

U N I V E R S I D A D



DE LOS HEMISFERIOS

Facultad de Comunicación y Tecnologías de la Información

Tema:

El impacto de las noticias en redes sociales durante y después de las protestas de octubre de 2019 en Quito

**Trabajo de Titulación para la obtención del Título de Licenciatura en
Comunicación**

Presentada por:

Juan Diego Tovar Jurado

Tutora:

Nicole Cueva

Quito, abril de 2021

RESUMEN

El presente trabajo de investigación de carácter explicativo tiene por objetivo determinar cuál fue el impacto que las redes sociales, a través de los medios de comunicación digitales, tuvieron durante la cobertura de la jornada de protestas en Ecuador durante octubre de 2019. La investigación parte desde los orígenes de los medios digitales en Ecuador, pasando por conceptos que influyen en la era digital actual, como el ciberperiodismo y el periodismo ciudadano, citándose ejemplos de estos conceptos en temas que fueron de gran coyuntura en el país. Antes de entrar en el análisis de los medios de comunicación digitales, se menciona el contexto social que se vivió durante el tiempo de las protestas en Latinoamérica, haciendo un mayor énfasis en el contexto ecuatoriano, desde las causas que originaron el conflicto, los resultados obtenidos, así como las diversas reacciones a la jornada de protesta, en la que tanto académicos como periodistas estuvieron de cerca. Dentro del aspecto de los medios digitales, se analiza la difusión de sus contenidos en la opinión pública, especialmente en una época en la que las noticias falsas, los trolls y los bots abundan por todo lado, y el cómo tendencias políticas como el populismo las usan a su favor. Se investiga además cómo se miden los contenidos políticos dentro del mundo de las redes sociales y el alcance de estos, y se cierra la teoría con un planteamiento sobre los retos a los que se enfrenta el periodismo ecuatoriano. A través de la aplicación de encuestas divulgadas en redes sociales y grupos de difusión, se buscó medir la preferencia en información de la ciudadanía de Quito y el impacto que los medios digitales tuvieron en la difusión de información para entender de qué manera, agrupando a la población por rango de edad, se ejemplifica esta preferencia. Con este estudio se pretende mostrar qué tan influyentes son las redes sociales al momento de difundir contenidos de carácter informativo, además de plantearse a qué nuevos riesgos se enfrentan los periodistas en la actualidad.

Palabras Clave: Ecuador, Internet, medios digitales, protestas, impacto, influencia

DECLARACIÓN DE ACEPTACIÓN DE NORMA ÉTICA Y DERECHOS

El presente documento se ciñe a las normas éticas y reglamentarias de la Universidad de Los Hemisferios. Así, declaro que lo contenido en este ha sido redactado con entera sujeción al respeto de los derechos de autor, citando adecuadamente las fuentes. Por tal motivo, autorizo a la Biblioteca a que haga pública su disponibilidad para lectura dentro de la institución, a la vez que autorizo el uso comercial de mi obra a la Universidad de Los Hemisferios, siempre y cuando se me reconozca el cuarenta por ciento (40%) de los beneficios económicos resultantes de esta explotación.

Además, me comprometo a hacer constar, por todos los medios de publicación, difusión y distribución, que mi obra fue producida en el ámbito académico de la Universidad de Los Hemisferios.

De comprobarse que no cumplí con las estipulaciones éticas, incurriendo en caso de plagio, me someto a las determinaciones que la propia Universidad plantee.



Juan Diego Tovar Jurado

C.I. 0503405383

DEDICATORIA

El presente trabajo de titulación va dedicado a todas las personas que han sido parte de esta etapa de mi vida, mi familia que siempre me ha apoyado, y mis amigos que han estado ahí en las buenas, en las malas y en las peores. Quiero dedicar este proyecto a dos personas importantes en mi vida y en mi formación como persona, mis queridos abuelitos Ivonne y Patricio, quienes desde el cielo me guían y me acompañan en cada paso que doy en mi vida. ¡Esto va para ustedes!

Juan Diego

Abril de 2021

ÍNDICE

RESUMEN	1
DEDICATORIA.....	3
INTRODUCCIÓN.....	8
JUSTIFICACIÓN	9
OBJETIVO GENERAL.....	9
OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	9
CAPÍTULO 1: LAS REDES SOCIALES Y EL PERIODISMO CIUDADANO.....	10
1. El rol de las redes sociales en el periodismo.....	10
2. Los medios digitales en Ecuador	11
2.1. Los primeros medios digitales.....	12
3. El auge del ciberperiodismo y el periodismo ciudadano	12
3.1. Antecedentes de periodismo ciudadano en Ecuador	13
CAPÍTULO 2: LAS PROTESTAS SOCIALES DE OCTUBRE 2019 EN MEDIOS DIGITALES	15
1. La coyuntura en América Latina.....	15
1.1. Crisis política y social en Venezuela.....	15
1.2. Escándalos de corrupción en Perú.....	16
1.3. Chile y la “Revolución de los 30 pesos”	17
1.4. El paro nacional en Colombia	19
1.5. Bolivia y la caída de Evo Morales	21
2. El contexto social que motivó las protestas en Ecuador	23
2.1. Reacciones a las medidas	24
2.2. Agresiones a la prensa durante las protestas	25
2.3. Reacciones a las protestas	25
3. La cobertura de los medios internacionales en el contexto ecuatoriano	27
CAPÍTULO 3: RELACIÓN ENTRE LOS CONTENIDOS DIGITALES Y LAS <i>FAKE NEWS</i>	29
1. Las redes sociales en la generación de noticias	29
2. Las <i>fake news</i> y su alcance mediático.....	30
2.1. La realidad de las <i>fake news</i>	31
2.2. El populismo y las <i>fake news</i>	33
2.3. Las personas, las <i>fake news</i> y los <i>bots</i>	33

CAPÍTULO 4: EXPOSICIÓN DE LAS PROTESTAS EN LOS MEDIOS DIGITALES	35
1. ¿Cómo se midió el impacto en redes sociales?	36
1.1. La medición de los contenidos políticos	37
CAPÍTULO 5: RETOS PARA EL PERIODISMO ECUATORIANO.....	38
METODOLOGÍA.....	40
Definición de la muestra	40
HALLAZGOS	42
DISCUSIÓN.....	53
CONCLUSIONES.....	56
BIBLIOGRAFÍA	58
ANEXOS	64

EL IMPACTO DE LAS NOTICIAS EN REDES SOCIALES DURANTE Y DESPUÉS DE LAS PROTESTAS DE OCTUBRE DE 2019

Autor: Juan Diego Tovar Jurado

Correo electrónico: juandiego.tovar10@gmail.com

Resumen

El presente trabajo de investigación de carácter explicativo tiene por objetivo determinar cuál fue el impacto que las redes sociales, a través de los medios de comunicación digitales, tuvieron durante la cobertura de la jornada de protestas en Ecuador durante octubre de 2019. La investigación parte desde los orígenes de los medios digitales en Ecuador, pasando por conceptos que influyen en la era digital actual, como el ciberperiodismo y el periodismo ciudadano, citándose ejemplos de estos conceptos en temas que fueron de gran coyuntura en el país. Antes de entrar en el análisis de los medios de comunicación digitales, se menciona el contexto social que se vivió durante el tiempo de las protestas en Latinoamérica, haciendo un mayor énfasis en el contexto ecuatoriano, desde las causas que originaron el conflicto, los resultados obtenidos, así como las diversas reacciones a la jornada de protesta, en la que tanto académicos como periodistas estuvieron de cerca. Dentro del aspecto de los medios digitales, se analiza la difusión de sus contenidos en la opinión pública, especialmente en una época en la que las noticias falsas, los trolls y los bots abundan por todo lado, y el cómo tendencias políticas como el populismo las usan a su favor. Se investiga además cómo se miden los contenidos políticos dentro del mundo de las redes sociales y el alcance de estos, y se cierra la teoría con un planteamiento sobre los retos a los que se enfrenta el periodismo ecuatoriano. A través de la aplicación de encuestas divulgadas en redes sociales y grupos de difusión, se buscó medir la preferencia en información de la ciudadanía de Quito y el impacto que los medios digitales tuvieron en la difusión de información para entender de qué manera, agrupando a la población por rango de edad, se ejemplifica esta preferencia. Con este estudio se pretende mostrar qué tan influyentes son las redes sociales al momento de difundir contenidos de carácter informativo, además de plantearse a qué nuevos riesgos se enfrentan los periodistas en la actualidad.

Palabras Clave: Ecuador, Internet, medios digitales, protestas, impacto, influencia

Abstract

The present explanatory research work aims to determine the impact that social networks, through digital media, had during the coverage of the day of protests in Ecuador during October 2019. The investigation starts from the origins of digital media in Ecuador, through concepts that influence the current digital age, such as cyberjournalism and citizen journalism, citing examples of these concepts on issues that were of great juncture in the country. Before entering the analysis of digital communication media, the social context that was experienced during the time of the protests in Latin America is mentioned, with a greater emphasis on the Ecuadorian context, from the causes that originated the conflict, the results obtained, as well as the various reactions to the day of protest, in which both academics and journalists were closely involved. Within the aspect of digital media, the dissemination of its content in public opinion is analyzed, especially in a time when false news, trolls and bots abound everywhere, and how political trends such as populism they use to their advantage. It also investigates how political contents are measured within the world of social networks and their scope, and the theory is closed with an approach on the challenges that Ecuadorian journalism faces. Through the application of surveys published on social networks and dissemination groups, it was sought to measure the preference in information of the citizens of Quito and the impact that digital media had on the dissemination of information to understand in what way, grouping the population by age range, this preference is exemplified. The aim of this study is to show how influential social networks are when it comes to disseminating informational content, in addition to considering what new risks journalists are facing today.

Key words: Ecuador, Internet, digital media, protests, impact, influence

INTRODUCCIÓN

En los últimos años, los medios digitales han estado presentes en la cobertura de hechos noticiosos que han sido de gran trascendencia nacional e internacional, aunque se manifiesta que Internet impone ciertos obstáculos al momento de realizar el trabajo periodístico, ya que se “permite que haya una información sin filtro de calidad - transmisora de mentiras, banalidades y perversión - ni veracidad, al multiplicarse el número de sitios de cariz informativo con un origen dudoso” (Lluís Micó et al., 2008, p. 1).

El periodismo ciudadano aparece aquí como una alternativa para las personas que, sin tener un título de periodista, ejercen esa función e informan a través de sus redes sociales el hecho que está sucediendo y “hace posible la participación activa de los actores sociales que intervienen en todo el procesamiento de la información de interés público” (Meso Ayerdi, 2005, p. 9).

El periodismo ciudadano aparece en el contexto informativo como una alternativa informativa, “un nuevo fenómeno y oportunidad de avance, siendo al mismo tiempo una filosofía de valores, sustentado por un soporte técnico digital y universal” (García-Alonso Montoya, 2006, p. 4) que permita enriquecer la experiencia del usuario cuando busca un contenido informativo, diferente al que se está acostumbrado a ver en los medios de comunicación tradicionales, donde es la propia ciudadanía la que genera la información.

Es aquí cuando se pone en tela de duda la labor que el periodismo ciudadano busca cumplir, pues las noticias falsas predominan por todas las plataformas y generan confusión entre la gente, más aún cuando se difunden rumores sobre contenidos de carácter político y de gran relevancia.

En el contexto político ecuatoriano es cuando surge la siguiente duda: ¿de qué manera influye la información que se difunde a través de las redes sociales en las personas cuando ocurre un hecho de gran importancia mediática? Este planteamiento se despejará con el análisis de la cobertura de la jornada de protestas de octubre de 2019 en las redes sociales.

JUSTIFICACIÓN

Uno de los ejemplos más recientes en Ecuador, y en el cual se puede probar la influencia que los medios digitales ejercieron en la población es en la cobertura mediática que tuvo la jornada de protestas en contra de las medidas económicas adoptadas por el Gobierno de Lenín Moreno, que se desarrollaron entre el 3 y el 13 de octubre de 2019. Durante estos 11 días de movilizaciones que enfrentaron a grupos sociales, fuerzas públicas y figuras políticas, los medios de comunicación digitales tuvieron un mayor protagonismo y una gran influencia entre la población ecuatoriana, pues ciertos medios de comunicación tradicionales no brindaron la cobertura esperada a un hecho que afectó a todo un país.

A la vez, se busca plantearse el rol que los medios digitales cumplieron durante las manifestaciones, y qué le falta por aprender al periodismo ecuatoriano cuando un hecho así necesite ser relatado a la población que sólo tiene a los medios de comunicación para enterarse de una noticia.

OBJETIVO GENERAL

- Demostrar el grado de influencia que la información difundida a través de las redes sociales tuvo durante y después de las protestas de octubre de 2019.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Analizar el rol que tuvieron los medios de comunicación digitales durante las protestas de octubre de 2019.
- Contrastar el rol que jugaron los medios digitales y los medios tradicionales durante la cobertura de las protestas.
- Determinar cuál es la perspectiva que la población tiene sobre la labor de los medios de comunicación durante la cobertura de un hecho mediático.

CAPÍTULO 1: LAS REDES SOCIALES Y EL PERIODISMO CIUDADANO

1. El rol de las redes sociales en el periodismo

En un inicio, debemos definir el concepto de redes sociales para comprender mejor el rol que estas juegan en el ámbito periodístico e informativo. Se entiende por una red social a una serie de “servicios basados en la web que permiten a sus usuarios relacionarse, compartir información, coordinar acciones y en general, mantenerse en contacto” (Orihuela, 2008, p. 58).

Vemos que “el papel que las redes sociales desempeñan en la difusión del bien y del mal ha impulsado ya la creación de estrategias novedosas para abordar los problemas sociales” (Christakis & Fowler, 2010, p. 21), y también ha motivado que no sólo estas tengan una finalidad de entretenimiento y de interacción con nuestros contactos más cercanos, sino también que adquieran una función informativa que acerque al usuario con el hecho noticioso que está aconteciendo.

Gracias al papel que cumplen las redes sociales en la difusión de la información, han surgido así “medios más sociales, más pequeños pero mejor conectados” (Noguera, 2012, p. 8) que se han adaptado fácilmente a las necesidades de una audiencia que ya no se vuelca a esperar un noticiero radial o televisivo, o a comprar un periódico para mantenerse informados sobre el acontecer nacional. Con el pasar del tiempo vemos cómo cada vez más la gente se traslada a Internet, aunque hay usuarios que aún prefieren apostar por los contenidos que ofrecen los medios de comunicación tradicionales, como es el caso de la televisión.

En tiempos recientes hemos sido testigos de cómo los canales de televisión han aprovechado las plataformas digitales para trasladar sus contenidos hacia ellas, pues “las formas de consumo cambian cuanto más cambian las formas y los tiempos de relacionarse con el sistema cultural-mediático” (Igarza, 2011, p. 62). Poco a poco, Internet ha ido adquiriendo un componente importante en la realización de actividades de gran importancia, y el rol que juegan las redes sociales también ha cambiado, haciendo que medios más pequeños pero que cumplen con la capacidad de informar a las masas vayan apareciendo.

