

Análisis de la calidad de los medios digitales de Cuenca, Ecuador: el caso de las manifestaciones de 2019

Analysis on the quality of the digital media in Cuenca, Ecuador: case of social demonstrations in 2019

Mateo Brito-Beltrán
Carrera de Comunicación
Universidad Politécnica Salesiana
Cuenca, Ecuador
mbritob@est.ups.edu.ec

Ángel Torres-Toukourmidis
Carrera de Comunicación y Grupo de Investigación
Gamelab-UPS
Universidad Politécnica Salesiana
Cuenca, Ecuador
atorrest@ups.edu.ec

RESUMEN

Prácticamente han transcurrido dos años desde los acontecimientos ocurridos durante el paro nacional de 2019, en tanto, la repercusión se puede organizar a través de las premisas de credibilidad, cobertura y novedad permitiendo así analizar esta situación de forma objetiva, logrando reconocer si en efecto, los medios en cuestión presentaban una visión de los hechos a través de la equidad, nivel de acceso a las fuentes, estilo, contenido y énfasis. A partir de allí se pretende revisar la calidad informativa de los medios digitales cuencanos de mayor relevancia durante las manifestaciones de octubre 2019 en Ecuador. El enfoque metodológico que rige esta investigación es deductivo-cuantitativo de alcance descriptivo, cuya herramienta es el análisis de contenido. Luego de aplicar 25 criterios sobre la calidad informativa a 354 noticias totales entre ambos diarios digitales, determinando que los criterios denominados equilibrio ideológico de los columnistas y promedio de fuentes por unidad informativa ejercieron un impacto significativo en la calidad de los diarios. Asimismo, se evidenciaron falencias en la coherencia de las fotografías con los textos, corrección lingüística y comprensibilidad. No obstante, también se demostró un claro interés por el periodismo de investigación dirigido a los flagelos sociales.

PALABRAS CLAVE

Prensa, Crisis, Análisis de contenido, Calidad informativa, Ecuador

ABSTRACT

Practically two years have passed since the events occurred during the national strike of 2019, therefore, the repercussion can be organized through the premises of credibility, coverage and novelty allowing to analyze this situation objectively, managing to recognize if in fact,

the media in question presented a vision of the facts through equity, level of access to sources, style, content and emphasis. From there, it is intended to review the informative quality of the most relevant digital media from Cuenca during the demonstrations of October 2019 in Ecuador. The methodological approach that governs this research is deductive-quantitative of descriptive scope, whose tool is content analysis. After applying the 25 criteria on news quality to 354 total news items between both digital newspapers, it was determined that the criteria called ideological balance of the columnists and average number of sources per news unit had a significant impact on the quality of the newspapers. Likewise, shortcomings were evidenced in the coherence of the photographs with the texts, linguistic correctness and comprehensibility. However, there was also a clear interest in investigative journalism aimed at social problems.

KEYWORDS

Press, Crisis, Content analysis, Information quality, Ecuador

1. Introducción

Las formas de ver la calidad de los medios de comunicación son sumamente variadas, según Fontcuberta (1999) uno de los ejes para medir la calidad de un medio es su nivel de interés por complacer a su público: “cualquier medio puede y debe tener un nivel de exigencia que lo lleve a construir sus contenidos de acuerdo con criterios basados en la respuesta adecuada a las necesidades informativas de su público” (p. 63). Tomando como base lo dicho por la autora se puede admitir que la creación de productos de calidad por parte de los medios es necesario que agregue lo que quiere decir por encima de lo que el público desee (Borges et al., 2021).

De hecho, para Gutiérrez-Coba (2006) la clave del análisis de la calidad de los medios de comunicación recae en tres ejes principales:

- La equidad informativa. Una noticia tiene que ser redactada teniendo en cuenta la mayor cantidad posible de puntos de vista para dar una información cercana a la realidad.
- El nivel de acceso a las fuentes. Dentro de este apartado es importante que el periodista tenga acceso a fuentes que haya confiables, sin embargo, el mismo deberá tener cuidado con diferenciar entre información y la opinión de la fuente.
- El proceso de creación: este apartado se encarga de analizar la manera en la que el periodista arma la noticia y la entrega al público.
- El estilo: la sección se enfoca principalmente en la estructura de la noticia.
 - El contenido: aquí se mide el conocimiento del periodismo sobre el tema de la noticia. Mismo que es más notable en el contexto.
 - El énfasis: este segmento busca analizar “al punto de vista principal que el periodista da al mensaje informativo” (pp. 47-51).

Con base en lo escrito se puede deducir que, para esta autora, la calidad de un medio de comunicación está en proporcionar al público información verídica, equitativa y única. Este modo de pensar apoya directamente a Fontcuberta (1999), pues ambas consideran que un buen medio de comunicación tiene que crear su propia identidad y serle fiel a la misma.

Romero-Rodríguez (2014) considera que la calidad de los medios disminuye cuando los mismos no son capaces de entregar información cercana a la realidad; la causa más relevante es la agenda desinformativa de los medios, pues alteran o cambian la información para que les sirva a ellos o a sus empresas.

Otro aspecto que tocan tanto Romero-Rodríguez (2014) como Fontcuberta (1999) es que está bien trabajar para conseguir dinero, pero cuando un medio se enfoca meramente en vender la calidad de la información suele ser baja. Ambos autores sostienen que los medios priorizan el chisme por sobre la verdad, los acontecimientos llamativos por sobre los útiles, las noticias controversiales por sobre las verídicas. Parte integral de Romero-Rodríguez et al. (2016) es que el afán de que más personas consuman los medios hace que los directivos se cieguen y produzcan el equivalente comunicativo a comida chatarra, analogía utilizada por ambos autores, pues es rica y satisface al público, pero le hace un daño a largo plazo. Esta idea es sustentada por Casas-Pérez (2011) refiriéndose al caso de los medios y ciber medios mexicanos: “Las informaciones noticiosas, anteriormente censuradas por el gobierno, dejaron sentir un tinte de amarillismo en sus coberturas, especialmente en los medios electrónicos, a fin de garantizar la audiencia” (p.7).

Es en este punto donde se considera necesario que se mencione sobre el papel del público dentro de la calidad de los medios. Dentro de las variadas visiones: Gutiérrez-Coba (2006) no lo menciona como un factor decisivo, Fontcuberta (1999) lo señala como posibles responsables de la calidad de los medios, mientras que Romero-Rodríguez (2014) señala al público como un claro cómplice para el bajón de calidad que sufren muchos de ellos. Para Romero-Rodríguez (2014) razonamiento es que en esta época las personas piden abiertamente contenidos más llamativos y menos extensos.

Por otra parte, Casero-Ripollés (2002) evidencia en su tesis que las ventas, calidad e importancia de los medios elitistas está aumentando gracias al mismo fenómeno que se critica en otros artículos, el auge de la prensa popular. Una parte de la investigación de este autor explica que existen diarios populares que son gratuitos, así que las personas que antes pagaban por leer diarios populares ahora se están arrimando a los diarios más confiables. El autor sugiere que, si bien muchas personas se dejan llevar por la vistosidad de los medios más llamativos, todavía existe un porcentaje de las personas que valora la calidad sobre el entretenimiento. Los medios de comunicación digitales son los nuevos encargados de llevar información imprescindible hasta los hogares de las personas, estos medios tienen una labor importante dentro de la sociedad como lo especifica Rodrigo-Mendizábal (2012) “han construido imágenes e imaginarios sobre la realidad, situación que probablemente afianzó o debilitó su credibilidad, fundamento de toda opinión pública” (p. 54).

