



UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE CUENCA

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE CUENCA

Comunidad Educativa al Servicio del Pueblo

UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS SOCIALES

CARRERA DE PERIODISMO

TÍTULO

**ANÁLISIS DE LA TEMÁTICA INFORMATIVA EN TRES
MEDIOS DIGITALES DE CUENCA**

**TRABAJO DE TITULACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO
DE LICENCIADO EN PERIODISMO**

**AUTORES: JUAN FERNANDO CAMPOVERDE LOJA
PEDRO JOSÉ CORONEL CRESPO**

DIRECTOR: LCDO. EDGAR CORDERO, MGT.

CUENCA – ECUADOR

2024

DIOS, PATRIA, CULTURA Y DESARROLLO



UNIVERSIDAD CATÓLICA DE CUENCA

Comunidad Educativa al Servicio del Pueblo

UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS SOCIALES

CARRERA DE PERIODISMO

TÍTULO

**ANÁLISIS DE LA TEMÁTICA INFORMATIVA EN TRES
MEDIOS DIGITALES DE CUENCA**

**TRABAJO DE TITULACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO
DE LICENCIADO EN PERIODISMO**

AUTORES: JUAN FERNANDO CAMPOVERDE LOJA

PEDRO JOSÉ CORONEL CRESPO

DIRECTOR: LCDO. EDGAR CORDERO, MGT.

CUENCA – ECUADOR

2024

DIOS, PATRIA, CULTURA Y DESARROLLO

DECLARATORIA DE AUTORIA



Universidad
Católica
de Cuenca

DECLARATORIA DE AUTORÍA Y RESPONSABILIDAD

Declaratoria de Autoría y Responsabilidad

Yo, **Pedro José Coronel Crespo**, portador(a) de la cédula de ciudadanía N° **0105501589**. Declaro ser el autor de la obra: **"Análisis de la temática informativa en tres medios digitales de Cuenca"**, sobre la cual me hago responsable sobre las opiniones, versiones e ideas expresadas. Declaro que la misma ha sido elaborada respetando los derechos de propiedad intelectual de terceros y eximo a la Universidad Católica de Cuenca sobre cualquier reclamación que pudiera existir al respecto. Declaro finalmente que mi obra ha sido realizada cumpliendo con todos los requisitos legales, éticos y bioéticos de investigación, que la misma no incumple con la normativa nacional e internacional en el área específica de investigación, sobre la que también me responsabilizo y eximo a la Universidad Católica de Cuenca de toda reclamación al respecto.

Cuenca, **19 de febrero de 2024**

F. 

Pedro José Coronel Crespo

C.I. **0105501589**

www.ucacue.edu.ec

DECLARATORIA DE AUTORIA



DECLARATORIA DE AUTORÍA Y RESPONSABILIDAD

Declaratoria de Autoría y Responsabilidad

Yo, **Juan Fernando Campoverde Loja**, portador(a) de la cédula de ciudadanía N° **0107587560**. Declaro ser el autor de la obra: **"Análisis de la temática informativa en tres medios digitales de Cuenca"**, sobre la cual me hago responsable sobre las opiniones, versiones e ideas expresadas. Declaro que la misma ha sido elaborada respetando los derechos de propiedad intelectual de terceros y eximo a la Universidad Católica de Cuenca sobre cualquier reclamación que pudiera existir al respecto. Declaro finalmente que mi obra ha sido realizada cumpliendo con todos los requisitos legales, éticos y bioéticos de investigación, que la misma no incumple con la normativa nacional e internacional en el área específica de investigación, sobre la que también me responsabilizo y eximo a la Universidad Católica de Cuenca de toda reclamación al respecto.

Cuenca, **19 de febrero de 2024**

F: 

Juan Fernando Campoverde Loja

C.I. 0107587560

www.ucacue.edu.ec

Certifico



CERTIFICO:

Certifico que el presente Trabajo de titulación fue desarrollado por los estudiantes: **Pedro José Coronel Crespo y Juan Fernando Campoverde Loja** con el título "ANÁLISIS DE LA TEMÁTICA INFORMATIVA EN TRES MEDIOS DIGITALES DE CUENCA", bajo mi supervisión.



Lcdo. Édgar Vicente Cordero Coellar, Mgs.

www.ucacue.edu.ec

Cuenca: Av. de las Américas y Tarqui. Telf: 2830751, 2824365, 2826563 Azogues: Campus Universitario "Luis Cordero El Grande", (Frente al Terminal Terrestre).
Telf: 593 (7) 2241 - 613, 2243-444, 2245-205, 2241-587 Cañar: Calle Antonio Ávila Clavijo. Telf: 072235268, 072235870 San Pablo de la Troncal: Cda. Universitaria
km. 72 Quinceava Este y Primera Sur Telf: 2424110 Macas: Av. Cap. José Villanueva s/n Telf: 2700393, 2700392

Dedicatoria

Esta tesis va dedicada al Periodismo, herramienta de suma importancia al momento de dar a conocer algún acontecimiento. Con la cual se debe tener una alta responsabilidad al momento de emitir un determinado anuncio o comunicado.

En la actualidad, el Periodismo es utilizado para una difusión de noticias sencillas, sin un análisis profundo del problema, ni peor aún el planteamiento de la posible solución.

El objetivo primordial del Periodismo es la construcción de conciencia social, y el de dar la oportunidad para que el público en general pueda cuestionar la información que está recibiendo, y además de obtenga sus propias conclusiones.

El desarrollo de este análisis contribuirá para conocer el tipo de información que visualizamos en redes sociales.

RESUMEN

Análisis de la temática informativa en tres medios digitales de Cuenca

La presente pesquisa se enfoca en el análisis de la temática informativa de tres medios de comunicación digitales de Cuenca, con el fin de proponer, describir y fundamentar los temas recurrentes que se presentan diariamente al público. Este análisis se sustenta en una investigación cualitativa y etnográfica que usa como técnica la observación.

Las técnicas metodológicas permitieron identificar la preferencia de estos medios por el tratamiento de la información de sucesos y la mínima atención que dan a los temas relacionados con salud, cultura, educación, entre otros. En este sentido, se evidencia que la difusión de crónica roja genera una mayor monetización en relación a otro tipo de información, lo que perjudica el conocimiento del resto de hechos sociales. Por ello, es indispensable el retorno a una agenda y planificación desde los medios para mejorar la contribución a la formación de la opinión pública.

Palabras clave: *periodismo digital, temática, sucesos, agenda, planificación.*

ABSTRACT

Analysis of the Informative Theme in Three Digital Media in Cuenca

This research focuses on the analysis of the informational themes of three digital media in Cuenca, in order to propose, describe, and substantiate the recurring themes that are presented daily to the public. This analysis is based on qualitative and ethnographic research that uses observation as a technique.

The methodological techniques allowed us to identify the preference of these media for the treatment of information on events and the minimum attention that issues related to health, culture, education, among others are given to. Furthermore, it is evident that the dissemination of crime report generates greater monetization in relation to other types of information, which damages knowledge of other social facts. Therefore, it is essential to return to an agenda and planning from the media to improve the contribution to the formation of public opinion.

Keywords: *digital journalism, theme, events, agenda, planning.*

Índice

DECLARATORIA DE AUTORIA	I
DECLARATORIA DE AUTORIA	II
Certifico.....	III
.....	III
Dedicatoria.....	IV
RESUMEN	V
Palabras clave	V
ABSTRACT	VI
Keywords:	VI
Índice	VII
1. Introducción.....	1
1.1. Formulación del problema.	3
1.2. Objetivos:.....	3
1.2.1. Objetivo General	3
1.2.2. Objetivos Específicos	3
1.3. Hipótesis.	3
1.4. Metodología.	3
1.5. Tipos de investigación	7
1.5.1. Investigación Cualitativa.....	7
1.5.2. Investigación Descriptiva.....	8
1.5.3. Investigación Etnográfica	9
1.5.4. Investigación Bibliográfica.....	9
1.6. Análisis de los medios	10
Prensa Virtual	12

1.7. Entrevistas semiestructuradas.....	15
1.8 Entrevistas a Expertos.....	17
Conclusiones.	21
Bibliografía.	23
Anexos.....	29

1. Introducción

El presente trabajo de investigación se centra en el cantón Cuenca, ciudad más grande e importante de la provincia del Azuay, a su vez nombrada Santa Ana de los Cuatro Ríos de Cuenca, está ubicada entre la latitud 2° 53' 57" sur y longitud 79° 00' 55" oeste; a una altitud aproximadamente de 2583 metros del nivel de mar. Se encuentra localizada geográficamente en la parte sur del Ecuador, en un valle de la cordillera de los Andes.

