medios tradicionales. La opinión se genera desde diferentes voces externas, sean estas políticas o públicas y su evolución se determina día a día en la construcción de las tendencias políticas o sociales.

**Carla Haro:** Es un programa informativo de análisis y de opinión. Yo creo que una de las ventajas de los medios digitales es que hay libertad y sobre todo de los programas que se han posicionado en los canales digitales, que ha sido mucho más amplio el exponer sus pensamientos, y no solamente los pensamientos propios de quién trabaja como entrevistador, sino, también de ese público, que puede expresarse a favor en contra de un pensamiento o ideología.

**Xaviera Lasso:** Ecuador en Directo y sobre todo su programa Los Especialistas, tienen que seguir como tendencia la línea sobria que nos ahorra el show, el show en lo que han caído otros programas, hay medios digitales en donde hay un estilo como de “show” en la narración, como un showman, los cuentacuentos, donde exacerban su capacidad histriónica, imitan a la población afro, o a la población indígena, empiezo a ver esa deformación en los medios digitales.

**Gustavo Jiménez:** Provocamos un estilo propio en la entrega de los mensajes, acompañados de la participación del público que se integra y se interesa de las en estas narrativas de opinión. Se ejecuta a diario una reunión editorial entre la dirección, la coordinación y la jefatura de información, donde se analizan los ejes

comunicacionales para la búsqueda de información, luego la jefa de información comunica al resto de colaboradores las tareas a seguir y, la coordinadora busca los personajes idóneos para los diálogos en vivo.

### **2.3. Análisis de las narrativas de la información**

**—¿Cuáles son los principios editoriales o directrices que este medio sigue para establecer su línea de opinión e información?**

**Jaime de la Cruz:** La opinión la hemos venido haciendo siempre, yo siempre hago opinión, creo que la gente le gusta lo que yo opino, aunque a veces yo creo que me falta todavía, pero a la gente le gusta y creo que con eso nos hemos ido consolidando.

**Ángel Matamoros:** Aquí hay dos escenarios, la opinión que se emite en el medio de comunicación; tratamos de que la opinión sea sin sesgos, tratamos de que la opinión sea pluralista, y la línea que se sigue es una de respeto hacia los códigos deontológicos, respeto hacia al invitado, respeto hacia la audiencia y aunque la normativa no nos alcanza, pero siempre ajustado a lo que dice la Ley Orgánica de Comunicación.

**Jilda Miranda:** En las reuniones previas analizamos los temas actuales, lo que está en tendencia, discutimos los temas obviamente, para luego redactar la información que se compartirá y hacer una respectiva revisión.

**Carla Haro:** Tiene que ver mucho con la coyuntura política del país, la selección de los temas que está hecho por el director, y que luego previamente al programa nos hace conocer, se da en función de los hechos relevantes que se suscitan dentro de la ciudadanía y de la sociedad.

**Xavier Lasso:** Nosotros tenemos que narrar lo que narramos con un contexto: “esto dice una parte” “pero esto dice la otra parte”, y aquí hacemos una lectura, reflexionamos sobre el significado de lo que estamos viviendo.

**Gustavo Jiménez:** La línea editorial de nuestro medio construye afinidad con los stakeholders (usuarios-clientes), ya que la información que se publica se analiza desde una mesa de trabajo planificada para luego ser emitida en su multiplataforma y esta a su vez, incide en la construcción de la opinión de un hecho a tratar. Asimismo,



el enfoque editorial de ED se fundamenta en tres principios: la libertad de opinión, la libertad de prensa y la ética periodística. El mismo hecho de ser independientes nos permite repensar el periodismo para evitar caer en el sensacionalismo.

**Jaime de la Cruz:** Cuando vas a sentarte a presentar una noticia, se hace una análisis, en donde se tiene que desglosar por qué salió esa noticia en una medio “X” y por qué ese medio “X” lo dijo de esa manera y por qué lo dijo así, entonces, en ese momento a la gente que te está viendo, le estas demostrando algo de lo que dijo ese medio, que no es verdad y que las cosas son así, como se la estamos contando y siempre le recomendamos a la gente que si tiene alguna duda, no le crean a Ecuador en Directo, no le crean al periodista, sobre una persona o el gobierno, sino que también investiguen.

**Gabriel Moyano:** Se debe analizar bien los datos o la información, recabar todos los datos posibles sobre los hechos, y en base a eso armar la redacción o el producto periodístico que vamos a presentar. Todo esto se analiza con el director previamente lo que vamos a publicar o lo que vamos a presentar, porque de todas maneras puede haber un fallo y con eso se corrige.

**Jonathan Flores:** Informarse con todas las perspectivas del tema es importante, teniendo en cuenta todo el contexto, se puede empezar a trabajar en la producción de una información y crearse un criterio, es ineludible la inclinación hacia una posición, es algo intrínseco al periodismo, se observa en los medios tradicionales y ahora se da en los medios digitales, pero la diferencia radica en brindar todos los puntos de vista posible para que el público forme su propio criterio.

**Jaime de la Cruz:** Sobre todo, la información y la opinión, está direccionada hacia el pensamiento político, el contenido que hacemos nosotros siempre va a ser político, nuestra audiencia nos sigue y consume el contenido porque se trata de política, y les gusta nuestro enfoque.

## **2.4 Rol de los medios digitales y Ecuador en Directo en el contexto actual**

**Gustavo Jiménez:** En ese ambiente político disoluto que se está dando en el país, la postura de este diario digital es Frontal, auténtica y consecuente con las realidades, no solapamos verdades a medias, ni tapamos el sol con un dedo, nos debemos a

nuestro público que busca el otro lado de la información; es decir, con visión holística en el tratamiento de la información, pero ante esto:

**—¿Cómo definirían el rol que cumplen los medios digitales y Ecuador en Directo en el panorama político complejo que atraviesa el país?**

**Jaime de la Cruz:** La situación es crítica, el país en este momento está atravesando una situación complicada, de riesgo para todos, no solamente para las personas que están en zonas peligrosas, sino, para el periodismo mismo, para nosotros. Nosotros andamos en sobresalto, porque de alguna manera, hay cosas que no quieren lo que están en el poder que se las digan, y a veces eso nos ha traído consecuencias; de amenazas y de todo.

**Xavier Lasso:** Los medios digitales tienen que tener siempre en el trabajo periodístico, un periodismo de investigación, auténtico, que quizás son los periodistas que más arriesgan, pero ese trabajo de investigación construye redes de informante, pero no una sola, para no quedarte subordinado a esa red y al final informas de acuerdo a los intereses de esa única red.