El usuario activo en Internet recibe enormes cantidades de contenido variado, tanto informativos como de ocio y entretenimiento, haciendo así que este encuentre varias alternativas que le permitan aprovechar las ventajas de las redes sociales, con diversidad de contenidos informativos que las diversas plataformas difunden.

2. Los medios digitales en Ecuador

El auge de Internet ha permitido el surgimiento de nuevas plataformas informativas las cuales ofrecen al usuario una manera más personalizada de recibir la información a toda hora, y en el momento en que le resulte conveniente recibirla. “Aliado en las circunstancias más difíciles, la red ha impulsado el oficio a la innovación o ha sido el espacio para el periodismo desenfadado, provocador o que busca sobrevivir” (Morán, 2015, p. 1).

Conforme la mayoría de la población ecuatoriana ha ido teniendo acceso a una conexión estable de Internet, los medios digitales hicieron sus apariciones de manera esporádica. Los primeros medios nativos de Internet que existieron en nuestro país, distanciándose de los medios de comunicación tradicionales, fueron Ecuador Inmediato¹ y Ciudadanía Informada², ambos fundados en 2004 y de los cuales, solamente Ecuador Inmediato continúa vigente hasta la actualidad.

A raíz de estos pioneros surgidos hace más de 16 años, y hasta nuestros tiempos actuales, los medios digitales cobran mayor fuerza, más aún cuando hay hechos de gran trascendencia que no son tratados como se debe por los medios tradicionales. Esto ha motivado que, poco a poco, se llegue a concluir que “los medios digitales son parte de nuestro interés” (Punín Larrea et al., 2014, p. 202) y nuestra atención se vuelque hacia ellos.

La censura a medios de comunicación en los últimos 13 años en Ecuador también ha influido en el crecimiento y surgimiento de nuevos medios de comunicación digitales, como una alternativa a informar sin represalias de por medio. Desde el año 2015, en que se presentaron una serie de protestas contra el gobierno de Rafael Correa, “estos medios

¹ Ecuador Inmediato: Primer periódico digital del Ecuador, fundado el 10 de agosto de 2004. Su director es Francisco Herrera Aráuz. Actualmente, ha tomado una postura ideológica a favor del correísmo.

² Ciudadanía Informada: Periódico digital fundado en septiembre de 2004 por la Corporación Participación Ciudadana. Actualmente, dicho medio digital cesó sus operaciones.

han resaltado en un contexto donde cada vez los medios tradicionales ceden cancha a las restricciones de la Ley de Comunicación” (Morán, 2015, p. 1).

2.1. Los primeros medios digitales

El ciberperiodismo ha estado vigente en nuestro país desde la década de 1990, 14 años antes del surgimiento de los primeros medios nativos digitales. Para esa década, los medios que tenían una mayor presencia en Internet eran los principales diarios de circulación nacional. Por ejemplo, el ahora extinto diario Hoy fue el pionero de los medios tradicionales en dar el salto a las plataformas digitales en 1994, después le siguieron los diarios El Comercio, El Mercurio (ambos en 1995), El Universo y Expreso (los dos debutaron en Internet en 1996).

“Sin embargo, estas incursiones cuentan con un problema: la conectividad a internet en Ecuador todavía resultaba minoritaria” (Odrizola-Chéné, 2016, p. 69), y no toda la población disponía de una computadora para acceder a una conexión de Internet, o que soporte la banda de ancha límite de aquellas épocas. En los siguientes trece años, las políticas públicas iban a permitir reforzar la penetración del Internet en los hogares ecuatorianos, consiguiendo que con ello los contenidos digitales de los medios de comunicación mejoren y sean aprovechados en su totalidad.

3. El auge del ciberperiodismo y el periodismo ciudadano

En los últimos once años, alternativas periodísticas digitales como el ciberperiodismo y el periodismo ciudadano han cobrado fuerza, más aún con el auge que en dicho período de tiempo han tenido las redes sociales. En el caso del periodismo ciudadano, este se ha convertido en “un nuevo fenómeno y oportunidad de avance, siendo al mismo tiempo una filosofía de valores, sustentado por un soporte técnico digital y universal, que refleja cómo ambos fenómenos pueden llevarse a cabo hoy en la información” (García-Alonso Montoya, 2006, p. 254).

Para comprender mejor la labor que estos géneros periodísticos cumplen en las redes sociales, primero hay que identificar qué son el ciberperiodismo y el periodismo ciudadano. El periodismo ciudadano hace referencia a “un segmento de población que no se limita a una acción pasiva frente a los medios, sino que prefiere producir y participar, ayudado por las inmensas posibilidades que brindan actualmente las nuevas tecnologías” (Meso Ayerdi, 2005, p. 5). Por su parte, el ciberperiodismo es en pocas palabras lo que nosotros conocemos como “periodismo en línea, periodismo multimedia, periodismo

online, etc. (...) los más habituales han sido periodismo digital y periodismo electrónico” (Iglesias & Fernández, 2011, p. 439) que es un periodismo hecho y pensado, en su totalidad, para Internet.

Actualmente, según informes de FUNDAMEDIOS, existen en Ecuador más de 60 medios de comunicación digitales, entre los que se destacan La Posta, La barra espaciadora, 4 pelagatos, GK, Ruta Crítica, Ecuadorenvivo, Wambra, Milhojas, Plan V, La República, entre otros. Los contenidos que estos medios de comunicación difunden es variado, por ejemplo, hay medios que apuestan por la investigación, la información especializada y el periodismo de investigación. Desde que la Ley de Comunicación vigente se ha encargado de perseguir y sancionar a periodistas y medios de comunicación, Internet se ha vuelto una plataforma más accesible para la difusión de contenidos, especialmente aquellos de periodismo de investigación.

3.1. Antecedentes de periodismo ciudadano en Ecuador

Con el auge de las redes sociales, el periodismo ciudadano en Ecuador ha logrado tener un repunte significativo y le ha permitido ser parte de hechos coyunturales que afectaron la democracia ecuatoriana, y que los medios de comunicación tradicionales no les han dado la suficiente cobertura esperada. Uno de esos ejemplos fue la sublevación policial del 30 de septiembre de 2010, donde la censura se impuso frente al derecho de la libertad de expresión, pues la única voz que se debía escuchar en ese instante fue la del Gobierno.

La red social Twitter adquirió un protagonismo significativo al momento de difundir la información sobre las protestas, pues la gente buscaba una versión que no sea manipulada desde el poder ejecutivo y que muestre la realidad del suceso, tal cual acontecía al momento. Recordemos que, en el año 2010 cuando ocurrió la sublevación, todavía no existían las transmisiones en vivo a través de las redes sociales, y los teléfonos celulares de la época no eran de alta o media gama, mucho menos podíamos contar con un plan de datos móviles.

A raíz de este hecho, la gente usa Twitter con fines más informativos que de entretenimiento, pues buscan “una versión de los hechos más allá de la versión oficial y empiezan a utilizar sus teléfonos celulares y sus computadores para acceder a una información no proveniente de los medios de comunicación tradicionales” (Albornoz & Rosales, 2012, p. 92). En los tiempos actuales, ya se ha vuelto habitual que la gente decida

profundizar en los hechos que los medios de comunicación tradicionales difunden, y buscan ir más allá de la narración oficial.

Ahí es cuando poco a poco, las redes sociales se transforman en espacios para compartir y producir información, aunque hay el riesgo de que parte de esta información sea falsa. Con la aparición de las redes sociales, los periodistas deben irse adaptando de manera constante, pues las plataformas y herramientas digitales se han vuelto parte de la labor del comunicador. Para el periodista, las tecnologías de la información son a la vez un campo de estudio y una herramienta de trabajo imprescindible en su práctica cotidiana, y debe enfrentarse a un público que ya no solo busca leer la noticia, sino también comentarla y ser parte de la discusión.

CAPÍTULO 2: LAS PROTESTAS SOCIALES DE OCTUBRE 2019 EN MEDIOS DIGITALES

1. La coyuntura en América Latina

El contexto social en el que se desarrollaron las protestas de octubre de 2019 en Ecuador fue muy complejo, ya que el estallido social ocurrió en un momento en que las naciones sudamericanas atravesaban diferentes tipos de crisis políticas. Desde acusaciones de fraude electoral, rechazo a las medidas económicas, y también un hartazgo a los gobiernos de turno, caracterizaron las protestas que, a lo largo del 2019, se realizaron en varios países de América Latina. Además de Ecuador, países como Chile, Perú, Bolivia, Colombia, y las continuas protestas en Venezuela que llevan varios años sin llegar a un término, marcaron el panorama político de la región durante los últimos meses de 2019 y los primeros de 2020.

1.1. Crisis política y social en Venezuela

La crisis de Venezuela, que estalló en 2014, y en los últimos años ha provocado un multitudinario éxodo de venezolanos que buscan huir del hambre y la miseria provocada por su régimen socialista, llegó a uno de sus puntos más críticos durante el 2019. El adelanto de elecciones presidenciales de 2018, que impidió la participación de la oposición venezolana y permitió a Nicolás Maduro reelegirse por otro período de 6 años, fue ampliamente rechazado por la comunidad internacional, la cual desconoció los resultados.

El 5 de enero de 2019, el líder opositor Juan Guaidó, representante del partido Voluntad Popular tomó posesión como presidente de la Asamblea venezolana, y en ese entonces, afirmó “estar listo para asumir la presidencia interina de Venezuela” (Moleiro, 2019). El 10 de enero de 2019, Maduro tomó posesión de su nuevo período presidencial ante el Tribunal Supremo de Justicia controlado por el chavismo, desafiando a la Asamblea Nacional de mayoría opositora.

El 23 de enero de 2019, las protestas contra el régimen chavista se intensificaron dentro y fuera de Venezuela, esto motivado a la decisión de Juan Guaidó de proclamarse como presidente interino de Venezuela. El anuncio de Guaidó fue respaldado por varios países del mundo, empezando por el gobierno estadounidense, con Donald Trump a la cabeza. El objetivo principal de la decisión de Guaidó fue “lograr el cese de la usurpación,

(instalar) un Gobierno de transición y tener elecciones libres” (Redacción La Vanguardia, 2019).

En represalia a la decisión de Guaidó, el régimen de Maduro decidió expulsar a funcionarios estadounidenses del territorio venezolano. Durante los primeros días de la protesta existieron más de 16 muertos del bando de los manifestantes, e inclusive varios miembros de las Fuerzas Armadas Nacionales Bolivarianas venezolanas fueron detenidos, por rebelarse contra el régimen chavista. El 30 de abril de 2019 se reportó una nueva jornada de protestas en contra de Nicolás Maduro, llamada “Operación Libertad” que consistió en un intento de golpe de estado contra el régimen “usurpador”.

No se logró sacar al gobierno del poder por parte de la oposición, sin embargo, el único logro que obtuvo Guaidó de la intentona golpista fue “la puesta en libertad de Leopoldo López, su mentor político, que en la tarde ingresó en calidad de “huésped” a la embajada chilena en Caracas junto a su esposa Lilian Tintori y la hija de ambos” (Redacción El Mostrador, 2019), para después trasladarse a la embajada de España. Esta jornada de protestas dejó cerca de 69 heridos, principalmente en la capital venezolana Caracas.

El problema venezolano continúa, y no parece tener fecha de un pronto final. Tan sólo a inicios de 2020, el chavismo intentó imponer una nueva directiva de la Asamblea Nacional fiel a sus propósitos, con el diputado Luis Parra como el nuevo líder del legislativo, e impidiendo el ingreso de los diputados opositores al Palacio Legislativo con el apoyo de la fuerza pública. Sin embargo, y a pesar de todas las trabas que impuso Maduro, la Asamblea pudo sesionar en un recinto alterno y reelegir a Guaidó en su cargo, hasta el 2021.

1.2. Escándalos de corrupción en Perú

Desde 2016, y a raíz de la confesión de la empresa constructora brasileña Odebrecht, de que entregó sobornos millonarios a varios gobiernos en el continente a cambio de obras públicas, despertó la desconfianza de las personas hacia sus líderes políticos. El caso Odebrecht no pasó desapercibido en Perú, al estar involucrados expresidentes, líderes políticos y funcionarios de gobierno. La crisis política en Perú se agudizó a raíz de la renuncia del presidente Pedro Pablo Kuczynski, a raíz de “la aparición de videos y grabaciones que implicaban a su abogado, un ministro y otros socios políticos

en la supuesta compra de votos de congresistas de oposición a cambio de obras públicas” (Salazar, 2018).

Sumado al escándalo de corrupción que separó a Kuczynski de la presidencia, el suicidio del expresidente Alan García, también implicado en la trama de sobornos de Odebrecht, sumó a la crisis política por la cual atraviesa el vecino país. El gobierno de Martín Vizcarra la tuvo difícil, pues nunca contó con apoyo desde el Congreso, liderado por el fujimorismo.

La obstaculización del Congreso al negar tres intentos de presentar una cuestión de confianza, firmada por el consejo de ministros, y sumado a que “Perú sea el país latinoamericano que más desconfía de su Congreso, y el tercero con mayor desconfianza hacia su sistema de partidos y Poder Judicial” (Coronel, 2019) motivó a que el 30 de septiembre de 2019, el presidente Vizcarra, amparado en la Constitución peruana, decidiera disolver el Congreso.

A raíz de la decisión de Vizcarra, se desataron una serie de reacciones tanto a favor como en contra de la decisión tomada. Aunque en otros países como Ecuador, Venezuela, Chile y Colombia, donde existieron estallidos sociales en rechazo a los gobiernos de turno y a sus medidas tomadas, las protestas que se desarrollaron en Perú no estallaron de una manera tan crítica. Factores como la informalidad laboral, la lucha prometida contra la corrupción, y un gobierno debilitado que tiene la habilidad de ceder y negociar con facilidad, son los principales factores por los cuales en Perú no ha existido un estallido social de tamaños magnitudes. Sin embargo, las protestas se han mantenido presentes por parte de una población cansada de la corrupción y el mal manejo del país por parte de sus líderes políticos.

1.3. Chile y la “Revolución de los 30 pesos”

Chile también fue uno de los países en Sudamérica que vivió varios meses de convulsión social, esta vez por rechazo a su gobierno y a las medidas económicas implementadas por el régimen de Sebastián Piñera. El punto de quiebre que detonó el estallido chileno fue la decisión del gobierno de subir los pasajes del transporte público en Santiago. A raíz de esta decisión adoptada por las autoridades, los primeros en alzar su voz de protesta fueron los estudiantes chilenos, iniciando sus protestas evitando el pago de las nuevas tarifas del metro de Santiago, que regían desde el 6 de octubre de 2019.

Lo que parecía una protesta pacífica para simbolizar un multitudinario rechazo, se terminó convirtiendo en un caos lleno de destrucción y saqueos. Las protestas subieron de intensidad el 18 de octubre, cuando varios grupos de manifestantes se tomaron las estaciones del metro para vandalizarlas. A raíz de esta situación, las operaciones del metro se vieron obligadas a suspenderse, perjudicando en la transportación a cientos de personas. Esa misma noche “se inicia una seguidilla de manifestaciones, incendio de buses, estaciones de Metro y un clima de tensión, que fue aumentando como una bola de nieve, el amanecer del día sábado fue caótico, ya se hablaba en los medios de saqueos, montajes y desabastecimiento” (Hernández de López, 2019).