Cuenca tiene una población urbana de aproximadamente 400 a 700.000 habitantes en el área metropolitana más grande. Es reconocida como la capital cultural del Ecuador y su Centro Histórico está catalogado como el más europeo del país debido a su arquitectura colonial española de los siglos XVI y XVII.

En la época de la revolución tecnológica (que es la que vivimos en estos tiempos), se ha desarrollado un cambio en la forma que visualizamos todo. Nuestros hábitos diarios son distintos a los hábitos de hace 10 años, todo se desarrolla de manera acelerada, cada vez con más y más velocidad.

Obviamente, una gran parte de esta verdad es el resultado del uso constante del móvil para revisar redes sociales: Facebook, Instagram, WhatsApp, Tik Tok, entre otras, son de las más visitadas de todo Internet. Además, que en estas redes circulan la mayor cantidad de noticias.

Esto no necesariamente es positivo, pues con tanta rapidez, no toda la información es válida para una creación de conciencia social, que ayude a un crecimiento intelectual de los seres humanos. Al contrario de esto, lo que más se busca es tener un crecimiento de visualizaciones para ser rentable, económicamente hablando.

Dejando sin oportunidad a otras temáticas como por ejemplo las culturales, educativas, entre otras, que no son tan frecuentes en las redes sociales ni en los medios de comunicación digitales analizados.

Claro, captar la atención del espectador es complicado, y más aún si el contenido no es de naturaleza llamativa o de polémica, por no decirlo desagradable. En otras palabras,

el contenido de crónica roja es el que más espectadores atrae, por lo tanto, tiene una mayor visualización y rentabilidad.

En Cuenca existen varios medios de comunicación digitales como Prensa Virtual, Red Informativa y TVR, que son los que más seguidores tienen, sin embargo, hay algo que tienen en común: la mayor cantidad de información que publican es de carácter polémico o de crónica roja.

Da la sensación de que, si publican otro tipo de contenido, por ejemplo, reflejando la belleza del arte o poesía, no tendría las mismas reproducciones, y sería un contenido descartado de inmediato. Por lo tanto, en esta investigación se pretende analizar las razones por las cuales sucede todo lo antes escrito.

Planteamiento del problema

La polarización en las redes sociales puede hacer que los usuarios se vean expuestos a noticias que confirman sus propias creencias. Esto puede dificultar que los usuarios se expongan a puntos de vista diferentes.

Las redes sociales están diseñadas para captar la atención de los usuarios. Esto puede llevar a que las noticias que se comparten sean más sensacionalistas que informativas.

Justificación

Las redes sociales son un excelente medio para educar y difundir conocimientos informativos. A través de ellas, se puede llegar a un gran número de personas de forma rápida y sencilla.

Permiten crear comunidades de personas interesadas en información. Esto facilita el intercambio de ideas, la colaboración y el aprendizaje mutuo.

Son un buen lugar para mantenerse actualizado sobre las últimas novedades en información. Se puede acceder a contenidos noticiosos sobre nuevos productos, servicios, tecnologías y tendencias.

Lo entornos digitales (medios y redes sociales) han diversificado la oferta de temas y contenidos en multiplicidad de áreas, desde el entretenimiento, la información, la ciencia, la cultura y más; sin embargo, se percibe una mayor circulación de la información de noticias con preeminencia de la denominada crónica roja. Este último parámetro podría desembocar en un flujo de noticias sensacionalistas antes que informativas.

Por ello, este trabajo de investigación busca conocer la temática sobre la que versa la producción de los medios digitales cuencanos centrándose en los tres de mayor alcance.

1.1. Formulación del problema.

¿Cuál es el manejo de la temática informativa en tres medios digitales de Cuenca?

1.2. Objetivos:

1.2.1. Objetivo General

- Analizar la temática informativa en tres medios digitales de Cuenca

1.2.2. Objetivos Específicos

- Fundamentar la comunicación digital, medios de comunicación, redes sociales, temas de interés informativo.
- Describir o diagnosticar la temática informativa en los medios digitales de Cuenca
- Proponer un artículo científico donde se describa las nuevas formas y temas para los medios digitales de Cuenca.

1.3. Hipótesis.

El manejo de la temática informativa en los medios digitales se centra en la cobertura noticiosa sensacionalista conocida como crónica roja.

1.4. Metodología.

Al ser una investigación cualitativa y etnográfica, se aplicará la técnica de la observación, debido al análisis en la red social Facebook, del tipo de información que se publica en los medios digitales. Según (Fabbri, 1998), la observación “Es el método por el cual se establece una relación concreta e intensiva entre el investigador y el hecho o los actores sociales, de los que se obtienen datos que luego se sintetizan para desarrollar la investigación”.

Otra técnica será la entrevista semiestructurada a los encargados de manejar las cuentas de los medios de comunicación digital y de profundidad a expertos que manejen el contenido de lo que se publique. De acuerdo con (Toscano, 2009), la entrevista “es una técnica útil para obtener informaciones de carácter pragmático, acerca de cómo los sujetos actúan y reconstruyen el sistema de representaciones sociales en sus prácticas individuales, con el fin de lograr la construcción del sentido social de la conducta individual o del grupo de referencia de un sujeto”.

Además, se realizará entrevistas estructuradas y semiestructuradas para conocer de mejor manera el mundo de la información en medios digitales que publican su contenido en redes sociales.

1.12.1.- PERIODISMO DIGITAL. -

Con el avance de la tecnología surgieron nuevas formas de transmitir información. La aparición de la Internet, a finales del siglo pasado, marcó la forma de las telecomunicaciones mundiales. El concepto de periodismo digital surgió como el nuevo paradigma de hacer periodismo. Todo esto hace referencia a retomar la responsabilidad y obligación del periodista de investigar, escribir claro y breve, contextualizar y manejar múltiples fuentes para mostrar todas las perspectivas de la historia. Es decir, una nueva forma del periodismo (Sánchez, 2007).

En este mismo sentido, el periodismo digital no solo se limita al periodismo que se realiza en las redes, es un concepto mucho más amplio que designa al periodismo que se practica con tecnología digital. Pero esto no solo recurre a medios de internet y a redes sociales, también se adapta a otros, como la televisión digital y la radio digital (Salaverría, 2019).

Con referencia a lo anterior, es importante que el periodismo digital mantenga los hechos de manera clara y objetiva, y sus raíces deben mantener su fidelidad informativa, pero lo más importante que debe tener es la credibilidad, un valor de suma importancia, ya que la carencia de ella da como resultado la expulsión del mercado (Espinosa, 2018).

El periodismo es una de las profesiones que más se adapta a las nuevas tecnologías, por ello podemos decir que el periodismo digital es la cuarta etapa del periodismo moderno. Pero, por ello no se debe obviar las responsabilidades del periodista y no solo enfocarse a las noticias o a la información que, de más rentabilidad, encaminada al consumismo y no a la creación de pensamiento crítico.

1.12.2.- MEDIOS DE COMUNICACIÓN DIGITALES. -

Los nuevos avances en la tecnología obligan a los medios de comunicación a buscar nuevas formas de estar en continuo contacto con sus públicos, pero esto no se limita al método tradicional de que el emisor envía el mensaje y el receptor simplemente lo recibe. Los adelantos tecnológicos permiten una mayor participación de los públicos para llegar a interactuar entre si y compartir experiencias de una manera masiva (Rubio, 2014).

Entonces internet cambió la forma de recibir información, por eso existe la necesidad inminente de estar presente en las redes sociales con sus características de difusión y transmisión de la información. Asimismo, la interactividad, ubicuidad, personalización y las nuevas formas de hacer reportajes o noticias se reproducen en espacios digitales para el servicio público (Romero-Rodriguez, 2019).

Es una realidad que los medios de comunicación se adaptan a los avances tecnológicos, por la importancia que tienen para transmitir información a los usuarios. De ahí surge la necesidad, de una creación de medios digitales, que estén al servicio de la ciudadanía, transmitiendo noticias que satisfagan las exigencias y combinando todos los recursos que la tecnología ofrece en estos tiempos.