**Máximo García:** El periodismo en sí tiene como fin ser un instrumento para transparentar la realidad de una sociedad y el medio digital tiene la ventaja de poseer características que le permiten evidenciar sin ser advertidos cuando se esconden irregularidades, es muy fácil llevar un celular o un pluma con cámara de video y hacer un periodismo de investigación que antes representaba mucho dinero y mucho costo, representaba mayor peligro de ser advertido por bandas o personas que estaban cometiendo ilícitos, etc. Entonces, desde ese punto de vista, yo creo que el periodismo digital ayuda mucho a transparentar lo que está pasando en la realidad.

**Jilda Miranda:** La postura de Ecuador en Directo es tratar de ser lo más cercano posible a la realidad de lo que pasa en el Ecuador, hay algunos medios que tratan de no ampliar mucho la información, pero Ecuador en Directo, siempre ha tenido ese objetivo, de entregar su programa basado en la realidad que se vive en el país.

**Carla Haro:** Básicamente está basado en la conciencia social, el tratar de hacer campañas de concientización sobre la responsabilidad que tiene la ciudadanía para con el país y con los ciudadanos, porque el Estado somos todos. En el ámbito político

estrictamente es hacerles conocer a los gobernantes, o quienes ocupen cargos dentro de la función pública del pensamiento ciudadano, que básicamente es el centro de lo que genera la opinión pública.

**Gustavo Jiménez:** El principal papel de los medios digitales independientes es el de informar sobre las decisiones ~~totales~~ de los líderes políticos y los gobiernos, estableciendo agendas de discusión pública y sus expresiones políticas, sea que perjudiquen o beneficien a una población para que sea esta la que argumente finalmente qué mensaje es pertinente.

**Gabriel Moyano:** La postura es determinante, no nos inclinamos hacia un lado o hacia el otro, nosotros buscamos informar o ser imparciales, y que el ciudadano siempre tenga en cuenta que Ecuador en Directo es un espacio donde se escucha diferentes testimonios, o diferentes opiniones de diferentes líneas políticas.

**Ángel Matamoros:** La postura siempre es de responsabilidad, nuestra posición es sin sesgo, incluso la postura del medio en muchos casos es propositiva, la de plantear una solución a través de nuestros invitados. La postura del medio en resumen sería; nosotros cuestionamos, nosotros investigamos y también proponemos, todo eso a través de los invitados, quiénes son los que brindan esas alternativas de solución para que nuestra audiencia saque sus propias conclusiones y reflexiones acerca de esas temáticas que influyen e inciden en el Ecuador y también en el mundo.

### **Categoría 3. Comunicación Digital y Medios de Comunicación**

En este segmento se aborda el ecosistema digital en el que se desarrolla este medio independiente, a través del testimonio de sus fundadores y periodistas, se explora el modelo de negocio y la capacidad de subsistencia frente a los retos económicos que enfrenta el periodismo digital en el Ecuador. Asimismo, se aborda el papel del uso de las nuevas tecnologías y la convergencia con los nuevos medios, finalizando con las perspectivas futuras ante un escenario tan cambiante.

#### **3.1. Análisis de su modelo de negocio y subsistencia económica**

**Gustavo Jiménez:** Uno de los principales desafíos que se enfrentan los medios de comunicación independientes situados en la red, es la sostenibilidad económica, en

los inicios de este medio nació bajo el membrete jurídico de Profilms S.A. una productora audiovisual que, con sus ingresos de producción televisiva y radial, financiaba el proyecto en sus inicios y duró aproximadamente 4 años posteriores.

El mercado digital en Ecuador no contaba con interés publicitario al momento ya que se veía muy lejano su posicionamiento, lo que nos obligó a financiarnos inclusive de aportes propios.

**Jaime de la Cruz:** yo tenía una productora de televisión, la cuál era la encargada de ayudar a financiar los gastos, ya que no había ingresos, sin embargo, de repente había publicidad, y con eso se financiaba algo que ingresaba se podía financia tres a cuatros meses, y después tenía que sacar de mi bolsillo para sostener el medio.

**Gustavo Jiménez:** Un obstáculo que día a día se busca superar con el autofinanciamiento, es decir, el diario al no contar con auspiciantes directos constantes, se ve en la necesidad de utilizar las herramientas de marketing de las diferentes redes sociales nos brindan, y la más importante es la recompensa de los usuarios o seguidores de nuestros programas.

**Xavier Lasso:** Esto pasa por una cuestión de independencia económica ¿Cómo financiar estos esfuerzos de Ecuador en Directo?, ustedes apelan a las donaciones, ya que lo de la pauta es bien complicado.

**Gustavo Jiménez:** En relación a esto, hemo planteado una estrategia compuesta de dos metas: La primera es conseguir una buena cantidad de seguidores y reproducciones para que la red social pueda difundir su publicidad pagada y recibir porcentajes de dicha ganancia. Y la segunda, se trata de los aportes generosos de los mismos usuarios o seguidores, al donar determinada cantidad de dólares como ayuda al sostenimiento del medio.

**Jilda Miranda:** En los inicios se presentaron distintas dificultades, una de ellas fue no encontrar auspiciantes, no había marcas que pauten con los medios digitales, pero es encomiable que poco a poco, Ecuador en Directo haya salido adelante a pesar de esas vicisitudes.

**Gustavo Jiménez:** En sus inicios la entrega a este proyecto fue por vocación,

apostando a que se convertiría en su momento en una oportunidad de trabajo remunerado.

**Jaime de la Cruz:** Actualmente, el aporte que hacen los seguidores de Ecuador en Directo es importante, no es una gran cantidad y no sobran los recursos, pero lo que nos da la audiencia y lo que nos paga YouTube, ayuda a solventar los gastos que tiene Ecuador en Directo, que son los de cubrir los gastos del personal, la parte de mantenimiento, luz, alquiler, todos los gastos que se necesitan.

**Gustavo Jiménez:** Efectivamente Jaime, la principal fuente de ingreso de Ecuador en Directo es la monetización que se consigue de Youtube. Se gana por publicidad infringida por Youtube y, a través de afiliaciones mensuales (pagan un monto fijo por ver el contenido) o con un superchat (compran mensajes de chat en directo que se destacan de los demás).

**Xavier Lasso:** Creo que todas las plataformas digitales tienen problemas en el aspecto económico, sin embargo, Gustavo, como tu mencionaste en una conversación anterior; el objetivo no es la ganancia, la gente de este medio no está queriendo acumular tanto dinero, Ecuador en Directo está queriendo mejorar la situación para hacer unas inversiones ahí mismo en la plataforma, probablemente para poder contratar periodistas, comprar equipos, para poder hacer coberturas cotidianas.

**Carla Haro:** En el sostenimiento de Ecuador en Directo influye mucho la fidelidad de la comunidad que ya tiene, cuando tu creas una conexión basado básicamente en el neuromarketing, que tiene que ver con lo posicionamiento y con el sentimiento ciudadano, entonces volvemos fiel a esa comunidad y esa comunidad es la que sostiene a Ecuador en Directo a través de sus aportes.