Fue cuestión de horas para que las protestas crecieran por todo el territorio chileno, y el gobierno se vea obligado a decretar estado de emergencia y toque de queda en el país. Las protestas estudiantiles fueron el detonante para que también se sumaran a las protestas diferentes grupos y movimientos sociales. El descontento ya no era sólo por las medidas económicas, era también un rechazo multitudinario contra el gobierno, y la exigencia principal se transformó por una verdadera justicia social. De acuerdo con la historiadora chilena Johana Hernández de López, analizando las consecuencias que dejaban las protestas en Chile en su columna en el diario chileno La Tribuna:

El resultado fue una serie de medidas parche, que no daban el ancho a los requerimientos del país, quedando así fuera de la agenda temas controversiales como uso y abuso de recursos nacionales (cobre, litio, pesca, forestales e hídricos), temáticas sobre pueblos originarios, convenios económicos transnacionales como TPP11, pensiones, jubilaciones, educación y privatizaciones entre otras (Hernández de López, 2019).

El estallido social de octubre en Chile no se había visto nunca en tamañas magnitudes en la historia del país, ni siquiera en las épocas de la dictadura militar de Augusto Pinochet, tomando en consideración la magnitud de destrucción a la propiedad pública y privada que se reportó, y las millonarias pérdidas económicas que ya rebasaban los 3000 millones de dólares.

Durante varias semanas, el gobierno de Sebastián Piñera intentó llegar a una serie de acuerdos para frenar el descontento social en el que Chile se encontraba. Una de esas propuestas de parte del gobierno de Piñera fue la creación de una Agenda Social que benefició a todos los chilenos. Entre algunos de los puntos de la agenda propuesta por Piñera se encuentran una serie “de medidas sociales y también políticas, incluyendo la

disminución del número de parlamentarios, su dieta y límite a la reelección” (Prensa Presidencia, 2019).

Aunque la agenda social presentada por el gobierno de Piñera fue un primer paso para lograr el cese de la convulsión social en Chile, no fue el mayor logro que los líderes de la protesta obtuvieron. El 15 de noviembre de 2019, un nuevo acuerdo logrado con el Gobierno estableció la convocatoria a un plebiscito, el cual definirá si los chilenos están de acuerdo en la redacción de una nueva Constitución, y el votante contestaba afirmativo su deseo de que se redacte una nueva Carta Magna, deberá elegir:

Si quiere que la nueva Constitución sea redactada por una "Convención Constitucional", conformada en su totalidad por delegados electos democráticamente para este fin; o por una "Convención Mixta Constitucional", compuesta por un 50 por ciento por delegados electos, y otro 50 por ciento por parlamentarios en ejercicio (Cooperativa.cl, 2019).

El plebiscito que tenía previsto desarrollarse en el mes de abril de 2020, fue postergado para efectuarse en octubre de 2020. Esto debido a la crisis sanitaria en Chile, a raíz de la pandemia por el COVID-19.

1.4. El paro nacional en Colombia

El rechazo del pueblo colombiano a las medidas adoptadas por el gobierno de Iván Duque, entre las que se destacan el manejo económico y social del país, y la manera en que el gobierno trató los acuerdos de paz con la exguerrilla de las FARC fueron algunos de los detonantes del estallido social que el vecino país del norte tuvo que afrontar durante los últimos meses del 2019 y las primeras semanas de enero de 2020.

Esta serie de acciones adoptadas por el gobierno colombiano motivaron a que diversos grupos sindicales y sociales llamaran a una manifestación masiva, a realizarse el 21 de noviembre de 2019 con el propósito de “marchar en defensa de la “vida y la paz”, frente al rebrote de violencia en el país tras el acuerdo de paz del 2016 con la guerrilla comunista” (El Comercio, 2019).

El descontento contra el gobierno electo bajo el auspicio del partido político del expresidente Álvaro Uribe, quien gobernó Colombia entre 2002 y 2010, fue tan evidente que inclusive estudiantes, líderes indígenas, artistas y opositores al uribismo fueron parte de la jornada de protestas que se extendió por varias semanas.

La inconformidad social contra medidas del gobierno como el retiro del Proyecto de Ley de Reforma Tributaria que se encuentra en el Congreso, la abstención del propio Gobierno de reformar el sistema de pensiones vigente y de realizar futuras reformas laborales, el trámite inmediato de la voluntad expresada en la consulta popular de 2018 cuya consigna fue la lucha contra la corrupción, y la criminalización de la protesta social, fueron algunos de los motivos con los cuales el pueblo colombiano salió a las calles.

Las protestas en Colombia ocurrieron casi al mismo tiempo en el que Ecuador, Chile y Bolivia también atravesaban estallidos sociales similares. Dentro de este contexto, el presidente Duque reafirmó que todas las personas tienen derecho a protestarse de una manera pacífica. Sin embargo afirmó que, a raíz de las crisis internas en otros países, va a existir un grupo de personas quienes “quieren pescar en río revuelto y aprovecharse de la expresión pacífica de la protesta social para ejercer el vandalismo y la violencia” (Redacción Política, 2019).

La jornada de protestas, que comenzó el 21 de noviembre de 2019, se vio marcada por grandes movilizaciones en distintos puntos de Colombia, mientras que, en su capital, Bogotá, se presentaron una serie de enfrentamientos entre encapuchados y la fuerza pública. Al igual que en otros países, el vandalismo a la propiedad pública y privada también se hizo presente. Para el día siguiente, un sonoro cacerolazo en rechazo al Gobierno se escuchó en diversas partes de Colombia. Mientras tanto, la violencia en el país aumentaba, al grado que se dispuso toque de queda y la militarización de Bogotá. El mismo día, Duque llamaba a “una gran Conversación Nacional con todos los sectores sobre lo que llamó “las reformas que necesita el país” y en el que se buscarán mecanismos que, dijo, permitan cerrar las brechas sociales” (Eltiempo.com, 2019).

Durante las protestas cabe destacar la brutal muerte del joven Dilan Cruz, de 18 años, quien falleció producto de un impacto de un proyectil directo en su cabeza, por parte de un miembro de la fuerza pública. Cruz permaneció por “tres días en cuidados intensivos, en los cuales los médicos del hospital San Ignacio hicieron lo humanamente posible por salvarlo, pero no lo lograron” (Redacción Bogotá, 2019).

El panorama de las protestas no parecía cambiar en diciembre de 2019, pues las marchas y manifestaciones continuaban en diferentes puntos de Colombia. A la par, se empezaron a realizar una serie de asambleas populares en distintos sectores de Bogotá, con el objetivo de buscar acuerdos que sumen al diálogo propuesto por el presidente

Duque. Para el 8 de diciembre, se realizó un concierto multitudinario con diversos artistas que se mostraban en contra de las decisiones adoptadas por el gobierno.

Para enero de 2020, una nueva jornada de protestas se presentó en Colombia. Pasadas las fiestas de Navidad y Año Nuevo, los gremios sindicales y sociales llamaron nuevamente a una manifestación y a un cacerolazo masivo para el 21 del mismo mes. A pesar de los intentos del gobierno colombiano de llegar a un acuerdo con los líderes de la protesta, no se han dado los resultados esperados para lograr un cese definitivo de las manifestaciones. “Uno de los puntos que frenaban el inicio de unos diálogos formales era la solicitud del Gobierno de conocer exactamente cuáles eran las peticiones de los líderes de la protesta, pues solo así podrían sentarse a negociar” (Política, 2020). Sin embargo, una de las exigencias del llamado Comité del Paro fue participar en una mesa de diálogo, completamente distinta a la del diálogo nacional que fue convocada por el gobierno.

1.5. Bolivia y la caída de Evo Morales

El deseo de Evo Morales por aferrarse a la presidencia de Bolivia y presentarse a la elección de 2019, a pesar de que en 2016 hubo un referéndum previo con el que la gente le dijo “basta” a un nuevo período presidencial del líder indígena que estuvo en el poder ininterrumpidamente desde el 2006, avivaron el descontento del pueblo boliviano contra sus líderes políticos, más aún cuando las misiones observadoras internacionales, entre ellas la misión de la Organización de los Estados Americanos (OEA), alertaron de un posible fraude electoral que iba a permitir a Morales reelegirse en una sola vuelta.

El estallido social contra uno de los gobiernos afines al Socialismo del Siglo XXI, explotó el 20 de octubre de 2019, después de revelarse los primeros resultados del conteo rápido que daba como vencedor a Evo Morales, frente al expresidente y líder opositor Carlos Mesa. El estallido se hizo más agudo cuando se evidenciaron irregularidades en la transmisión de los resultados por varias horas, haciendo que horas después del supuesto problema, Morales apareciera como ganador de las elecciones con el porcentaje necesario para poder reelegirse en primera vuelta.

Partidarios tanto de Morales como de Mesa se volcaron a las calles de Bolivia salieron a las calles, los primeros defendiendo el supuesto triunfo de su líder, mientras que los otros acusaban la existencia de un fraude electoral. Grupos sociales y estudiantes también se unieron a las protestas, exigiendo que se haga una revisión imparcial de los

votos y, sobre todo, que se respete la voluntad de los bolivianos que en 2016 votaron en contra de una nueva reelección de Evo Morales.

Entidades internacionales como la Unión Europea también alzaron la voz, pidiendo que se celebre una segunda vuelta electoral y se pueda “restaurar la confianza y asegurar el respeto total a la elección democrática del pueblo boliviano” (BBC News Mundo, 2019a), por más que Morales ya se declarase como ganador de la jornada electoral. Luego del recuento de los votos, en el cual se proclamó como ganador a Evo Morales y prácticamente no habría que hacerse una segunda vuelta, las autoridades bolivianas cuestionaron el proceder de la misión de la OEA, asegurando que las reglas del juego se han cumplido “ante las acusaciones de supuesto fraude electoral a la vez que cargaron contra la OEA por falta de ecuanimidad y a la oposición por subversión” (EFEUSA, 2019).

El 10 de noviembre de 2019, un informe preliminar de la misión de la OEA recomendó la celebración de una nueva jornada electorales. Evo Morales no tuvo más remedio que aceptar el informe de la OEA, frustrando así sus planes de reelegirse. Para esta nueva convocatoria a elecciones, Morales afirmó que “la nueva cita con las urnas se celebrará con un órgano electoral renovado, ante las denuncias de fraude en la primera vuelta” (Redacción El Español, 2019). Sin embargo, la oposición liderada por Mesa, Luis Fernando Camacho y Marco Pumari manifestaron que la única salida para que el conflicto finalice es con la renuncia de Morales.

El mismo pensamiento lo compartió el Gral. Williams Kaliman, general de las Fuerzas Armadas bolivianas y uno de los hombres más cercanos de Morales, quien también le sugirió que presente su renuncia. Horas más tarde de concretarse el llamado a una nueva jornada electoral, sorprendentemente Evo Morales presentó su renuncia a la presidencia de Bolivia. Seguido de Morales, también renunciaron su vicepresidente Álvaro García, varios ministros de estado, el presidente de la Cámara de Diputados y la presidenta del Senado.

Tras la renuncia de los funcionarios que seguían a Morales en la línea de sucesión constitucional, se posesionó como presidenta interina de Bolivia a Jeaninne Áñez, la segunda al mando del Senado, quien “se dijo dispuesta a asumir interinamente la jefatura del Estado si es que fuera necesario ante la cascada de renunciaciones” (BBC News Mundo, 2019). Mientras tanto, el gobierno de México, a través de su canciller Marcelo Ebrard,

ofreció asilo político a Morales en su país, y como primera medida de su gobierno, Áñez cortó las relaciones diplomáticas de Bolivia con Venezuela y Cuba, principales aliados de Evo Morales durante sus 13 años de gobierno.

A pesar de que Áñez asumió la presidencia de Bolivia, las protestas siguieron, esta vez, en contra de su gobierno y la manera en la que llegó al poder. Las marchas fueron organizadas por grupos indígenas y altos dirigentes del Movimiento al Socialismo (MAS), el movimiento político por el cual Morales llegó al poder.

2. El contexto social que motivó las protestas en Ecuador

Nueve años después de los hechos del 30-S, y cuatro años después del levantamiento contra el gobierno de Rafael Correa, la capacidad periodística de los medios de comunicación se puso nuevamente a prueba, más aún cuando se vive en una época en la que los medios de comunicación digitales han alcanzado un alto nivel de popularidad y se han convertido en una herramienta de información veraz y oportuna. Las protestas sociales en contra del Gobierno de Lenín Moreno que tuvieron lugar entre el 3 y el 13 de octubre de 2019 evidenciaron el verdadero papel que tanto medios tradicionales como medios digitales tuvieron en la cobertura de las manifestaciones, y las declaraciones de las principales figuras públicas.

Para ponernos en contexto sobre lo ocurrido en estos días, hay que recordar qué factores motivaron la convulsión social que se prolongó por cerca de 11 días. La noche del martes 1 de octubre de 2019 en cadena nacional, el presidente Lenín Moreno anunció el decreto 883 en el que establecía una serie de medidas económicas, con las que se estimaba recuperar varios millones de dólares para ser destinados en obras de salud, educación y seguridad.

Entre las medidas adoptadas por el régimen constaba la liberación de los precios de las gasolinas Extra y Ecopaís, así también como del Diesel, de los cuales el Gobierno gasta alrededor de USD 1 300 millones en subsidios. Otras de las medidas adoptadas fueron la reducción de aranceles e impuestos a maquinaria, equipos, materia prima, importación de aparatos electrónicos, la reducción del 50% al impuesto de salida de divisas, la eliminación del anticipo del impuesto a la renta, entre otras. Asimismo, se anunciaron ciertas reformas laborales como cambios en los contratos ocasionales de trabajo, la reducción del tiempo de vacaciones de los servidores públicos, el aporte de un día de sueldo para todos los funcionarios que trabajen en instituciones públicas, etc.

2.1. Reacciones a las medidas

Estas medidas generaron una serie de reacciones, principalmente negativas por parte de los gremios sociales, líderes políticos y sindicales del país. Los primeros en alzar la voz fueron los gremios de transportistas del país, anunciando la paralización total de sus operaciones a nivel nacional desde el jueves 3 de octubre. Posteriormente, la Confederación de Nacionalidades Indígenas del Ecuador (CONAIE) se declara en resistencia y llama a todas las comunidades indígenas del país a una serie de protestas.

Los transportistas cedieron en su protesta el viernes 4 de octubre, sin embargo, las comunidades indígenas no querían ceder y radicalizaron la protesta en las ciudades de la zona centro del país, cerrando las principales vías de acceso.

Varios grupos de policías, militares e inclusive periodistas fueron retenidos y agredidos tanto en la Casa de la Cultura Ecuatoriana, principal punto de encuentro y refugio de los líderes indígenas y sus militantes, como en las comunidades indígenas de las provincias de la Sierra Norte y Centro. Según los relatos brindados a varios medios de comunicación, los miembros policiales secuestrados “fueron forzados a cargar el féretro con el cadáver de un dirigente de la CONAIE que murió durante las protestas (...) los hicieron recorrer el recinto con el cajón envuelto en una bandera de Ecuador mientras los congregados lanzaban flores en homenaje al fallecido” (Infobae, 2019), obligaban a la prensa a transmitir sus declaraciones en cadena nacional, y en el peor de los casos, acosaban a los elementos femeninos de las fuerzas públicas, despojándolas de sus prendas íntimas y de vestir.