2. Calidad informativa en medios digitales

Desde la creación de los medios digitales, parte importante de los metamedios, pasaron de ser una novedad pasajera a un pilar más de la sociedad, teniendo una importancia capital en esta como deja entrever Campos-Freire et al. (2016): “Los medios tradicionales, los metamedios y las redes digitales conforman la arquitectura de la sociedad de la comunicación a través de la que se relacionan millones de ciudadanos, organizaciones y otros actores sociales” (p.451).

Para Ufarte Ruiz (2012) la situación es muy complicada, pues las nuevas herramientas que facilitan la creación del periodismo digital son las que empeoran la calidad de los medios tradicionales y de los digitales, haciendo que gran parte de ellos tomen posturas conformistas o sensacionalistas por la falta de dinero. Dentro de este contexto, se considera que calidad es la capacidad de darle a las personas información lo más imparcial posible, sin tener que recurrir a trucos. Gómez Diago (2005) tiene otro punto de vista respecto a la forma en la que se analiza la calidad de informativa de un medio del internet, el mismo consiste en que las bases de la calidad son:

- Credibilidad. Según Ortiz-Leiva et al. (2002) se trata de “ el asunto de fondo se centra en la capacidad que tenga ese periodismo de tener la certeza o el conocimiento certero de determinado asunto cuya información hará finalmente que dicho proceso ocurra” (p.13) Por lo que la credibilidad es la encargada de producir en el público la certeza de que lo que escuchan es una aproximación bienintencionada de la realidad.
- Cobertura. Este apartado explica que mientras más grande sea la capacidad del medio de obtener la información, más noticias obtendrá y será mejor. Dentro de este ambiente los medios digitales tienen una gran ventaja.
- Novedad. Parte esencial de las noticias consiste en que las mismas hayan ocurrido hace poco tiempo para que la audiencia pueda reaccionar oportunamente a las mismas. La oportunidad de las mismas se hace patente en el artículo de Monfort Sánchez (2013): “También es cierto que las propias ediciones digitales, tanto de los periódicos como de los medios audiovisuales, se han convertido en competidores directos de las agencias de noticias, ya que publican las noticias incluso con más rapidez.” (p 270)

La calidad informativa de los medios de comunicación es un campo que se debe analizar en base a la capacidad del medio de aislar su propia opinión y presentar la información al público de la forma más rápida y confiable (Romero-Rodríguez et al., 2018). Al integrar el factor digital la disponibilidad de los datos aumenta, sin embargo, las exigencias de novedad e inmediatez aumentan con él.

3. Calidad informativa en medios tradicionales y digitales de Ecuador

Según Herrera Damas (2006) la calidad informativa en medios tradicionales de Latinoamérica es ineficiente debido a varios errores por parte de los periodistas y del público. Los errores que más han sido denunciados dentro de la investigación antes mencionada son “los relativos a cuestiones económicas junto a la excesiva concentración de medios, el alejamiento de los medios respecto a sus funciones tradicionales, la falta de respeto a los principios éticos, la falta de pluralismo, su poca disposición a la autocritica” (p. 3)

Ecuador es un país con un contexto mediático particular, de hecho, Punín-Larrea et al. (2014) consideran que los medios ecuatorianos surgieron teniendo como única razón promover a las empresas privadas. Durante la época que comprendía entre los años 1972 y 2008 el control de los medios de comunicación se alternaba en el dominio del Gobierno y el de las empresas privadas. Hoy en día Ecuador es un país que cuenta con una credibilidad en los medios relativamente baja, gracias a numerosas declaraciones negativas en su contra por parte de autoridades como lo afirma Punín-Larrea et al. (2014) “La antigua propiedad de medios por parte de banqueros quebrados hizo que la sociedad deje de confiar en los periodistas y sus empresas. Esto se ha agudizado desde el 2007, por los constantes ataques a la legitimidad de la prensa por parte del presidente de República, Rafael Correa” (p. 33).

Las investigaciones que se mencionaron anteriormente son una referencia para definir la calidad de los medios de comunicación y sus principales problemas, sin embargo, para solucionar ese problema Rivera Costales (2013) ofrece una base de datos que revela información sobre la cantidad y tipo de los medios digitales del país. De la misma, se puede entender que en el 2013 el Ecuador poseía 34 medios nativos digitales. Complementariamente, Michay y Rogel (2012) aportan datos centrados en la naturaleza de los medios, tal es el caso de la cantidad de medios que pertenecen a sociedades anónimas, compañías limitadas o personas naturales.

Gran parte de la información obtenida es de años anteriores a la investigación actual, por lo que es una oportunidad invaluable para contrastar, al menos de forma superficial, el cambio que sufrió la percepción de la gente con los medios digitales en estos años. Se considera importante para esta investigación mostrar la forma en que las personas le han dado un papel cada vez más importante a los medios digitales, pues gracias a este fenómeno los medios tradicionales perdieron una gran cantidad de fuerza.

Odriozola-Chéné et al. (2016) presentan un artículo en el que se intentaba objetivar la calidad de los medios digitales ecuatorianos. La metodología del mismo se aleja de las convenciones propuestas por autores como Gutiérrez-Coba (2006), al prestarle atención a las consecuencias de los medios digitales y no enfocarse en las causas. Pese a ello, el punto de Gutiérrez-Coba es más sólido, y tiene bases más prominentes al estar respaldado por autores como Rodrigo-Mendizábal (2012) y tocar temas elementales como la novedad.

La información obtenida con anterioridad permite que esta investigación tenga un contexto sólido sobre el cual interpretar, un conjunto de métodos afines que pueden ser tomados como referencia y unos datos concretos con los cuales trabajar. En definitiva, esta investigación es innovadora debido a que analiza a medios emergentes dentro de un contexto que ha sido importante para la forma en la que los cuencanos entienden a los medios de comunicación.

4. Método

En este caso se determinó que el objetivo general de este proyecto es analizar la calidad informativa de los medios digitales cuencanos durante las manifestaciones de octubre 2019 en Ecuador. De allí derivaron los siguientes objetivos específicos: 1. Analizar la calidad informativa digital de *El Tiempo* durante las manifestaciones de octubre 2019; 2. Analizar la calidad informativa digital de *El Mercurio* durante las manifestaciones de octubre 2019; y 3. Realizar una comparativa de calidad del producto final realizado por medios digitales cuencanos durante las manifestaciones en octubre de 2019.

El enfoque de esta investigación es de tipo deductivo-cuantitativo, Abreu y Badii (2007) afirma que este método “permite determinar las características de una realidad particular que se estudia por derivación o resultado de los atributos o enunciados contenidos en proposiciones o leyes científicas de carácter general formuladas con anterioridad” (p. 200) La cual se adapta de manera orgánica a este trabajo, pues busca entender la calidad de los medios con base en los indicadores provenientes de sus artículos. Complementariamente, también se denota cuantitativo ya que Martínez Miguélez (2001) afirma que este método es útil para recolectar datos y se puede aplicar en cualquier campo, este es el caso de este artículo, puesto que en el mismo se busca entender la calidad del medio y nada más del mismo.