**Gustavo Jiménez:** Los primeros desafíos que enfrentamos estaban relacionados al alto costo del internet, así como la poca facilidad para adquirir herramientas básicas de transmisión digital, hoy se presentan nuevos obstáculos, relacionados al complejo y competitivo ambiente mediático.

**Jaime de la Cruz:** El reto está en competir todos los días, en tener que producir contenido todos los días, y tener que mejorar todos los días, cada día salen cosas

nuevas, y hay que adaptarse a todas esas nuevas herramientas, la tecnología es infinita en todo esto de lo digital.

**Gustavo Jiménez:** Otro de los mayores desafíos Jaime es la proliferación de marcas mediáticas y de redes sociales ya que cada una maneja preferencia de usuarios. Un elemento que se vuelve casi una frustración para los usuarios es el marketing digital, ya que la información que se difunde es enorme y muchas veces provoca una crisis de confianza, por eso nuestro medio digital Ecuador en Directo cuida de sus narrativas para evitar que los algoritmos nos jueguen una mala pasada.

**Carla Haro:** al ser una plataforma digital también te expones a no poder controlar muchos comentarios, o narrativas que se dan en función de los temas o pensamientos ideológicos de ciertas personas, con respecto al posicionamiento del programa, ¿Qué quiere decir esto? Posicionamiento en función de la línea editorial de este programa.

El desafío es tratar con los participantes, y estar al día con los temas de interés, lo cual hay que manejarlo con bastante criterio, porque al fin de cuentas nos estamos manejando ante un público que desconocemos, hablamos de un troll, o hablamos de una persona que se mantiene activa presencialmente.

**Jaime de la Cruz:** Yo creo que la situación que vive el Ecuador en este momento, para el periodismo es una cuestión de alto riesgo, porque no sabes en qué momento, puedes recibir una amenaza, o pueda pasar otra situación más peligrosa todavía.

**Gustavo Jiménez:** Esta nueva forma de periodismo, conocido también como ciberperiodismo, nace de la semilla del internet, volviéndose dependiente de la tecnología y las aplicaciones digitales, esta dependencia puede representar una serie de ventajas, pero también una barrera entre el medio de comunicación y su audiencia, esa misma dependencia puede ser favorable o transformarse en un obstáculo, por ello, en relación a eso:

### **3.2. Uso de nuevas tecnologías y convergencia de medios**

**Jonathan Flores:** Las nuevas generaciones, las nuevas audiencias tienen en el internet, tienen en el celular una herramienta poderosísima de comunicación, la cual les permite informarse de forma inmediata, interactuar, denunciar lo que se conoce

ahora como el periodismo ciudadano, en donde se produce y difunde contenido, contenido que carece del rigor periodístico, información que muchas veces no está contrastada y en algunas cosas resulta ser un fake news,

**Máximo García:** dotar a sus periodistas de muchas herramientas digitales, actualmente un periodista está en capacidad de manejar algunas herramientas por sí solo, con un teléfono celular llega al estudio, edita un audio o video en su mismo teléfono, por lo que hay esas facilidades para poder ganar tiempo, cosa que antes no pasaba, porque el periodista que iba a hacer una cobertura, tenía que regresar al canal y recién en el canal hacía el trabajo de edición y postproducción.

**Jaime de la Cruz:** Lo digital nos brinda nos libra de tener que usar una gran cantidad de equipos, ya que antes para hacer una transmisión en vivo, con un entrevistado que este en Quito o en cualquier parte del mundo, tenías que tener llevar una microondas e instalarle una microondas a esa personas para que pueda salir, ahora yo le envié el link y esa persona se conecta y ya estamos en vivo, tenemos todos los equipos de hace diez años.

**Ángel Matamoros:** Los desafíos de Ecuador en Directo, así como todos los medios, es el tema de la tecnología, el tema de la infraestructura, el tratar de superar un poco ese analfabetismo digital para ponernos a la vanguardia de los otros medios de comunicación en este mismo nivel.

**Gabriel Moyano:** Siendo un medio digital donde se utilizan muchos aparatos tecnológicos, puede fallar el internet, más que todo ha sido un problema recurrente en Ecuador en Directo: las caídas de internet, los aparatos como las computadoras es también una cosa que imposibilita salir adelante.

**Jilda Miranda:** Una de las ventajas, es que como la mayoría de personas tienen un celular, ósea un medio donde ver las noticias en ese mismo momento, incluso el ciudadano ya se vuelve “periodista”, ya que si está en algún lugar y pasa algún evento singular, ellos sacan el celular y graban, entonces eso también ayudan, ya que lo envían a los medios de comunicación o simplemente lo suben <a las redes sociales> y los medios pueden hacer uso de esa información.

**Gustavo Jiménez:** Si bien el periodismo digital ha revolucionado la forma en que

consumismo noticias, uno de los retos a los que nos enfrentamos inicialmente, fue la aceptación de los comunicadores de medios tradicionales a compartir y competir con nuestros periodistas, el celo y el desconocimiento de muchos se apoderó del rumor y el desprestigio para los iniciados en lo digital, creando dos tipos de comunicadores, los que manejaban las noticias en redes y los que creaban exclusivas en los medios tradicionales. Hoy la diferencia a dado un giro de 360 grados, ya que los medios tradicionales difunden las exclusivas de los medios digitales.

**Jorge Aycart:** Las innovaciones constantes, cada día aparecen nuevos métodos, nuevos programas, nuevas formas de enlazarse, la cuestión simplemente es tratar de adaptarse y mantener lo más difíciles hay en los medios digitales: la vigencia, si uno está en “la jugada”, uno no está ahí, no tienen ningún sentido hacer esto, porque se necesita constantemente estar pendiente de todo.

**Carla Haro:** La inestabilidad en redes, el tema técnico como tal, la administración de las redes, el tema del internet, si ha sido bastante complicado para poderlo establecer, porque el alcance que tiene que tener y la estabilidad que tiene que tener el programa debe ser bastante grande, pero esos desafíos se van corrigiendo en función de poder establecer mecanismo técnicos para poder sentar las bases de una plataforma digital, sobre todo de mayor alcance, y esto se va dando también en función o a medida de que vamos buscando como suplir si una red se cae, porque si se cae una plataforma como YouTube, podemos mantenerla en Facebook, entonces de esa manera vamos supliendo esos problemas técnicos.

También el entorno periodístico digital, vio en estas nuevas herramientas, una vía para monetizar y volverla redituable, algo que no en todos estos medios que emergieron durante la pandemia funcionó, debido a que hoy en día, muchos de estos han declinado por el tema económico.

**Máximo García:** entre los factores más significativos que han impulsado el desarrollo del periodismo digital en los últimos tiempos, es la tecnología, el desarrollo tecnológico ha imprimido una velocidad intensa, ha hecho que el periodismo digital se dinamice de una manera extraordinaria.