Las protestas se agravaron el 12 de octubre de 2019 cuando grupos de manifestantes, deslindados de los grupos indígenas, atacaron bienes públicos como el edificio de la Contraloría General del Estado, e instalaciones de medios de comunicación como Teleamazonas y Diario El Comercio. El Gobierno llamó varias veces a respetar la labor de los medios de comunicación durante la jornada de protestas. Ciertos sectores de la prensa ecuatoriana vieron que estos anuncios “no representan una campaña sistemática por parte del gobierno contra los medios de comunicación o la libertad de prensa” (Voz de América, 2019), recordando la época de ataques y censura que se vivió durante el gobierno de Rafael Correa, quien fue acusado por Moreno junto a sus más cercanos colaboradores de llamar al caos durante las manifestaciones, pidiendo la salida del régimen.

El 13 de octubre de 2019 llegó el fin de las protestas, logrando un acuerdo entre el Gobierno y la CONAIE en el que tuvieron que intervenir representantes de la Organización de las Naciones Unidas (ONU) y la Conferencia Episcopal Ecuatoriana como mediadores. Ese acuerdo consistió en la derogatoria del polémico decreto 883 que establecía las medidas económicas y laborales, y en su lugar conformar comisiones con los sectores civiles y sociales para llegar al diálogo y el entendimiento, para poder redactar un nuevo decreto.

2.2. Agresiones a la prensa durante las protestas

La prensa ecuatoriana fue uno de los sectores más afectados durante los 11 días de protestas. El 12 de noviembre de 2019, un mes después del fin de las movilizaciones, FUNDAMEDIOS presentó ante la Comisión Especial Ocasional Multipartidista de la Asamblea Nacional encargada de investigar las violentas protestas, un informe detallado sobre las agresiones a las que los medios de comunicación, periodistas y colaboradores fueron sometidos.

César Ricaurte, director ejecutivo de la organización, manifestó que las principales agresiones llegaron tanto de los propios manifestantes como de los elementos de la fuerza pública, quienes por medio de agresiones físicas y verbales impidieron que los medios de comunicación realicen su labor. “También hubo ataques a 20 medios de comunicación, censura, detenciones arbitrarias, cierre de medios -como el caso de radio Pichincha Universal- y amenazas. No existieron garantías para la prensa. Contar con una credencial era un riesgo frente a la estigmatización que sufrieron los periodistas durante el paro” (Fundamedios, 2019).

El informe final que FUNDAMEDIOS entregó a la Asamblea arrojó los siguientes resultados: 138 periodistas víctimas de ataques registrados en 116 actos de violencia reportados en 11 de las 24 provincias del Ecuador.

2.3. Reacciones a las protestas

A raíz de los conflictos que se desataron durante la jornada de protestas, varios expertos manifestaron sus diversos puntos de vista sobre la conmoción que se vivió en los 11 días de convulsión en el país. Desde antropólogos hasta periodistas que cubrieron de cerca el hecho, relataron sus vivencias y las lecciones que este conflicto deja no sólo en la política y la sociedad ecuatoriana, sino también en la manera en que los medios de comunicación le dan el tratamiento debido a la información.

La antropóloga ecuatoriana Susana Andrade, en entrevista con la revista digital Encartes, manifestó su perspectiva siendo testigo de los hechos. Andrade consideró que la CONAIE adquirió sin pensarlo un rol protagónico al frente de las protestas, e inclusive, destacó el rol que la juventud tomó al momento de conocer las posturas de los distintos actores sociales, “aún bajo los efectos de la política de acoso por parte de Rafael Correa (...) ante la violencia que se estaba desatando en el país” (Andrade, 2020).

Jefferson Sanguña, periodista del medio digital La Posta vivió de cerca los violentos hechos de octubre, y a través de una entrevista cuenta sus vivencias durante los 11 días que duraron las manifestaciones contra el Gobierno. Anteriormente, Sanguña ya había trabajado en dicho medio digital como pasante:

Yo regresé en octubre del año anterior, y cuando yo volví justo pasó lo del paro. La idea era que primero, nadie se esperaba la magnitud de las protestas. Fueron días fuertes, en los cuales yo salí de cobertura por lo menos unas cuatro veces, y me tocó salir en los días más fuertes de la protesta (Sanguña, 2020).

Para Sanguña, la percepción que las personas tenían, sobre todo de aquellos que lideraban las protestas hacia los medios de comunicación fue muy negativa. Adjetivos como “prensa corrupta” y “prensa vendida” fueron algunos de los agravios que no sólo Sanguña, sino también otros medios de comunicación recibieron por parte de manifestantes infiltrados en las protestas, especialmente del correísmo. Además, la labor periodística se vio en peligro cuando los manifestantes amenazaron a los equipos periodísticos con quitarles sus equipos de trabajo, e inclusive, con agredirlos físicamente.

En una de las ocasiones cuando yo fui a cubrir nos topamos con unos colegas de Ecuavisa, y precisamente a los dos se nos acercaban un grupo de manifestantes a decirnos que, si empezábamos a grabar, nos iban a destruir las cámaras. Entonces, sí fue como bastante fuerte. También cubrí el día en que los manifestantes se tomaron la Asamblea, y allí ocurrió algo similar. Veías la fuerza brutal de los dos lados, tanto de policías como de manifestantes, y tenías que cubrirte y saber qué es lo que iba a pasar, más bien de no saber de lo que iba a pasar (Sanguña, 2020).

Sanguña añade que esta es una de las coberturas más difíciles que le ha tocado presenciar en su trayectoria como periodista. Recuerda sus tiempos como estudiante de periodismo, cuando en una ocasión tuvo que cubrir una marcha en contra del correísmo

por parte de trabajadores y organizaciones sociales, y allí hubo una serie de desmanes en el Centro Histórico de Quito, pero esta protesta no fue tan brutal con relación a las ocurridas en octubre del año pasado.

La misma posición comparte Susana Andrade, quien añade que a pesar de la situación de violencia presentada durante las manifestaciones, “hubo mucha madurez por parte de los actores que decidieron aceptar la solución propuesta desde la presidencia” (Andrade, 2020).

3. La cobertura de los medios internacionales en el contexto ecuatoriano

La magnitud que las protestas de octubre tuvieron en nuestro país trascendió fronteras, pues varios medios de comunicación internacionales se hicieron eco de la situación en nuestro país.

Por medio de corresponsales que residen en nuestro país, o por medio de enviados especiales que desde sus países de origen se trasladaron hacia nuestro país para ser testigos de los hechos, y poder así reportar a sus respectivos medios de comunicación. Por ejemplo:

El Comercio de Perú tiene varias noticias sobre las protestas e incluso publica notas redactadas desde Quito. El portal chileno *EMOL* habla de las diferencias entre las marchas indígenas y las de otros grupos sociales. *El País* de España informa con varias notas y galerías acerca de la situación y de los ofrecimientos del presidente Lenín Moreno para entablar un diálogo con comunidades indígenas (Redacción El Universo, 2019).

Asimismo, varios medios han creado páginas especiales para recopilar toda la información que se generaba en el momento exacto desde Ecuador. La cadena de televisión hispana Univisión creó un espacio dentro de su portal de noticias para reportar minuto a minuto la situación ecuatoriana. Algo similar desarrolló el portal de noticias de la BBC en español, basado en las decisiones tomadas por el Gobierno y en las declaraciones del presidente Moreno.

Desde Argentina, los medios de comunicación Clarín e Infobae también se hicieron presentes en la cobertura mediática de las violentas jornadas de manifestaciones en nuestro país. En el caso del diario Clarín, el medio envió a uno de sus periodistas a cubrir de cerca los hechos en nuestro país. Igualmente, medios europeos como la cadena alemana DW y el diario francés Le Monde también pusieron énfasis en cubrir los hechos

de nuestro país. En el caso de estos dos últimos medios, su énfasis fue más enfocado en la perspectiva de los líderes indígenas y la presión impuesta al Gobierno, que en las declaraciones de los integrantes de la cúpula presidencial.

CAPÍTULO 3: RELACIÓN ENTRE LOS CONTENIDOS DIGITALES Y LAS *FAKE NEWS*

1. Las redes sociales en la generación de noticias

La prensa ecuatoriana fue víctima de ataques y agresiones a lo largo de los 11 días de protestas, lo que generó que existieran ciertas reacciones tanto positivas como negativas con respecto al manejo de la información por parte de los medios de comunicación. Sabemos que los ciudadanos “pueden desarrollar redes sociales para exigir la solución de determinados problemas de interés público, e inclusive (...) realizar un exhaustivo monitoreo y seguimiento de las acciones emprendidas por las autoridades” (Islas & Arribas, 2010, p. 147), tal y como ocurrió en el caso ecuatoriano durante las manifestaciones sociales.

Durante las protestas, el periodista Jefferson Sanguña indicó que en los contenidos del medio digital La Posta se generó ciertas reacciones positivas y de preocupación hacia el equipo periodístico que se encontraba en la calle, cubriendo los hechos de violencia. Él manifestó que existe un grupo de ciudadanos en redes sociales que apoya el estilo periodístico que realiza su medio y respaldan su labor.

Recibíamos mensajes de “felicitaciones”, de “gracias, chicos por mantenernos informados, “chicos, por favor cuidense”, “no se acerquen tanto”. Sentir ese apoyo que a veces, tal vez desde los hogares no tienes, y lo tienes desde gente externa que te dice “cuidado en la transmisión”, “les puede caer una piedra”, cosas así (Sanguña, 2020).

A pesar de que hubo gente que estaba a favor de esta cobertura mediática por parte de La Posta, también hubo un sector que rechazó la manera con que se manejó la información. Sanguña recuerda una de sus transmisiones en vivo durante las protestas cuando intentó entrevistar a una señora, sin embargo, la mujer empezó a tildarlo de “prensa corrupta” y diciéndole que “por qué luego los sacamos a patadas”.

La gente suele recurrir con mayor frecuencia a buscar información en redes sociales, pues esta se genera en el momento preciso en el que ocurre un hecho en específico y, de ser el caso, ayuda a formar una cultura de conocimiento al conocer una perspectiva diferente y verídica de lo que se informa. Esto se debe también, en parte, a la manipulación de la información por parte de los medios de comunicación tradicionales y los grupos políticos y sociales, lo que “impide a la ciudadanía elevarse por encima de la

tecnocracia para prestar dicha ayuda y descentralizar a la democracia” (Aguirre Sala, 2013, p. 124).

2. Las *fake news* y su alcance mediático

A pesar de que en los tiempos actuales los medios digitales están ganando terreno en la preferencia de las audiencias, las noticias falsas o llamadas también *fake news*, influyen en la manera en que la gente reacciona, sea de manera positiva o negativa, en el tratamiento de la información que se recibe a través de los medios de comunicación. Las *fake news* fueron creadas con el propósito de generar más caos y confusiones en la gente, logrando así que la veracidad de las noticias pase a un segundo plano. Sumado a ello, estas noticias falsas ponen en tela de duda la credibilidad de los medios de comunicación, sea este tradicional o digital, pues los individuos “se muestran muy escépticos con las noticias que consumen, además de preocupados por la falta de rigor o el sesgo de las fuentes informativas utilizadas” (Fernández García, 2017, p. 70).

En las protestas de octubre de 2019, estas noticias falsas estuvieron presentes y generaron discusiones y ataques contra los medios de comunicación señalados de parcializados, o que recibieron los insultos de ser corruptos y vendidos. Noticias como las Fuerzas Armadas pidiendo la renuncia al presidente Moreno, o manifestantes dejando sin agua a la ciudad de Quito, son un ejemplo claro de la falsa información que, a través de las redes sociales, circuló durante los 11 días de manifestaciones y generaron más caos del que ya existía con los violentos enfrentamientos entre Fuerzas Armadas y manifestantes, el cierre de las principales carreteras de la Sierra Centro y los saqueos a la propiedad privada.

El tema de las *fake news* “es tan grave que quienes no quieren esa democracia ni esa estabilidad institucional buscan, en la receta de la desinformación, el caos (...) del eterno desencuentro de un Ecuador partido” (Astudillo, 2020) en medio de un grave problema que, por la desinformación, también causó varios muertos, heridos y desaparecidos. Con un troll center a sus pies, el correísmo fue uno de los principales sectores políticos que se encargó de difundir *fake news* a diestra y siniestra, con el objetivo de desestabilizar, aún más, la imagen de Moreno que de por sí ya se encontraba deteriorada.

En parte, la estrategia funcionó, pues en redes sociales se evidenció las reacciones negativas de la población con respecto a cualquier noticia alusiva a las protestas, o con

cualquier declaración de alguna autoridad. Normalmente, este es el objetivo que se busca cumplir con respecto a la difusión de contenidos falsos en redes. Una investigación publicada en la revista científica ACM SIGKDD Explorations Newsletter hace mención del propósito por el cual se crean las noticias falsas:³

For example, some fake news was just created to trigger people’s distrust and make them confused, impeding their abilities to differentiate what is true from what is not. To help mitigate the negative effects caused by fake news—both to benefit the public and the news ecosystem— It is critical that we develop methods to automatically detect fake news on social media (Shu et al., 2017, p. 22).

2.1. La realidad de las *fake news*

La Dra. Marián Alonso González, profesora de la Universidad de Sevilla, cree que, en el aspecto de la información las libertades de expresión y de información se equilibran, de tal modo que se ofrece al público un amplio contenido informativo que “permite a los receptores formarnos opinión sobre el mundo que nos rodea, sin embargo, el flujo permanente de información y las noticias falsas erosionan esa credibilidad generando desinformación” (Alonso González, 2019, p. 31). En este mismo análisis, Alonso González considera que la labor del periodista se centra de manera esencial en la verificación de los hechos y concentrarse en la síntesis del hecho que se informa.

Volviendo al contexto ecuatoriano, y ejemplificando lo expuesto por Alonso González en el párrafo anterior, los medios de comunicación tanto tradicionales como digitales del país se dieron a la tarea de desmentir algunas de estas *fake news*, con el propósito de que la gente se entere por fuentes confiables sobre los hechos que ocurren. Algunas de las estrategias diseñadas por aquellos que se encargaron de la difusión de las noticias falsas fue imitar el estilo gráfico que medios de comunicación, como ejemplo los diarios El Comercio y El Universo y la revista Vistazo, utilizan en redes sociales. Como represalia a este ataque, los medios de comunicación se vieron a la necesidad de cambiar

³ Traducción al español: “Por ejemplo, algunas noticias falsas se crearon para provocar la desconfianza de las personas y confundirlas, impidiendo sus habilidades para diferenciar lo que es verdadero de lo que no lo es. Para ayudar a mitigar los efectos negativos causados por las noticias falsas, tanto para beneficiar al público como al ecosistema de noticias, es fundamental que desarrollemos métodos para detectar automáticamente las noticias falsas en las redes sociales.”

su línea gráfica en las publicaciones y, en algunos de los casos, incluir marcas de agua en sus fotografías.