1.12.3.- REDES SOCIALES. -

Podemos definir que las redes sociales son sitios que están dentro de la Internet, a las cuales tienen acceso todos los que tienen red, ya sea por ordenadores, teléfonos

móviles o cualquier otro aparato con características inteligentes, para el libre intercambio de opiniones, mensajes, fotografías, videos y más. En todo este intercambio, también se encuentra la difusión de información, con un papel protagónico de los usuarios, que no necesariamente tiene que ser un profesional en periodismo, lo puede hacer cualquier persona, añadiendo su perspectiva de como percibe las cosas (Zoraida Landeta Bejarano, 2020).

Con este acceso a información y con la rapidez con la que se difunde cualquier tipo de información en las Redes Sociales, hay dos verdades: por un lado, la facilidad de las personas para difundir, participar e interactuar en la información, dejando de lado a medios tradicionales como la televisión, radio y prensa escrita, para enterarse de lo que sucede en su alrededor.

Y, por otro lado, está la cantidad de desinformación a la que estamos expuestos y que, en ocasiones, no tenemos la capacidad de demostrar si es o no verdad.

Lo que lleva, a que cada uno de los usuarios o navegadores de las Redes Sociales, debe tener la obligación de prepararse para diferenciar entre una noticia falsa y una información que nos sirva y que debemos conocer (Escoda, 2021).

1.12.4.- INFORMACIÓN. -

Para que un periodista pueda producir información, pero sobre todo información valedera y de contenido importante para la ciudadanía, debe tomar varias decisiones, entre buenas y malas, y que van entre la selección de acontecimientos, pasando por la investigación, hasta la redacción, para que al final, el producto que se ofrece a la ciudadanía muestre un contenido que en verdad sea apto para el consumo (Torre, 2005).

En este sentido, podemos detallar que la información es un recurso importante para la construcción mediática de lo que acontece en nuestro alrededor. Además, se manifiesta como materia prima para la definición de la realidad. A más de ello, con la información se puede compartir e intercambiar conceptos relacionados con experiencias, ideas, valores saberes y percepciones. Finalmente, podemos manifestar la importancia de la información, puesto que, pone en orden los eventos relevantes que debe conocer la ciudadanía (Casero, 2009).

1.12.5.- PRODUCCIÓN DE INFORMACIÓN. -

Es evidente que los nuevos Medios de Comunicación están dentro de Internet, pero esto no necesariamente hace que sean consumidos en gran cantidad, más que nada, por la cantidad de noticias falsas que circulan por toda la red, y que en ocasiones son mejor recibidas que las noticias hechas por profesionales. Por eso se habla de una crisis periodística, que se debe combatir con una innovación periodística, manteniendo los estándares de calidad que diferencian un contenido de calidad de una publicación, que busca vender alimentando el morbo.

La capacidad de desarrollar información de calidad se une a la innovación y a la transformación digital para formar una cultura con conocimiento, capaz de replantearse y reflexionar sobre el contenido recibido (Sánchez J. L., 2019).

1.5. Tipos de investigación

Esta investigación es de tipo cualitativo, descriptiva, etnográfica, bibliográfica.

1.5.1. Investigación Cualitativa

El método de Investigación Cualitativa es un método que se centra en buscar, analizar y comprender profundamente los fenómenos, estudiándolos desde el punto de vista de los participantes en su entorno natural, relacionándolos e interactuando con todo lo que los rodea. Está investigación es escogida cuando se requiere comprender el comportamiento de una persona o grupo de personas, a los que se les aplicará el estudio, con los sucesos que los rodean, profundizando en sus opiniones o experiencias, para percibir su realidad (Bejarano, 2016).

Después de lo anterior expuesto, Okuda, M. & Gómez, C.(2005) opinan que es complicado evaluar ciertos criterios como la confiabilidad, la objetividad, la validez tanto interna, como externa y la aplicabilidad, “términos que según algunos investigadores se encuentran cuestionados para este tipo de estudios”, en términos generales, en lo que tiene que ver con la investigación cualitativa.

De acuerdo con los razonamientos que se han venido realizando, la investigación cualitativa se basa en las ideas surgidas de la epistemología pospositiva y se puede

resaltar varios enfoques: sistémico, gestáltico, estructural y humanista, entre otros; teniendo, ciertos de ellos, más importancia en situaciones sociales, haciendo necesario su complemento, con el objetivo de acercarse a la realidad (Ruedas, Nieves, & Ríos, 2009).

La Investigación Cualitativa, es una investigación de gran importancia en el tema de relación con asuntos sociales, y permite tener una idea clara y profunda de cómo reaccionan los individuos, con determinadas condiciones, en su entorno diario.

1.5.2. Investigación Descriptiva

Esta investigación es descriptiva, pues para Tinto, J. (2013) la investigación descriptiva viene a ser un proceso de inicio y que pone lista a una investigación, ya que en la medida que el problema a estudiar forma un sistema amplio de conocimientos, y nos permite acortarlo, ordenarlo, caracterizarlos y clasificarlo, en otras palabras, “hacer una descripción del fenómeno lo más precisa y exacta que sea posible”.

El objetivo de la investigación descriptiva consiste en conocer las situaciones, costumbres y actitudes predominantes describiendo las actividades, objetos, procesos y personas. Su meta no se limita a la recolección de datos, sino a la predicción e identificación de las relaciones que existen entre dos o más variables. Los investigadores no son meros tabuladores, sino que recogen los datos sobre la base de una hipótesis o teoría, exponen y resumen la información de manera cuidadosa y luego analizan minuciosamente los resultados, a fin de extraer generalizaciones significativas que contribuyan al conocimiento” (Morales, 2018).

Con el avance de la tecnología, el verdadero problema del investigador no es la recolección de información, pues todo esto se soluciona con buscar en el navegador del ordenador, sino radica en la capacidad de transformar toda esa información en ingrediente útil para el trabajo de investigación. Con este preámbulo, se hace cada vez más necesario la aplicación de técnicas de investigación descriptivas que permitan materializar los distintos datos de varias fuentes en material fácilmente manejable y entendible (Tinto, 2013).

La investigación descriptiva es una herramienta que permite ordenar de manera concisa toda la información que se recopila de distintas fuentes. Además, permite aclarar las dudas que surgen al obtener demasiadas indagaciones.

1.5.3. Investigación Etnográfica

Esta investigación es etnográfica, ya que cualquier sociedad, sin importar sus dimensiones, está vinculada con los flujos globales y las fuerzas transnacionales que originan más allá de las fronteras de las regiones o países. “Cuando uno lee etnografías hoy, quiere tener más acceso a lo que el proceso de investigación en sí mismo produce a lo largo del camino, en circunstancias, contextos y entornos que están en primer plano en lugar de ceder el trasfondo de la puesta en escena del trabajo de campo” (Cortés, 2020).

En el orden de las ideas anteriores, la etnografía fue desarrollada por antropólogos y sociólogos siendo, según Anthony Giddens, el estudio de persona o grupo de personas durante un cierto período, poniendo en práctica la observación participante o las entrevistas con el objetivo de conocer su comportamiento (Martínez J. M., 2010).

Es evidente entonces, que una investigación etnográfica es sumamente necesaria para investigar los comportamientos de una sociedad, su forma de pensar y cómo reaccionan ante cualquier suceso.

1.5.4. Investigación Bibliográfica

Esta investigación es bibliográfica, ya que los trabajos de investigación enfocados a un problema en particular están obligados a contener una revisión bibliográfica general que tenga como objetivo el identificar los conceptos, modelos y propuestas que servirán de *marco teórico* para el análisis concreto del tema (Rivera, 2011).

Con referencia a lo anterior, la investigación bibliográfica da lugar a una investigación de amplitud, con conceptos claros a los que se atribuyen la comprensión de los temas que se abarcan en el trabajo.