### 3.3 Perspectivas futuras

**Gustavo Jiménez:** ¿Qué perspectiva futura avizoran en relación a este proyecto o el periodismo digital?

**Xavier Lasso:** Se debe estar más cerca de la comunidad, y para estar más cerca, en el caso de Ecuador en Directo, cuya sede está en Guayaquil, debe estar pendiente de lo que está haciendo la alcaldía de Guayaquil, pero reflexionando lo que significa en el territorio, el ordenamiento territorial, lo que significa las políticas culturales.

**Máximo García:** Algo que destaco es la perseverancia de los fundadores de este medio, se debe seguir con los horarios fijos informativos, y seguir teniendo esos rostros que se han mantenido desde el principio hasta los actuales momentos, como el Lcdo. Jaime de la Cruz, un rostro que ofrece seriedad en la información, ha hecho que esta evolución en línea ascendente sea acogida por el público.

**Carla Haro:** Lo bueno de los medios digitales es que sin duda alguna tienes la capacidad de poder expresar tus pensamientos libremente, lo importante de aquello de trabajar en un medio digital es que pasa también por tu pensamiento e ideología política.

**Jorge Aycart:** Es muy gratificante, pertenecer a este medio y transmitir, aprender cómo utilizar los programas y como adecuar todo en un solo conjunto y que en una pantalla de televisión digital pueda darse a conocer, creo yo que lo he aprendido como parte de este medio es que esto no solamente es un trabajo para mí, sino que es algo que podría utilizar en un futuro determinado.

**Gabriel Moyano:** En lo personal me encanta la tecnología, me gusta mucho ver y analizar la consecuencia que ha traído la tecnología, lo que ha traído consigo la evolución tecnológica en diferentes ámbitos, en el caso de Ecuador en Directo ha sido muy bueno, se ha llegado a un punto álgido en la audiencia, debemos seguir recurrentemente alimentando el medio, ya sea con información o con las transmisiones y los discursos que se difunden a través del mismo.

**Jaime de la Cruz:** Nosotros somos independientes, porque nos manejamos; gústele o no les guste a muchos, así como lo dije; independiente, develando las cosas como tienen que ser, decirle las verdades a la gente y eso les gusta a los seguidores del

periodismo digital.

**Ángel Matamoros:** La unidad y resiliencia hizo que este medio se mantenga, así como la constancia, porque es importante que aparte del trabajo periodístico la constancia también ha hecho posible que este medio se mantenga en el espacio, se mantengan con la audiencia y continúe hasta ahora.

**Jilda Miranda:** Debemos llegar a un nuevo público, e ir creciendo poco a poco, ese es el desafío más importante que tenemos, tener más seguidores y espectadores.

**Jonathan Flores:** El periodismo digital ya no solo lo hacen los comunicadores, la comunidad forma parte de esta transformación y debemos adaptarnos a este cambio, porque no es algo que esperamos, sino, que este cambio ya sucedió, estamos viviendo la nueva era de la comunicación.

**Gustavo Jiménez:** La era digital ha abierto la puerta a nuevas posibilidades de trabajo para los periodistas, esto viene con mucha responsabilidad social, debemos ser profesionales y crear cohesión social a través de la opinión bien formada, con información fidedigna para fortalecer la idea de una democracia saludable. Es el futuro que ya estamos viviendo, entonces:

### —¿Qué esperar de Ecuador en Directo?

**Jaime de la Cruz:** Seguir creciendo, seguir preparándonos para los nuevos retos de lo digital, seguramente vienen cosas más interesantes, dedicarle mucho tiempo y no solamente tener el programa, se debe producir, revisar todos los contenidos que se producen para ser difundidos.

**Gabriel Moyano:** Queremos crecer, queremos siempre formar parte de la opinión del ciudadano, que sea un portal de noticias, de discurso y de análisis imparcial.

**Ángel Matamoros:** Ecuador en Directo tiene un rol muy importante igual que los otros medios, de cumplir ese legado de educar, informar, entretener, pero sobre todo de crear audiencias responsables para construir, para desarrollar y hacer de este país lo que siempre fue; un país grande, un país productivo, un país que necesita que todos pongan su granito de arena para sacarlos adelante.

**Jorge Aycart:** Este medio va a seguir creciendo y tener un gran posicionamiento, en el futuro talvez muchas cosas cambien, pero Ecuador en directo es un medio que se ha posicionado y espero que se siga manteniendo, estemos nosotros o no, siendo parte del equipo, el futuro está ahí.

**Carla Haro:** Podríamos esperar abrir un poco más la señal a nivel nacional, no digo internacional, porque yo creo que ya hemos llegado a una comunidad y eso tendría que ser un proceso que demora mucho más tiempo, pero a corto plazo, creo que la vinculación que empieza a hacer Ecuador en Directo con otros medios, incluso con canales locales y provinciales hace que se expanda, creando lazos y vínculos.

**Jilda Miranda:** siempre tratando de no desviarnos de lo que ha sido siempre el objetivo; llegar a ese público que no llegan los otros medios, y obviamente seguir creciendo, implementando nuevas ideas, tanto en lo político, como en lo social.

**Jonathan Flores:** Ecuador en Directo ya está posicionado en las redes sociales, incluso tiene un segmento importante de su audiencia ubicada en el exterior, por ello es necesario que se piense en una expansión no solo en búsqueda de nuevas audiencias, sino, en contenido.

**Máximo García:** yo veo un crecimiento en el medio tanto cualitativo como cuantitativo, y pienso yo que, de seguir en esa misma ruta, muy pronto tendremos un medio que ya incluso sea visto desde afuera, que puede competir con medios internacionales, yo veo la proyección internacional de este medio.

**Gustavo Jiménez:** Esperamos crecer en infraestructura, en talento humano, nuestra visión es convertirnos en un referente de la nueva era de la comunicación, de una prensa libre, que produzca contenido relevante para las audiencias, que construya tejido social y eduque en valores de unidad.

**Xavier Lasso:** Esperaría de este medio y de las otras plataformas digitales que crezcan en su trabajo, no solo en la narración de lo que pasa en el Ecuador, sino también afuera. También me atrevo a recomendarle a Ecuador en Directo; que siga conservando ese estilo sobrio, frontal, austero, directo como dice su nombre.

## Conclusiones

Se evidencia que el medio digital Ecuador en Directo tiene una sólida capacidad de adaptación a las herramientas digitales emergentes, utilizándolas como un componente importante para la estructura de sus narrativas informativas. Este enfoque le permite captar una masa crítica de usuarios diversos, con los cuales mantiene una constante retroalimentación en tiempo real en su programa de entrevistas, algo importante en el periodismo digital actual.

Utilizando un enfoque estratégico, y las características que posee cada red social, Ecuador en Directo produce y comparte el contenido más relevante extraído de las entrevistas que se llevan a cabo en el programa Los Especialistas, mediante videos de corta duración para distribuirlos en sus diferentes plataformas sociales, por medio de esta gestión eficaz de su información, este programa potencia el valor de la información que genera, a través de estas nuevas narrativas periodísticas, basadas en la tecnología.