El diseño elegido para esta investigación es un análisis de contenido, López Noguero (2002) expresa que en “esta técnica no es el estilo del texto lo que se pretende analizar, sino las ideas expresadas en él, siendo el significado de las palabras, temas o frases lo que intenta cuantificarse”(p.173), entonces se considera que la mejor manera de entender el papel que los medios digitales han adquirido a partir de las manifestaciones de octubre 2019 es interactuando de primera mano con los objetos que provocaron el cambio y por lo tanto con sus significados. Esta metodología posee varias ventajas que son indispensables para un desarrollo óptimo de esta investigación, tal es el caso de un grado mínimo de intervención por parte de personas, y por lo tanto de subjetividad, una interacción directa con el objeto de estudio y la posibilidad de comprender el origen del problema con los medios.

5. Herramientas y técnicas de análisis de datos

La herramienta elegida para esta investigación es la observación participante, puesto que, si la finalidad de este trabajo es únicamente comprender la naturaleza del evento enfocada en los medios digitales y no en cambiar la opinión de las personas, por lo que una intervención directa sería innecesaria. Por otra parte, Kawulich (2005) sugiere que una parte esencial en el uso de esta metodología es saber:

- Los tipos de preguntas que están guiando el estudio: el tipo de preguntas que guían este trabajo consiste en indicadores que validan la utilidad del contenido para transmitir de forma eficiente una información.

- El sitio en estudio: el sitio de estudio es la ciudad de Cuenca-Ecuador.
 - Disponibilidad de oportunidades en el sitio para la observación: acceso libre a la información que va a utilizarse en este estudio.
 - La representatividad de los participantes de la población en ese sitio: la representatividad del objeto de estudio es coherente, puesto que se pretende analizar todos los medios oficiales registrados en Cuenca.
 - Las estrategias utilizadas para almacenar y analizar los datos: se empleará el almacenamiento digital de los informativos de parte de los medios (p. 6).
20. Media de pseudoinformaciones: cantidad de informaciones poco fiables presentes en cada edición de la revista.
 21. Media de noticias de subáreas geográficas: cantidad de noticias procedente de lugares con poca relevancia social.
 22. Diversidad geográfica de columnistas: que las personas que escriban dentro de la revista o diario sean procedentes de distintos lugares del país.
 23. Equilibrio ideológico de los columnistas: diversidad de personas con distintas ideologías que operan dentro del medio.
 24. Proceso de selección de columnistas: nivel de exigencia que proponen los dirigentes para aceptar a los columnistas dentro de su medio.
 25. Proceso de selección de articulistas: nivel de exigencia que proponen los dirigentes para aceptar a los encargados de los artículos dentro de su medio.
 26. Proceso de selección de cartas al director: Método de selección de las cartas enviadas al medio que se tomarán en consideración para ser publicadas.
 27. Proceso de selección de informaciones de primera página: procesos por lo cuales el medio elige la información para la primera página
 28. Calidad de elementos básicos de la información: Nivel de confianza que tienen los elementos básicos de la información del artículo.
 29. Corrección lingüística y comprensibilidad: uso eficiente del lenguaje para transmitir el mensaje al público, sin condiciones.
 30. Indicadores estadísticos: cantidad de datos numéricos confiables presentes en la revista.
 31. Coherencia de las fotografías: si es que las fotografías tienen relación con el texto de la noticia.

Considerando la naturaleza de esta investigación, se ha optado por utilizar los criterios de análisis propuestos por Romero-Rodríguez et al (2016), en el cual se plantean 31 indicadores para valorar la calidad de los medios digitales de comunicación respecto al ámbito de contenido informativo y producto final, lo que va a permitir describir la cualidad de los medios cuencanos. Los 31 indicadores son los siguientes:

1. Procedimiento para la defensa del lector: la presencia de un espacio o método que permita al lector protestar cuando necesite algo del medio.
2. Media de información nacional de agencias: cantidad de información producida por el medio respecto a asuntos nacionales.
3. Media de información internacional de agencias. Se refiere a la cantidad de información investigada por el medio respecto a temas internacionales.
4. Uso de fotografías propias: capacidad del medio para producir sus propias fotografías que respalde sus noticias.
5. Uso de fuentes corporativas: cantidad de fuentes provenientes de grupos empresariales.
6. Uso de fuentes primarias: uso eficiente de las fuentes más recurrentes de la revista.
7. Promedio de fuentes por unidad informativa: cantidad de fuentes por cada edición de la revista o diario.
8. Promedio de evidencias y variedad informativa: diversidad de fuentes de la información y las evidencias.
9. Promedio de fuentes identificadas: variedad de fuentes.
10. Créditos en fotografías: cantidad de fotografías que se adjudican a el autor de las mismas.
11. Créditos en las informaciones: cantidad de artículos que son adjudicados a sus redactores.
12. Créditos en información corporativa: cantidad de datos corporativos que son adjudicados a su creador.
13. Media de informaciones por edición: cantidad de información presente en cada edición de la revista o diario.
14. Media de periodismo de investigación: porcentaje de la revista dedicada a la investigación.
15. Media de opinión por edición: porcentaje de la revista dedicada a opinión.
16. Media de contenido educativo: porcentaje de la revista con contenido educativo.
17. Media de contenido de entretenimiento: porcentaje de la edición dedicada al entretenimiento.
18. Media de noticias duras por edición: cantidad de noticias principales presentes en cada edición
19. Media de información social por edición: cantidad de información que hable de la sociedad y sus problemas presente en la revista.

De los 31 criterios establecidos previamente se eliminaron los siguientes: 22, 24, 25, 26, 27 y 28; la razón es que el 22 consiste en juzgar la diversidad geográfica de los columnistas, sin embargo, esta información no se puede conseguir mediante el análisis de contenido y en este caso implicaría el uso de métodos ajenos a los propuestos. En cuanto a los criterios correspondientes a los enumerados: 24, 25, 26, 27 y 28 no son posibles debido a que necesariamente se tendría que investigar el proceso de selección de los medios. Manteniendo un total de 25 criterios de calidad informativa en medios digitales.

6. Procedimiento

Los diarios sobre los que se aplicó los criterios de calidad informativa provienen de la información proporcionada por la base de datos de la página web del Ministerio de Transporte y Obras Públicas¹, en el que se detallan los medios digitales que existen dentro del país, de los cuales se ha decidido tomar en cuenta aquellos cuyo lugar corresponde a Cuenca. Se considera necesario aclarar que se revisaron los artículos pertenecientes a los días en los que se llevaron a cabo las manifestaciones, los diarios son:

- Diario *El Tiempo*: Con 195 artículos.
- Diario *El Mercurio*: Con 159 artículos.
- Diario *La Tarde*: Por circunstancias ajenas a su control este diario cerró el 30 de junio del 2020, dejando una hemeroteca donde no se

¹ <https://www.obraspublicas.gob.ec/monitoreo-de-medios-digitales-comunicacion-social-mtop/>

encuentran artículos de varios meses incluyendo agosto, septiembre y octubre del 2019.

- *El Morlaco Digital*: Este diario desapareció por causas desconocidas.

Para el análisis se eligieron dos de los cuatro diarios que Ministerio de Transporte y Obras Públicas tenía registrados, la razón es que tales medios cerraron recientemente y se llevaron la información que requerida para esta investigación con ellos. Los dos diarios que quedaron fueron *El Tiempo* y *El Mercurio* con 195 y 159 artículos cada uno. Para este análisis se recogieron todos los artículos que mencionaban de forma directa al paro nacional y que hayan sido publicados entre el 1 al 15 de octubre del 2019, siendo el 13 de octubre el punto de inflexión de los acontecimientos, dado que se estableció una mesa de diálogo reuniéndose el presidente Lenín Moreno con el Movimiento Indígena, pero se toman en cuenta dos días después de la reunión debido a que el 15 de octubre se logra finalmente un acuerdo entre ambas partes. Tales datos fueron extraídos en un documento Excel y sistematizados a través del software Atlas.ti v. 8.4 tomando en cuenta los indicadores sobre calidad informativa de los medios digitales expuestos *ut supra*, los cuales sirvieron como criterios de análisis para determinar la calidad de los medios digitales cuencanos de cara a una comparativa entre ambos.

