UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

Análisis comparativo de los contenidos difundidos por El Comercio y La Posta sobre el paro nacional junio-noviembre 2022

Trabajo de titulación para optar al título de Licenciado en Comunicación

Autor:

Tuquinga Cabezas, Kevin Alexander

Tutor:

MSc. Raúl Guillermo Zambrano Pontón

Riobamba. Ecuador. 2025

DECLARATORIA DE AUTORÍA

Yo, Kevin Alexander Tuquinga Cabezas con cédula de ciudadanía 0604850958, autor del trabajo de investigación titulado: **"Análisis comparativo de los contenidos difundidos por El Comercio y La Posta sobre el paro nacional junio-noviembre 2022",** certifico que la producción, ideas, opiniones, criterios, contenidos y conclusiones expuestas son de mi exclusiva responsabilidad.

Asimismo, cedo a la Universidad Nacional de Chimborazo, en forma no exclusiva, los derechos para su uso, comunicación pública, distribución, divulgación y/o reproducción total o parcial, por medio físico o digital; en esta cesión se entiende que el cesionario no podrá obtener beneficios económicos. La posible reclamación de terceros respecto de los derechos de autor (a) de la obra referida, será de mi entera responsabilidad; librando a la Universidad Nacional de Chimborazo de posibles obligaciones.

En Riobamba, 14 de julio 2025.

Kevin Alexander Tuquinga Cabezas

C.I: 0604850958

DICTAMEN FAVORABLE DEL PROFESOR TUTOR

Quien suscribe, Mgs. Raúl Guillermo Zambrano Pontón catedrático adscrito a la Facultad de Ciencias Políticas y Administrativas, por medio del presente documento certifico haber asesorado y revisado el desarrollo del trabajo de investigación titulado: **"Análisis comparativo de los contenidos difundidos por El Comercio y La Posta sobre el paro nacional junio-noviembre 2022"**, bajo la autoría de Kevin Alexander Tuquinga Cabezas; por que se autoriza ejecutar los trámites legales para su sustentación.

Es todo cuanto informar en honor a la verdad; en Riobamba, a los 16 días del mes de abril de 2025

RAUL GUILLERMO ZAMBRANO PONTON

Mgs. Guillermo Zambrano
TUTOR(A)

CERTIFICADO DE LOS MIEMBROS DEL TRIBUNAL

Quienes suscribimos, catedráticos designados Miembros del Tribunal de Grado para la evaluación del trabajo de investigación "Análisis comparativo de los contenidos difundidos por El Comercio y La Posta sobre el paro nacional junio-noviembre 2022", presentado por Kevin Alexander Tuquinga Cabezas, con cédula de identidad número 060485095-8, bajo la tutoría del Mgs. Raúl Guillermo Zambrano Pontón; certificamos que recomendamos la APROBACIÓN de este con fines de titulación. Previamente se ha evaluado el trabajo de investigación y escuchada la sustentación por parte de su autor; no teniendo más nada que observar.

De conformidad a la normativa aplicable firmamos, en Riobamba a los 14 días del mes de julio de 2025.

Mgs. Paúl Parra
PRESIDENTE DEL TRIBUNAL DE GRADO

Dr. Ramiro Ruales Parreño Ph.D
MIEMBRO DEL TRIBUNAL DE GRADO

Dr. Galo Xavier Vásconez Merino
MIEMBRO DEL TRIBUNAL DE GRADO

CERTIFICACIÓN

Que, **TUQUINGA CABEZAS KEVIN ALEXANDER** con CC: **0604850958**, estudiante de la Carrera de **COMUNICACION**, Facultad de **CIENCIAS POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS**: ha trabajado bajo mi tutoría el trabajo de investigación titulado "Análisis comparativo de los contenidos difundidos por El Comercio y La Posta sobre el paro nacional junio-noviembre 2022", que corresponde al dominio científico **DESARROLLO SOCIOECONÓMICO Y EDUCATIVO PARA EL FORTALECIMIENTO DE LA INSTITUCIONALIDAD DEMOCRATICA Y CIUDADANA** y alineado a la línea de investigación **COMUNICACIÓN**, cumple con el 8%, reportado en el sistema Antiplagio Compilatio Magister, porcentaje aceptado de acuerdo a la reglamentación institucional, por consiguiente, autorizo continuar con el proceso.

Riobamba, 7 de abril de 2025

RAUL GUILLERMO ZAMBRANO PONTON

Mgs. Guillermo Zambrano
TUTOR

AGRADECIMIENTO

Expreso un enorme agradecimiento a la Universidad Nacional de Chimborazo y a la Carrera de Comunicación por compartir todo lo que aprendí a lo largo de mi estancia en ellas, cada uno de los profesores que pasaron cada semestre por siempre enseñarme algo nuevo y aportando su sabiduría en cada aprendizaje que fui adquiriendo. Principalmente a mi tutor de tesis por saber guiar a este proyecto en todo momento y por ayudarme a darle un cierre a este último. A todos aquellos amigos y compañeros con los que me llegue a cruzar, todos fueron fundamentales para poder terminar mi camino como alumno y llegar a iniciar mi camino profesional.

Kevin Tuquinga Cabezas

DEDICATORIA

Dedico este logro a mi madre Margarita Cabezas, el amor de usted como mi madre siempre estuvo presente en todo momento, sin olvidar a mi padre Pedro Tuquinga quien es mi constante motivación y que nunca me deja de aconsejar sabiamente para seguir siempre un camino recto y nunca conformarme con lo que tengo sino de seguir luchado para superarme a mí mismo.

A mis hermanos Dennis y Carlitos quien en mi esta ese reflejo como su primer hermano, ustedes fueron esa razón de no rendirme para que ustedes sigan ese ejemplo y también se superen así mismos, que vean que todo se puede lograr en esta vida. Y a mis dos grandes amigas Cely Amagua y Erika Santillán juntos fuimos ese trio amistoso en las buenas y en las malas gracias, chicas por ser unas grandes personas y amigas, las quiero un montón.

Con todo mi amor y aprecio, Kevin.

Kevin Tuquinga Cabezas

INDICE GENERAL

DECLARATORIA DE AUTORÍA
DICTAMEN FAVORABLE DEL PROFESOR TUTOR
CERTIFICADO DE LOS MIEMBROS DEL TRIBUNAL
CERTIFICADO ANTIPLAGIO
DEDICATORIA
AGRADECIMIENTO
ÍNDICE GENERAL
ÍNDICE DE TABLAS
ÍNDICE DE FIGURAS
RESUMEN
ABSTRACT

CAPÍTULO I. MARCO REFERENCIAL 13

1.1 Introducción 13

1.2 Planteamiento del problema 13

1.3 Objetivos 15

CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO 16

2.1 Comunicación 16

2.2 Teoría de la comunicación 18

2.3 Teoría estructuralista 19

2.4 Periodismo 21

2.5 Periodismo digital 22

2.6 Plataformas digitales 23

2.7 Redes sociales 25

2.8 Facebook 26

CAPÍTULO III. MARCO METODOLÓGICO 28

3.1 Métodos de investigación 28

3.2 Tipos de investigación 28

3.3 Diseño de la investigación 29

3.4 Población y muestra 30

3.5 Técnicas de investigación 31

3.6 Instrumentos 32
CAPÍTULO IV. RESULTADOS 34
4.1 Matriz general de análisis de contenidos 35
4.2 Discusión 50
CAPITULO V CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES 55
5.1 CONCLUSIONES 55
5.2 RECOMENDACIONES 56
5.3 PROPUESTA 57
BIBLIOGRAFÍA 58
ANEXOS 63

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Resultados generales de las matrices..... 35
Tabla 2 ideas principales obtenidas de las entrevistas 44

RESUMEN

Este trabajo de investigación estudia el Análisis comparativo de los contenidos difundidos por El Comercio y La Posta sobre el paro nacional junio-noviembre 2022. Se busca ver las diferencias, similitudes y tendencia política que estos medios tuvieron dentro de sus publicaciones en sus respectivas paginas digitales de Facebook durante este suceso y periodo de tiempo.

La investigación empleo, utilizo una metodología cualitativa para analizar detalladamente un total de 120 publicaciones a largo de los meses de junio hasta noviembre. El estudio se centra en analizar las publicaciones digitales de ambos medios, así como realizar dos entrevistas a expertos seleccionados minuciosa y cuidadosamente.