Basado en la información bibliográfica recabada, se comprueba una evolución significativa en la forma de abordar la información, el periodismo convencional se caracteriza por su narrativa lineal estructurada; siguiendo una estructura jerárquica ya establecida que determinan la forma y el estilo en que la que narraran los hechos. En contraste a esto, el periodismo digital se distingue por su adaptabilidad a las nuevas tecnologías, y la incorporación de formatos multimedia para contar los hechos noticiosos, abarcando una audiencia más diversa, sin estar sujeta a línea editorial impuesta.

Mediante la información histórica recopilada, se constata que Ecuador en Directo nace en el año 2011 de la necesidad de ofrecer un formato distinto al que planteaba el periodismo tradicional establecido en ese entonces en el panorama mediático. La iniciativa de sus fundadores fue crear una página web que produjera contenido diverso mediante un streaming radial, a través de los años y con la aparición de nuevas herramientas tecnológicas, este medio se ha ido posicionando en el ámbito periodístico, tomando un impulso mayor durante la pandemia, creciendo exponencialmente el número de suscriptores y espectadores de su programa, actualmente ha incorporado el streaming como estrategia narrativa, y transmitir su

programa insigne Los Especialistas.

Se confirma que la sostenibilidad financiera de Ecuador en Directo, está estrechamente vinculada a las posibilidades de generación de ingresos que ofrece la plataforma de YouTube. La audiencia desempeña un papel importante en la viabilidad económica de este programa digital, ya que en gran medida de lo recaudado mensualmente proviene del vínculo que ha formado con esta comunidad, que contribuye al sostenimiento mediante el servicio de afiliación de esta plataforma, así como las donaciones o la implementación del superchat. Otra fuente no tan relevante en cifras, pero significativa es la que se deriva de las pautas y publicidad que tiene el medio de forma externa.

Teniendo en cuenta la realidad financiera del medio, se concluye que su rentabilidad está sujeta al crecimiento de la audiencia de su programa transmitido en vivo, y su plataforma de streaming. Entonces, gracias al posicionamiento y métricas positivas con las que cuenta actualmente, ha alcanzado una cierta estabilidad en sus ingresos mensuales, que, a pesar de no generar excedentes significativos, cubre los gastos esenciales; tanto en la producción técnica, como en el personal operativo y periodístico.

A través de la técnica de observación se ha verificado que este medio se ha consolidado en las principales plataformas sociales, destacándose principalmente en; Facebook; en donde cuenta con 53.000 seguidores, X; en el cual reúne cerca de 16.000 seguidores, Instagram; posee alrededor de 5.000 seguidores, y TikTok; donde un número importante de 61.300 personas se mantienen informadas. Asimismo, en su canal de YouTube en el que tiene alrededor de 66.000 suscriptores, se transmite vía streaming el programa de opinión y análisis “Los Especialistas”; afianzándose con una audiencia activa y numerosa.

## Recomendaciones

Es encomiable la adaptación constante a las nuevas tecnologías, sin embargo, es necesario llevar a cabo un análisis apropiado de las nuevas actualizaciones de estas herramientas digitales, para que sean utilizadas de manera eficiente en la construcción de las narrativas de información de este medio. Asimismo, se debe tomar en consideración la incorporación de otras formas de participación con la audiencia, optando, por ejemplo, por los canales de mensajería instantánea.

Es importante seguir priorizando el enfoque de la información producida por el medio en las diferentes redes sociales, adaptando el formato de las noticias según el público y características de cada plataforma. Se puede lograr una mayor difusión, realizando una investigación previa de las preferencias de cada audiencia en los diferentes entornos.

Se exhorta a los productores y periodistas de Ecuador en Directo a continuar con la integración de nuevos formatos visuales que enriquezcan la construcción de su narrativa informativa, como la incorporación de formatos audiovisuales, infografías, elementos gráficos y la constante interacción con su comunidad, sin omitir los segmentos de público más reducido, como su audiencia en Instagram o X.

Es fundamental que se mantengan el alto estándar investigativo, de información y de opinión, basándose en los principios deontológicos y rigurosidad periodística que ha distinguido a este diario digital. Los Especialista deben seguir con el enfoque editorial de obtener diferentes perspectivas y sin limitarse a una línea de opinión preestablecida.

Debido a la dependencia financiera que este diario digital ha consolidado a través de su canal de YouTube y la audiencia que los siguen por este medio, se sugiere fortalecer la retroalimentación y lazos formados con esta comunidad en línea, para ello se recomienda mantener el mismo enfoque permanente de interacción, y fortalecer las participación activa por medio de incentivos a la comunidad, como la producción de contenido exclusivo para nuevos afiliados o alicientes para suscriptores activos.

## Bibliografía

- Alcalá, M., Alcolea, G., & Navarro, N. (2021). Factores de credibilidad e interés de las noticias en el paisaje (des)informativo. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*. doi:<https://dx.doi.org/10.5209/esmp.71280>
- Antunish, A. (2021). Periodismo digital y emprendimiento en pandemia: mapeo del surgimiento de medios en Ecuador. *#PerDebate*. doi:<https://doi.org/10.18272/pd.v5i1.2327>
- Arias, J., & Covinos, M. (2021). *Diseño y Metodología de la Investigación*. Arequipa: ENFOQUES CONSULTING EIRL.
- Baena Paz, G. (2017). *Metodología de la Investigación* (Tercera Edición ed.). Ciudad de México, México: Grupo Editorial Patria.
- Canta, J., & Quesada, J. (2021). El uso del enfoque del estudio de caso: Una revisión de la literatura. *Horizontes. Revista De Investigación En Ciencias De La Educación*, 775-786. doi:<https://doi.org/10.33996/revistahorizontes.v5i19.236>
- Cantamutto, L., & Vela, C. (2020). Mensajes, publicaciones, comentarios y otros textos breves de la comunicación digital. *Tonos digital*, 1-27. Obtenido de <https://ri.conicet.gov.ar/handle/11336/149589>
- Cantos, J., & Cumba, E. (2018). El Periodismo en las Redes Sociales y las Nuevas Narrativas dentro de la Comunicación Digital. *Revista Ciencias Sociales y Económicas*, 115-129. Obtenido de <https://revistas.uteq.edu.ec/index.php/csye/article/view/269/265>
- Castillo Abdul, B. (2020). Comunicación digital: la transformación de la realidad y la conciencia. *Comunicación. Revista científica*, 109-112. doi:<https://doi.org/10.18566/comunica.n42.a09>
- Checa Godoy, A. (2014). *Historia de la comunicación*. Loja, Ecuador: Universidad Técnica Particular de Loja. Obtenido de [https://www.academia.edu/20204046/Historia\\_de\\_la\\_comunicaci%C3%B3n](https://www.academia.edu/20204046/Historia_de_la_comunicaci%C3%B3n)
- Checa, A., González, M., Lara, R., Vidal, M. d., Alcívar, W., Aveiga, M., . . . Mendoza, M. (2021). *Historia de la Comunicación Social del Ecuador: prensa, radio, televisión y cibermedios (1792-2013)*. Editorial DYKINSON, S.L. Obtenido de <https://www.dykinson.com/libros/historia-de-la-comunicacion-social-del-ecuador-prensa-radio-television-y-cibermedios-1792-2013/9788491488255/>
- Civila de Dios, S., Romero, L., & Aguaded, I. (2020). El lenguaje como creador de

realidades y opinión pública: análisis crítico a la luz del actual ecosistema mediático. *ÍCONOS Revista de Ciencias Sociales*, 139-157.  
doi:<https://doi.org/10.17141/iconos.67.2020.3942>