En otros casos, estos mismos medios de comunicación se han visto en la necesidad de redactar artículos para desmentir la información falsa que ha circulado en plataformas web. Por ejemplo, diario El Universo tuvo que redactar un artículo sobre una noticia falsa que aseveraba que el presidente Lenín Moreno había decidido suspender los feriados de los meses de octubre y noviembre de 2019 para, supuestamente, recuperar las jornadas laborales que se paralizaron durante la semana de protestas. Parte del artículo en mención indicaba:

Ese comunicado falso -titulado Decreto Presidencial 889, con fecha 10 de octubre de 2019- indica lo siguiente: *EL PRESIDENTE A LA REPÚBLICA: Debido a la afectación a las actividades laborales que se suscitaron por el paro de los últimos días, quedan suspendidos los feriados tanto del mes de octubre como del mes de noviembre, con el fin de recuperar las jornadas laborales perdidas.* El real Decreto 889 -firmado por el presidente Lenín Moreno el 9 de octubre, y que está colgado en el sitio web de la Presidencia de la República- no indica nada al respecto sobre una suspensión de feriados; dicho documento lo que sí informa es la renuncia de Humberto Cholango a la dirección de la Secretaría del Agua, y el respectivo encargo de la entidad a Vaneza Plaza (Redacción El Universo, 2019b).

De acuerdo con los investigadores catalanes Alexandre López-Borull, Josep Vives-Gràcia y Joan-Isidre Barell, el problema de las fake news no es nuevo, pues ya existían indicios de estas antes de su auge en los nuevos modelos de comunicación que actualmente están vigentes, ocasionando su rápida propagación a través de los medios digitales. Estos autores mencionan que:

Medios de comunicación que airean noticias falsas y con muy baja credibilidad han existido siempre, pero con las actuales facilidades para crear y difundir contenidos ha aparecido una práctica relacionada con la parodia, la rumorología o directamente con intereses políticos, sociales o económicos (Lopez-Borrull et al., 2018, pp. 1347–1348).

Los mismos autores hacen énfasis en que el debate sobre las noticias falsas y la utilización de noticias y desinformación con el objetivo de manipular la opinión pública ha adquirido una gran importancia. En Ecuador se ve que este objetivo antes planteado se ajusta con la realidad política del país, pues hay medios de comunicación que tienen

su ideología política fuertemente marcada en su línea editorial, a consecuencia de 10 años en los cuales el régimen correísta utilizó a su favor un amplio aparato estatal de comunicación para desprestigiar a la prensa y que se difundiera una sola verdad: la del Gobierno.

2.2. El populismo y las *fake news*

López- Borull, Vives-Gràcia y Barell, indican que las *fake news* son comúnmente utilizadas entre gobiernos y políticos populistas durante los últimos años, con la finalidad de desprestigiar a los grandes grupos de poder y medios de comunicación que informan la situación real de las diferentes democracias. En la historia política de nuestro país, el populismo “constituye un elemento sin el cual no se podría analizar la realidad ecuatoriana” (Acosta, 1996, p. 2), ya que varias de las figuras políticas de nuestro país se han valido de esta tendencia política para llegar al poder, como los casos de José María Velasco Ibarra, Abdalá Bucaram, Rafael Correa, e inclusive el propio Lenín Moreno bajo el auspicio de Correa.

Un ejemplo más claro del uso de noticias falsas en líderes populistas con deseos de seguir en el poder es del propio Rafael Correa y su círculo de colaboradores, quienes aprovecharon del enorme aparato estatal de comunicación que gozaron en su gobierno para la creación y difusión de noticias falsas que generen reacciones negativas de la gente contra los medios de comunicación que no estaban alineados a su favor.

Hasta ahora, en los tiempos que Correa no está en el poder, sigue gozando del apoyo de medios de comunicación tanto tradicionales como digitales que difunden este tipo de noticias para desprestigiar a sus contrarios, como son los casos de Radio Pichincha Universal, medio manejado por la Prefectura de Pichincha cuya máxima autoridad es la correísta Paola Pabón, y el medio digital Ecuador Inmediato. Con este ejemplo se expone las ideas propuestas por López-Borull, Vives-Gràcia y Barell, al referirse a que hay medios de comunicación que carecen de credibilidad y recurren a las *fake news* para “mantenerse a flote” basados en rumores e intereses políticos.

2.3. Las personas, las *fake news* y los *bots*

Las personas que se identifican con determinada tendencia política, sea esta de izquierda o de derecha, se va a guiar por seguir aquellas noticias que estén alineadas con su tendencia política, sin verificar si esta noticia es verdadera o no, o simplemente ignorar

a aquellos medios de comunicación que tienen una postura contraria a los líderes políticos que la gente defiende.

En redes sociales abundan la creación de cuentas falsas, conocidas también como bots, las cuales suelen comentar las publicaciones con mensajes de apoyo a los líderes políticos, o de ataque a sus adversarios políticos. Esta estrategia no sólo le funciona al correísmo en redes sociales, sino también le funcionó al presidente republicano de Estados Unidos, Donald Trump, en su camino a la Casa Blanca frente a la demócrata Hillary Clinton. El poder mediático que generaban las declaraciones de Trump fue el detonante para que este ganara las elecciones desde las redes sociales, poniendo en ridículo a las encuestas y sondeos que daban a Clinton por ganadora. Según Roberto Rodríguez-Andrés, investigador de la Universidad Pontificia Comillas de España, la victoria de Trump significó que:

Algunos análisis académicos han apuntado que esta superioridad pudo haberse fomentado de forma artificial por el equipo de Trump al crear informáticamente miles de bots o cuentas ficticias desde las que amplificar sus mensajes en Twitter, dominar la conversación y generar trending topics, práctica que también habría desarrollado el equipo demócrata, aunque con menor intensidad (Rodríguez-Andrés, 2018, p. 839).

Como vimos en este ejemplo, la discusión que generan las cuentas falsas en las redes sociales influye también en la opinión pública que se genera con respecto a un tema en específico, en este caso, en cómo una opinión proveniente de una cuenta creada por grupos políticos influye en la toma de una decisión, desde convocar una protesta o, como en el caso estadounidense, ganar una elección. Se tiene conocido que “una operación con cuentas falsas podría ayudar a imponer una expresión para llamar a un determinado fenómeno o situación, y definir un marco que favorezca a una de las posiciones” (Maidana, s.f.), eso se refleja en la opinión pública en Twitter, una de las principales redes sociales donde se difunden las noticias falsas y las discusiones políticas están a la orden del día por medio de los *trending topics* sobre determinada discusión.

CAPÍTULO 4: EXPOSICIÓN DE LAS PROTESTAS EN LOS MEDIOS DIGITALES

Los medios de comunicación enfrentan un nuevo desafío ante el inminente cambio de las preferencias de la gente. El consumo de medios digitales por parte de la ciudadanía ha obligado a los medios tradicionales a reinventarse con sus contenidos y, a la vez, atraer a nuevas audiencias. Para Juan Pablo Del Alcázar Ponce, experto en marketing digital, los usuarios que consumen los medios tradicionales y sus contenidos cada vez son en menor cantidad, considerando que “además de la saturación de oferta, el consumidor tiene acceso a contenido prácticamente de alcance global y de calidad, cómo, cuándo y dónde quiere” (Del Alcázar Ponce, 2020).

En este punto, vale mencionar y analizar ciertos criterios sobre marketing digital, y ver cómo estos llegan a influir en el alcance que los medios de comunicación logran obtener dentro de una comunidad digital. Entendemos por marketing digital a aquel “que se realiza a través de canales digitales y donde hay una gran interactividad del cliente o consumidor (...) presenta un gran reto para las empresas que desean seguir este avance tecnológico” (García Medina, 2011, p. 39).

El surgimiento de los medios digitales vino de la mano con la evolución del concepto de la Web 2.0, el cual puede ofrecer “una variedad de soportes digitales para el intercambio de información a través de Internet. En esta definición se incluyen blogs, fotoblogs, microblogs, redes sociales, mundos virtuales, utilidades gráficas” (Matute et al., 2011, p. 19), recursos comúnmente usados por los medios digitales para llamar la atención de las audiencias y que, poco a poco, los medios tradicionales buscan ir adaptando para mantener la fidelidad de su audiencia.

Los medios de comunicación tradicionales buscan, en ciertos casos, monetizar el contenido informativo que producen a disposición del público. Por ejemplo, las suscripciones de los formatos físicos y digitales de los medios tradicionales, especialmente de los periódicos, membresías a cambio de beneficios exclusivos, y programas de afiliados, son algunas de las estrategias a las cuales los medios recurren para obtener ganancias, logrando así que una de las metas de los medios digitales sea “su capacidad de innovar en su oferta por medio de la creación de plataformas, formatos y contenido propio y de terceros” (Del Alcázar Ponce, 2020). En Ecuador ya hay medios

de comunicación que monetizan sus contenidos digitales por suscripciones, como por ejemplo los portales web de los diarios Expreso y Extra.

Aunque hay que ver la otra cara de la moneda, ya que muchos de los medios de comunicación tradicionales que tienen presencia digital, únicamente se dedican a replicar en sus redes sociales los contenidos que transmiten en sus formatos tradicionales, en lugar de generar un contenido diferente y llamativo.

1. ¿Cómo se midió el impacto en redes sociales?

Para medir los indicadores de las publicaciones de los medios de comunicación en redes sociales, se han definido varios conceptos que se encargan de medir estos indicadores. Uno de esos conceptos es el alcance, definido como “una métrica que se muestra dentro de la analítica de cada red social dentro de diversas métricas complementarias que son visibles solo para quienes manejan las cuentas y no son información pública” (Del Alcázar Ponce, 2020), tomando en cuenta que dentro de esta medición de alcance influyen también otras métricas, como las impresiones (cantidad de veces que un contenido apareció en la pantalla de los usuarios) y las interacciones (las veces que un usuario generó una reacción, un comentario, un clic o una acción en la publicación).

Los medios de comunicación deben adaptar sus contenidos en redes sociales, tomando en cuenta el tiempo que una persona permanece viendo cualquier tipo de contenido. De acuerdo con una medición proporcionada por Alexa Top Sites Ecuador, con fecha 23 de junio de 2020, indica una medición estimada del tiempo (en minutos) que una persona pasa en sus redes sociales. Por ejemplo, en Facebook una persona pasa 18 minutos con 44 segundos de su tiempo viendo algún contenido en esta red social. En Twitter, el tiempo se reduce a 14 minutos con 6 segundos, y en Instagram hay menor tiempo dedicado por el usuario, por aproximadamente 8 minutos con 39 segundos. La medición antes mencionada se obtiene de acuerdo con un análisis de los datos de los últimos tres meses (abril a junio de 2020).

Aunque ahora el marketing digital se está considerando como una herramienta que define el éxito de los negocios que se han trasladado al ámbito digital, incluyendo a los medios de comunicación, su éxito y su eficacia no es del todo comprobable. De acuerdo con las autoras Sara Londoño, Yessica Mora y Marisol Valencia, aún existen barreras dentro del éxito del marketing digital, como lo son “las generacionales, de

género, nivel educativo y socioeconómico, lo cual es llamado la brecha digital” (Londoño Arredondo et al., 2018, p. 172) entre los individuos de la sociedad. Esto repercute también en la audiencia de los medios de comunicación, pues ante la proliferación constante de noticias falsas, aún hay gente que tiene confianza en los medios de comunicación tradicionales.

1.1. La medición de los contenidos políticos

Al analizar el punto de los indicadores para medir el impacto de los contenidos elaborados por los medios de comunicación digital, vemos que existe un nivel de influencia por parte de estos contenidos en los intereses de una persona, pues, de acuerdo con Juan Pablo Del Alcázar Ponce:

Los contenidos influyen en tendencias de búsqueda y publicación al igual que impacto dentro de redes sociales en términos de distribución de contenido, alcance e interacción orgánica, pagada y social. En referencia a influencia en comportamiento de usuarios, esto depende del mensaje, segmentación y relevancia en cada caso (Del Alcázar Ponce, 2020).

Esto quiere decir que, la creación de los diversos contenidos que las distintas plataformas digitales ofrecen a sus consumidores depende de los intereses de búsqueda de estos. En base a estos intereses, es cuando los medios de comunicación empiezan a desarrollar estrategias que les permitan acaparar un mayor porcentaje de público que sigue sus contenidos.

CAPÍTULO 5: RETOS PARA EL PERIODISMO ECUATORIANO

La cobertura mediática de las protestas de octubre de 2019 deja muchos retos a los cuales el periodismo ecuatoriano se está enfrentando, más aún cuando se vive una época en la que las plataformas digitales empiezan a ganar terreno frente a los medios de comunicación tradicionales. “El perfil del periodista, demanda cada vez más de profesionales con mayores competencias y que tenga la capacidad de asumir en algún momento el rol de autor/editor que publica su propio material” (Villanueva Barahona et al., 2018, p. 191).

De acuerdo con el periodista Jefferson Sanguña, el rol que los medios de comunicación deben tomar en la cobertura de un hecho mediático como el que vivimos, es cubrir todas las perspectivas de los protagonistas que están involucrados en el hecho que se busca reportar. Señala además que hay que ver cada una de las posiciones de los diferentes bandos en disputa. En este caso, ejemplifica con su experiencia vivida durante las protestas:

Yo necesitaba cubrir qué pasaba desde el lado de los manifestantes, pero también mostrar la otra cara de la moneda, mostrar qué pasaba desde la Policía Nacional, desde las personas que estaban tratando de contrarrestar las manifestaciones. El “mostrar los dos lados de la moneda”, que es uno de los conceptos básicos del periodismo al contrastar la información (Sanguña, 2020).

Pero siempre hay un problema, ¿qué tan accesible puede ser para un periodista cubrir los dos lados de la moneda? Según Jefferson Sanguña, no siempre es posible. “Hay que tratar de mostrar los dos puntos. Desde nuestro lado tratábamos de mostrar eso, estábamos del lado de los manifestantes cubriendo lo que ellos hacían, pero cuando querías mostrar lo que estaba mostrando con cierto actuar negativo, no te dejaban” (Sanguña, 2020). A pesar de que un medio de comunicación trate de mostrar las dos caras de una misma realidad, el periodista siempre se va a encontrar con gente que trate de obstaculizar su trabajo y pretenda desprestigiarlo.

Los temas de coyuntura política siempre van a ser los contenidos informativos con los cuales hay que tener un mayor tratamiento de la información, al ser hechos de trascendencia que pueden cambiar el rumbo de un país. El periodista debe considerarse como “una herramienta social capaz de generar reflexiones, debates, deliberaciones, análisis y críticas, a partir del reconocimiento de la diversidad existente entre los distintos

sectores ciudadanos, que buscan expresar públicamente sus puntos de vista” (Peña & Lillo, 2015, p. 4) por medio de la información que este comparte con el público, generando así que exista un debate que contribuya al desarrollo de la sociedad ecuatoriana,

Los medios de comunicación se van adaptando a las constantes transformaciones de estilos periodísticos, más aún en la era digital. “Tanto medios tradicionales como nativos digitales aún buscan la fórmula de éxito frente a los nuevos lenguajes (...) Al momento, la convergencia entre lo tradicional y lo digital se convierte en una de las formas de ejercer el periodismo en la web” (Loaiza Ruiz, 2018, p. 221). La convergencia digital no es algo nuevo, pues este proceso lo estamos viviendo en nuestros tiempos actuales y lo seguimos viviendo, donde el espectro digital se va colocando poco a poco en la preferencia de la gente.