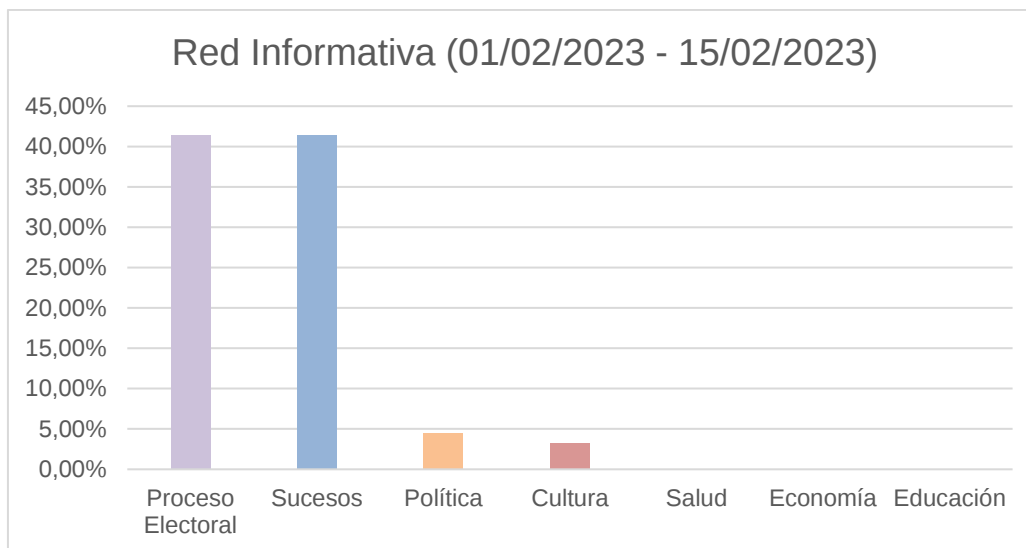
1.6. Análisis de los medios

Por temas de relacionados con la observación de cada medio de comunicación se segmentó las secciones en política, proceso electoral, suceso, salud, educación, cultura, economía. Los dos primeros ítems se dividieron por las elecciones, seccionales de febrero 2023, para distinguir el alcance de cada segmento, ya que el proceso electoral es un tema coyuntural.

Los medios observados son considerados los medios digitales con mayor alcance porque son los más relevantes en de la ciudad acumulando miles de interacciones en sus publicaciones. Red Informativa tiene 287.000 seguidores, TVR tiene 195.000, Prensa Virtual tiene 313.00.

Red Informativa

De lo que se observó, en la página de Facebook, Red Informativa, publica información, en su mayoría con videos de contenido informativo como accidentes de tránsito, denuncias de la comunidad, desastres naturales, problemas con el transporte público, seguridad (sucesos) y noticias de política. Su contenido se caracteriza por la formalidad al momento de tratar los temas. Sus publicaciones, durante el proceso electoral, lo centraron en entrevistas a los candidatos, con transmisiones en vivo y reportajes de lo más relevante ocurrido antes, al momento de las elecciones y después del proceso electoral. Sus publicaciones diarias fueron un promedio de dos, sin embargo, se caracterizó por una aceptable edición con tomas de paso, voz en off, entrevistas, fotografías, animaciones, priorizando la calidad antes que la cantidad.



En el caso de la red social en Facebook de Red Informativa, se observó y analizó las publicaciones durante los 15 primeros días de febrero del 2023.

El resultado fue un empate, o sea, la información subida, perteneciente a Sucesos y el Proceso Electoral, obtuvo un porcentaje de 41,46 %.

Sucesos, tiene temas como: accidentes; asaltos; operativos; delincuencia; plantones; entre otras, con cifras de reacciones de hasta 270.739 (me gusta, me entristece, me divierte...), comentarios de 848 y visualizaciones de 349.300, en un día de 8 publicaciones.

En el caso del Proceso Electoral, el 5 de febrero, se observó que se publicaron 17 noticias, con visualizaciones de 100.234, 15.936 reacciones y 5.146 comentarios.

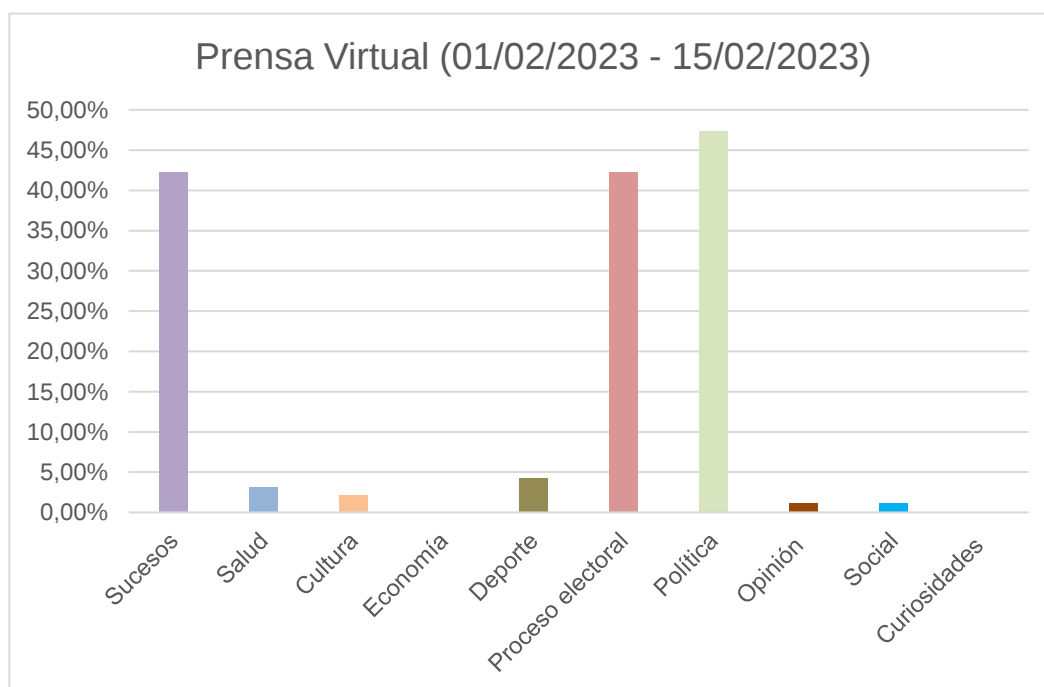
Las demás temáticas abordadas por Red Informativa obtuvieron un porcentaje de: 4.5% en cuanto a Política, con 1.000 reacciones y 321 comentarios; y un 3,3% para Cultura, con reacciones de 841, y 52 comentarios.

En este sentido, podemos concluir que, Red Informativa, obtiene más reacciones del público cuando se trata de temas del proceso electoral. Si comparamos con las publicaciones de Sucesos, se visualiza, en el día 2 de febrero, que se tienen: 3

publicaciones con 2.672 reacciones y 236 comentarios, 13 del Procesos Electoral, con 2.857 reacciones y 947 comentarios; y, algo curioso, 3 publicaciones de Política, con 2.200 reacciones y 970 comentarios.

Prensa Virtual

Los 15 primeros días de febrero de 2023, fue el periodo destinado a observar y analizar las publicaciones que subía la página en Facebook de Prensa Virtual. Entre los resultados, se observó que el 47,33% de las publicaciones pertenecen a Política, con temáticas de: juicios políticos; destitución de ministros; nuevos ministros, por citar solo algunas de las que más visitas mostraban, llegando a tener días con 6.900 visualizaciones, 4.587 reacciones, 386 comentarios.



Uno de los hechos que resaltó en este periodo de tiempo fue el proceso electoral, con un 42,30% de publicaciones. En ciertos días se registraron: 21.345 visualizaciones; 4.059 reacciones; y 453 comentarios.

El 42,29% corresponde a Sucesos, abordando temas de: accidentes; asaltos; desastres naturales, entre los más relevantes. Sus visualizaciones tenían 4.954, las reacciones llegaban a 2.700, comentarios 230.

Entre los temas con menor porcentaje están: Deportes con 4,3%; Salud 3,2%; Cultura 2,1%; 1,1% para Opinión y Social, con promedio de una o dos publicaciones durante los 15 días.

Además, se apreció un contenido en su mayoría, realizado con imágenes relevantes registradas en el día. Los pocos videos no son de producción propia, en su mayoría, se trata de registros subidos por ciudadanos en Facebook, como imágenes de algún desastre natural, accidente vehicular o mensajes de algún político. En ocasiones sus publicaciones versan sobre un tema ya existente y se centran en capturas de X (Twitter) emitidos por terceros.