Córdova, H., & Estrella, I. (2022). LAS REDES SOCIALES COMO ESPACIOS DE OPINIÓN PÚBLICA EN ECUADOR. En J. Figuerero, & R. Mancinas, *EL PODER DE LA COMUNICACIÓN: ACTORES, ESTRATEGIAS Y ALTERNATIVAS* (págs. 1-841). Dykinson S.L.

Cruz, P., & Vaca, A. (2022). Trayectorias de la investigación sobre la industria televisiva en Ecuador: Una revisión sistemática de la literatura. *Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación*, 215-232.  
doi:<https://doi.org/10.16921/chasqui.v0i150.4710>

De Frutos, R., & Sanjurjo, S. (2022). Impacto del COVID-19 en el periodismo latinoamericano: entre la precariedad laboral y las secuelas psicológicas. *Cuadernos.info*, 114-137. doi:<https://doi.org/10.7764/cdi.51.27329>

De Haro, M. V. (2014). *La comunicación a través de la historia*. España: Visión Libros. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=563104>

De Oliveirs, É., Fiorini, B., & Bortoluzzi, L. (2020). LAS NARRATIVAS TRANSMEDIA Y EL PERIODISMO: LA CONECTIVIDAD DE LAS FOTOGRAFÍAS E IMÁGENES EN REDES SOCIALES DEL DIARIO EL ESPECTADOR EN COLOMBIA. *Tsafiqui: Revista científica en ciencias sociales*, 89-105.  
doi:<https://doi.org/10.29019/tsafiqui.v11i15.818>

Espiritusanto, O. (2014). Periodismo Ciudadano. nuevas formas de comunicación información y acción social. *REVISTA DE ESTUDIOS DE JUVENTUD*, 9-23. Obtenido de [https://www.injuve.es/sites/default/files/2017/46/publicaciones/revista105\\_1-periodismo-ciudadano-nuevas-formas-de-comunicacion-e-informacion.pdf](https://www.injuve.es/sites/default/files/2017/46/publicaciones/revista105_1-periodismo-ciudadano-nuevas-formas-de-comunicacion-e-informacion.pdf)

Geneteau, G. (2021). LA COMUNICACIÓN SOCIAL Y EL DESARROLLO DE LA SOCIEDAD EN TIEMPOS DE LA ERA DIGITAL. *Centros: Revista Científica Universitaria*, 110-126. doi:<https://doi.org/10.48204/j.centros.v10n1a8>

González, M. (2019). Fake News: desinformación en la era de la sociedad de la información. *ÁMBITOS. REVISTA INTERNACIONAL DE COMUNICACIÓN*. doi:<http://dx.doi.org/10.12795/Ambitos.2019.i45.03>

Gozálvez, V., Romero-Rodríguez, L., & Larrea-Oña, C. (2019). Twitter y opinión pública. Una perspectiva crítica. *Revista Española de Pedagogía*, 403 - 419. doi:<https://doi.org/10.22550/REP77-3-2019-04>

Grijalva, A., & Yaguana, H. (2019). *La brújula sonora. La radiodifusión ecuatoriana*



- en el siglo XXI* (Editorial Universitaria Abya-Yala ed.). Quito, Ecuador: Universidad Politécnica Salesiana. Obtenido de <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/18449/1/la%20brujula%20sonora.pdf>
- Gutiérrez, C., & González, R. (2019). Entre tradiciones e hipermediaciones: una reflexión para la comunicación digital. *Dixit*, 98-107. doi:<https://doi.org/10.22235/d.v0i30.1793>
- Heb, A., Martínez, A., Marquínez, D., & De la Hoz, K. (2021). *El periodismo ante la desinformación*. Cartagena: Fundación Gabo. Obtenido de [https://drive.google.com/file/d/1enemzK3uHptSrdr\\_Tb9i9eCz0BCq2\\_1p/view](https://drive.google.com/file/d/1enemzK3uHptSrdr_Tb9i9eCz0BCq2_1p/view)
- Henríquez, P., Rivera, D., Rodríguez, C., & García, J. (2019). Analítica de Twitter para entender la Opinión pública y el debate político en Ecuador: Caso de las etiquetas #RafaelContigoSiempre y #FueraParaSiempre. *Revista Ibérica de Sistemas e Tecnologías de Informação*, 283 - 295. Obtenido de <https://www.proquest.com/openview/f7f8fbab07e33ac0230d24eb5db73163/1?pq-origsite=gscholar&cbl=1006393>
- Hernández-Sampieri, R., & Mendoza, C. (2018). *METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN: LAS RUTAS CUANTITATIVA, CUALITATIVA Y MIXTA*. MCGRAW-HILL INTERAMERICANA EDITORES.
- Herrero, E., & Planells, A. (2020). Nuevas narrativas periodísticas entre la información y la simulación lúdica: los docuwebs y los newsgames. *Palabra Clave*, 1-26. doi:<https://doi.org/10.5294/pacla.2020.23.2.5>
- Kracauer, S., & Aladro, E. (2021). La prensa y la opinión pública. *CIC. Cuadernos de Información y Comunicación*, 13-18. doi:<https://doi.org/10.5209/ciyc.75364>
- Landeta, Z., Salamea, V., & Montecé, F. (2020). REDES SOCIALES Y PERIODISMO CIUDADANO: INVESTIGACIÓN DOCUMENTAL. *Revista Ciencia e Investigación*, 149-164. doi:<https://doi.org/10.5281/zenodo.3599276>
- Lara, P., & Antúnez, Á. (2014). La historia oral como alternativa metodológica para las ciencias sociales. *Revista de Teoría y Didáctica de las Ciencias Sociales*, 45-62. Obtenido de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=65247751003>
- López, X., Silva, A., Vizoso, Á., Westlund, O., & Canavilhas, J. (2019). Periodismo móvil: Revisión sistemática de la producción científica. *Revista Científica de Educomunicación*, 9-18. doi:<https://doi.org/10.3916/C59-2019-01>
- Marcos-García, S., Alonso-Muñoz, L., & López-Meri, A. (2020). Periodismo y nuevas narrativas. Storytelling como formato de difusión informativa en redes sociales. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 553 - 567.