De esta manera, este estudio resalta los aspectos más relevantes que tenía cada publicación, desde la narrativa que ocupaban, como lo fueron imágenes, videos y textos. Se ha realizado entrevista donde resalta la intervención de una fuente interna dentro de El Comercio que trabajo durante las manifestaciones mencionadas, así como a otro experto dentro del tema para conseguir puntos de vistas con experiencias.

Con base en los análisis y entrevista realizadas a lo largo de la investigación, se han deducido conclusiones fundamentadas. Lo que a su vez llego a proponer recomendaciones y la elaboración de un artículo científico con el objetivo de conocer a fondo como manejan estos medios y tener una base de cómo trabajan estos medios digitales en general.

Palabras clave: Análisis de contenido, El Comercio, La Posta, Paro Nacional, Redes Sociales, Facebook

Abstract

This research paper studies the comparative analysis of the content disseminated by El Comercio and La Posta regarding the June-November 2022 national strike. It seeks to identify the differences, similarities, and political biases these media outlets displayed within their respective Facebook posts during this event and time.

The research employed a qualitative methodology to analyse in detail a total of 120 publications from June to November. The study focusses on analysing the digital publications of both outlets, as well as conducting two interviews with carefully selected experts.

In this way, this study highlights the most relevant aspects of each publication, from the narrative they featured to images, videos, and text. An interview was conducted highlighting the involvement of an internal source within El Comercio who worked during the demonstrations, as well as another expert on the topic to gather perspectives based on their experiences.

Conclusions were well-founded and based on the analyses and interviews that were conducted during the investigation. It ultimately resulted in suggestions and the creation of a scholarly paper aimed at obtaining a better comprehension of the functioning of these media channels and establishing a standard for the functioning of digital media generally.

Keywords: Content Analysis, El Comercio, La Posta, National Strike, Social Media, Facebook

Revised by
Mario N. Salazar

CAPÍTULO I. MARCO REFERENCIAL

1.1 Introducción

Este trabajo de titulación aborda el análisis de contenido de los medios de comunicación El Comercio y La Posta durante el Paro Nacional del año 2022, dos medios actualmente digitales, y populares dentro de Ecuador, *"El Comercio"* es un diario digital creado el 1ro de enero de 1906 por los hermanos Carlos y César Mantilla Jácome, y publicado dentro de la ciudad de Quito, "*La Posta"* es un diario digital multimedia creado por Luis Eduardo Vivanco y Anderson Boscán en octubre de 2027 en Quito.

Este documento se centra en investigar como estos dos medios compartieron contenidos del Paro Nacional del 2022 a través de sus páginas digitales en Facebook entre los meses de junio hasta noviembre. Mediante una tabla de análisis de contenido, se revisará las publicaciones de ambos medios, y a través de dos entrevistas a expertos, se tendrá un punto de vista profesional para dar un criterio propio que cierre esta investigación. El Paro Nacional de 2022 marcó un hito dentro del Ecuador al ser el paro más largo en la historia del país, la cual dejó una huella que trascendió dentro de los meses posteriores y que aún se ve reflejado en la actualidad.

1.2 Planteamiento del problema

Durante el mes de junio del año 2022, Ecuador presentó uno de los paros más largo de la historia nacional con una duración de 18 días que se expandió por gran parte del territorio ecuatoriano, teniendo mayor intensidad en las provincias de la región andina, amazónica y particularmente en la capital, siendo convocado por el movimiento indígena el 13 de junio de 2022.

Entre las demandas por parte de los pueblos indígenas se encontraban: el respeto a los 21 derechos colectivos, la consulta previa, autodeterminación de los pueblos, por mencionar algunas. El paro nacional finalizó el 30 de junio de 2022, tras 18 días de movilizaciones, cuando el Gobierno Nacional y los movimientos indígenas firmaron un Acta por la Paz.

Posteriormente las consecuencias del paro nacional traerían consigo altos índices de desempleo y subempleo, crisis dentro del sistema de salud pública y de seguridad, además de reducción al precio de los combustibles que se verían reflejados en los meses consecuentes.

Durante las manifestaciones, diario *"El Comercio y La Posta"* crearon diversos contenidos para sus páginas de Facebook como lo sucesos que ocurrieron posteriormente, el cómo se manejó el contenido cada página da paso para realizar la investigación que se propone a continuación.

El objetivo de esta investigación es analizar los contenidos digitales publicados en la página de Facebook de *"El Comercio y La Posta"* que fueron creados durante el paro nacional del 2022 durante el periodo junio-noviembre, además de analizar las diferencias, similitudes y la tendencia política de ambos medios.

El estudio analiza y busca ciertos patrones en las publicaciones que permitan obtener información para conseguir resultados interpretativos en base a los objetivos que se buscan realizar para ello se realizó una matriz de contenido, posteriormente se hicieron dos entrevistas hacia expertos uno de ellos en redacción periodística y una persona que participó como corresponsal de *"El Comercio"*.

Con base en los resultados se obtuvo una discusión de resultados además de llegar a las conclusiones y recomendaciones. Se plantea una propuesta que tiene como objetivo

observar cómo estos medios tienen su forma de trabajar al momento de realizar los reportajes y el impacto que estos generan en el público que cada uno tiene en sus páginas de Facebook.

1.3 Objetivos

1.3.1 Objetivo general

Analizar los contenidos digitales difundidos por diario *"El Comercio y La Posta"* durante el paro nacional en los meses de junio hasta noviembre del 2022.

1.3.2 Objetivos específicos

- Identificar los contenidos digitales difundidos en la página de Facebook por el diario El Comercio y La Posta durante el paro nacional periodo junio-noviembre.
- Determinar las diferencias, similitudes y tendencia política de los contenidos difundidos por la página de Facebook por el diario El Comercio y la Posta en los meses de junio a noviembre durante el paro nacional del 2022.
- Elaboración y envío de un artículo científico.

CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO

2.1 Comunicación

La teoría de la comunicación establece que este es un proceso mediante el cual se transmite e intercambiar información entre un emisor y un receptor, usando canales verbales y no verbales. En el contexto del análisis comparativo entre *"El Comercio y La Posta",* esta teoría se vuelve fundamental para entender cómo cada medio actúa como emisor de información, dirigiéndose a una audiencia o receptor con intenciones comunicativas particulares.

La comunicación es un proceso que consiste en la transmisión e intercambio de mensajes entre un emisor y un receptor. La comunicación, además, puede llevarse a cabo de diferentes maneras: verbal, utilizando un lenguaje o idioma, o no verbal, valiéndose de gestos, lenguaje corporal o signos no lingüísticos. La palabra comunicación deriva del latín communicatĭo que significa compartir, participar en algo o poner en común (Delgado & De Enciclopedia Significados, 2023).

Cada medio selecciona los mensajes que transmite, los códigos (verbales, visuales, simbólicos) que emplea, y el enfoque editorial que utiliza. *"El Comercio",* tradicionalmente vinculado a una línea informativa más conservadora e institucional, podría haber priorizado un tipo de comunicación verbal formal, con énfasis en fuentes oficiales y un lenguaje técnico. Por su parte, *"La Posta",* conocida por su estilo más irreverente y directo, podría haber usado una comunicación más informal y visual, haciendo uso de gestos, memes o elementos de lenguaje corporal digital (como emojis o videos) que apelan a una audiencia más joven.

La comunicación consiste en la acción de intercambiar mensajes entre dos o más personas. La misma está compuesta por dos intenciones muy precisas, la primera es comunicar y la segunda es recibir, por ello debe de existir un proceso de intercambio de información y

opiniones entre ambas partes, un emisor y un receptor, el cual uno se encarga de transmitir el mensaje y el otro de codificarlo para que esta fluya o funcione de manera correcta (Aau, 2024).

Este intercambio de mensajes durante el paro nacional no solo refleja la diferencia en los contenidos difundidos, sino también en la intención comunicativa: informar, persuadir, influir en la opinión pública o generar reacciones emocionales. Además, la forma en que los mensajes fueron interpretados por los receptores depende del contexto sociopolítico, las ideologías de las audiencias y los canales de distribución utilizados (prensa tradicional versus redes sociales).

Comunicación proviene del latín comunicatio/communicatiōnis, ambos son términos derivados del verbo communicare. Este se puede traducir como "hacer a alguien participe de lo que uno tiene", es decir que es un sinónimo de compartir. A su vez, dicho verbo se remite al latín communis que sirve para hacer referencia a "algo público". Así pues, el significado etimológico de comunicación tiene su origen en la idea de compartir información con una o más personas (Warnes et al., 2021).