7. Resultados

Luego de aplicar los 25 criterios sobre la calidad informativa a 354 noticias relacionadas con el paro nacional de octubre del 2019 en los dos diarios más importantes de Cuenca se presentan los resultados que tuvieron mayor reiteración, además de los que fueron prácticamente omitidos por los medios ya mencionados.

7.1 Calidad informativa de *El Tiempo* durante las manifestaciones de octubre 2019

El apartado correspondiente al “uso de fuentes primarias” (N.º 6) se entiende que un 98% de las fuentes corresponden a *El Tiempo*, mientras que el 2% tiene como fuente al diario *El Telégrafo*, mismo que pertenece al mismo propietario que *El Tiempo*, no obstante, al ser una entidad separada se considera como una fuente externa.

Dentro del apartado “procedimiento para la defensa del lector” (N.º 1) esta investigación determinó que *El Tiempo* no tiene un espacio para que el lector escriba su opinión, no obstante, posee un apartado que nos conduce directamente a su WhatsApp, por lo que para este apartado se considera que un 0% de artículos cumplieron este criterio al no tener un espacio específico para este apartado al contrario de *El Mercurio*. Por otro lado, en el apartado “media de información nacional de agencias” (N.º 2) se concluyó que de las 195 noticias analizadas en este medio ninguna pertenece a una agencia nacional.

En el apartado “media de información social por edición” (N.º 19), la cantidad de información que posee este medio es de 101 artículos en total. De la información provista por el medio un 98% de ella no es pseudoinformación (N.º 20), dado que la información restante no tiene fuentes confiables. Además, según el apartado equilibrio ideológico de los columnistas es de un 100%, dado que ninguna noticia presenta una afinidad clara hacia ningún bando.

En lo que a “promedio de evidencias y variedad informativa” se refiere (N.º 8), se ha determinado que un 97% son de investigación, un 1% de opinión (N.º 15) bajo los parámetros antes mencionados, un 0% son del tipo educativo (N.º 16) y un 2% son de entretenimiento (N.º 17). En el

criterio de “media de noticias duras por edición” (N.º 18), de estas 195 noticias 190 son duras, sin embargo, dado que las mismas se definen como las noticias más relevantes de cada edición y están en las primeras páginas de los diarios y en los titulares de la TV, el formato de repositorio de un diario digital es sumamente complicado entender cuáles de las noticias alcanzaron este rango por lo que hemos determinado que las únicas que no son relevantes son las que ocupan el puesto de opinión o entretenimiento.

En el apartado correspondiente al “uso de fuentes corporativas” (N.º 5) un 98% de las fuentes corresponden al diario *El Tiempo* dado que nunca se adjudicó la información a ninguna persona en particular, lo que implica que el crédito de esos artículos le corresponde al medio. El 2% faltante le corresponde al diario *El Telégrafo*.

Dentro del apartado de “promedio de evidencias y variedad informativa” (N.º 8) se encontró que existen 99 noticias con contenido social, 13 con contenido económico, cuatro con contenido deportivo y 90 cuya información se limita a un solo enfoque, siendo este inherente a la noticia y el medio no aporta ninguna otra perspectiva respecto a esa primicia. Tal es el caso de la noticia “Atención especial para pacientes del IEES por manifestaciones” en el apartado social, “El Gobierno libera precio de gasolinas y anuncia que el IVA se mantiene en el 12%” en el apartado económico, “Ecuador se entrena en medio de manifestaciones para amistoso entre Argentina” en el apartado deportivo y “Incertidumbre en el país por el alcance de las reformas económicas del Gobierno” en la sección que se limita a un solo enfoque.

En el “promedio de fuentes por unidad informativa” (N.º 7) se observa que de las 195 noticias la información de 132 tiene como fuente al Gobierno, 24 a entrevistas que se realizaron a personas particulares, 9 a la CONAIE (Confederación de Nacionalidades Indígenas del Ecuador), ocho a la EMOV (Empresa Municipal de Obras Vialias de Cuenca, Ecuador), ocho al ECU 911, 8 a la Cámara de Transporte, ocho a EMAC (Empresa pública municipal de aseo de Cuenca), siete responden a fuentes que se han repetido muy pocas veces como para ser relevantes, entre las cuales están algunas empresas particulares. Además, en muchas de las noticias se han empleado más de una fuente.

En el criterio “créditos en fotografías” (N.º 10) en este medio un 100% de las noticias no fueron hechos por el autor de la fotografía, pues la mayoría de las notas emplean como fuente a fotógrafos ajenos o no tienen puestos los nombres de quienes realizaron las notas.

En el criterio llamado “uso de fotografías propias” (N.º 4) un 66% de las imágenes no son del medio. Todas estas imágenes proceden de fuentes primarias como son fotos de cortesía, sacadas de redes sociales, dadas por empresas o tomadas por los empleados de este medio. Además, se ha inferido que un 33% de las fotos son propias de *El Tiempo* al proceder de archivo o de varios periodistas de este medio.

En este apartado se encuentran fotos provistas desde redes sociales, por otras personas o sencillamente no se especifica de donde proceden. Mientras que el 34% de las fotos son de archivo o de varios periodistas de este medio.

En el apartado de “créditos de fotografías” (N.º 10) es complicado saber si alguna de las fotografías fue realizada por los autores de los artículos, dado que no se citan los nombres de los articulistas y en la mayoría de los casos tampoco de los fotógrafos. En este caso lo más cercano que se puede llegar una respuesta sería la cifra del 66%, misma que es de fotografías que le corresponden a *El Tiempo*.

Las fotos de este medio son en su mayoría de origen ajeno a *El Tiempo* siendo un 67% procedente de otras fuentes. Por esto en el criterio “Uso de fotografías propias” (N.º 4). La “media de informaciones por edición” (N.º 13) corresponde a 13, siendo el día que más noticias tuvo el 7 de octubre con 29 noticias.

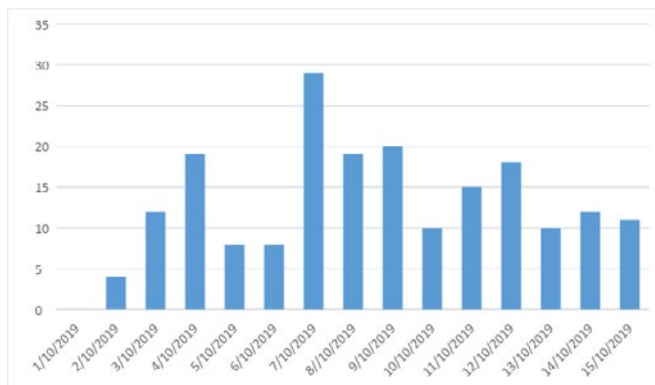


Figura 1. Media de informaciones por edición diario *El Tiempo*. Cuadro realizado por el autor.

Respecto a la totalidad de la información obtenida, 109 noticias provienen del Azuay, 75 del Ecuador en general, 10 del Pichincha y 1 del Cotopaxi. Por otra parte, sólo un 2% de ellas posee algún error que dificulta su comprensión.