doi:<https://dx.doi.org/10.5209/esmp.71193>

Marín, C., & Carvajal, M. (2019). MODELOS DE NEGOCIO EN EL PERIODISMO: UNA PROPUESTA METODOLÓGICA PARA REALIZAR ESTUDIOS DE CASO. *Index.comunicación*, 149-171.

doi:<https://doi.org/10.33732/ixc/09/01Modelo>

Martínez Rodríguez, L. (2016). Plataformas y proyectos independientes impulsores del Periodismo de datos en España. En E. Blanco, & M. Quesada, *Cuadernos Artesanos de Comunicación*. Sociedad Latina de Comunicación Social. Obtenido de <http://www.cuadernosartesanos.org/2016/cac112.pdf>

Mayoral, J., & Edo, C. (2015). Hacia una nueva narrativa audiovisual: análisis de cinco cibermedios españoles. *Communication & Society*, 145-164.

doi:<https://doi.org/10.15581/003.28.35973>

Mayoral, J., Parratt, S., & Morata, M. (2019). Desinformación, manipulación y credibilidad periodísticas: una perspectiva histórica. *Historia y Comunicación Social*. doi:<https://dx.doi.org/10.5209/hics.66267>

Morejón, R., & Zamora, B. (2019). historia evolución y desafíos del periodismo digital en el Ecuador. *Textos Y Contextos*.

doi:<https://doi.org/10.29166/tyc.v0i18.1752>

Naput, L. (2018). Los usos de la historia oral. Reflexiones teóricas y políticas en torno a una experiencia de investigación colaborativa sobre las historias de la comunidad sorda argentina. *Revista Educación y Vínculos*, 111-122.

Obtenido de [https://issuu.com/acifcedu-uner/docs/educaci\\_n\\_v\\_nculos\\_n\\_1\\_inter](https://issuu.com/acifcedu-uner/docs/educaci_n_v_nculos_n_1_inter)

Neill, D., & Cortez, L. (2018). *Procesos y Fundamentos de la Investigación Científica*. Machala, Ecuador: Ediciones UTMACH.

Peña, S., Lazkano, I., & Larrondo, A. (2019). Medios de comunicación e innovación social. El auge de las audiencias activas en el entorno digital. *Revista de Investigación Social ANDAMIOS*, 351-372.

doi:<https://doi.org/10.29092/uacm.v16i40.710>

Pilca, P. (2020). La Comunicación Social en el Ecuador, elementos para repensar su historia. *Textos Y Contextos*, 117 - 134.

doi:<https://doi.org/10.29166/tyc.v1i20.2124>

Ramírez, M., Rivas, E., & Cardona, C. (2019). El estudio de caso como estrategia metodológica. *Revistas Espacios*. Obtenido de

<https://www.revistaespacios.com/a19v40n23/a19v40n23p30.pdf>

- Ramos Galarza, C. (2020). Los Alcances de una Investigación. *Revista CienciAmérica*. doi:<http://dx.doi.org/10.33210/ca.v9i3.336>
- Renó, D. (2019). Perspectivas hacia un periodismo post contemporáneo. *ComHumanitas*, 30 - 50. doi:<https://doi.org/10.31207/rch.v10i2.199>
- Robledo, K., Atarama, T., & Palomino, H. (2016). De la comunicación multimedia a la comunicación transmedia: una revisión teórica sobre las actuales narrativas periodísticas. (E. Complutense, Ed.) *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 223-240. doi:<http://dx.doi.org/10.5209/ESMP.55593>
- Robledo-Dioses, K. (2017). Evolución del periodismo: aportes mediáticos a la consolidación de la profesión. *Comhumanitas: revista científica de Comunicación*, 1-27. Obtenido de <https://www.comhumanitas.org/index.php/comhumanitas/article/view/93>
- Ródenas, G. (2020). Camino de perdición: de la posverdad y la poscensura. *Revista Científica del Estrategias, Tendencias e*, 25-40. doi:<http://dx.doi.org/10.6035/2174-0992.2020.19.3>
- Rodríguez, C. (2019). No diga fake news, di desinformación: una revisión sobre el fenómeno de las noticias falsas y sus implicaciones. *Comunicación Revista Científica*. doi:<https://doi.org/10.18566/comunica.n40.a05>
- Romero, A. (2020). *PERIODISMO ¿PARA QUÉ SIRVE LO QUE HACEMOS?* ALDO ROMERO. Obtenido de <https://aldoromero.com/wp-content/uploads/2021/05/Periodismo-para-que-sirve-lo-que-hacemos-Ebook-PDF-de-Aldo-Romero-1.pdf>
- Romero, H., Real, J., Ordoñez, J., Gavino, G., & Saldarriaga, G. (2022). *Metodología de la Investigación*. Edicumbre Editorial Corporativa.
- Salaverría, R. (2019). Periodismo digital: 25 años de investigación. Artículo de revisión. *El profesional de la Información*, 1-27. doi:<https://doi.org/10.3145/epi.2019.ene.01>
- Salaverría, R., & Sánchez, P. (2019). Narrativa periodística multimedia: fundamentos semiótico-narratológicos. *El profesional de la información*, 1-13. doi:<https://doi.org/10.3145/epi.2019.may.03>
- Sánchez, H., Reyes, C., & Mejía, K. (2018). *Manual de términos en investigación científica, tecnológica y humanística*. Lima, Perú: Universidad Ricardo Palma.
- Sanjuán, L. (2019). *La Observación Participante*. Oberta UOC Publishing. Obtenido de <https://openaccess.uoc.edu/bitstream/10609/147145/5/MetodosDeInvestigaci>

- Tobar Medina, E. (2022). Prensa digital ecuatoriana: Cambios en formatos y narrativas multimedia en medios nativos en 2021. *#PerDebate*, 206-229. doi:<https://doi.org/10.18272/pd.v6i1.2779>
- Valdez, O., Romero, L., & Hernando, Á. (2019). Estructuras de poder en el control de los medios televisivos privados de América andina. *El profesional de la información*, 1-16. doi:<https://doi.org/10.3145/epi.2019.nov.05>
- Vallejo, P., & Moreno, P. (2022). Géneros periodísticos transmedia en el Ecuador. El caso de “La Posta”. *Revista de Ciencias Humanísticas y Sociales (ReHuSo)*, 46-61. doi:<https://doi.org/10.5281/zenodo.6522970>
- Vega, A., & Trujillo, J. (2021). Aportes de la historia oral a la investigación educativa: experiencias con entrevista a un maestro chihuahuense. En S. Liddiard, J. Trujillo, F. Pérez, & G. Hernández, *La historia oral: usos y posibilidades en la investigación histórico-educativa* (págs. 1-296). Chihuahua: Facultad de Filosofía y Letras UACH. Obtenido de <https://www.rediech.org/omp/index.php/editorial/catalog/download/15/32/415-1?inline=1>
- Velasteguí, E. (2019). Las ventajas y desventajas del internet en la sociedad. *Conciencia Digital*, 35 - 45. doi:<https://doi.org/10.33262/concienciadigital.v2i1.928>
- Vives Ferrándiz, L. (2021). La verdad es hija de la imagen: reflexiones sobre la posverdad en los tiempos del giro visual. *Revista Científica de Estrategias, Tendencias e Innovación en Comunicación*, 27-44. doi:<http://dx.doi.org/10.6035/2174-0992.2021.22.3>
- Zurita Andión, J. (2019). El engagement y las nuevas narrativas en el diseño de la comunicación digital. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 1249-1261. doi:<https://doi.org/10.5209/esmp.64836>