Por tanto, aplicar la teoría de la comunicación permite analizar no solo qué se comunicó, sino cómo, por qué y con qué efectos, destacando el papel de los medios como actores clave en la construcción del discurso público durante un conflicto social de relevancia nacional.

La comunicación es un proceso que nos permite intercambiar información y establecer un tipo de relación social con quienes nos rodean. Por tanto, se trata de un acto dinámico y sistemático que logra que las personas se entiendan y establezcan opiniones o posturas según sea el caso. El acto comunicativo es un proceso de suma importancia a través del cual las personas podemos compartir información, opiniones, sentimientos, experiencias y conocimiento. (Morales, 2020)

2.2 Teoría de la comunicación

En el contexto del análisis comparativo de los contenidos difundidos por *"El Comercio y La Posta"* sobre el paro nacional entre junio y noviembre de 2022, esta teoría permite entender cómo el proceso comunicativo puede variar dependiendo del medio, el contexto y la intencionalidad.

La teoría de la comunicación estudia la capacidad de los seres vivos de relacionarse e intercambiar información. Fue propuesta por primera vez por Aristóteles en la Antigüedad, y definida en 1980 por S. F. Scudder. La comunicación es tan antigua como la vida en el planeta, si bien su estudio tuvo lugar por primera vez en la antigua Grecia y Roma. La teoría señala que el proceso de comunicación puede ser afectado o interrumpido por múltiples factores, lo que puede modificar el mensaje enviado desde el emisor al receptor (Jervis, 2023).

Esta teoría se originó en la década de 1920, con Claude Shannon como una figura clave. Shannon, conocido como el padre de la teoría de la información, indicó que el tiempo empleado en transmitir información es proporcional a la cantidad de información transmitida. También destacó la importancia del «ruido» que puede afectar la eficacia del mensaje. En 1948, Shannon desarrolló aspectos fundamentales de la teoría de la comunicación, basándose en la teoría de probabilidad de Norbert Wiener (Peiró, 2024).

Ambos medios, actuando como emisores, transmitieron información sobre los mismos hechos, pero lo hicieron desde marcos narrativos distintos. *"El Comercio",* como medio tradicional, adoptó una línea editorial más institucional, priorizando fuentes gubernamentales y un lenguaje técnico, lo que influye en cómo el receptor interpreta los hechos. En contraste, *"La Posta",* con un estilo más desenfadado y crítico, optó por un lenguaje directo y recursos

visuales más accesibles para audiencias jóvenes. Esta diferencia en el canal, código y contexto puede provocar interpretaciones divergentes del mismo acontecimiento.

La teoría de la comunicación definida más como una teoría de la comunicación de masas, conjuntamente con la comunicación interpersonal que se produce en el proceso de recepción, y excluyente de otras formas sociales de comunicación y de discurso, a decir de Enric Saperas se redujo mucho a un enfoque mediático casi desde sus orígenes, que exaltaba la comunicación como proceso y producto de medios y tecnologías, ensalzando un instrumentalismo que situó en un segundo plano su relación con diversas prácticas sociales (Alonso & Medina, 2023, pp. 8-9).

La teoría de la comunicación fue propuesta por primera vez por Aristóteles en el periodo clásico y definida en 1980 por S. F. Scudder. Sostiene que todos los seres vivos del planeta tienen la capacidad de comunicarse. Esta comunicación se da a través de movimientos, sonidos, reacciones, cambios físicos, gestos, el lenguaje, la respiración, transformaciones del color, entre otros. Se establece en esta teoría que la comunicación es un medio necesario para la supervivencia y existencia de los seres vivos y que permite a estos dar información sobre su presencia y estado (Studocu, n.d.).

2.3 Teoría estructuralista

Aplicado al análisis comparativo de los contenidos difundidos por *"El Comercio y La Posta"* durante el paro nacional de junio a noviembre de 2022, el estructuralismo permite abordar cómo cada medio construyó un relato diferente, partiendo de los mismos hechos, pero organizando los elementos narrativos actores, causas, consecuencias, culpables, víctimas de formas distintas dentro de su propia estructura discursiva.

"El Comercio", por ejemplo, puede ser interpretado dentro de una estructura comunicacional orientada a la institucionalidad, donde el gobierno y las autoridades ocupan un rol central y legitimado. En este sistema, las protestas pueden aparecer como desórdenes o amenazas al orden establecido. *"La Posta",* en cambio, puede formar parte de una estructura alternativa o contrahegemónica, donde se resalta la voz de los manifestantes, las causas estructurales del conflicto y las contradicciones del poder.

El estructuralismo es una forma de sistematizar la ciencia y un método de análisis cultural que propone la idea de estructura como parte de un todo. También supone que los distintos elementos que hacen a la cultura se pueden entender como estructuras o partes de un sistema general. En este sistema, los elementos que lo componen se relacionan entre sí mediante la producción de distintos significados (Espínola, 2023).

El Estructuralismo es un movimiento teórico que inicia en Francia a mediados de la década de los 60s, especialmente en el área de las ciencias humanas y sociales. Los trabajos que se agrupan bajo el nombre de "Estructuralismo" están caracterizados por considerar que el lenguaje tiene una función clave en el desarrollo de la actividad humana y en sus funciones (Guzmán Martínez, 2024).

El estructuralismo es una ciencia que se encarga de hacer una descripción y un análisis sobre una gran cantidad de objetos de estudio como el lenguaje, política, economía, literatura y otros. Es un enfoque hacia las ciencias sociales que busca el hacer estudios sobre las estructuras que le dan los significados a una determinada cultura principalmente enfocados en la lingüística y la antropología (Briceño, 2021).

Se conoce como lo que es la teoría estructuralista a un desdoblamiento de la teoría burocrática y una ligera aproximación a la teoría clásica de las relaciones humanas, y

basándonos en este enfoque hacia el todo y para la relación de las partes. La teoría estructuralista está enfocada hacia varios enfoques que se caracteriza por considerar conjunto de datos como un sistema de interrelación el cual genera una vista critica de organización en base a la estructura del funcionamiento para poder ampliar sus objetivos (Euroinnova International Online Education, 2024).

2.4 Periodismo

El periodismo es un ejercicio que ha existido desde muchos años atrás, el cual permite mantener informado a las personas, teniendo su inicio como lo tradicional por medio del papel y la escritura, dentro de esta investigación tenemos un ejemplo de ellos siendo, *"El Comercio"* un medio que tuvo sus orígenes como uno tradicional, que aún hoy en la actualidad mantiene este formato.

Periodismo es un concepto que se basa en la recopilación y análisis (ya sea de modo escrito, oral, visual o gráfico) de la información, en cualquiera de sus formas, presentaciones y variedades. La noción también describe a la formación académica y a la carrera propia de quien desea convertirse en periodista. En otras palabras, el periodismo es una labor profesional que se centra en la recolección, síntesis, procesamiento y publicación de datos de carácter actual (Porto & Merino, 2021).

La narrativa única del periodismo se presenta en forma de reportaje. Para informar simplemente medios para transmitir los hechos de la historia. Incluso en editoriales y reseñas, el periodista transmite hechos sobre la experiencia. La historia puede ser analítica o interpretativa y seguir siendo periodismo. En general, los informes provienen de entrevistar, estudiar, examinar, documentar, evaluar e investigar (Cruzito, 2020).

El periodismo es una disciplina que se encuentra entre las ciencias sociales y las ciencias de la información. Esta profesión se basa en la recopilación y difusión de información objetiva a través de diferentes medios. Y precisamente los periodistas son los profesionales encargados de transmitir la información a través de diferentes formatos y géneros periodísticos. Ahora bien, además de información, el periodismo también se caracteriza por formar y entretener al público (Esneca, 2023).

El periodismo es un concepto que se refiere a la actividad de recolectar, escribir y difundir noticias y reportajes sobre eventos y temas de interés público. El origen del periodismo se remonta a la antigua Roma, donde los actos públicos y las noticias se transmitían a través de boletines escritos. Sin embargo, el concepto moderno de periodismo comenzó a tomar forma durante la Revolución Francesa, cuando la prensa se convirtió en una herramienta poderosa para la difusión de ideas y opiniones (Conceptualia-Adm, 2023).