METODOLOGÍA

El presente trabajo de titulación, por su naturaleza, es un trabajo de investigación con carácter mixto, a través del cual por medio de la combinación de variables cualitativas y cuantitativas se busca establecer e interpretar la percepción de la ciudadanía quiteña sobre la perspectiva que se tiene con respecto al trabajo de los medios de comunicación y la forma en que estos contribuyen a la construcción de la opinión pública en la sociedad.

La presente investigación es de carácter explicativo, ya que se busca explicar, a través de relaciones causales, cuál es el impacto social que los contenidos digitales tienen entre la población, específicamente cuando se pretende saber el alcance que los contenidos de carácter informativo que se divulgan a través de redes sociales tienen entre la población, como es el caso de las protestas sociales desatadas en Ecuador hace un año y todo lo que se derivó de esto en el contexto digital y social.

Las herramientas que se utilizaron para recolectar la información fueron la difusión de encuestas, aplicadas a través de Formularios de Google. A la par de las encuestas, se realizaron entrevistas a expertos en el tema, desde la perspectiva de los periodistas que vivieron de cerca la cobertura mediática del hecho que se menciona, pasando por los expertos en marketing digital para conocer el alcance y la exposición de los contenidos políticos en redes sociales. Los expertos en el tema a los cuales se entrevista para este trabajo son:

- Jefferson Sanguña, periodista de La Posta, sobre su experiencia en la cobertura de las protestas.
- Juan Pablo Del Alcázar Ponce, experto en marketing digital, sobre conceptos de marketing digital aplicado en redes sociales y medios digitales.

Definición de la muestra

Se aplicó el cuestionario a la población de la ciudad de Quito entre 18 y 65 años, que tengan cuenta en alguna red social. Se ha escogido como ubicación geográfica de análisis a la ciudad de Quito, al ser la localidad principal en donde ocurrió la jornada de manifestaciones en octubre de 2019.

De acuerdo con los datos del Censo de Población y Vivienda elaborado por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) en el año 2010, existen 2'239.191

habitantes, de los cuales, el grupo que comprende el rango de edad entre los 18 y 65 años comprende un total de 1'372.956 personas.

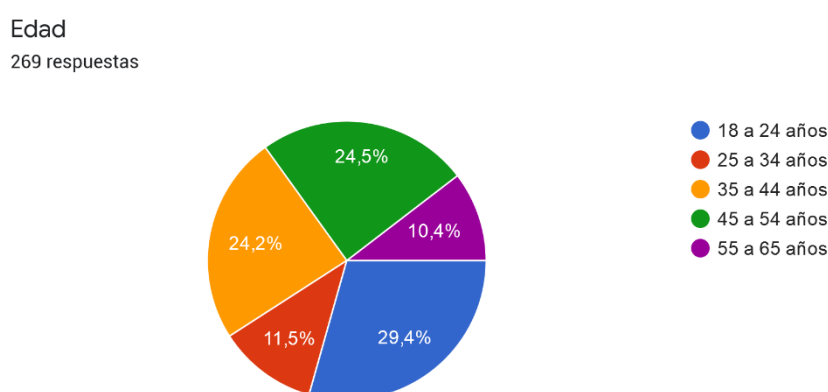
La encuesta se ha aplicado a una muestra representativa de la población dentro del rango de edad estudiado dentro de este proyecto de investigación, obteniendo un total de 269 encuestas, otorgando un 90% de confiabilidad y un 5% de margen de error.

HALLAZGOS

En los resultados de las encuestas, se evidencia que las personas entre 18 y 24 años son quienes responden en gran mayoría la encuesta, con un 29,4%. Este grupo de edad es seguido por las personas que se ubican en el rango de edad entre 45 y 54 años, con un 24,5%. El grupo que menor interacción tiene en la encuesta es el grupo de personas entre 55 y 65 años, quienes son representados en un 10,4% del total de encuestados

Gráfico 1.

Edad de los encuestados



Fuente: Formularios de Google, elaboración propia

En cuanto al género de los entrevistados, hay una similitud en los resultados. Hay un total de 50,9% encuestadas que pertenecen al género femenino, mientras que un 49,1% de encuestados se identifican con el género masculino.

Tabla 1.

Porcentaje de encuestados por género

	Femenino	Masculino
Población encuestada	50,9%	49,1%

Fuente: Elaboración propia

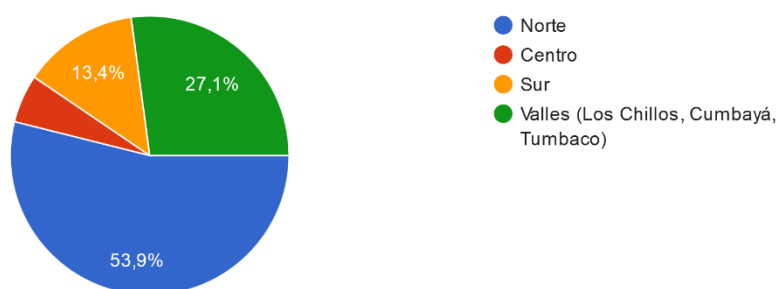
Del total de personas que respondieron la encuesta, la mayoría reside en el norte de Quito. Este grupo de la población se identifica con el 53,9% de los encuestados,

seguidos por quienes residen en los Valles de Quito, como Los Chillos, Cumbayá y Tumbaco, quienes representan en 27,1% de la muestra. Un 13,4% de los encuestados mencionó que residen en el sur de la ciudad, y finalmente un 5,6% de los encuestados aseguró que reside en el Centro de Quito.

Gráfico 2.

Sector de Quito donde residen los encuestados

Sector de Quito donde reside
269 respuestas



Fuente: Formularios de Google, elaboración propia

Con respecto al análisis que corresponde a esta investigación, la encuesta inicia con la identificación de la red social que más utilizan con frecuencia, permitiendo que los encuestados puedan escoger una o más de las redes que se mencionan en la encuesta, las cuales son: Facebook, Twitter, Instagram, YouTube, WhatsApp y LinkedIn, permitiendo además que el usuario coloque otra opción que le permita describir qué otra red social utiliza, aparte de las ya mencionadas.

Con los resultados obtenidos, se evidencia que hay una alta preferencia de los encuestados por el uso de WhatsApp, siendo esta la red social más utilizada por los encuestados, obteniendo un 28% de respuestas. Seguida a esta red social se encuentra Facebook, la cual es utilizada por un 24% de los encuestados, a continuación, se ubica en tercer lugar Instagram, la cual logra atraer a un 18% de encuestados.

YouTube es la red social que se ubica en el cuarto lugar de preferencia, obteniendo un 14% de encuestados que manifestaron usar esta red social, seguida por Twitter, con un 9% de preferencia de los encuestados. LinkedIn, aunque con menor porcentaje que las demás redes, aparece con un 6%. En esta encuesta se menciona a otras redes sociales como Snapchat, Twitch, TikTok, Telegram, entre otras, aunque con menor frecuencia, representada con el 1% de las respuestas por parte de los encuestados.

Tabla 2.

Preferencia de redes sociales de los encuestados

Red social	Preferencia de los encuestados
WhatsApp	28%
Facebook	24%
Instagram	18%
YouTube	14%
Twitter	9%
LinkedIn	6%
Otro	1%

Fuente: Elaboración propia

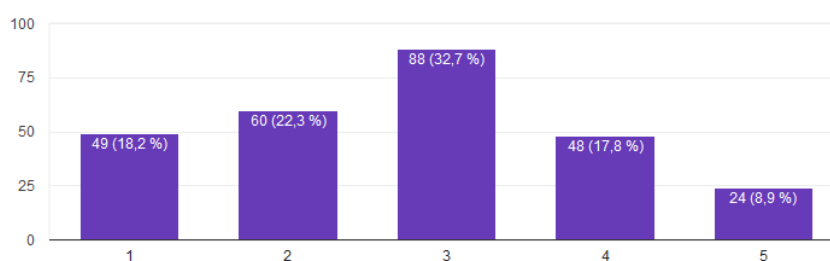
En la encuesta se busca conocer la frecuencia con la que la gente consume contenidos políticos que encuentran en redes sociales. Los resultados reflejan que la mayoría de los encuestados se ubican en un nivel intermedio acerca del consumo de contenidos políticos en redes sociales, representado en un 32,7%. Las personas que consumen contenidos políticos con mayor frecuencia son el grupo que menos respuestas tiene, al identificarse con el 8,9% de las respuestas obtenidas por parte de los encuestados.

Gráfico 3.

Frecuencia de consumo de contenidos políticos en redes sociales

En una escala del 1 al 5, siendo 1 la calificación más baja y 5 la calificación más alta, ¿con qué frecuencia consume contenidos políticos que encuentra en redes sociales?

269 respuestas



Fuente: Formularios de Google, elaboración propia

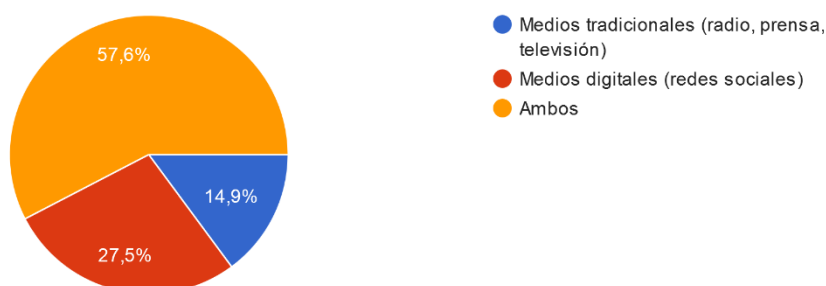
La encuesta también busca identificar cuál fue la preferencia de los encuestados al momento de recurrir a los medios de comunicación para informarse acerca de los hechos de octubre de 2019, analizando si la gente prefería informarse a través de medios convencionales (radio, prensa y televisión), medios digitales o ambos. Sorprendentemente, el 57,6% de los encuestados afirmó que recurrieron a ambos medios para mantenerse informados. Un 27,5% de los encuestados aseguró que solamente se informaron a través de medios digitales, y un 14,9% tuvo una inclinación hacia los medios tradicionales.

Gráfico 4.

Preferencia de los encuestados sobre los medios de comunicación

Durante las protestas de octubre de 2019, ¿a qué medios de comunicación recurrió para mantenerse informado?

269 respuestas



Fuente: Formularios de Google, elaboración propia

La encuesta también busca conocer la preferencia de la gente con respecto a los medios digitales que consumen. La encuesta tiene las siguientes opciones para que la gente pueda identificar a los medios digitales, entre los que se encuentran La Posta, GK, 4 Pelagatos, La Barra Espaciadora, Ruta Crítica, Ecuador Inmediayo, La Historia, Periodismo de Investigación (La Fuente – Mil Hojas), Plan V y La República, permitiendo que los encuestados puedan agregar otros nombres de medios digitales que consuman.

El medio digital más consumido por los encuestados es La Posta, fundado por Luis Eduardo Vivanco y Andersson Boscán, el cual es preferido por el 27% de los encuestados. En el segundo lugar de la preferencia de las audiencias se encuentra Ecuador Inmediato, uno de los primeros medios de comunicación digitales de Ecuador, el cual obtiene una preferencia por el 18% de los encuestados.

El tercer medio digital preferido por los encuestados es 4 Pelagatos, portal de opinión creado por Martín Pallares y que obtuvo el 15% de la preferencia de la gente encuestada. Otros portales que se encuentran en el listado obtienen menos del 10% de la preferencia de la población, mientras que otras opciones que los encuestados colocaron llegan apenas al 1%. Apenas un 2% de los encuestados manifestó no conocer de algún medio digital.

Tabla 3.

Preferencia de los encuestados en medios digitales

Medio digital	Preferencia de los encuestados
La Posta	27%
Ecuador Inmediato	18%
4 Pelagatos	15%
La República	9%
Periodismo de Investigación (La Fuente – Mil Hojas)	7%
Plan V	6%
La Barra Espaciadora	4%
La Historia	4%
GK	4%
Ruta Crítica	3%
No conoce	2%
Otros medios	1%

Fuente: Elaboración propia

A pesar de que los encuestados identificaron varios medios digitales y que siguieron la cobertura que estos realizaron, la mayoría de las personas considera que estos medios digitales anteriormente mencionados no cumplieron del todo su rol informativo. El 58,1% de los encuestados menciona que a estos medios les faltó cubrir ciertos aspectos que en el momento de la cobertura pasaron desapercibidos. El 23,3% de los encuestados señala que estos medios, sin embargo, cubrieron todos los aspectos de la noticia

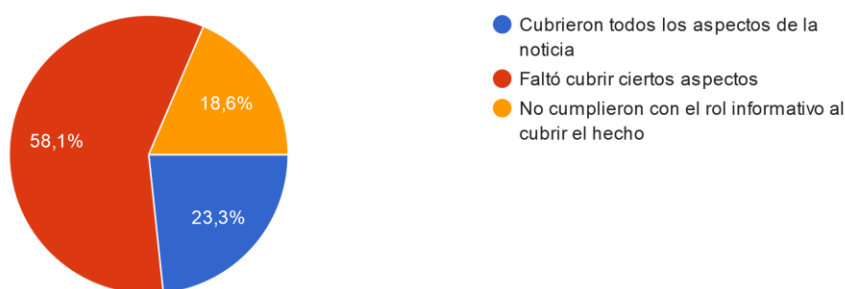
desarrollada. Un 18,6% de los encuestados es más crítico con la labor de los medios digitales, y señalaron que estos medios no cumplieron con su rol informativo de cubrir un hecho tan complejo como lo fueron las protestas sociales.

Gráfico 5.

Opiniones sobre la cobertura mediática del hecho

Si usted seleccionó uno o varios medios, ¿cree usted que estos cumplieron con la cobertura mediática del hecho?

253 respuestas



Fuente: Formularios de Google, elaboración propia

La cobertura de los medios de comunicación tradicionales también fue analizada en esta encuesta. El 39% de los encuestados considera que los medios tradicionales realizaron un buen trabajo al momento de difundir la información, mientras el 33,1% consideró que el rol de estos medios fue regular. Un 22,7% de los encuestados manifiesta que los medios de comunicación tradicionales tuvieron un mal desempeño al momento de realizar su cobertura, y apenas un 5,2% consideró que los medios tradicionales tuvieron un excelente desempeño en su cobertura.

Tabla 4.