## ANEXOS

### Evidencias fotográficas de las entrevistas con el personal de Ecuador en Directo

*Entrevista al Lcdo. Jaime de la Cruz, periodista fundador de Ecuador en Directo*



*Entrevista a la Lcda. Jilda Miranda, jefa de redacción de Los Especialistas*



*Entrevista a Jorge Aycart, productor y realizador técnico de Ecuador en Directo*



*Entrevista al Lcdo. Gabriel Moyano, periodista de Ecuador en Directo*



*Entrevista al Phd. Ángel Matamoros, periodistas de Ecuador en Directo*



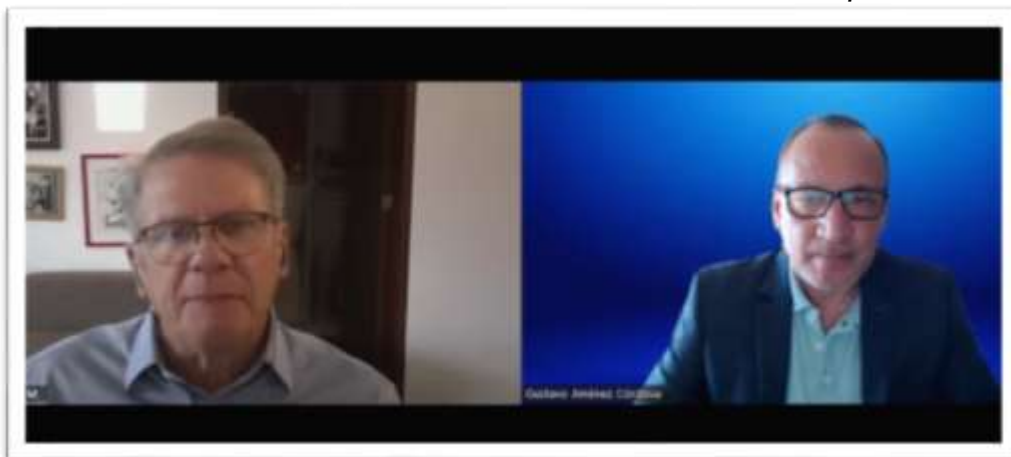
*Entrevista al Lcdo. Máximo García, consultor sobre comunicación política*



*Entrevista a la MSc. Carla Haro, periodista de Ecuador en Directo*



*Entrevista al MSc. Xavier Lasso Mendoza, analista político*



*Entrevista al MSc. Jonathan Flores, diseñador gráfico y asistente de producción*



## DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, **Jiménez Córdova Gustavo Jesús**, con C.C: # **0910298082** autor/a del trabajo de titulación: **“Análisis sobre las narrativas de la información y la opinión del diario digital Ecuador en Directo, su evolución como medio alternativo y la subsistencia del negocio digital”** previo a la obtención del grado de **MAGÍSTER EN PERIODISMO Y GESTIÓN DE COMUNICACIÓN** 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 graduación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Guayaquil, 28 de noviembre de 2023

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

**Jiménez Córdova Gustavo Jesús**

**C.C: 0910298082**





## REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

### FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE GRADUACIÓN

<b>TÍTULO Y SUBTÍTULO:</b>	Análisis sobre las narrativas de la información y la opinión del diario digital Ecuador en Directo, su evolución como medio alternativo y la subsistencia del negocio digital		
<b>AUTOR(ES)</b>	Jiménez Córdova Gustavo Jesús		
<b>REVISOR(ES)/TUTOR(ES)</b>	Rodríguez Trelles Irene		
<b>INSTITUCIÓN:</b>	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil		
<b>UNIDAD/FACULTAD:</b>	Sistema de Posgrado		
<b>MAESTRÍA/ESPECIALIDAD:</b>	Maestría en Periodismo y Gestión de Comunicación		
<b>GRADO OBTENIDO:</b>	Magíster en Periodismo y Gestión de Comunicación		
<b>FECHA DE PUBLICACIÓN:</b>	28 de noviembre de 2023	<b>No. DE PÁGINAS:</b>	97 páginas
<b>ÁREAS TEMÁTICAS:</b>	Comunicación, Ciencias Sociales		
<b>PALABRAS CLAVES/ KEYWORDS:</b>	Medios digitales, narrativas periodísticas, narrativas de opinión, sostenibilidad financiera.		
<b>RESUMEN/ABSTRACT:</b>	<p>Desde la consolidación del internet como un canal comunicativo y de interacción a inicios de este siglo, se ha observado un fenómeno sin precedentes en el entorno periodístico; el aumento exponencial de medios de comunicación, este nuevo periodismo afianzado por las nuevas tecnologías ha transformado el panorama comunicacional contemporáneo. En este contexto, Ecuador en Directo surge en respuesta a la necesidad de proporcionarle al público una alternativa más cercana a sus intereses sociales y accesible, en contraste a lo que ofrecían los medios tradicionales, convirtiéndose actualmente en un referente en el ámbito ecuatoriano, la presente investigación se enfoca en realizar un análisis a las narrativas de la información y opinión de este diario digital, así como explorar esas limitaciones que enfrentan estos nuevos formatos comunicacionales, mediante el método de historia oral crítica, se busca recopilar testimonios y datos de los involucrados, evidenciando la adaptación que ha tenido a las nuevas narrativas de la información y opinión, una sostenibilidad económica basada en la estrecha relación que ha establecido con su audiencia y un crecimiento continuo.</p>		
<b>ADJUNTO PDF:</b>	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO	
<b>CONTACTO CON AUTOR/ES:</b>	<b>Teléfono:</b> 0978928145	<b>E-mail:</b> gustavo67@hotmail.com	
<b>CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN (COORDINADOR DEL PROCESO UTE):</b>	<b>Directora:</b> Dra. Irene Trelles Rodríguez		
	<b>Asistente:</b> Ing. Sindy Murillo		
	<b>Teléfono:</b> 0983984229		
	<b>E-mail:</b> maestria.periodismo.comunicacion@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>			