2.5 Periodismo digital

El ejercicio periodístico ha evolucionado al punto de llegar al internet, con la facilidad que nos otorga este último, estos medios se han trasladado a lo digital, mejorando consigo su rápida llegada las 24/7 a diferentes rincones del mundo, así como un amplio repositorio de información y fuentes que permite al periodista tener la mayor cantidad de datos a su favor con solo hacer un par de clics, este ejercicio periodista además permite un espacio gratuito para que cualquier persona lo pueda ejercer desde casa o en asociación de algún medio especializado.

El periodismo digital, también llamado ciberperiodismo o periodismo web, es una modalidad del ejercicio periodístico que utiliza internet para investigar, producir y difundir sus contenidos. Se trata de un conjunto de prácticas, herramientas y entornos digitales que se

pueden utilizar con fines noticiosos y divulgativos, sacando el mayor provecho posible a las nuevas tecnologías informáticas y cibernéticas (Farías, 2024).

Cuando se habla sobre el periodismo digital vs periodismo tradicional, una de las ventajas es la cobertura de noticias y también la cantidad de estas. El ciberperiodismo es en tiempo real, no es necesario esperar al día siguiente, como en la prensa tradicional. Por otra parte, de la historia del periodismo digital se conoce que el primer medio que se atrevió a estar en Internet fue el Daily Telegraph en 1994 (E. Córdova, 2022).

El periodismo digital es una forma de ejercer la comunicación e información aprovechando los medios, canales y plataformas que ofrece el internet. Es decir, que el internet y la tecnología son los entornos de desarrollo y crecimiento de los nuevos medios de comunicación digital. El periodismo web como lo conocemos utiliza el mundo digital para concebir, investigar, producir y generar contenidos cada día (Luxandlan, 2020).

El periodismo digital o ciberperiodismo es el resultado de la unión de los diferentes medios de comunicación (prensa, radio y televisión) en uno solo que es Internet. Este nuevo tipo de periodismo utiliza todos los recursos que la tecnología pone a su alcance para desarrollar de manera constante noticias con información actualizada. Este periodismo utiliza el mundo digital para concebir, investigar, producir y generar contenidos cada día (Ramírez, 2024).

2.6 Plataformas digitales

Las plataformas digitales nos permiten acceder a diferentes contenidos, como los de entretenimiento, informativo o educativo, las cuales se extienden a lo largo de todo el mundo, dentro de esta investigación, *"El Comercio y La Posta"* poseen sus propias plataformas digitales donde publican sus notas informativas, es importante mencionar que principalmente es por parte del, *"Comercio"* que usa su página web como periódico digital, además la misma

cuenta con un modelo de suscripción que le da ciertas ventajas a sus suscriptores, en el caso de La Posta ocupa su sitio web como medio de información acerca de ellos y para contactos.

Las plataformas digitales, también conocidas como servicios digitales o plataformas en línea, son entornos virtuales donde los usuarios pueden interactuar, realizar transacciones, compartir información y acceder a una variedad de servicios. Se encuentran en todas partes en el mundo online y han cambiado la forma en que consumimos productos y servicios (Izquierdo, 2023).

Las plataformas digitales o plataformas virtuales son espacios en Internet que permiten la ejecución de diversas aplicaciones o programas en un mismo lugar para satisfacer distintas necesidades. Cada una cuenta con funciones diferentes que ayudan a los usuarios a resolver distintos tipos de problemas de manera automatizada, usando menos recursos. Como existe una gran variedad de plataformas digitales, los objetivos específicos de cada una de ellas varían de acuerdo con la necesidad de los usuarios (Giraldo, 2021).

Como señalan en el documento "Plataformas digitales y competencia" desarrollado por la OECD, son "infraestructuras digitales que posibilitan la interacción entre dos o más grupos o partes", por lo que "se posicionan como intermediarios que reúnen a diferentes usuarios como clientes, anunciantes, prestadores de servicios, productores, proveedores y hasta objetos físicos" (É. V. Córdova, 2021).

Las plataformas digitales son aceptadas socialmente y tienen gran acogida entre los jóvenes. Lo fundamental en esta plataformización es el acceso de forma rápida a bienes y servicios. Las plataformas digitales, también conocidas como plataformas virtuales, son aquellas que usan un espacio en internet que permiten la ejecución de aplicaciones o programas dedicados a ofrecer

distintos servicios o para cubrir varias necesidades de los usuarios. Todo funciona de manera automatizada y en parte se requiere de menos recursos (Terán, 2022).

2.7 Redes sociales

Para la actualidad las redes sociales han recibido mayor enfoque de atención por parte de casi todo el mundo, los medios de comunicación no son la excepción, creando sus propios sitios web o uniéndose a los ya establecidos, ahora ya convertidos en un medio digital, *"El Comercio"* se ha establecido en varias plataformas digitales, como Facebook, Instagram u X (anteriormente Twitter), en el caso de, *"La Posta"* desde su inicio se estableció en lo digital, similar a lo anterior este medio también se unió a las redes sociales más populares.

Las redes sociales son una serie de plataformas digitales que permiten la conexión e interacción entre diversas personas, así como la difusión ilimitada de información. Su potencial para conectar con la audiencia ha hecho que sean casi una herramienta imprescindible en el entorno empresarial. Las redes son también una de las mejores herramientas con las que cuentan las empresas para acercarse a su público objetivo. (Inteligente, 2025).

Las redes sociales son plataformas digitales que conectan a personas entre sí y permiten el contacto entre ellas. En las redes sociales los usuarios publican contenidos para intercambiarlos con los demás e interactuar. En la mayoría de las redes, puedes elegir si la información que compartes es pública o privada (para un número reducido de personas). SixDegrees se considera la primera red social creada en 1997 (Martín, 2024).

Las redes sociales son plataformas en las que los usuarios se reúnen para hablar, comunicarse, compartir ideas e intereses comunes o hacer nuevos amigos. Al contrario que los medios tradicionales, los sitios de redes sociales contienen contenido creado por cientos o incluso millones de personas diferentes. Es cierto que, en los últimos tiempos, las redes sociales

han suscitado controversias como la de la falta de privacidad, pero también han servido como medio de convocatoria para manifestaciones públicas o como una importante fuente de información (ideasSEM, 2020).

Las redes sociales son una herramienta que estamos acostumbrados a utilizar en el día a día y a la que podemos acceder prácticamente desde cualquier lugar del planeta. Si bien es cierto, las primeras redes sociales aparecen en los años 90 con un concepto diferente al que han tomado posteriormente. Las redes sociales son comunidades formadas por diferentes usuarios y organizaciones que se relacionan entre sí en plataformas de Internet (Peiró, 2022).

2.8 Facebook

Para la investigación se eligió la plataforma de Facebook no solo por ser la más conocida y usada, sino porque esta red social es ocupada mayormente para la distribución de contenidos, ya en la actualidad los medios tradicionales se movieron a la misma para facilitar el movimiento de la información hacia sus seguidores u consumidores, además de albergar la mayor cantidad de contenidos como texto, video e imagen.

Facebook es una red social que fue creada para poder mantener en contacto a personas, y que éstos pudieran compartir información, noticias y contenidos audiovisuales con sus propios amigos y familiares. Es uno de los canales digital más conocidos por todos los usuarios que navegan hoy en día por Internet. En ella puede registrarse todo tipo de usuarios: personas físicas, empresas, o grandes marcas, para estar en contacto unas con otras y poder así compartir contenido (Pino & Pino, 2023).

Facebook nació en febrero de 2004 de la mano de Mark Zuckerberg, que creó el proyecto junto a otros compañeros estudiantes de la Universidad de Harvard como Andrey McCollum, Eduardo Saverin, Chris Hughes y Dustin Moskovitz. Facebook es una red social cuyo objetivo

es conectar personas con personas: amigos, familiares, compañeros de trabajo o gente con aficiones comunes (Urrutia, 2023).

Facebook es una red social pensada para conectar personas, es decir, compartir información, noticias y contenidos audiovisuales con amigos y familiares. Propiedad de la empresa Meta, esta es la plataforma social más grande y popular de todas las existentes en la actualidad. Es una red usada por personas de rangos de edad muy amplios, los cuales acostumbran a utilizarla a diario. Ésta, a pesar de ser tan popular, no está exenta de polémica (Facchin, 2024).