Rol de los medios de comunicación tradicionales en la cobertura

¿Cómo cree usted que fue el rol de los medios de comunicación tradicionales en la cobertura de las protestas?	Porcentaje
Bueno	39%
Regular	33,1%

Malo	22,7%
Excelente	5,2%

Fuente: Elaboración propia

Gran mayoría de los encuestados considera que el rol que los medios de comunicación deben cumplir al momento de transmitir la información tiene que ser de transmisores de la realidad, reflejado en una opinión que comparte el 83,3% de los encuestados. El 8,9% de los encuestados consideran que los medios de comunicación deben mostrar un reflejo del sentir de la población. En cambio, el 3% de los encuestados consideran que los medios de comunicación deben ser parcializados y defender a cierta ideología política, mientras que un 2,2% de los encuestados cree que los medios no deben tener un rol importante en la cobertura de hechos mediáticos, como el que se vivió el año pasado.

Las opiniones que los encuestados reflejan en esta última pregunta señala cómo debería ser el rol de los medios, entre los que se destacan que los medios de comunicación deben contrastar la información que emiten, deben estar orientados a análisis de situaciones reales, sin ser manipulados por las clases políticas, además de que deben actuar con independencia y veracidad.

Tabla 5.

Percepción de la población sobre el rol de los medios de comunicación

El rol de los medios de comunicación	Porcentaje de la población
Deben ser transmisores de la realidad	83,3%
Mostrar un reflejo del sentir de la población	8,9%
Defender a cierta ideología política	3%
Otras opiniones (contrastar la información, orientados a análisis de situaciones reales, sin ser manipulados por las clases políticas, y actuar con independencia y veracidad)	2,6%

Los medios no deben tener un rol importante	2,2%
--	------

Fuente: Elaboración propia

De acuerdo con el rango de edades establecidos en el presente trabajo de investigación, se puede evidenciar que dentro del grupo entre 18 y 24 años es el grupo que afirma que a los medios de comunicación digitales les faltó cubrir ciertos aspectos de la cobertura de las protestas, seguido por los grupos de personas entre 45 y 54 años, y entre 35 y 44 años, que consideran lo mismo.

Se puede evidenciar que, dentro de las respuestas obtenidas, hay personas dentro de los grupos entre 35 y 45 años, y 45 y 54 años, que consideran que estos medios no cumplieron en su totalidad con el rol informativo que debían tener al momento de la cobertura de las protestas. En la siguiente tabla de frecuencias, se refleja la cantidad de personas dentro de cada rango de edad que se identificó con el tipo de cobertura que realizaron los medios de comunicación durante las protestas.

Tabla 6.

Cobertura de los medios por edades

Los medios y la cobertura mediática del hecho	18 – 24 años	25 – 34 años	35 – 44 años	45 – 54 años	55 – 65 años
Cubrieron todos los aspectos de la noticia	17	3	14	10	6
Faltó cubrir ciertos aspectos	41	19	27	36	12
No cumplieron con el rol informativo al cubrir el hecho	3	3	19	10	6
No responde	12	0	0	0	2

Fuente: Elaboración propia

Con respecto al tipo de medio de comunicación que la gente escogió, se evidencia que hay una alta preferencia por la elección de ambos medios, siendo el grupo de edad entre 18 y 24 años el que concentra la mayor parte de las respuestas favorables, seguido por los grupos de edad entre 45 y 54 años, y entre 35 y 44 años. Sin embargo, se evidencia que hay un poco preferencia hacia los medios de comunicación tradicionales como la radio, la prensa y la televisión, aunque se evidencia que hay una predilección a estos medios por parte de los grupos de edad entre 35 y 44 años, seguido por quienes tienen entre 45 y 65 años.

Con respecto a la preferencia hacia los medios digitales, se evidencia que el grupo de edad entre 18 y 24 años, al ser un grupo de edad más familiarizado con Internet y las redes sociales, concentra un gran número de encuestados que se identificaron con la información recibida exclusivamente a través de redes sociales.

Tabla 7.

Preferencia a los tipos de medios de comunicación por edades

Tipo de medio de comunicación	18 – 24 años	25 – 34 años	35 – 44 años	45 – 54 años	55 – 65 años
Medios tradicionales (radio, prensa, televisión)	6	2	12	9	9
Medios digitales (redes sociales)	24	11	17	14	1
Ambos	43	12	31	33	16

Fuente: Elaboración propia

Con respecto al rol de los medios de comunicación, en la mayoría de los grupos de edad encuestados mencionan estar a favor de que los medios de comunicación deben ser transmisores de la realidad, sin defender ideologías políticas de por medio. Hay pocas personas dentro de cada rango de edad que manifiestan que un medio de comunicación debe defender a una ideología política. Otras de las opiniones que los encuestados reflejaron indican que un medio de comunicación debe manejarse con independencia y veracidad, ser imparciales y no ocultar la realidad de un hecho, contrastar la información divulgada y siempre responder con la verdad y mostrar la situación de la gente.

Tabla 8.

Rol de los medios de comunicación por edades

El rol de los medios de comunicación	18 – 24 años	25 – 34 años	35 – 44 años	45 – 54 años	55 – 65 años
Deben ser transmisores de la realidad	54	21	52	48	24
Mostrar un reflejo del sentir de la población	9	3	4	4	1
Defender a cierta ideología política	6	1	1	0	0
Los medios no deben tener un rol importante	1	0	3	2	0
Otras opiniones	2	0	2	0	1

Fuente: Elaboración propia

Con relación a la importancia del consumo de contenidos en redes sociales, se puede apreciar que hay una menor frecuencia de encuestados, dentro de cada uno de los rangos de edad, que consideran a este tipo de contenidos como importantes y muy importantes. Sin embargo, se puede apreciar que, dentro del rango de edad entre 35 y 44 años, hay una mayor frecuencia a considerar que los contenidos políticos en redes sociales carecen de importancia alguna.

Se puede apreciar, además, una menor frecuencia en todas las escalas de importancia dentro del rango de edad entre 55 y 65 años. Este resultado se puede interpretar al poco uso que dentro de este rango de edad se les da a las redes sociales, al existir personas que no está del todo familiarizadas con su uso.

Tabla 9.

Importancia del consumo de contenidos políticos en redes sociales

Escala de importancia	18 – 24 años	25 – 34 años	35 – 44 años	45 – 54 años	55 – 65 años
1 (Sin importancia)	10	21	30	6	6

2 (Poca importancia)	5	4	4	4	1
3 (Moderadamente importante)	12	12	1	0	0
4 (Importante)	12	10	3	2	0
5 (Muy importante)	4	9	2	0	1

Fuente: Elaboración propia

DISCUSIÓN

De acuerdo con los resultados mostrados en la encuesta elaborada, se puede apreciar que los contenidos con carácter informativo no son considerados como muy importantes por la población encuestada, quienes reflejan darle un nivel medio a la frecuencia con la que revisan estos tipos de contenidos. Este indicador pone en evidencia que, aunque hay segmentos del público que revisan las noticias que reciben a sus redes sociales, no le suelen dar la importancia que se debe al tratamiento de estas.

Como ya manifestaron los autores María Belén Albornoz y Ricardo Rosales, la gente suele buscar “una versión de los hechos más allá de la versión oficial y empiezan a utilizar sus teléfonos celulares y sus computadores para acceder a una información no proveniente de los medios de comunicación tradicionales” (Albornoz & Rosales, 2012, p. 92). Esto se comprueba al ver cómo la población quiteña manifestó haberse informado durante las protestas de octubre de 2019 a través de los medios de comunicación tradicionales y digitales.

Roberto Igarza ya decía que “las formas de consumo cambian cuanto más cambian las formas y los tiempos de relacionarse con el sistema cultural-mediático” (Igarza, 2011, p. 62), lo cual se demuestra con la forma en que la transmisión de la información ha cambiado, empezando por la forma en la que esta es emitida hacia los receptores. Se refleja, también, en el estilo que los medios de comunicación utilizan para transmitir la información a su público. Por ejemplo, hay medios que informan con absoluta formalidad, a diferencia de otros medios que rompen con lo tradicional, y mezclan la seriedad de la noticia con el humor y la parodia, para atraer a diversas audiencias.

Sin embargo, y a pesar de que hay una preferencia al estilo de información de ciertos medios como La Posta (medio digital que fue mencionado varias veces por los encuestados y que goza de un alto respaldo popular) y Ecuador Inmediato, principales medios digitales mencionados por la población, faltaron cubrir aspectos que pasaron desapercibidos durante la cobertura mediática de la protesta. Este factor puede ser señalado por la ideología política que estos medios de comunicación defienden.

Por ejemplo, La Posta es un medio de comunicación identificado principalmente con la tendencia de derecha, convirtiéndose en opositores del régimen actual y el anterior. El caso de Ecuador Inmediato es similar, sin embargo, este medio digital está alineado en la otra orilla política: la izquierda progresista y el populismo. Aunque es un medio de

comunicación que también es opositor al gobierno actual que está alineado con esta tendencia política, su línea editorial profesa una fuerte defensa a los líderes del gobierno pasado que fueron señalados como “cabecillas” de la jornada de protestas, como el expresidente Rafael Correa y sus colaboradores más cercanos.

Otros medios de comunicación que también fueron señalados en la encuesta, como GK, 4 pelagatos, Ruta Crítica, La Historia, entre otros más, también son medios de comunicación que están alineados con una u otra tendencia política, además de ser afines a ciertos líderes políticos y de opinión que también actúan de acuerdo con sus creencias y configuran así la opinión pública de la gente. Ciertos medios de comunicación suelen promover “la construcción de escenarios públicos parcializados que no representan al conjunto de las sociedades” (Jimenez Alvarado, 2017, p. 11), pues la parcialización informativa hacia varios grupos políticos genera una incompreensión total de un mismo hecho, contado desde varios puntos de vista totalmente opuestos.

En contraste, la labor que cumplieron los medios de comunicación tradicionales en la cobertura de las protestas fue catalogada como buena por la gente, comprobando así que, a pesar del auge de Internet en los últimos años, la difusión de información a través de redes sociales y la constante creación de medios de comunicación digitales, no ha afectado de gran manera a la radio, la televisión y la prensa, medios tradicionales que todavía continúan gozando de cierto prestigio.

Después de analizar la labor que los medios digitales cumplieron durante la cobertura de un hecho mediático de gran relevancia, es cuando se busca analizar y dar a conocer cuál es el pensamiento que tiene la gente sobre el periodismo ecuatoriano, y cómo este debería trabajar en beneficio de la sociedad. Principalmente, los medios de comunicación deben manejarse con absoluta imparcialidad y ser transmisores de la realidad, sin que esta sea manipulada para defender a los líderes políticos del país y sus ideologías.

Los medios de comunicación deben tener la labor de contrastar y verificar cada noticia que se transmite a través de los diferentes canales informativos, además de orientar a la ciudadanía al análisis y discusión de situaciones reales, las cuales pueden cambiar el destino de una sociedad y sus habitantes, sea este para bien o para mal.

En esta investigación se puede apreciar que los grupos jóvenes de la población, principalmente quienes tienen entre 18 y 24 años, empiezan a interesarse poco a poco en asuntos serios de la sociedad. Hay personas jóvenes que no toman en serio a las noticias políticas y las toman como un chiste. En cambio, hay un grupo de jóvenes que de verdad se preocupa por lo que está sucediendo con el país y empiezan a irse involucrando en la toma de decisiones importantes, y el mantenerse informados a través de un medio de comunicación serio va, a la vez, formando ese criterio y la perspectiva que se tiene sobre los asuntos de gran importancia de las sociedades modernas.

CONCLUSIONES

La jornada de protestas del mes de octubre de 2019 puso en evidencia el rol que juegan los medios de comunicación en medio de la cobertura de hechos mediáticos. Dentro de este contexto, los medios de comunicación tradicionales y digitales cumplieron con su labor informativa de la cobertura de los hechos.

Siendo los medios digitales el principal enfoque de estudio del presente trabajo de investigación, se puede evidenciar que estos gozan de un gran apoyo por parte de la ciudadanía que escogió a este tipo de medios como su fuente principal de información, debido a la inmediatez con la cual los contenidos informativos se divulgaron.

Sin embargo, el presente trabajo de investigación pudo evidenciar que los medios de comunicación ecuatorianos, independientemente si estos son medios digitales o tradicionales, no generan del todo la confianza de la población. Con esto se pone en evidencia que los medios de comunicación ecuatorianos actúan de acuerdo con las ideologías políticas que se defienden desde la línea editorial de estos medios, omitiéndose detalles de la cobertura mediática de este hecho de trascendencia importante.

Los medios de comunicación, tanto digitales como tradicionales, cumplieron con el rol informativo de transmitir los hechos a la población ecuatoriana. Sin embargo, la perspectiva desde la que un hecho informativo es cubierto y difundido depende de la línea editorial con la que se maneje el medio de comunicación y los intereses de por medio que este defienda.

Al periodismo ecuatoriano le falta manejarse con absoluta ética e imparcialidad, sin defender de por medio ideologías políticas que polarizan la opinión pública e impiden una completa comprensión de la realidad que aborda el hecho a informar. El periodismo ecuatoriano debe mostrar una completa comprensión de la realidad cuando se difunde una información, permitiendo así que la opinión pública no sea distorsionada por los diferentes criterios que existen ante las diferentes tendencias políticas. Un medio de comunicación debe estar comprometido a emitir información veraz, oportuna y verificada, sin caer en el juego de la difusión de noticias falsas, ahora tan comunes en los tiempos digitales.

La verdadera labor de un medio de comunicación debe estar enfocada en el contraste de la información y mostrar “las dos caras de la moneda”, y no mostrar un solo

enfoque de la noticia, ya que el tratamiento y la discusión de estos temas de importancia contribuye al continuo cambio que existe en la sociedad y en las creencias de la gente, quienes exigen información cada vez más apegada a lo que sucede y que no sea distorsionada, de acuerdo con las diversas ideologías o las líneas editoriales con las que todos los medios de comunicación trabajan, actuando siempre con responsabilidad y sin caer en el morbo o en la desinformación.

Según la autora Julissa Villanueva Barahona, “el perfil del periodista, demanda cada vez más de profesionales con mayores competencias” (Villanueva Barahona et al., 2018, p. 191), y es por ello que el periodista debe adaptarse a las transformaciones de su carrera, para que le permitan desarrollar su labor de una manera eficaz y, sobre todo, estar abierto a todo tipo de opiniones que muestren la verdadera realidad de un problema, aunque existan varias dificultades que impidan al periodista cumplir con su rol de informar con responsabilidad.