El apartado cuyo nombre es “media de información internacional de agencias” (N.º 3), se dedujo que no existía ninguna noticia con una agencia internacional como fuente, en otras palabras, existen 195 noticias que no cumplen este criterio.

La cantidad de noticias que posee indicadores estadísticos gracias a la sección (N.º 30) es de 32, mientras que los 163 restantes no los poseen debido a que emplean principalmente las entrevistas o declaraciones del Gobierno como fuente, además de su modo tan sintético de escribir las noticias.

En “créditos de las informaciones” (N.º 11) existe un 0% de las mismas adjudicadas a una persona en particular y un 100% adjudicadas a empresas como *El Tiempo* y *El Telégrafo*. Por otra parte, en “Créditos en información corporativa” (N.º 12) no se nombra a ningún redactor por lo que es imposible discernir si alguna de ellas le nombra al redactor como parte del medio.

Los cinco criterios más repetidos en este diario son “procedimiento para la defensa del lector” (N.º 1), “uso de fuentes primarias” (N.º 6), “media de periodismo de investigación” (N.º 14), “corrección lingüística y comprensibilidad” (N.º 29) y “equilibrio ideológico de los columnistas” (N.º 23).

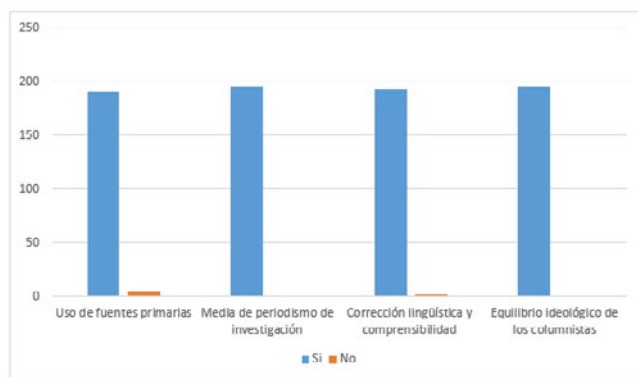


Figura 2. Criterios más repetidos en el diario *El Tiempo*. Cuadro realizado por el autor.

Los cinco criterios menos repetidos en este diario son: “créditos en fotografías” (N.º 10), “créditos en las informaciones” (N.º 11), “créditos en información corporativa” (N.º 12), “media de contenido educativo” (N.º 16) y “Procedimiento para la defensa del lector” (N.º 1).

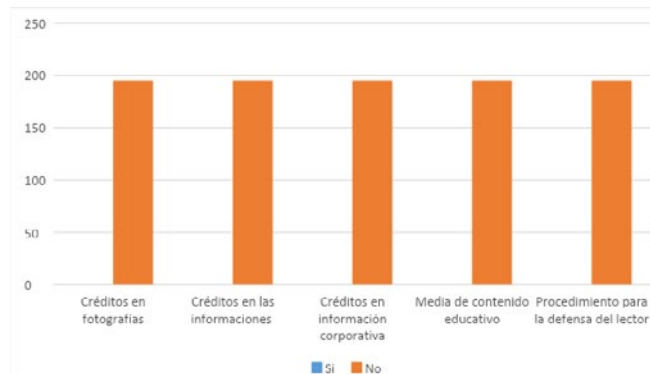


Figura 3. Criterios menos repetidos en el diario *El Tiempo*. Cuadro realizado por el autor.

7.2 Calidad informativa de *El Mercurio* durante las manifestaciones de octubre 2019

Dentro de esta investigación se pudo entender que en el criterio denominado “procedimiento para la defensa del lector” (N.º 1) posee un espacio específico para enviar comentarios o para argumentar en contra del artículo, por lo que un 100% de los artículos cumplen con esta sección. Por otra parte, en la sección “media de información nacional de agencias” (N.º 2) se ha concluido que ninguna información pertenece a esta categoría ya que la información que toma de agencias es de una internacional y en “media de información internacional de agencias” (N.º 3) los resultados apuntan a que de las 159 noticias 89 provienen de la agencia internacional EFE, misma que les ha provisto de gran parte de las noticias ajenas a Cuenca.

En la sección “equilibrio ideológico de los columnistas” (N.º 12) un 99% de ella tiene un equilibrio ideológico detrás, pues evita dar favoritismos a algunas de las partes, la única excepción a esto es un artículo en que se describió a una de las partes con adjetivos negativos.

La “media de información social por edición” (N.º 19) que posee este medio bajo los parámetros antes mencionados es de 97 artículos en total. Por otra parte, en la sección “corrección lingüística y comprensibilidad” (N.º 29) un 97% de ellas no tenía algún tipo de error ortográfico o semántico que dificultaba la comprensión del artículo.

En el criterio “media de pseudoinformaciones” (N.º 20) un 95% de ella es clara, mientras que un 5% es pseudoinformación ya que no posee una fuente definida. En los mismos se puede observar cómo se emplea un lenguaje impersonal y, pese a que quede implícito que en algunos de ellos la fuente es de experiencia del medio, no nombra a nadie que se haga responsable de la información.

Se ha encontrado que en el criterio “media de periodismo de investigación” (N.º 14) un 90% son de esta categoría. En la sección “uso de fuentes primarias” (N.º 6) de la información solo un 44% proviene del medio, el resto el provisto por la agencia EFE.

En cuanto a la sección “uso de fotografías propias” (N.º 4), se ha encontrado que un 84% de ellas son de procedencia ajena al medio, como es el caso de las fotos sacadas de Facebook, Twitter, de fuentes gubernamentales y de otras personas que donaron esas imágenes al medio, mientras que las restantes fueron tomadas por personas de *El Mercurio*. Por su parte, “créditos en información corporativa” (N.º 12) se ha descubierto que, 70 provienen de corporaciones como EFE. Además, la “cantidad de noticias con indicadores estadísticos” (N.º 30) es de 46, mientras que 113 no los tenían debido a que muchas de las notas se respaldaban con entrevistas o declaraciones del Gobierno.

En la sección “promedio de fuentes por unidad informativa” (N.º 7), 86 noticias tienen al Gobierno como fuente, 46 tienen como fuente una entrevista, 22 a la CONAIE (Confederación de Nacionalidades Indígenas del Ecuador), cinco a la ONU, tres a la iglesia, tres a la empresa Austrogas, 3 a Etapa, 45 a diversas fuentes cuya cantidad de repetición es tan mínima que se consideró innecesario mencionarlas y 8 sin fuente. Por otro lado, el apartado “promedio de evidencias y variedad informativa” (N.º 8) tiene los siguientes enfoques aportados por el medio, 100 de las noticias tienen un enfoque social, 17 tienen un enfoque económico, siete tiene un enfoque deportivo y 44 noticias carece de un enfoque ajeno al propio de la noticia.

En “créditos en las informaciones” (N.º 11), en este diario se pusieron los alias de las personas que escribieron las notas, según lo investigado ARO escribió 49 noticias, HGV escribió 26, CMV 18, BLL 14, AVB 13, CSM 10, Andrés Vladimir Mazza 8, AZD 7 Bolívar Pérez 6, JMB 4 y BSG 2. De estas redacciones ninguna les acredita directamente como redactores del diario *El Mercurio*. La “media de informaciones por edición” (N.º 13) corresponde a 10,6, el día que más noticias tuvo es el 8 de octubre con 26 noticias.