Facebook es una red social donde se hacen conexiones, tanto entre personas, como con marcas y negocios. La plataforma permite compartir información, experiencias, preferencias y contenido sobre diversos temas, en diferentes formatos como textos, fotos y videos. También incluye secciones dedicadas al comercio electrónico, a las interacciones grupales y a la mensajería. Desde sus inicios como forma de contacto entre estudiantes, esta red ha ido creciendo, se ha ido adaptando e incorporando nuevas funciones respondiendo a la evolución de la tecnología y las tendencias (Suarez, 2025).

CAPÍTULO III. MARCO METODOLÓGICO

3.1 Métodos de investigación

El estudio titulado Análisis comparativo de los contenidos difundidos por *"El Comercio y La Posta"* sobre el paro nacional junio-noviembre 2022, se desarrolló utilizando un enfoque cualitativo-analítico. En esta investigación se analiza cuáles son las diferencias, similitudes y la tendencia política que presentaron en sus contenidos digitales de las respectivas páginas de Facebook de El Diario, *"El Comercio y La Posta"* durante las manifestaciones del paro nacional del 2022 que cubrieron durante los meses de junio a noviembre.

La metodología empleada se basó en la recolección de datos no numéricos, de las publicaciones realizadas en las páginas de Facebook de *"El Comercio y La Posta"* en los periodos mencionados, a través de una matriz de análisis resaltando el título y texto de estas, también se consideró el número de reacciones y comentarios, acompañado de una imagen de la publicación.

Además, se consideró apropiado realizar una entrevista a dos profesionales dentro del ámbito comunicacional. Esto con la finalidad de contar con al menos un testimonio por parte de un trabajador de uno de los medios analizados en este caso, *"El Comercio"* y la otra fuente ayudará a comprender mejor el trabajo de redactor periodístico.

3.2 Tipos de investigación

Los tipos de investigación utilizados dado la naturaleza de la investigación es de carácter cualitativo debido a que no se utilizaron datos numéricos, en su lugar se hizo el uso de textos, imágenes y entrevistas. A continuación, se detalla los tipos de investigación utilizados según su enfoque:

Primero se utilizó un enfoque exploratorio, para el análisis de datos se analizó un patrón en las publicaciones del *"Comercio y La Posta",* que fue la inmediatez a la hora de publicar los hechos sucedidos durante el paro

El análisis de datos en una investigación es un proceso sistematizado que busca identificar, conocer y describir los componentes de una determinada unidad de información, la cual es ordenada y sintetizada para la comprensión de su significado. Este procedimiento consiste principalmente en el análisis de datos no-numéricos para entender conceptos, opiniones o experiencias, los cuales son generados mediante un método de recolección de datos cualitativos, con la finalidad de reunir insights profundos acerca de un problema de investigación (Ortega, 2023a).

En segundo lugar, el enfoque prescriptivo por medio de un análisis a las entrevistas realizadas a los expertos, sus declaraciones permitieron crear una lluvia de ideas que lo fueron analizadas e interpretadas.

Entrevistas estructuradas y no estructuradas ejecutadas generalmente de persona a persona para obtener información específica. Este método suele tener como ventaja la improvisación, permitiendo llevarse a cabo con una estructura de entrevista previa o según sea el caso, también puede estructurarse sobre la plática. A pesar de no existir una verdad absoluta, una entrevista mixta que combine la personalización de la estructura previamente desarrollada con espacios para la improvisación es la manera más eficaz de llevar a cabo este modelo de investigación con éxito (Itesm, 2022).

3.3 Diseño de la investigación

El diseño que se trató en la investigación es cualitativo-descriptivo, lo que permitió analizar las publicaciones de las páginas de Facebook de, *"El Comercio y La Posta"* para poder crear

una interpretación en base a esos análisis de lo que se propuso en los objetivos siendo las similitudes, diferencias y la tendencia política que estos medios tuvieron dentro de sus contenidos respectivos.

Diseño descriptivo: En un diseño descriptivo, un investigador sólo está interesado en describir la situación o caso bajo su estudio de investigación. Es un diseño basado en la teoría que se crea mediante la recopilación, análisis y presentación de los datos recopilados. Al implementar un diseño en profundidad como este, un investigador puede proporcionar información sobre el porqué y el cómo de la investigación (Muguira, 2024).

3.4 Población y muestra

Para el estudio titulado "Análisis comparativo de los contenidos difundidos por, *"El Comercio y La Posta"* sobre el paro nacional junio-noviembre 2022", se optó por utilizar la técnica del muestro por conveniencia, se empleó esta técnica, debido a que, al momento de realizar el barrido de las publicaciones, la cantidad a analizar era demasiado extensa, además de que no todas aportaban con el objetivo del trabajo de investigación.

El muestreo por conveniencia es una técnica de muestreo no probabilístico y no aleatorio utilizada para crear muestras de acuerdo con la facilidad de acceso. Los investigadores utilizan técnicas de muestreo en situaciones en las que hay grandes poblaciones para ser evaluadas, ya que, en la mayoría de los casos, es casi imposible realizar pruebas a toda una población (Ortega, 2023b)

3.5 Técnicas de investigación

3.5.1 Análisis de contenido

Para realizar el análisis de contenido primero se fue a la plataforma de Facebook y se buscó los sitios web de, *"El Comercio y La posta"* donde se realizó el barrido de sus publicaciones, recolectando un total de 120 publicaciones de ambos medios de comunicación. De ahí se creó una matriz específicamente dirigida para los contenidos de la red social mencionada.

Se resalta que la matriz tenía en su análisis los textos tal como fueron escritos en los sitios web mencionados anteriormente, así como si existió el uso de imágenes o videos. Se considero además revisar si utilizaron hashtag en los contenidos para añadirlos al análisis, así como también revisar la cantidad de comentarios que tenía cada publicación, como extras se añadido al análisis las reacciones y links respectivos del contenido original publicado en los sitios web.

Finalmente se realizó un análisis general de todas las publicaciones encontradas, con la ayuda de una tabla que permitió evidenciar lo mencionado, en donde se obtuvo dos análisis para detallar lo que se encontró en los contenidos del, *"Comercio"* y lo que se obtuvo de, *"La Posta",* es importante señalar que en el apartado de anexos se encuentra parte de las matrices, y en un enlace se puede revisar las 120 matrices analizadas dividías por mes.

El análisis de contenido se basa en la lectura (textual o visual) como instrumento de recogida de información, lectura que a diferencia de la lectura común debe realizarse siguiendo el método científico, es decir, debe ser, sistemática, objetiva, replicable, y valida. En ese sentido es semejante es su problemática y metodología, salvo algunas características específicas, al de cualquier otra técnica de recolección de datos de investigación social, observación, experimento, encuestas, entrevistas, etc (Andréu Abela, 2021).

El análisis de contenido es un método utilizado en estudios cualitativos que te permite analizar y comprender varios tipos de contenido, como una transcripción de una entrevista, una colección de publicaciones en redes sociales o una serie de fotografías. Dicho de manera sencilla, el análisis de contenido es un conjunto de herramientas para transformar datos sin procesar en ideas útiles. Se trata de definir los puntos clave, categorizar las diferencias e identificar patrones recurrentes que de otro modo podrían pasar desapercibidos. (Ortega, 2023c).

El análisis de contenido es una técnica de investigación que se utiliza para analizar el contenido de los textos. Esta técnica se utiliza para analizar el contenido de los textos escritos, las imágenes, los vídeos y otros medios de comunicación. El objetivo del análisis de contenido es identificar patrones y temas en el contenido de los textos y comprender la forma en que se utilizan las palabras en un texto (Rojas, 2023).

3.5.2 Entrevista

La técnica de la entrevista es un procedimiento sistemático utilizado para obtener información de un entrevistado. Las características de la técnica de la entrevista incluyen un procedimiento estructurado, en el cual se establecen preguntas que deben hacerse a todos los entrevistados de manera similar. La entrevista puede ser de dos tipos: estructurada, donde se siguen preguntas diseñadas previamente, o no estructurada, donde el entrevistador tiene más libertad en cómo hacer las preguntas (Agatone, 2023).

3.6 Instrumentos

Para recopilar los datos de las publicaciones digitales de las páginas de Facebook difundidos por, *"El Comercio y La Posta"* durante el paro nacional en los meses de junio hasta noviembre 2022 se realizó una matriz de análisis de contenido para recoger la información, esta matriz

está conformada por 4 columnas y 5 filas donde destaca el titular del contenido junto al texto, el tipo de contenido y una imagen del post.