BIBLIOGRAFÍA

- Acosta, A. (1996). Ecuador. El bucaranismo en el poder. *Nueva Sociedad*, 146, 6–16.
- Aguirre Sala, J. F. (2013). Nuevos alcances de la participación ciudadana a través de las redes sociales. *Culturales*, 1(2), 119–150.
- Albornoz, M. B., & Rosales, R. (2012). Periodismo ciudadano y Twitter. El caso del 30-S ecuatoriano. *Versión. Estudios de Comunicación y Política*, 30(Octubre), 91–101. [https://publicaciones.xoc.uam.mx/resumen_articulo.php?id=8736&archivo=7-608-8736qme.pdf&titulo_articulo=Periodismo ciudadano y Twitter.El caso del 30-S ecuatoriano](https://publicaciones.xoc.uam.mx/resumen_articulo.php?id=8736&archivo=7-608-8736qme.pdf&titulo_articulo=Periodismo%20ciudadano%20y%20Twitter.El%20caso%20del%2030-S%20ecuatoriano)
- Alonso González, M. (2019). Fake News: desinformación en la era de la sociedad de la información. *Ámbitos. Revista Internacional de Comunicación*, 45, 29–52. <https://doi.org/10.12795/ambitos.2019.i45.03>
- Andrade, S. (Marzo de 2020). Ecuador, octubre de 2019: “Fue un movimiento de jóvenes, jóvenes indígenas y más”. (S. Bastos, Entrevistador) Encartes - Revista Digital Multimedia.
- Astudillo, F. (2020, January 1). Mentira y anarquía en 2019 : el año de las fake news en Ecuador. *El Universo*. <https://www.eluniverso.com/noticias/2020/01/01/nota/7668036/mentira-anarquia-2019-ano-fake-news-ecuador>
- BBC News Mundo. (2019a). Elecciones en Bolivia : la Unión Europea se une al pedido de la OEA de celebrar una segunda vuelta Quizás también te interese. *BBC News Mundo*. <https://www.bbc.com/mundo/noticias-america-latina-50177295>
- BBC News Mundo. (2019b). Evo Morales renuncia a la presidencia de Bolivia y denuncia un golpe de Estado. *BBC News Mundo*, 1–14. <https://www.bbc.com/mundo/noticias-america-latina-50370125>
- Christakis, N., & Fowler, J. (2010). Conectados: El sorprendente poder de las redes sociales y como nos afectan. In *Pensamiento*. <https://doi.org/10.2210/esc.v16i32.6>
- Cooperativa.cl. (2019). Histórico: Los chilenos definirán, en Plebiscito, si hay nueva Constitución y su mecanismo - Cooperativa.cl. *Cooperativa.Cl*, 1–8.

<https://www.cooperativa.cl/noticias/pais/manifestaciones/historico-los-chilenos-definiran-en-plebiscito-si-hay-nueva/2019-11-15/012059.html>

Coronel, O. (2019). ¿Por qué el malestar social en Perú no estalla como en otros países de América Latina? *BBC News Mundo*, 1–18.

<https://www.bbc.com/mundo/noticias-america-latina-50644745>

Del Alcázar Ponce, J. P. (23 de Junio de 2020). (J. D. Tovar, Entrevistador)

EFEUSA. (2019). Bolivia critica a la OEA y recalca que “las reglas de juego se han cumplido.” *Agencia EFE*. <https://www.efe.com/efe/usa/politica/bolivia-critica-a-la-oea-y-recalca-que-las-reglas-de-juego-se-han-cumplido/50000105-4095255>

El Comercio. (2019). Colombia: Convocan paro nacional contra gobierno de Iván Duque para el 21 de noviembre. *El Comercio*, 17–22.

<https://elcomercio.pe/mundo/latinoamerica/colombia-convocan-paro-nacional-contra-gobierno-de-ivan-duque-para-el-21-de-noviembre-noticia/>

Eltiempo.com. (2019). En vivo: Toque de queda en Bogotá; Duque llama a Diálogo Nacional. *El Tiempo*. <https://www.eltiempo.com/vida/educacion/en-vivo-siga-el-estado-de-las-principales-ciudades-del-pais-tras-el-paro-nacional-436190>

Fernández García, N. (2017). Fake news: una oportunidad para la alfabetización mediática. *Nueva Sociedad*, 269, 66–77.

Fundamedios. (2019). *Fundamedios presentó informe ante la Asamblea Nacional sobre las agresiones a la prensa durante el paro*.

<https://www.fundamedios.org.ec/fundamedios-presento-informe-ante-la-asamblea-nacional-sobre-las-agresiones-a-la-prensa-durante-el-paro/>

García-Alonso Montoya, P. (2006). Periodismo digital y periodismo ciudadano. *Análisis y Propuestas En Torno Al Periodismo Digital: VII Congreso Nacional Periodismo Digital, 2 y 3 de Marzo de 2006, Huesca, España*, 251–262. <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4179501&info=resumen&idioma=SPA>

García Medina, I. (2011). Marketing Digital Multimedia: nuevos formatos y tendencias. *Revista Geminis*, 2(2), 37–45.

- Hernández de López, J. (2019). La revolución de los 30 pesos. *La Tribuna*.
<https://www.latribuna.cl/opinion/2019/10/25/la-revolucion-de-los-30-pesos.html>
- Igarza, R. (2011). Nuevas formas de consumo cultural: Por qué las redes sociales están ganando la batalla de las audiencias. *Comunicação Mídia e Consumo*, 7(20), 59–90.
<https://doi.org/10.18568/1983-7070.72059-90>
- Iglesias, M., & Fernández, M. D. (2011). Ciberperiodismo: definiciones, desarrollo y tipología. *III Congreso Internacional de Ciberperiodismo y Web 2.0*, 437–452.
<https://doi.org/10.13140/RG.2.1.4041.3609>
- Infobae. (2019). *Los policías retenidos por indígenas en Ecuador fueron forzados a cargar el féretro de un manifestante que murió durante las protestas*.
[infobae.com/america/2019/10/11/los-policias-retenidos-por-indigenas-en-ecuador-fueron-forzados-a-cargar-el-feretro-de-un-manifestante-que-murio-durante-las-protestas/](https://www.infobae.com/america/2019/10/11/los-policias-retenidos-por-indigenas-en-ecuador-fueron-forzados-a-cargar-el-feretro-de-un-manifestante-que-murio-durante-las-protestas/)
- Islas, O., & Arribas, A. (2010). Comprender las redes sociales como ambientes mediáticos. In *El proyecto facebook y la posuniversidad: sistemas operativos sociales y entornos abiertos de aprendizaje* (pp. 147–162).
- Jimenez Alvarado, O. M. (2017). *La concentración en los medios de comunicación de Costa Rica: El caso de la radio y la televisión abierta*. Universidad de Costa Rica.
- Loaiza Ruiz, Y. (2018). Las salas de redacción en la era digital, la percepción y los principales retos de la comunidad virtual de periodistas y colaboradores, caso La Barra Espaciadora, Ecuador. *ComHumanitas*, 9, 219–234.
- Londoño Arredondo, S., Mora Gutiérrez, Y. J., & Valencia Cárdenas, M. (2018). Modelos estadísticos sobre la eficacia del marketing digital. *Revista EAN*, 84, 167–186. <https://doi.org/10.21158/01208160.n84.2018.1923>
- Lopez-Borrull, A., Vives-Gràcia, J., & Badell, J.-I. (2018). Fake news, ¿amenaza u oportunidad para los profesionales de la información y la documentación? *El Profesional de La Información*, 27(6), 1346–1356.
<https://doi.org/10.3145/epi.2018.nov.17>
- Maidana, A. (s.f.). *Los trolls y la opinión pública*.

<https://doi.org/10.4324/9781315667126>

Matute, G., Cuervo, S., Quintana, V., Salas, R., Valdés, A., & Valdivia, P. (2011). *Rol de los medios digitales en el marketing electoral: el caso de Lima*. Universidad ESAN. http://repositorio.esan.edu.pe/bitstream/handle/ESAN/140/Gerencia_para_el_desarrollo_20.pdf

Meso Ayerdi, K. (2005, June). Periodismo ciudadano: voces paralelas a la profesión periodística. *Chasqui - Revista Latinoamericana de Comunicación*, 90, 4–15. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>

Moleiro, A. (2019). Juan Guaidó, el nuevo presidente de la Asamblea Nacional venezolana que reta a Maduro. *El País*. https://elpais.com/internacional/2019/01/12/america/1547319063_902409.html

Morán, S. (2015). El auge de los medios nativos digitales en Ecuador | Plan V. *Fundamedios*. <http://www.planv.com.ec/historias/sociedad/el-auge-medios-nativos-digitales-ecuador/pagina/0/1>

Noguera, J. M. (2012). *Redes y periodismo. Cuando las noticias se socializan*. Barcelona, España: Editorial UOC.

Odrizola-Chéné, J. (2016). La investigación del ciberperiodismo en Ecuador: estado de la cuestión y perspectivas a futuro. *Razón y Palabra*, 20(93), 66–86.

Orihuela, J. L. (2008). Internet: la hora de las redes sociales. *Nueva Revista*, 119, 57–62. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>

Peña, J., & Lillo, E. (2015). Los retos del periodismo en el siglo XXI. *Seminario: “La Semana Del Periodista” Conmemoración a Los 224 Años Del Periodismo Ecuatoriano. Federación de Estudiantes Universitarios Del Ecuador (FEUE - Q)*, 1–17. [https://doi.org/10.5672/apunts.2014-0983.es.\(2016/2\).124.08](https://doi.org/10.5672/apunts.2014-0983.es.(2016/2).124.08)

Política. (2020). En blanco y negro: lo que hay sobre el cacerolazo del 21 de enero. *El Tiempo*, 1–6. <https://www.eltiempo.com/politica/gobierno/jornadas-de-marchas-en-el-pais-asi-esta-el-ambiente-de-negociacion-451674>

Prensa Presidencia. (2019). Presidente Piñera anuncia Agenda Social con mayores pensiones, aumento del ingreso mínimo, freno al costo de la electricidad, beneficios

- en salud, nuevos impuestos para altas rentas y defensoría para víctimas de delitos. *Gobierno de Chile*, 1–11. <https://prensa.presidencia.cl/comunicado.aspx?id=123766>
- Punín Larrea, M., Martínez Haro, A., & Rencoret Quezada, N. (2014). Medios digitales en Ecuador: perspectivas de futuro. *Comunicar: Revista Científica Iberoamericana de Comunicación y Educación*, 42, 199–207.
- Redacción Bogotá. (2019). Falleció Dilan Cruz, el joven que marchaba para pedir educación. *El Espectador*. <https://www.elespectador.com/noticias/bogota/fallecio-dilan-cruz-el-joven-que-marchaba-para-pedir-educacion-articulo-892690>
- Redacción El Español. (2019). Evo Morales anuncia la convocatoria de nuevas elecciones en Bolivia tras las denuncias de fraude. *El Español*. https://www.lespanol.com/mundo/20191110/evo-morales-anuncia-convocatoria-nuevas-elecciones/443455929_0.html
- Redacción El Mostrador. (2019). “Operación Libertad”: la nueva fallida apuesta de Juan Guaidó para desbancar a Nicolás Maduro. *El Mostrador*. <https://www.elmostrador.cl/noticias/mundo/2019/04/30/operacion-libertad-la-nueva-fallida-apuesta-de-juan-guaido-para-desbancar-a-nicolas-maduro/>
- Redacción El Universo. (2019a). Medios internacionales informan sobre las protestas en Ecuador. *El Universo*. <https://www.eluniverso.com/noticias/2019/10/10/nota/7554944/medios-internacionales-informan-sobre-protestas-ecuador>
- Redacción El Universo. (2019b). *Noticia falsa: No hay decreto que suspenda feriados de octubre y noviembre en Ecuador*. El Universo.
- Redacción La Vanguardia. (2019). Guaidó se proclama presidente interino de Venezuela y Trump lo reconoce. *La Vanguardia*. <https://www.lavanguardia.com/internacional/20190123/454276264739/lider-opositor-guaido-presidente-venezuela-protestas-maduro-trump.html>
- Redacción Política. (2019). “La protesta social pacífica es un derecho”: Duque sobre marcha del 21 de noviembre. *El Espectador*, 1–4. <https://www.elespectador.com/noticias/politica/la-protesta-social-pacifica-es-un-derecho-duque-sobre-marcha-del-21-de-noviembre/>

- Rodríguez-Andrés, R. (2018). Trump 2016: ¿presidente gracias a las redes sociales? *Palabra Clave*, 21(3), 831–859. <https://doi.org/10.5294/pacla.2018.21.3.8>
- Salazar, D. (2018). Pedro Pablo Kuczynski renuncia a la presidencia del Perú. *The New York Times*. <https://www.nytimes.com/es/2018/03/21/espanol/pedro-pablo-kuczynski-renuncia-a-la-presidencia-del-peru.html>
- Sanguña, J. (5 de Mayo de 2020). (J. D. Tovar, Entrevistador)
- Shu, K., Sliva, A., Wang, S., Tang, J., & Liu, H. (2017). Fake News Detection on Social Media. *ACM SIGKDD Explorations Newsletter*, 19(1), 22–36. <https://doi.org/10.1145/3137597.3137600>
- Villanueva Barahona, J., López Cedeño, K., Omar Villavicencio, J., & Jordán Correa, D. (2018). Los retos del periodismo ecuatoriano y los desafíos en la formación de nuevos profesionales. *INNOVA Research Journal*, 3(9), 190–202. <https://doi.org/10.33890/innova.v3.n9.2018.870>
- Voz de América. (2019). ¿Qué ocurre con la prensa en Ecuador en medio de la actual crisis? <https://www.voanoticias.com/a/que-ocurre-con-la-prensa-en-ecuador-en-medio-de-la-actual-crisis-/5116776.html>

ANEXOS

Anexo 1.

Cuestionario de la encuesta aplicada a través de Formularios de Google

Edad

- 18 a 24 años
- 25 a 34 años
- 35 a 44 años
- 45 a 54 años
- 55 a 65 años

Género

- Masculino
- Femenino

Sector de Quito donde reside

- Norte
- Centro
- Sur
- Valles (Los Chillos, Cumbayá, Tumbaco)

¿Cuáles son las redes sociales que usa con frecuencia? Seleccione una o varias

- Facebook
- Twitter
- Instagram
- YouTube
- WhatsApp
- LinkedIn
- Otra (especifique cuál)

En una escala del 1 al 5, siendo 1 la calificación más baja y 5 la calificación más alta, ¿con qué frecuencia consume contenidos políticos que encuentra en redes sociales?

Durante las protestas de octubre de 2019, ¿a qué medios de comunicación recurrió para mantenerse informado?

- Medios tradicionales (radio, prensa, televisión)
- Medios digitales (redes sociales)
- Ambos

¿Cuáles de estos medios digitales usted conoce, o alguna vez ha revisado los contenidos que publican? Señale una o varias respuestas

- La Posta
- GK
- 4 Pelagatos
- La Barra Espaciadora
- Ruta Crítica
- Ecuador Inmediato
- La Historia
- Periodismo de Investigación (La Fuente – Mil Hojas)
- Plan V
- La República
- Otro

Si usted seleccionó uno o varios medios, ¿cree usted que estos medios cumplieron con la cobertura mediática del hecho?

- Cubrieron todos los aspectos de la noticia
- Faltó cubrir ciertos aspectos
- No cumplieron con el rol informativo al cubrir el hecho

¿Cómo cree usted que fue el rol de los medios de comunicación tradicionales en la cobertura de las protestas?

- Excelente
- Bueno
- Regular
- Malo

¿Cuál cree usted que debe ser el rol de los medios de comunicación al momento de cubrir hechos mediáticos de gran trascendencia en el país?

- Transmisores de la realidad
- Reflejo del sentir de la población
- Defensor de cierta ideología política
- No deben tener un rol importante