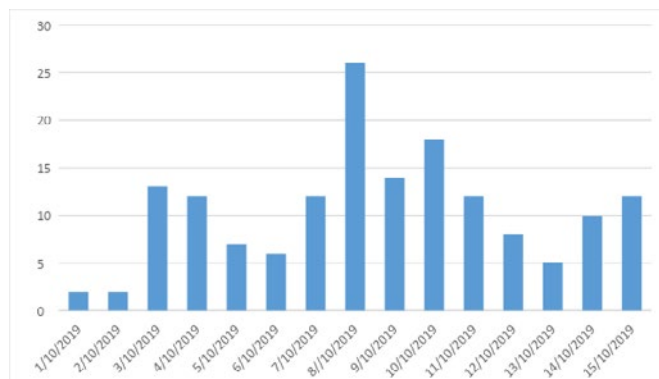


Figura 4. Media de informaciones por edición diario *El Mercurio*. Cuadro realizado por el autor.

En la “media de opinión por edición” (N.º 15) representa un 9% bajo los parámetros antes mencionados, en “media de contenido educativo” (N.º 16) un 0% corresponde a este apartado y en “media de contenido de entretenimiento” (N.º 17) un 5% es corresponde a esta sección. De estas 159 noticias 156 son duras, dado que muchas de ellas fueron informan vital para el medio en su día, sin embargo, ninguna fue parte de la portada por el formato.

En “media de noticias de subáreas geográficas” (N.º 21) todos los datos que se han obtenido de estas noticias hacen alusión a varios lugares del país pues un total de 70 de ellas se referían a la

provincia de Azuay, 12 a Pichincha, 6 a Cañar, 1 a Pastaza y 64 al Ecuador en general.

En el indicador “créditos en fotografías” (N.º 10), 0% de las noticias fueron hechas por el autor de la fotografía, pues la mayoría de las notas emplean como fuente a fotógrafos ajenos o no tienen puestos los nombres de quienes realizaron las notas.

Considerando la información mencionada, los cinco criterios más repetidos en este diario son: “procedimiento para la defensa del lector” (N.º 1), “media de periodismo de investigación” (N.º 14), “media de noticias duras por edición” (N.º 18), “media de pseudoinformaciones” (N.º 20) y “equilibrio ideológico de los columnistas” (N.º 23).

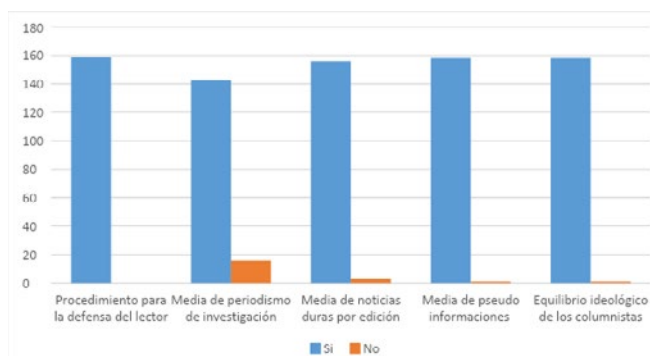


Figura 5. Criterios más repetidos en el diario *El Mercurio*. Cuadro realizado por el autor.

Considerando la información mencionada los 5 criterios menos repetidos en este diario son: “Uso de fotografías propias” (N.º 4), “Media de contenido educativo” (N.º 16), “Créditos en información corporativa” (N.º 12), “Media de opinión por edición” (N.º 15), “Media de contenido de entretenimiento” (N.º 17).

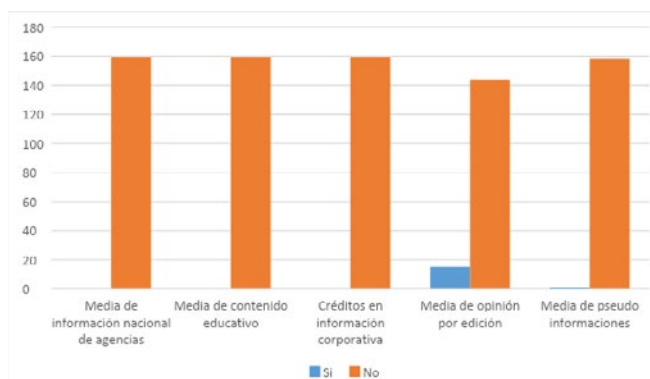


Figura 6. Criterios menos repetidos en el diario *El Mercurio*. Cuadro realizado por el autor.

7.3 Comparativa de calidad informativa entre los diarios *El Tiempo* y *El Mercurio*

Analizando todos los datos reunidos sobre las manifestaciones de 2019 se puede deducir las siguientes diferencias respecto a la calidad:

El diario *El Mercurio* posee mayor cantidad de errores ortográficos, siendo un 3% en contra a un 1% de *El Tiempo*.

- Los artículos de *El Mercurio* poseen una menor cantidad de fotografías propias con solo un 15% frente al 33,33% de *El Tiempo*.
- *El Mercurio* tiene una mayor variedad informativa, pues mientras la información por parte del Gobierno en *El Mercurio* representaba un 54%, en *El Tiempo* representaba un 68%.
- También *El Mercurio* tiene una menor cantidad de información relacionada al Azuay, siendo esta un 44% de *El Mercurio* contra un 56% de *El Tiempo*. Lo que implica que *El Mercurio* se encasilla menos en la provincia de la que viene.
- El diario *El Mercurio* posee una mayor cantidad de artículos cuyo énfasis está en la situación de las personas y menos en el Gobierno, eso se demuestra con el apartado “media de información social por edición” (N.º 19) de que tiene un 61% contrastando con el del otro diario que tiene un 51%.
- El porcentaje de indicadores estadísticos en *El Mercurio* es superior que al de *El Tiempo*, con un 29% frente a un 16% de *El Tiempo*.
- Un dato importante es que en *El Mercurio* sí se acreditan a los creadores de las notas, aunque sea solo con siglas, mientras que en *El Tiempo* no se dice nada al respecto.
- Una gran ventaja del diario *El Tiempo* es que la información por parte del mismo es breve y sintética, lo que compagina de buena forma con el formato elegido.
- En el diario *El Tiempo* se les llama a los fotógrafos trabajadores del diario *El Tiempo*.
- De igual manera se pudieron vislumbrar las siguientes coincidencias respecto a la calidad informativa de ambos diarios:
- En ambos casos la cantidad de artículos realizados por periodistas es de un 100%.
- En ninguno de los medios los redactores fueron las mismas personas que tomaron las fotos.
- Otra coincidencia es que en ningún caso se les adjudica a los redactores como parte del diario *El Tiempo*.
- En definitiva y contextualizando la calidad informativa digital respecto a los hechos acontecidos durante las manifestaciones de 2019, en ambos diarios se destaca: “Equilibrio ideológico de los columnistas” (N.º 23) mismo que es impecable, lo que llevó a las personas a asumir que el hecho de que los medios se abstuvieran de comentar cuestiones sobre el Gobierno; “Promedio de fuentes por unidad informativa” (N.º 7) la cantidad más pequeña de información por parte del Gobierno que tienen los medios es del 54% en *El Mercurio*, con una cantidad tan enorme de noticias es fácil que los manifestantes pensarán que los mismos están manipulados por el Gobierno. Asimismo, se aprecia que la mayoría de las noticias eran un conjunto de declaraciones y testimonios omitiendo información estadística, periodismo de investigación e información más allá de la presentada de manera pública.