Además de la matriz de análisis de contenido, se optó por realizar una guía de entrevistas a expertos en el tema de redacción periodística y análisis de contenido esto con el fin de tener un punto de vista profesional acerca del tema para poder sacar un análisis propio acorde a lo que se está investigando y que se busca llegar.

Una matriz de contenidos es una ayuda visual que organiza tus contenidos a lo largo de dos dimensiones: dónde se sitúan en el embudo de conversión y qué tácticas utilizan para llegar al público objetivo. Las matrices de contenidos son herramientas poderosas para desarrollar una estrategia de marketing de alto nivel y evaluar su ejecución. Estas guías ayudan a garantizar que el contenido sea diverso, esté bien orientado y cubra temas relevantes en diferentes plataformas y en diferentes etapas (Casas, 2023).

La guía de entrevista es un documento que contiene los temas, preguntas sugeridas y aspectos a analizar en una entrevista. Es un instrumento técnico que adopta la forma de un diálogo coloquial. La entrevista es una técnica de gran utilidad en la investigación cualitativa para recabar datos; se define como una conversación que se propone un fin determinado distinto al simple hecho de conversar (Faqsensei, 2024).

CAPÍTULO IV. RESULTADOS

En este capítulo se presentan los resultados de la investigación, las matrices de análisis de contenido de las publicaciones digitales de las páginas de Facebook de,*"El Comercio y La Posta"* de los periodos de junio a noviembre. Seguido de las entrevistas a los expertos Danny Veloz y Cristina Márquez en una tabla con las preguntas y las respuestas.

4.1 Matriz general de análisis de contenidos

Tabla 1
Resultados generales de las matrices

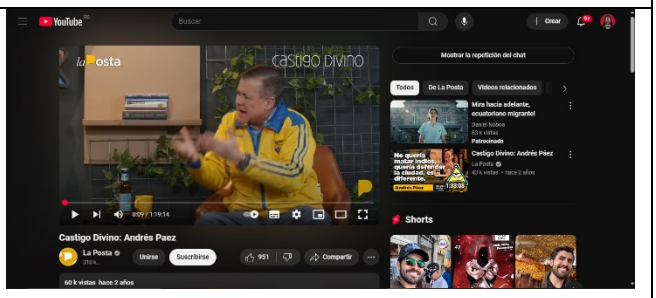
<table>
<tr><th colspan="2">Resultados generales de las matrices de análisis de contenido de las publicaciones de El Comercio y La Posta durante El Paro Nacional 2022 periodo junio noviembre</th></tr>
<tr><td colspan="2">Resultados de las matrices de El Comercio:
Se realizó el análisis de las publicaciones digitales en las páginas de El Comercio que fueron creadas en base a El Paro Nacional durante los meses de junio a noviembre del año 2022.</td></tr>
<tr><td>Publicaciones analizadas de El Comercio:
68 publicaciones totales en los meses de junio a noviembre</td><td>Publicaciones analizadas por meses de El Comercio:
Mes de junio: 49
Mes de julio: 10
Mes de agosto: 2
Mes de septiembre: 3
Mes de octubre: 2
Mes de noviembre: 2</td></tr>
<tr><td colspan="2">Publicaciones con Texto, imagen y enlace: 64 publicaciones encontradas durante los meses de junio a noviembre.</td></tr>
<tr><td>Título:
¡Termina el
paro!
Texto:
#URGENTE | ¡Hay acuerdo! Tras 18 días de movilizaciones termina el paro nacional en #Ecuador » https://bit.ly/3bFkfl</td><td>
</td></tr>
</table>

Observación: Dentro de cada publicación se encontró un texto y una imagen que acompañaba la nota informativa. Las publicaciones contenían un enlace que dirige a una retroalimentación de la información en el periódico web como se aprecia en la imagen.	
Publicaciones con texto y video: 8 publicaciones con texto y video encontradas durante los meses de julio a noviembre.	
Texto: #VIDEO | Imágenes del festejo en exteriores del Seminario Mayor, en #Quito. Ciudadanos de comunidades indígenas recibieron a sus dirigentes, luego del acuerdo entre la #Conaie y el Gobierno para suspender el paro en el #Ecuador	**Observación:** Dentro de las publicaciones de texto y video se encontró que El Comercio realizo transmisiones en vivo del Paro Nacional, donde se evidenció las marchas indígenas y algunas declaraciones que dio el gobierno durante dichos eventos.
Hashtags más usados: #ParoNacional2022	**Observaciones:**

#Quito #Ecuador #ATENCIÓN #ENVIVO	El 80 por ciento de las publicaciones contaron con hashtags al momento de ser compartidas en la página de Facebook de la posta principalmente en los 3 primeros meses donde el Paro tuvo mayor impacto y fuerza en información.
Observaciones generales: Las publicaciones de El Comercio mostraron una breve descripción de sus reportajes donde dejaban un enlace a su periódico digital con detalles más completos de cada reportaje, el uso de los hashtags facilitó la búsqueda del tema que fue el Paro Nacional además de mostrar mayor enfoque en la ciudad de Quito; por último, en las coberturas en vivo; enfocaban los dos grupos involucrados, tales transmisiones tenían una duración de casi dos horas. Si bien como se menciona hubo evidencia de videos de larga duración no se encontró Reels, o conocidos como videos cortos, a lo largo del primer mes del paro. En los siguientes meses se observó que las publicaciones ya no eran frecuentes, debido a que en estos meses se mostró ya las consecuencias ocasionadas por las manifestaciones.	
Resultados de las matrices de La Posta: Se realizó el análisis de las publicaciones digitales en las pagina de La Posta que fueron creadas en base a El Paro Nacional durante los meses de junio a noviembre del año 2022.	
Publicaciones analizadas de La Posta: 52 publicaciones totales en los meses de junio a noviembre	**Publicaciones analizadas por meses de La Posta:** Mes de junio: 22 Mes de julio: 10 Mes de agosto: 5 Mes de septiembre: 6 Mes de octubre: 5 Mes de noviembre: 4
Publicaciones con Texto e Imagen: 20 publicaciones encontradas durante los meses de junio a noviembre.	
Título: ¡Muchas vidas siguen en riesgo! 1.701 centros de salud se encuentran afectados por el bloqueo de vías y la falta de	**Observación:** En las publicaciones de La Posta se evidenció texto e imagen con escasa información. Además, algunos de los contenidos contaban con

corredores humanitarios. La Asociación de Distribuidores e Importadores de Productos Médicos levanta la alerta.	publicidad de marcas claramente patrocinadas, dejando ver el poco profesionalismo que el medio manejo durante las manifestaciones.

Publicaciones con texto, video y enlace: 32 publicaciones con texto y video encontradas durante los meses de julio a noviembre.

Varios sectores políticos y pipol en redes sociales han decidido llamar a quienes protestan en la Shirys como 'Los quiteños de bien'. ¿Qué 🤬 son? https://youtu.be/T_jGk3tnykU	
Observación: Dentro de los videos con texto, video e imagen se encontró que algunos videos principalmente de entrevistas tenían un enlace el cual redireccionaba al canal de YouTube de La Posta para ver la entrevista completa, en el caso de los Reels al ser cortos no redirigían a ninguna parte.	
Hashtags más usados: #ParoNacional	**Observación de los hashtags:** Para La Posta dentro de sus publicaciones el uso de hashtags era inexistentes dado que apenas algunas publicaciones se usaron la etiqueta de #ParoNacional.
Observaciones generales: Las publicaciones de La Posta mostraron información muy escasa, esta se resumía en apenas una frase, aparte que las publicaciones contenían muchos memes y referencias a la cultura actual. Además, la mayoría de información era dirigida hacia los manifestantes indígenas, especialmente hacia su líder Iza. El primer mes fue escaso y en noticias resalta la inmediatez de la información en las mismas, también es importante resaltar los videos, los cuales tenían variedad, entre reels, videos de largar duración y podcast que dirigían hacia el canal principal de La Posta; se destaca además el lenguaje vulgar que utiliza el medio en sus publicaciones.	
Total, de publicaciones analizadas de El Comercio y La Posta: 120 publicaciones analizadas	

Interpretación de las matrices de análisis de contenido El Comercio

Tras analizar las publicaciones de la página de Facebook de El Comercio, se pudo observar que el contenido publicado durante El Paro Nacional en el mes de junio fue diario con casi 6 publicaciones al día, cada publicación tenía un texto junto a una imagen o video, además de un enlace que dirigía a la página del periódico digital de El Comercio. A parte la paginas web conto con una serie de videos, en parte estaban las transmisiones en vivo realizadas durante estos eventos. Aunque cabe mencionar que, revisando los comentarios, estos reflejaban negativismo hacia el medio en cuestión o hacia los participantes de las manifestaciones.