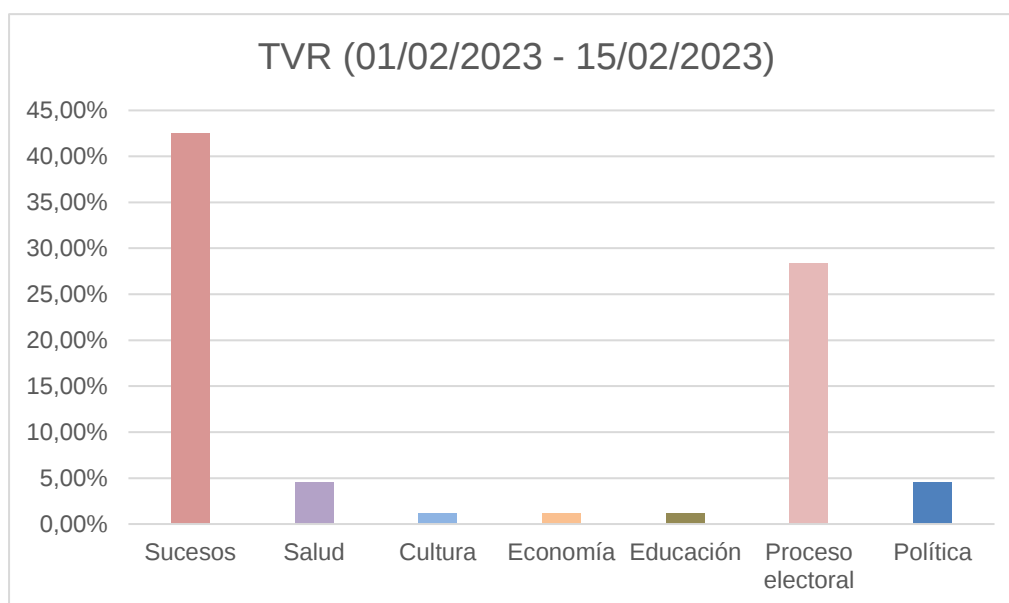
Por ello, se puede concluir que las reacciones del público aumentaron en los temas de políticas, debido al juicio político, incluso superando a sucesos y el proceso electoral, desarrollado durante febrero. El resto de los temas abordados, no muestran un contenido considerado de interés para sus seguidores, exceptuando el resultado de un partido del Deportivo Cuenca, con resultados que superan las 100 reacciones.

Por ejemplo, se puede apreciar que el día 9 de febrero de 2023, se obtuvieron 12 noticias de Política con reacciones que llegaron hasta los 1.868 y 460 comentarios, en comparación con el día 11, que registra 3 noticias de Sucesos, con 889 reacciones y 83 comentarios.

TVR

El medio de comunicación digital, TVR EC, se limita a publicar videos en su página oficial de Facebook. Videos que por lo general son noticias o transmisiones en vivo de

temas coyunturales de la ciudad, donde se destacan ruedas de prensa o declaraciones de algún funcionario de la urbe.



Las principales noticias del periodo que comprende del 1 al 15 de febrero son de temática electoral que vivió en Ecuador, con el 28,35 % del total de publicaciones de esas fechas. En donde destacan transmisiones en vivo con los candidatos a alcalde para Cuenca, tema importante para la ciudadanía y logró gran alcance en publicaciones relacionadas, como en la entrevista al candidato a alcalde de Cuenca, Paúl Carrasco, que alcanzó las 431 visualizaciones. Además, otra publicación destacada es la nota donde se informa de la labor de las fuerzas armadas el día de las elecciones, con 491 visualizaciones. Resaltando también las transmisiones en vivo con los ganadores a alcalde de Cuenca y por la Prefectura del Azuay, donde juntos alcanzan casi las 1700 reacciones.

Sin embargo, la temática con mayor porcentaje de publicaciones es sucesos con un 42,52% total de publicaciones, destacando noticias sobre accidentes de tránsito, robos, seguridad, transporte público, entre otras. Se pueden encontrar notas relacionadas con el servicio de taxis en la ciudad con 700 visualizaciones, así como la presentación de la nueva camiseta del equipo de fútbol Deportivo Cuenca, superando las 2000 vistas o el caso de un padre que busca justicia para su hija con 261 reacciones.

Dentro del tema de educación, la única publicación que se pudo encontrar en ese rango de tiempo es sobre la Coordinadora Zonal del Ministerio de Educación hablando de denuncias sexuales en instituciones educativas, teniendo un alcance de 609 vistas, considerando que se trató de un tema de sucesos antes que un tema propiamente educativo.

El porcentaje sobrante se divide en temas de cultura, salud, economía y política. Temáticas donde su publicación tenía solo un fin publicitario más que el de informar.

Se pueden encontrar pocas fotografías, solo texto o infografías. Sin embargo, la producción de los videos es de excelente calidad, imagen nítida y buen sonido, y en algunas situaciones se puede encontrar publicidad dentro del mismo video. Destacando también la narración, estructura de las notas y profesionalismo.

1.7. Entrevistas semiestructuradas

Esta indagación contempla dentro de las técnicas la realización de las entrevistas semiestructural, en este marco se creyó conveniente abordar los criterios de los productores de noticias de los tres medios estudiados (Red Informativa, TVR, Prensa Virtual).

En los tres casos, cada persona confirmó que desarrolla una agenda para la cobertura periodística, con planificación que se realiza de manera semanal, con proyección para los siguientes siete días.

La planificación de la agenda involucra la selección de temas a cubrir, análisis de eventos actuales, problemas sociales sin resolver, identificación de fuentes y estimación del tiempo necesario para abordar cada tema.

El eje de la cobertura de noticias lo determinan en función de las necesidades de la audiencia y la resolución de problemas sociales. En el caso de Iván Rodríguez,

periodista de TVR, la nota periodística la desarrolla desde varias aristas, “necesitamos que sea siempre contrastando la información”, (Rodríguez, 2023).

Para Jamil Bustan, de Red Informativa, el seguimiento de noticias lo realizan cuando es necesario, especialmente en casos donde el primer abordaje no resuelve todas las dudas, (Bustan, 2023).

El proceso de seguimiento de noticias implica la evaluación del primer abordaje, la profundización del tema, las dudas sin resolver y la búsqueda de nuevas fuentes.

No se especifica qué productos multimedia utilizan, pero mencionan opciones como imágenes, fotografías, ilustraciones, animaciones, videos, podcasts y otros.

Red Informativa, indica que su medio de comunicación no tiene una sección de periodismo de comunidad, excepto en nichos reducidos donde la realidad más cercana de unos no es de interés para otros.

Prensa Virtual, detalla que, si realiza periodismo de comunidad, “pero debe enfocarse en nota de interés local, que genere impacto, y damos seguimiento tras denuncias ciudadanas”, (Virtual, 2023).

La publicidad se aplica a través de productos publicitarios audiovisuales segmentados en el producto comunicativo.

Se pregunta sobre las temáticas que aparecen con frecuencia en su página de Facebook: Prensa Virtual, comenta que los temas se manejan según lo más relevante que sucedió en un día en específico. Pero los tres medios de comunicación afirman que la temática de “sucesos”, está entre la que circula con frecuencia en sus páginas de la red social.

Los tres medios aseguran que la inseguridad es un tema frecuente debido al aumento de los índices delictivos en el país.

En el caso de Red Informativa, indican que las audiencias no sugieren temas para su cobertura periodística.

Para dar prioridad a una noticia, observan problemas sociales, mala gestión pública o actos que no se ajustan a los códigos deontológicos de las instituciones. TVR, añade que su prioridad dependerá mucho de la coyuntura que está sucediendo en ese momento.

Al elegir una noticia para sus redes sociales, se basan en los mismos parámetros mencionados en las demostraciones anteriores.

Durante el proceso de elecciones seccionales de febrero de 2023, cubrieron noticias relacionadas con los candidatos todos los días, excepto los fines de semana, si la ocasión no la ameritaba.

Las tres páginas, utilizan principalmente géneros periodísticos como la noticia, el reportaje y la entrevista para desarrollar la información.

En resumen, estas tres entrevistas informan sobre la planificación y cobertura de noticias en los tres medios de comunicación digitales de Cuenca, sobre la selección de temas, la importancia de la inseguridad como recurrente y los géneros periodísticos utilizados. Las respuestas coinciden para los tres, en ciertos parámetros, como los géneros periodísticos, también coinciden en que la temática de “sucesos”, es la que más aparece como noticia difundida en las páginas, de igual manera, desarrollan una agenda para cubrir las noticias.

Sin embargo, en las entrevistas no hay una referencia que involucre un interés por temas como Salud, Educación, Cultura, Economía, su preferencia son las notas de Sucesos coyunturales y el tema electoral que se enmarca en lo político únicamente en elecciones.

1.8 Entrevistas a Expertos

Para lograr un mejor entendimiento del tipo de temática que se visualiza con mayor frecuencia dentro de los medios de comunicación digitales analizados, se entrevistó a tres expertos en información del tipo periodística.