8. Discusión y conclusiones

Entre el 1 y el 14 de octubre el Ecuador atravesó por una crisis social y política debido a la promulgación del Decreto 883, que eliminaba el subsidio a los combustibles. Muchas personas salieron a las calles a expresar su inconformidad trayendo consigo caos y destrucción de bienes patrimoniales, pero también manifestando desconfianza hacia los medios de comunicación. Casi un año después de estos acontecimientos e inmersos en una “tensa calma”, se evaluaron los medios digitales de Cuenca (Ecuador) según su calidad técnica, permitiendo así entrever las estrategias periodísticas para la exposición de los hechos.

El primer objetivo que plantea esta investigación fue analizar la calidad informativa digital de diario *El Tiempo* durante las manifestaciones de octubre 2019, mismo fue cumplido a cabalidad. El objetivo concluye que entre los aspectos que más se cumplieron son: “procedimiento para la defensa del lector” (N.º 1), “uso de fuentes primarias” (N.º 6), “media de periodismo de investigación” (N.º 14), “corrección lingüística y comprensibilidad” (N.º 29) y “equilibrio ideológico de los columnistas” (N.º 23). Por otro, los criterios que menos cumple son: “créditos en fotografías” (N.º 10), “créditos en las informaciones” (N.º 11), “créditos en información corporativa” (N.º 12), “media de contenido educativo” (N.º 16) y “Procedimiento para la defensa del lector” (N.º 1).

Por su parte, el segundo objetivo de esta investigación es analizar la calidad informativa digital de diario *El Mercurio* durante las manifestaciones de octubre 2019; también fue cumplido durante este estudio, demostrando importantes hallazgos reiterándose los siguientes criterios: “Procedimiento para la defensa del lector” (N.º 1), “Media de periodismo de investigación” (N.º 14), “Media de noticias duras por edición” (N.º 18), “Media de pseudoinformaciones” (N.º 20) y “Equilibrio ideológico de los columnistas” (N.º 23). Por otro lado, los criterios que tuvieron menos puntaje son: “Uso de fotografías propias” (N.º 4), “Media de contenido educativo” (N.º 16), “Créditos en información corporativa” (N.º 12), “Media de opinión por edición” (N.º 15), “Media de contenido de entretenimiento” (N.º 17).

Por último, en cuanto al tercer y último objetivo específico: realizar una comparativa de calidad del producto final realizado por medios digitales cuencanos durante las manifestaciones en octubre de 2019. Se ha evidenciado que ambos tienen falencias claras, sin embargo, ninguna de ellas es excesivamente negativa para que dañe la experiencia del lector o altere la información recibida, como es el caso de: “Coherencia de las fotografías” (N.º 31), “Corrección lingüística y comprensibilidad” (N.º 29) o la “Media de periodismo de investigación” (N.º 14). Además, no existe una clara diferencia entre los dos, dado que los errores que tienen son moderadamente equivalentes.

Este artículo no estuvo exento de limitaciones, entre las mismas se incluyen la dificultad de obtener información en los momentos de pandemia y la falta de tiempo para profundizar en otros diarios pertenecientes a ciudades como Quito y Guayaquil. Para finalizar en modo de reflexión crítica y considerando toda la información recopilada, es evidente el rechazo que se generó desde los manifestantes y de la ciudadanía cuencana la información emitida por los medios de comunicación, entre las razones más destacadas fueron la baja cobertura de los medios y la ausencia de datos estadísticos lo que generó una creciente desconfianza hacia los mismos. Sin embargo, este tipo de situaciones coyunturales pueden terminar repercutiendo en la perspectiva ciudadana sobre los medios, afectando directamente en la construcción del mensaje y en las estrategias de difusión.

	<i>El Mercurio</i>	<i>El Tiempo</i>
Procedimiento para la defensa del lector	100%	0%
Media de información nacional de agencias	0	0
Media de información internacional de agencias	89 artículos	0 artículos
Uso de fotografías propias	16%	33%
Uso de fuentes corporativas	EFE: 56 %	El Tiempo: 98%
Uso de fuentes primarias	El Mercurio: 44%	El Tiempo: 98%
Promedio de fuentes por unidad informativa	86 – Gobierno 46 tienen entrevista 22 – CONAIE. Confederación de Nacionalidades Indígenas del Ecuador 5 – ONU 3 – Iglesia 3 – Austrogas 3 – Etapa 45 – Fuentes dispersas	132 – Gobierno 24 – personas particulares 9 – CONAIE. Confederación de Nacionalidades Indígenas del Ecuador 8 – EMOV. Empresa Municipal de Obras Viarias 8 – ECU 911 8 – Cámara de Transporte 8- EMAC. Empresa pública municipal de aseo de Cuenca 7 – fuentes dispersas
Promedio de evidencias y variedad informativa	100 – contenido social 17 – contenido económico 7 – contenido deportivo 44 – enfoque simple	99 – contenido social 13 – contenido económico 4 – contenido deportivo 90 – enfoque simple
Promedio de fuentes identificadas	86 – Gobierno 46 tienen entrevista 22 – CONAIE. Confederación de Nacionalidades Indígenas del Ecuador 5 – ONU 3 – Iglesia 3 – Austrogas 3 – Etapa 45 – Fuentes dispersas	132 – Gobierno 24 – personas particulares 9 – CONAIE. Confederación de Nacionalidades Indígenas del Ecuador 8 – EMOV. Empresa Municipal de Obras Viarias. 8 – ECU 911 8 – Cámara de Transporte 8 – EMAC. Empresa pública municipal de aseo de Cuenca 7 – fuentes dispersas
Créditos en fotografías	0%	66%
Créditos en las informaciones	ARO, HGV, CMV, BLL, AVB, CSM, Andrés Vladimir Mazza, AZD Bolívar Pérez, JMB y BSG	No
Créditos en información corporativa	0%	0%
Media de informaciones por edición	10,6	13
Media de periodismo de investigación:	90%	14%
Media de opinión por edición	9%	1%
Media de contenido educativo	0	0
Media de contenido de entretenimiento	5%	2%
Media de noticias duras por edición	96%	95%
Media de información social por edición	97 artículos	101 artículos
Media de pseudoinformaciones	5%	2 %
Media de noticias de subáreas geográficas	70 – Azuay 12 – Pichincha 6 – Cañar 1 – Pastaza 64 – Ecuador en general	109 – Azuay 10 – Pichincha 1 – Cotopaxi 75 – Ecuador en general
Equilibrio ideológico de los columnistas	99%	100%
Corrección lingüística y comprensibilidad	97%	98%
Indicadores estadísticos	30 artículos	32 artículos
Coherencia de las fotografías	88%	100%

Figura 7. Tabla comparativa entre los diarios. Cuadro realizado por el autor.

9. Aporte del artículo en la línea de investigación

Este artículo se suma a la línea de investigación referente al análisis de la prensa escrita del Ecuador, precisamente se basa en el estudio de la calidad de los diarios digitales. La misma demuestra la forma en la que la calidad de los medios de comunicación puede incidir en la concepción de las personas con respecto a la prensa en general. Además, aporta una base de datos sobre varias características de los medios que se pueden usar para otras investigaciones.

Es importante mencionar que existen numerosos artículos previos relacionados con el análisis de los medios de comunicación en el Ecuador durante el paro nacional como es el caso de Janeta y Josue (2021), sin embargo, la mayoría de ellos se centran en medios audiovisuales como la radio o la televisión. Muchos de ellos también se enfocan únicamente en lo acontecido en medios nacionales y no en los concernientes a una localidad como es Cuenca. De este modo el artículo que se ha redactado contiene información más cuantificable, menos dispersa y trata un medio que influye de forma notable en un público poco convencional.