Para el mes de julio, las publicaciones disminuyeron a comparación del mes anterior, sin embargo, aún se publicaban a diario. Para este periodo se observó el diálogo por parte de los grupos manifestantes junto a los gobiernos para llegar a un acuerdo que cumpla con las exigencias presentadas por parte de los involucrados. Esto se presentó con texto, imagen y videos en los contenidos. Similar al mes anterior las transmisiones en vivos de estos sucesos estuvieron presentes a lo largo del mes, y también resaltar que siempre se tuvo la retroalimentación de las publicaciones en el periódico digital de este medio.

En el mes de agosto se observó menos publicaciones relacionadas al tema del paro nacional, enfocándose hacia las consecuencias de las manifestaciones; aunque se mantienen las publicaciones diarias, la diferencia radica en los días que tocaban el tema, las cuales se propagaban entre cuatro y cinco días narrando acerca tema; se observó más publicaciones donde tenía el texto y una respectiva imagen y pocas publicaciones tenían un video o transmisión en vivo, no obstante mantenían los enlaces respectivos hacia la página del periódico digital, los comentarios se redujeron considerablemente teniendo un grado más negativo principalmente hacia temas como la delincuencia y los precios del combustible.

Posteriormente para los meses de septiembre, octubre y noviembre de ese año, las publicaciones que tocaban el tema del Paro Nacional se redujo en un 75% las cuales abordaban casos de delincuencia, casos que tocaban la salud fuera de hospitales y algunos temas dentro del gobierno; para estos meses las publicaciones solamente incluían los respetivos textos acompañados de una imagen, adjuntando el link respectivo hacia la nota informativa completa de la página principal del periódico digital, los comentarios eran casi nulos dentro de las publicaciones.

Interpretación de las matrices del contenido de La Posta

En las publicaciones elaboradas por la página de La Posta durante el Paro Nacional del 2022 en el mes de junio no eran diarias, realizando publicaciones entre cuatro o cinco días, y con tres o cuatro publicaciones por día; el tono de las publicaciones se presenta con un toque de humor y memes teniendo presencia en las imágenes de la publicación. Cada uno se acompañaba de un pequeño párrafo y con mayor enfoque en imágenes que contenían más información; para el caso de los videos fueron muy pocos los encontrados. En cada nota informativa se evidencio un tono agresivo y discriminatorio dirigido hacia los manifestantes; en los comentarios se observó fuertes críticas por parte de los usuarios hacia este medio debido a la escasa información que contenían sus publicaciones.

En el mes de julio, presento un patrón similar al mes anterior, publicaciones entre cuatro y cinco a la semana y entre dos y tres publicaciones por día, no obstante, aquí se encontró unos podcasts que subían a su página de Facebook y que también adjuntaban links que redirigían al canal de YouTube. En este medio, en este mes se enfocaban en mostrar sus informes en contra de Iza líder principal de los manifestantes, lo comentarios que también mostraron negativismo también tenían el enfoque hacia la persona mencionada.

Los meses siguientes de agosto, septiembre, octubre y noviembre el contenido se redujo aún más con un 15% o 20% de publicaciones que tocaban los temas consecuentes a las manifestaciones; los podcasts y reels tenían mayor peso dentro de la página, no dejando de lado las publicaciones de texto e imagen que siempre estaban presentes; al igual que en los meses anteriores los contenidos tenían un toque provocador y humorístico, siendo esto último lo que los seguidores criticaban más del medio. Como aspecto a resaltar los videos cortos (Reels) adjuntaban un enlace que dirige hacia el canal de YouTube de La Posta, donde tenían una serie de podcast y videos completos de las entrevistas.

4.1.1 Entrevistas

Trayectoria del Mgs. Danny Veloz presidente del Colegio de Periodistas Profesionales de la Provincia de Chimborazo

Danny Veloz es Licenciado en Ciencias de la Comunicación Social, graduado en la Universidad Nacional de Chimborazo. Tiene una Maestría en Comunicación y Marketing Político, además de un diplomado en lo que es marketing digital y ha trabajado en Diario La Prensa y Diario Los Andes. También ha emprendido en el medio de comunicación digital llamado InfoRío y actualmente es el propietario. Dispone de otro medio de comunicación denominado “la Antorcha” en la provincia de Chimborazo. También es presidente del Colegio de Periodistas Profesionales de Chimborazo.

Trayectoria de la Lic. Cristina Elizabeth Márquez Zurita

Actualmente se desempeña como Comunicadora Social en el Municipio de Riobamba. Ha trabajado como periodista durante más de una década como corresponsal de diario El Comercio.

A continuación, se presenta un resumen con las ideas principales obtenidas de las entrevistas a manera de resumen. Las entrevistas completas se pueden visualizar en el enlace correspondiente, ubicado en la sección de los anexos.

Tabla 2
ideas principales obtenidas de las entrevistas

Preguntas	Ideas Principales	Interpretación
1.- ¿Existe alguna estrategia de publicación para Facebook que pueda garantizar una cobertura efectiva y oportuna?	o Cuatro ejes fundamentales: es el tipo de cobertura o la temática, el tono que se tiene que utilizar para hacer este tipo de trabajo periodístico, la perspectiva política, también lo que maneja el periodista y el enfoque de la información. o Durante el paro nacional El comercio, cuando se cubrían temas emergentes como ese, se activaba un plan de contingencia en el que todos teníamos que aportar con información del minuto o Un equipo que está dedicado al tema de contenido web tamizaba esta información de acuerdo con la coyuntura de la noticia se publicaba en la web y esa nota de la web se volcaba a una publicación de Facebook.	Para que exista una buena estrategia de publicación en Facebook se debe tener en cuenta cuatro ejes que son: cobertura, temática, tono periodístico y enfoque informativo, con esto se crea un plan de contingencia para tener la información inmediata y que en caso de tener un sitio web mandar la información completa a este último para complementar y nutrir la nota informativa que se publicación en Facebook
2.- ¿Qué tipo de contenido visual (fotos, videos, infografías) puede resultar más efectivo para informar a la audiencia en una página de Facebook?	o Una transmisión en vivo, creo yo, que sería lo más impactante y que genera más visualizaciones al momento de hacer algún tipo de información o La Posta sólo se enfocó a un periodismo más directo pero apegado a la sociedad, pero no estaba 100% contrastada y no hubo un seguimiento de los casos. o En Facebook lo que más utilizamos y en Twitter eran videos, recuerdo que logré hacer unas tomas de la gente ingresando a Riobamba y	El tipo de contenido que mejor funciona al informar dentro de una página de Facebook siempre será una transmisión en vivo, así como videos que evidencien la nota informativa que se va a cubrir.

	también en la gobernación los videos fueron los que tuvieron un mayor alcance.	
3.- ¿Cuáles mecanismos de verificación de información se deben implementar para evitar difundir noticias falsas en una página de Facebook?	o Como periodista tenemos que ser éticos, no inventarnos las fuentes, acudir a las fuentes desempolvar las fuentes. o La Posta, presentó un tono más provocador y eso es evidente hasta hoy en día con un estilo que se puede incluir un lenguaje más coloquial o apegado a la ciudadanía y cercano a la audiencia joven. o Por ejemplo, llegaba un vídeo, entonces siempre consultar a las autoridades pertinentes la veracidad de este vídeo, la veracidad de los contenidos que circulaban o El insumo más importante de información, eran los comunicados oficiales que salían tanto desde la gobernación como en las declaraciones que se obtenían con el comandante de la policía y las declaraciones que daban los dirigentes del movimiento indígena	El mecanismo de verificación que siempre se debe implementar son las fuentes que se consultan, desempolvar la mayor cantidad de información oficial y verificada, ya sean de carácter escrito, oral o video. En este caso los insumos de información clave fueron los comunicados oficiales de la gobernación.
4.- ¿Qué tipo de análisis de datos se puede hacer para entender a la audiencia cuando se informa de un contenido?	o Ver las métricas que tiene cada plataforma digital a través de Google AdSense, ahí nosotros podemos verificar qué es lo que la audiencia quiere informarse. o Tiene que ver un community manager, y el comunicador en base a sus estrategias comunicacionales tienen que trabajar de la mano con estos profesionales. o Es fundamental saber los Big Data o las cifras. o La Posta generó un enfoque que es una reflexión y debate sobre las políticas públicas y los	Para hacer un análisis de datos en una plataforma, se tiene herramientas como Google AdSense que almacenan la información sobre el contenido publicado y con el que interactúa la audiencia, de esta tarea se encarga el community manager.