La licenciada Brígida San Martín, docente en la Universidad Politécnica Salesiana y periodista de cultura. Otro de ellos, Jhonny Guambaña, con más de 20 años de experiencia como periodista de “calle”, y actual corresponsal de TC Televisión; y al catedrático Juan Francisco Beltrán, docente de la carrera de Periodismo de la Universidad de Cuenca.

A continuación, se realizará una interpretación de los criterios de los expertos y desde su posición como profesionales

Todos concuerdan que la calidad de la cobertura periodística se sustenta en el enfoque y contraste de la información, esencial para comprender y complementar un tema. El enfoque propio del comunicador y la contrastación ética son fundamentales para preservar la credibilidad periodística. En un mundo saturado de información, considera Jhonny Guambaña, que el enfoque es clave para comprender la sociedad (Guambaña, 2023).

Brígida San Martín, considera que la preferencia por la crónica roja es un fenómeno que ha recorrido en principio, por los medios de comunicación tradicionales y posteriormente transformándose y adaptándose a las nuevas formas de difundir información (San Martín, 2024).

La reportería rigurosa es la base para brindar calidad y profundidad en la información. Además, el seguimiento de las noticias debe ir más allá de la inmediatez, incluyendo actualizaciones, reacciones y ampliación de contexto para ofrecer una visión completa.

Juan Francisco Beltrán, destaca la importancia de actualizar la información con reacciones y comentarios, además de ampliar y profundizar en la información inicial, abordando preguntas como “¿por qué?” y “¿para qué?” para ofrecer un contexto completo (Beltrán, 2023).

Los dos expertos concuerdan en considerar que el “periodismo de la comunidad” contribuye a la conexión entre el medio y la audiencia al abordar temas cercanos a los

intereses y necesidades locales. La cercanía con la gente debe ser equilibrada para no caer en la egolatría, y abordar tanto temas menores como problemas de fondo.

La inseguridad impacta fuertemente en la audiencia, es un criterio más con el que concuerdan los expertos, y se viraliza fácilmente en redes sociales. Es un tema que genera alto tráfico, pero su tratamiento debe ser ético y responsable, evitando caer en la explotación del morbo.

En cuanto a la difusión de “sucesos” como estrategia para atraer a diferentes públicos indican que es común, pero debe hacerse con ética y responsabilidad. La frecuencia en la visualización de esta temática debe estar alineada con la importancia e interés de los hechos, evitando la explotación sensacionalista.

La licenciada Brígida San Martín afirma que los temas de sucesos toman fuerza en las noticias de sucesos o actualidad por despertar un instinto de lastima en la audiencia, por reflejar el dolor de manera cruda y cruel. Esto tiene como raíz la carencia de investigación y de contextualización de un hecho dejando atrás el verdadero rol del periodista como investigador y afectando el proceso de transmisión de la información (San Martín, 2024).

La noticia es la reina y es una reina maltratada, porque tampoco se estructura de una manera correcta, no titulan de tal forma que genere impacto- reflexión, se concentran en el que o en el quien, las fuentes consultadas son siempre las mismas, personal de organismos de socorro y seguridad, no existe un seguimiento del caso; no contextualizan la realidad social, legal, geográfica, humana del acontecimiento, es un recuento de declaracionismos y percepciones inmediatas y espontáneas del periodista (San Martín, 2024).

Lo que a los medios les interesa es “contar”, más que informar, porque informar quiere decir, entrar a un proceso de formación “in prefijo de encontrarse dentro de formar es dar forma al pensamiento, conciencia, conocimiento”, pero nadie quiere estar dentro de ese proceso sino “out” porque mientras no sea conmigo o con los míos es fascinante ver la desgracia del otro, conmoverse con el dolor del otro, sentir lástima por la sangre derramada del otro, eso se llama morbo, pasión interna no expresada de manera explícita que lo alimentamos con cada información que vemos, compartimos y

viralizamos a través de los medios sociales”. Además, a los poderes político, económico les interesa tener esta sociedad mediatizada, emocionada, pegada a la pantalla de su dispositivo y atemorizada, con atención, pero atemorizada.

San Martín afirma que se debe analizar todo el poder de retórica o discurso que tienen las imágenes, ya que las audiencias son audiencias de la denotación, se quedan con el objeto de lo que se ve; no son una sociedad de connotación, porque no se reflexiona más allá de lo que vemos, no se adentra a la intención de lo que se muestra (San Martín, 2024).

Conclusiones.

- Los medios de comunicación examinados se focalizan en un 90 % en la producción de contenido en la temática denominada sucesos. Teniendo una escasa dedicación en temáticas de salud, educación, cultura, entre otras.
- Un aspecto importante es que los medios digitales usan la noticia, y no exploran otro tipo de género periodístico, como la crónica propiamente dicha, la entrevista, el testimonio, el informe, el reportaje, el editorial. Además, de las nuevas narrativas digitales: líneas de tiempo, infografías, mapas cartográficos, entre otros.
- En la actualidad, lo que más se difunde es la desgracia de ajenos, esto en primera instancia hace el trabajo mucho más fácil, y permite ganancias inmediatas, sin embargo; lo que más preocupa, es que dicho tipo de información genera miedo en el público, y al mismo tiempo este sentimiento crea adicción al mismo público que lo consume. Esto afecta a la sociedad, privándole de la oportunidad de acceder a otros temas relacionados con cultura, salud, economía, educación...
- Los últimos temas citados requieren de un proceso en cualquiera de los géneros periodísticos, es decir, investigar. Ello requiere de tiempo, dedicación, análisis del contexto, interpretación y reflexión crítica sobre los hechos sociales.
- Se alejan de los parámetros de un periodismo enfocado en temas de profundidad que involucre el interés social, que contribuyan al desarrollo de la comunidad, como lo sugieren los autores expuestos en la bibliografía, en relación al concepto periodístico, y al criterio de los expertos consultados. Dejando en evidencia la debilidad en la producción de contenidos, que carecen de seguimiento e investigación.
- La sección de sucesos es la que tiene mayor posibilidad de interacción, y de ingreso de nuevos seguidores para las páginas analizadas, generando una mayor monetización, reflejando que ese tipo de contenido representa más ingreso económico.

- Los medios de comunicación digitales deberían volver a la creación de una agenda propia sustentada en una planificación, puesto que el medio de comunicación debe generar contenidos propios y no basar su contenido en la reproducción de escándalos diarios, sino en el análisis de situaciones que se presentan en el diario vivir.
- Los medios de comunicación estudiados suelen utilizar recursos multimedia, llámese: audios, videos, imágenes e infografías, por lo general, los enviados por los organismos gubernamentales, muy pocos son producto de su creación, con la finalidad de lograr un mayor impacto y sensibilidad en la audiencia, y que las publicaciones con estos recursos visualicen una mayor cantidad de reacciones, comentarios y compartidos.
- El periodismo debe educar al público con su contenido, dejando las notas amarillistas de lado e incluyendo más información en diversas secciones con la finalidad de ampliar la cobertura noticiosa y el tratamiento de la información en temas caracterizados por la investigación, el servicio, la profundidad para garantizar la construcción de la opinión pública.
- Es necesario un cambio en la forma de pensamiento de la sociedad, y los periodistas tienen una gran responsabilidad al ser los transmisores del contenido de información, por ello, es importante fomentar la difusión de noticias positivas que aporte a la sociedad, no solo al morbo. Obviamente, el reto está en buscar nuevas formas de generar ingresos para que el medio de comunicación sea rentable.

Bibliografía.

Arango-Forero, G. (D de 2013). Comunicación digital: una propuesta de análisis desde el pensamiento complejo. *Universidad La Sabana, Palabra Clave*.

Baran, S., & Davis, D. . (2010). *Mass Communication Theory. Foundations, ferment and future*. Boston: Wadsworth, Cengage Learning.

BARRUECO CRUZ, J. M., GARCÍA TESTAL, C., & GIMENO, M. J. (1996). “*Una aproximación a las revistas científicas en formato electrónico*”. En: Revista Española de Documentación Científica.

Becerra, H., Ruiz San Miguel , F., & Gutierrez, M. (2015). La informática: Origen y desarrollo. *Revista EAC*.

Becerra, M. H. (2005). *Las productoras audiovisuales: instrumentos de análisis*. Huelva: Comunicar.

Bejarano, M. A. (2016). Obtenido de <https://revistas.uide.edu.ec/index.php/innova/article/view/7/8>

Cabrera González, M. Á. (2001). *Convivencia de la prensa escrita y la prensa online en su transición hacia el modelo de comunicación multimedia. Estudios sobre el mensaje periodístico*. n.º 7.