BIBLIOGRAFÍA

- Abreu, J. L., & Badii, M. (2007). Análisis del concepto de responsabilidad social empresarial. Daena: International Journal of Good Conscience. Revista Estudios Empresariales, (89), 12. <https://bit.ly/3oaX71b>
- Borges, G., Sigiliano, D., & Guida, V. (2021). Competência midiática e formação para a cidadania: oficinas de criação do Observatório da Qualidade no Audiovisual. *Triade: Comunicação, Cultura e Mídia*, 9(20), 24-50. <https://doi.org/10.22484/2318-5694.2021v9n20p24-50>
- Campos-Freire, F., Rúas-Araújo, J., López-García, X., & Martínez-Fernández, V. A. (2016). Impacto de las redes sociales en el periodismo. *El Profesional de la Información (EPI)*, 25(3), 449-457. <https://doi.org/10.3145/epi.2016.may.15>
- Casas-Pérez, M. L. (2011). Cobertura informativa de la violencia en México. *Global Media Journal*, 8(15), 1-16. <https://bit.ly/3rafTrk>
- Casero-Ripollés, A. C. (2002). Diarios gratuitos: la calidad informativa en tela de juicio. *Revista Latina de Comunicación Social*, 5(50), 8-29. <https://bit.ly/3gesfbD>
- Fontcuberta de, M. (1999). Pauta y calidad informativa. *Cuadernos.Info*, (13), 61-69. <https://doi.org/10.7764/cdi.13.197>
- Gómez Diago, G. (2005). Tres criterios para evaluar la calidad informativa en Internet: credibilidad, cobertura, novedad. *Global Media Journal*, 2(4), 0. <https://bit.ly/3g5mKfs>
- Gutiérrez-Coba, L. G. (2006). Análisis de la calidad informativa, primer paso hacia el cambio. *Palabra clave*, 9(1), 29-56. <https://bit.ly/35DTTx3>
- Herrera Damas, S. (2006). Los observatorios de los medios en Latinoamérica. *Civilizar: Ciencias Sociales y Humanas*, (10), 1-30. <http://dx.doi.org/10.22518/16578953.730>
- Janeta, C., & Josue, J. (2021). *Análisis del discurso de los medios de comunicación durante el paro y post paro nacional en Ecuador de octubre del 2019* [Tesis de licenciatura, Universidad Estatal de Bolívar]. Ecuador
- Kawulich, B. B. (2005). La observación participante como método de recolección de datos. *Qualitative Social Research*, 6(2), 43. <https://doi.org/10.17169/fqs-6.2.466>
- López Noguero, F. (2002). El análisis de contenido como método de investigación. *En-clave pedagógica*, 4. <https://bit.ly/3HeHfIM>
- Martínez Miguélez, M. M. (2001). Criterios para la superación del debate metodológico "cuantitativo/cualitativo". *Revista Interam Psicológica*, 33(1), 79-107.
- Michay, D. B., & Rogel, D. R. (2012). Análisis de la empresa informativa impresa y digital de Ecuador. *Razón y Palabra*, (79), 1-21. <https://bit.ly/3uiBMXo>
- Monfort Sánchez, N. (2013). Internet: de la rapidez a la inmediatez. *AdComunica*, (5), 269-271. <https://bit.ly/32Kkw28>
- Odziozola-Chéné, J., Aguirre-Mayorga, C. E., & Bernal-Suárez, J. D. (2016). Análisis de contenido de los cibermedios ecuatorianos: evaluación sobre la calidad periodística en los nuevos entornos digitales. *Razón y Palabra*, 20(3_94), 985-1003. <https://bit.ly/3L4PuU2>
- Ortiz-Leiva, G., Ruíz Moreno, R., & Velásquez Ossa, C. M. (2002). Inventar o reflejar la realidad. Un dilema que compromete la credibilidad informativa de los medios de comunicación en Colombia. *Palabra Clave*, 7. <https://bit.ly/3rbd1e3>

- Punín-Larrea, M. I., Martínez-Haro, A., & Rencoret-Quezada, N. (2014). Medios digitales en Ecuador: perspectivas de futuro. *Comunicar*, 21(42), 199-207. <https://doi.org/10.3916/C42-2014-20>
- Rivera Costales, J. R. (2013). Medios digitales en Ecuador, cuántos son y qué hacen. *Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación*, (122), 111-117. <https://bit.ly/3s14CsH>
- Rodrigo-Mendizábal, I. (2012). Calidad informativa: credibilidad de medios y periodistas en el Ecuador. *ComHumanitas: revista científica de comunicación*, 53-69. <https://bit.ly/3AVUw0x>
- Romero-Rodríguez, L. M. (2014). *Pragmática de la desinformación: estrategias e incidencia de la calidad informativa de los medios* [Tesis doctoral, Universidad de Huelva]. Repositorio institucional de la Universidad de Huelva. <http://hdl.handle.net/10272/9605>
- Romero-Rodríguez, L. M., de-Casas-Moreno, P., & Torres-Toukourmidis, Á. (2016). Dimensiones e indicadores de la calidad informativa en los medios digitales. *Comunicar*, 24(49), 91-100. <https://doi.org/10.3916/C49-2016-09>
- Romero-Rodríguez, L. M., Valle, A. L., & Torres-Toukourmidis, Á. (2018). Hacia una construcción conceptual de las Fakenews: Epistemología y tipologías de las nuevas formas de desinformación. En María José Pérez Serrano, Gema Alcolea-Díaz & Antonia Nogales-Bocio (Eds.) *Poder y medios en las sociedades del Siglo XXI*. (pp. 259-273). Ed. Egregius: Sevilla
- Ufarte Ruiz, M. J. (2012). La situación laboral del periodista como factor condicionante de la calidad informativa: con precariedad no hay calidad. *Actas IV Congreso Internacional Latina de Comunicación Social: comunicación, control y resistencias* (p. 37). Sociedad Latina de Comunicación Social. <https://bit.ly/3GaW1sG>

SOBRE LOS AUTORES

Mateo Brito Beltrán es Licenciado en Comunicación por la Universidad Politécnica Salesiana, Ecuador. Certificado por competencias ASU respecto a responsabilidad social, liderazgo de cambio, habilidad emocional y capacidad de inserción. Participante en el proyecto estudiantil Unasur y Cátedra UNESCO de Tecnologías de apoyo para la Inclusión Educativa. Actualmente labora en Radio Sur.

Ángel Torres-Toukourmidis es Doctor en el programa de Doctorado Interuniversitario en Comunicación bajo la línea de investigación «Educomunicación y Media Literacy» (2017), de las universidades de Huelva, Sevilla, Málaga y Cádiz. Precursor del primer laboratorio universitario de juegos en Ecuador (GAMELAB-UPS). Editor en jefe de la revista *Universitas-XXI*. Actualmente, docente de la carrera de Comunicación en la Universidad Politécnica Salesiana, Ecuador.

DECLARACIÓN DE CONTRIBUCIÓN DE CADA AUTOR

El trabajo se realizó de manera colaborativa entre todo el equipo de investigación conformado por Mateo Brito Beltrán como investigador-redactor y Ángel Torres Toukourmidis como revisor y tutor de este trabajo.

FUENTES DE FINANCIAMIENTO

Esta investigación no ha sido financiada por ninguna empresa o entidad, lo más cercano a ello es la Universidad Politécnica Salesiana, misma que ha permitido el desarrollo de la investigación, mas no la financió de forma directa.

DECLARACIÓN DE CONFLICTO DE INTERÉS

Los autores declaran que no existe ningún conflicto de interés en la presente investigación.