Casero, A. (2009). Obtenido de <http://repositori.uji.es/xmlui/bitstream/handle/10234/22444/32508.pdf?sequence=1>

Cázares, L. (2000). Investigadora de la Universidad Autónoma Metropolitana de México. Mexico.

Cazau, P. (2006). *Introducción a la investigación en ciencias sociales*. Buenos Aires : MÓDULO 404 .

Chengcheng Shao, G. L. (2017). *The spread of fake news by social bots*. Indiana University, Bloomington .

- Cortés, E. (2020). Obtenido de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=477963932010>
- Couldry, N. (2009). *"Does the media have a future?"*. En: European Journal of Communication, 24 (24), pp. 437-450.
- DEL MORAL, J. (2007). *Redes sociales y wikis. En Varios (Eds.). Web 2.0*. Madrid: ESIC.
- Denscombe, M. (1998). *The Good Research Guide for Small-Scale Social Research Projects*. Buckingham.
- Díaz-Noci, J. (2010). *Medios de comunicación en internet: algunas tendencias en El profesional de la información*. nº 6.
- Duranti, A. (. (2000). *Antropología lingüística*. Cambridge-Madrid: University Press.
- Escoda, A. P. (2021). Obtenido de file:///Users/macbookpro/Downloads/admrevistalatina,+67_85_SPA-Retos+del+periodismo+frente+a+las+redes+sociales.pdf
- Espinosa, P. M. (2018). Obtenido de <https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/77608/58046-118165-3-PB.pdf?sequence=1&isAllowed=yhttps://idus.us.es/handle/11441/>
- Fabbri, M. S. (1998). Obtenido de <http://institutocienciashumanas.com/wp-content/uploads/2020/03/Las-t%C3%A9cnicas-de-investigaci%C3%B3n.pdf>
- Garcia, N. F. (2017). *Fake news: una oportunidad para la alfabetización mediática*. San pablo : REVISTA BRASILEIRA.
- Gómez, R., Flores, G., & Jimenez, G. (1999). *Metodología de la investigación cualitativa*. Málaga: Aljibe.
- Gómez-Luna, E., Fernando-Navas, D., Aponte-Mayor, G., & Betancourt-Buitrago, L. A. (2014). *Metodología para la revisión bibliográfica y la gestión de información de temas científicos, a través de su estructuración y sistematización*. Medellín: DYNA.
- Guallar, J. (2015). *"Curación de contenidos en los medios digitales"*. Pontevedra.

- Hernández Sampieri R, F. C. (1996). *Metodología de la investigación*. México: McGraw-Hill.
- Hyman, H. (1995). *Diseño y análisis de las encuestas sociales*. Buenos Aires: Amorrortu Editores.
- LANCASTER, F. (1995). *La publicació electrònica en xarxa dels resultats de la recerca acadèmica*. Barcelona: Escola Universitària J. Rubió i Balaguer.
- Maira Buss Thofehrn1, M. J. (2013). Obtenido de https://scielo.isciii.es/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1132-12962013000100016
- Martha, L. C., & Barrozos, G. J. (2006). *Comunicación digital: Un modelo basado en el Factor R-elacional*. Barcelona: Editorial UOC (Oberta UOC Publishing, SL.
- Martínez, J. M. (2010). Obtenido de https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/37102846/l_Etnografica_Trabajo-with-cover-page-v2.pdf?Expires=1656127661&Signature=W1JPN4ZOuGAPJz1HW87UCvNi-ap8xaP9uNq~mvetWDFe9Awya-WGkcuy3xMwqPWQfP4JyhK2rIV~f8L9jFgT2if9mNK41-sQWdfAGX6lVuspiD3fbV-2pfolQNhIYUFxvJFCDP
- Mónica Hinojosa Becerra, C. E. (2016). *Los inicios en el periodismo digital*. Editorial Académica Española.
- Morales, F. (2012). *Conozca 3 tipos de investigación: Descriptiva, Exploratoria y Explicativa*. Recuperado. vol. 11. .
- Morales, F. (2018). *Conozca 3 tipos de investigación: Descriptiva, Exploratoria y Explicativa*.
- Morin, E. (2000). *Introducción al pensamiento complejo*. Barcelona: Gedisa.
- Murillo, J. &. (2010). *Investigación etnográfica*. Madrid : UAM, 141 .

- Napoli, P. (2008). *Toward a model of audience evolution: new technologies and the transformation of media audiences*. Nueva York: Donald McGannon Communication Research Center.
- Napoli, P. (2011). *Audience evolution: new technologies and the transformation of media audiences*. Nueva York: Columbia University Press.
- Negroponte, N. (1995). *Being Digital*. New York: Alfred A. Knopf.
- Okuda, M., & Gómez, C. (2005). Obtenido de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=80628403009>
- Orihuela, J. L. (2003). El ciberperiodista, entre la autoridad y la interactividad. *Revista latinoamericana de comunicación Chasqui*, 12 - 16.
- Orozco Gómez, G. (2007). “Comunicación social y cambio tecnológico: un escenario de múltiples desordenamientos”. En: De Moraes, D. (ed.). *Sociedad mediatizada* (pp. 99-117). . Barcelona: Gedisa.
- Pérez, G. (2001). *Investigación Cualitativa. Retos e Interrogantes. Métodos*. Madrid: Murata.
- Picard, R. (2002). *The Economics and Financing of Media Companies*. Nueva York: Fordham University Press.
- Rivera, A. (2011). Obtenido de http://192.203.177.185/bitstream/handle/ibero/5616/RAAB_Cap_Lib_03.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Rockwell, E. (1980). Etnografía y teoría en la investigación educativa. *Revista Dialogando*, 29-45.
- Rodríguez, J. M. (2011). MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN CUALITATIVA. *Revista de la Corporación Internacional para el Desarrollo Educativo*, 11 .
- Romero-Rodriguez, L. M. (2019). Obtenido de https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/59184985/Capitulo_3_PEARSON20190509

-68159-vc2jfv-with-cover-page-
v2.pdf?Expires=1659505463&Signature=eBeKm5D0ftHJSpBCstR4zZvMQc8IkK
PbmDdh60g67PTcx5-VaJ8a0JOJF-FvAhqLTCaOVdRVfp1b-
iWl3k9dL~NCo1spVZV4ZX1BGi3CuTSXnAv1th0R2

Rubio, A. B. (2014). Obtenido de https://www.scielo.cl/scielo.php?pid=S0719-367X2014000100013&script=sci_arttext&tlng=pt

Ruedas, M. J., Nieves, F., & Ríos, M. (2009). Obtenido de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=35613218008>

Salaverría, R. (2005). *Redacción periodística en internet*. Pamplona: Eunsa.

Salaverría, R. (2019). Obtenido de <https://doi.org/10.3145/epi.2019.ene.01>

Salinas, P. (2012). *Metodología de la investigación científica*. Merida-Venezuela : Universidad de Los Andes.

Sánchez, D. A. (2007). Obtenido de <file:///Users/macbookpro/Downloads/Dialnet-ElPeriodismoDigitalUnaNuevaEtapaDelPeriodismoModer-5745894.pdf>

Sánchez, J. L. (2019). Obtenido de <file:///Users/macbookpro/Downloads/Dialnet-InnovacionPeriodisticaYSociedadDigital-7124975.pdf>

Serrano Angulo, J. (2010). *Sobre la población y muestra en investigaciones empíricas*. Obtenido de Aula Magna 2.0.: <https://cuedespyd.hypotheses.org/2353>

Tinto, J. (2013). Obtenido de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=55530465007>

Tinto, J. (2013). Obtenido de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=55530465007>

Toledo, M. e. (2016). *Población y Muestra*. Mexico: Universidad Autónoma del Estado de México .

Torre, L. D. (2005). Obtenido de https://repositorioinstitucional.ceu.es/bitstream/10637/5969/1/N%c2%baIII_pp173_185.pdf

Toscano, G. T. (2009). Obtenido de https://colombofrances.edu.co/wp-content/uploads/2013/07/libro_reflexiones_latinoamericanas_sobre_investigacion_cu.pdf#page=48

Velasco, H. &. (1997). *La lógica de la investigación etnográfica*. Madrid : Trotta .

VILLALÓN PANZANO, J., & AGUILLO CAÑO, I. .. (1998). “*Revistas electrónicas en ciencias sociales y humanidades*”. En: Revista Española de Documentación Científica.

WUSTEMAN, J., & BROWN, H. (1996). “*Acrobat, Mosaic and Guide as Vehicles for Electronic Journals*”. En: Digital Media and Electronic Publishing.

Zoraida Landeta Bejarano, V. S. (2020). Obtenido de <file:///Users/macbookpro/Downloads/Dialnet-RedesSocialesYPeriodismoCiudadano-7372781.pdf>

Anexos



Universidad
Católica
de Cuenca

**AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN EN EL
REPOSITORIO INSTITUCIONAL**

Pedro José Coronel Crespo portador(a) de la cédula de ciudadanía N° **0105501589**. En calidad de autor/a y titular de los derechos patrimoniales del trabajo de titulación "ANÁLISIS DE LA TEMÁTICA INFORMATIVA EN TRES MEDIOS DIGITALES DE CUENCA" de conformidad a lo establecido en el artículo 114 Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación, reconozco a favor de la Universidad Católica de Cuenca una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra, con fines estrictamente académicos y no comerciales. Autorizo además a la Universidad Católica de Cuenca, para que realice la publicación de éste trabajo de titulación en el Repositorio Institucional de conformidad a lo dispuesto en el artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Cuenca, 13 de marzo de 2024

F: 

Pedro José Coronel Crespo

C.I. 0105501589



Universidad
Católica
de Cuenca

AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN EN EL REPOSITORIO INSTITUCIONAL

Yo, **Juan Fernando Campoverde Loja**, portador(a) de la cédula de ciudadanía N° **0107587560**. En calidad de autor/a y titular de los derechos patrimoniales del trabajo de titulación **"Análisis de la temática informativa en tres medios digitales de Cuenca"** de conformidad a lo establecido en el artículo 114 Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación, reconozco a favor de la Universidad Católica de Cuenca una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra, con fines estrictamente académicos y no comerciales. Autorizo además a la Universidad Católica de Cuenca, para que realice la publicación de éste trabajo de titulación en el Repositorio Institucional de conformidad a lo dispuesto en el artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Cuenca, **14 de febrero de 2024**

F: 

Juan Fernando Campoverde Loja

C.I. 0107587560

GUÍA DE OBSERVACIÓN ANÁLISIS DE LA REPRESENTACIÓN DE LA MUJER EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN TELERAMA, ACADEMIA TV, RADIO CANELA.		
Medio/Programa.	Fecha/Links	OBSERVACION
Academia tv: Academia TV Noticias, el informativo al medio día, y Entre Nos (5 en Todo, Línea de Vida, Dame un Like), Informativo TV al Medio Día, Glocal e Informativo Academia TV Noticias.	- Academia tv noticias .06/12/2021 https://www.youtube.com/watch?v=gcZp4rPgHoo - informativo tv al medio día.06/12/2021 https://www.youtube.com/watch?v=5CvQi3gg4kE - Programa Entre Nos ,5 en todo, línea de vida, dame un like 06/12/2021 https://www.youtube.com/watch?v=nSNvHf1TUfQ - Informativo Academia tv noticias06/12/2021. https://www.youtube.com/watch?v=y5u00z-iCJs - Academia tv noticias07/12/2021 edicion estelar - Entre nos 07/12/2021 https://www.youtube.com/watch?v=sD3G-3hljJw - CONEXIÓN GLOCAL CONEXION GLOCAL - YouTube	En el caso de Academia TV, los noticieros de medio día y en la noche, la integración de la figura femenina si está. Se desarrollan como presentadoras, sin embargo, para entrevistas, o hablar de temas serios, siempre está un hombre para intervenir. Pero, en la emisión de la mañana, hay una gran diferencia entre los otros noticieros, pues, la presencia de la presentadora en las entrevistas, es mucho más equitativa. Lo curioso, es que, la mujer en cuestión, demuestra ser mayor a las otras prestadoras, y eso a veces puede demostrar que, entre más edad, más experiencia y por eso se le dan el lugar. Un dato curioso, en el Informativo a Medio Día, del 6 de diciembre del 2021, es que no hay el segmento de entrevistas, el cual maneja el presentador, lo que hace ruido es que, en vez de poner a su presentadora, hacer el segmento, solo lo quitan y no sale al aire. Entonces, después de lo mencionado, se puede sacar muchas conclusiones que dan la razón al porqué de este trabajo. Además de los noticieros, se estudió el programa entre nos; en donde se encuentran varios segmentos como: 5en Todo, Dame un Like y Línea de Vida. Este programa, es de variedades y las figuras principales son las mujeres. Que es un punto a favor, porque, hay representación femenina, pero, lo llamativo en este espacio es que no hay intervención de una figura masculina, como si pasa en los noticieros, o en el programa glocal. Entonces, según lo observado, puede ser porque son temas poco controversiales, o de gran importancia como en los programas ya mencionados. Teniendo en cuenta lo indicado, pongamos de ejemplo, el programa Noticias Glocal, en donde se puede ver que la presentadora es una mujer, y que se supondría que ella está a cargo del programa, pero, en la emisión del seis de diciembre, solo hablo 3 minutos con 52 segundos, comparado con el de su compañero, que llevó una entrevista en todo el programa, sin la intervención de su compañera.
Telerama: Esta es tu Casa, Telerama Noticias, y N-Boga	8/12/2022 9/12/2022 Lo vi en vivo en tele abierta.	En Telerama, la presencia femenina se encuentra en el programa de variedades de la mañana Esta es Tu Casa, y N'Boga. En el matinal, hay dos mujeres como presentadoras, lo que hace parecer llevan la batuta del programa, pero, si leen entre líneas, no es así, porque, para temas importantes, muchas veces está el presentador habitual, o integran algún presentador de otro programa para comentar. Así mismo, pasa en el programa N'Boga, la líder del programa es una mujer. Pero ocurre lo mismo son temas superficiales, o muy poco profundos, no se ve que su papel sea igual que la de un hombre.
Radio Canela del Azuay:	Radiacion Temprana – 08:00 a 11:00 – Radio Canela (canelaradio.com)	En el caso de Radio Canela se observó, en su programación para el Azuay, se observa entre su staff de

Con las Cobijas al Aire, Radiación Temprana, Happy Lunch y Vago con Suerte.	Programacion Azuay – Radio Canela (canelaradio.com) 10/2/2022 11/2/2022	locutores y Dj's, solo se encuentran dos mujeres en los programas con las cobijas al aire, y radiación temprana.
--	--	--

1. ¿Cree usted que la imagen de la mujer ha cambiado en los medios de comunicación, si es así cuéntenos cómo?
2. ¿Como ayudan los medios de comunicación a la normalización de la imagen real y no sexualizada de la mujer?
3. ¿cree que la inclusión que se ha dado en los últimos tiempos de la mujer en diferentes ámbitos de los medios de comunicación sea porque creen que las mujeres son capaces o debido a presión social de los últimos años por los diferentes movimientos?
4. ¿En cuento a creación de productos comunicacionales cree que se ha cambiado la manera en la que debe verse, actuar la mujer?
5. ¿Cree que la manera en la que se ha representado a la mujer en los medios a influido en cómo se percibe a la mujer?

Preguntas a mujeres que trabajan en los medios:

1. ¿Como se ha sentido trabajando en su medio de comunicación?
2. ¿Se ha sentido incomoda por alguna actitud del público o de su entorno de trabajo?
3. ¿piensa que la representación de la mujer ha cambiado en los medios o cree que sigue estancada como muchas cosas en nuestro país?
4. ¿Como mujer siente que la imagen que los medios muestran es la indicada?
5. ¿Qué cambios cree que se debería hacer en el mundo de la comunicación para que sea un mejor entorno para que las mujeres traben y se sientan cómoda?
6. ¿ Siente alguna diferencia en el trato de sus televidentes o de+ su entono laboral en relación a sus compañeros de trabajo?

ANÁLISIS DE LA TEMÁTICA INFORMATIVA EN TRES MEDIOS DIGITALES DE CUENCA

La presente pesquisa se enfoca en el análisis de la temática informativa de tres medios digitales de Cuenca. Objetivo, se utilizó la metodología

Las técnicas metodológicas permitió identificar la primaciia que tienen el tratamiento de la información de sucesos sobre los temas relacionados con salud, cultura, educación, entre otros. Se evidencia que la difusión de crónica roja genera una mayor moetización en relación a otro tipo de información, esto perjudica el conocimiento del resto de hechos sociales. Por ello, es indipensable el retornoa una agenda y planificación desde los medios para mejorar la contribució a la formación de la opinión pública