	derechos sociales que ocurrieron en ese entonces. o Esto se hace en Quito había un equipo que analizaba la data de las redes sociales, el alcance el número de visualizaciones no se hizo ninguno en específico para el paro se hacía mensualmente.	
5.- ¿Cómo periodistas deberíamos regirnos a alguna tendencia política especifica?	o No, el periodista tiene que ser siempre neutral no debemos hacer periodismo militante. o La Posta estaba más apegado a lo que era la línea política o las manifestaciones más no se estaba enfocando en los líderes indígenas o Nunca, se ha dado el caso, por ejemplo, en medios locales que sí te imponen una agenda y pese a que a que hubo acusaciones esto yo nunca en honor a la verdad, lo vi reflejado en mi trabajo periodístico o La información siempre fue muy objetiva y honora, la verdad nunca respondió a ningún particular.	No se debe regir a alguna tendencia política dentro de un medio porque en caso de hacerlo se evidencia en el trabajo que se comparte lo que puede ocasionar una falta de credibilidad en la audiencia, dentro del Diario El Comercio, pudo evidenciar que no se rigen por alguna tendencia política en conformidad con las palabras de la licenciada Márquez.
6.- ¿Cómo debería ser una coordinación apropiada entre el equipo editorial y los reporteros para que exista una coherencia y precisión en la información que manejan?	o La planificación es fundamental nosotros estamos haciendo una transmisión y después hacemos un compendio de lo que, ocurrido en el día, todo debe ser planificado o Para todos los editores siempre tenían lineamientos muy estrictos de calidad que debían tener los reportajes tanto para la web como para la impresa como para las redes sociales siempre se exigió la verificación de los datos	Para mantener una coordinación precisa junto al equipo editorial lo importante es tener una planificación sin importar lo que se haga, sea el caso de una transmisión, una nota informativa entre otros, además para mantener una calidad en los reportajes existen lineamientos a tomar en cuenta como lo tiene El Comercio que en caso de no tener presente dichos lineamientos existen sanciones a tomar en cuenta.

	○ Siempre se nos exigió una reportería de mucha calidad, muy estricta y con datos verificados y contrastados de la comunicación nos comunicamos a través de WhatsApp y correo electrónico donde quedaba respaldado	
7.- ¿Cómo evalúa la situación actual del periodismo en Chimborazo en comparación con otras regiones del país? **7.1.- ¿Cuál fue el enfoque principal de El Comercio en la cobertura del Paro Nacional 2022?**	○ Los periodistas ya no pueden hacer un periodismo de investigación existe, hay algunos muros, en la precarización laboral. ○ Están utilizando otros profesionales como diseñadores, están saliendo pelotones de comunicadores y de periodistas acá, a nivel de lo que es la provincia, sin embargo, no existen las suficientes plazas de trabajo para que ellos puedan estar laborando. ○ El comercio se caracterizaba por ser un medio transparente y muy neutral, muy objetivo. ○ El enfoque siempre fue contar de un lado y del otro lo que estaba pasando, nuestros reportajes siempre tuvieron contrastación y verificación de ambos lados. ○ Se buscó que hubiese un equilibrio y esto fue bastante difícil de lograr porque había mucho hermetismo y mucha resistencia por el lado del movimiento indígena quienes estaban en una postura de a qué medios compartir la noticia o a qué medios darles declaraciones.	La situación del periodismo dentro de Chimborazo como a nivel general presenta ciertos muros que dificultan el trabajo, uno de ellos el uso de otros profesionales fuera de la rama de comunicación, así como bajas tasas de trabajo. El Comercio enseño un enfoque neutral a la hora de compartir las acciones de los lideres manifestantes y el gobierno, intentando mantener un equilibrio en la información que compartían al público.
8.- ¿Considera que sea plasma al 100% la verdad en los reportajes de los medios de Comunicación?	○ No se puede, hoy en día se ha tergiversado la información porque no hay los canales de seguridad para que un periodista pueda realizar su trabajo de forma segura.	Hoy en día plasmar al 100% la verdad de un hecho al cual se le realice una cobertura es complicado dado que los canales de seguridad no son seguros el mismo Estado ha dejado del lado al periodismo y volviéndolo vulnerable, a esto se le conecta el

8.1.- ¿Cómo evaluaron las respuestas del gobierno durante el paro y cómo se reflejó esto en sus reportajes?	o No hay ese tipo de protección del Estado, que legal y constitucionalmente debe tener. o El Estado le debe mucho al periodismo, mucho le debe al comunicador porque nos han dejado vulnerables ante la criminalidad, ante lo político, incluso hasta la misma sociedad nos han visto como rezagados. o Entonces en lo personal el gobierno sí usó la fuerza usó la decían ellos del uso progresivo de la fuerza para reprimir las manifestaciones, pero sí fueron represivos y no solo con los manifestantes, sino incluso con el trabajo de la prensa.	cómo evaluaron las respuestas del gobierno durante el Paro el cual este fue muy represivo a la hora de permitir a los periodistas de El Comercio cubrir los eventos que estaban ocurriendo.
9.- ¿Qué retos enfrentan actualmente los periodistas en la región de Chimborazo? **9.1.- ¿Dado que el Paro Nacional 2022 fue un tema del que varios medios hablaba, como el Comercio se diferenciaba en su contenido publicado en Facebook frente al de los otros medios?**	o No tener la protección por parte del Estado para poder hacer una investigación. o El acoso hay un sin número de acoso, no solamente para los periodistas sino también para las mujeres que son periodistas incluso por parte de los mismos compañeros. o Los periodistas afrontamos el desconocimiento, la falta de empatía por parte de las fuentes el negativismo de la misma ciudadanía. o Para esto en específico, más bien hubo una alianza entre medios de comunicación para poder ayudarnos entre todos en la cobertura. o Lo que hicieron muchos compañeros fue compartir su material para que nosotros no tuviéramos que hacer reportería del todo en territorio.	Los retos actuales que presentan los periodistas dentro de Chimborazo son: no tener protección del estado, gran cantidad de acoso tanto a hombres como mujeres, desconocimiento, así como falta de empatía por parte de la ciudadanía, y en aquí dentro del Paro Nacional donde se vio mejor reflejado esto, provocando en su lugar una unión entre compañeros periodistas algunos de ellos debido a presentar situación de vulnerabilidad no podían arriesgarse a cubrir ciertos sectores por agresión de ciertos grupos en ambos lados del conflicto.
10.- ¿Cómo está afectando la tecnología y las redes sociales al	o El Comercio ofreció una variedad de formatos ellos se enfocaron en proporcionar una	Unos de los principales efectos que ha tenido la tecnología y las redes dentro del ejercicio

ejercicio del periodismo en Chimborazo? **10.1.- ¿Qué reacciones y feedback de la audiencia en Facebook encontraron más comunes durante la cobertura del Paro Nacional 2022?**	información contextualizada, lo que permitió que los lectores o los usuarios tengan, una información de calidad. o La Posta se enfocaron más en la inmediatez de las noticias publicando actualizaciones constantes sobre los eventos que se estaban dando en las calles sus reportajes que tendían a ser más cortos, pero más concretos y a la vez, carecían de contexto por parte de las fuentes de especialistas. o La complejidad que tiene hoy en día los periodistas lanza información en el momento que ellos deseen a diferencia de un periodista formado, que antes de emitir cualquier información tiene que darlo con un antecedente para poder generar una buena comunicación	periodístico es lo complejo que se ha vuelto subir información, mientras que cualquiera puede subir contenido a cualquier red social recae la forma de hacerlo que puede no estar contrastada mientras que el periodista especializado sube información mostrando los antecedentes adecuados para contrastar la información dándole mayor credibilidad a los hechos. Como ejemplos está, *"El Comercio"* que ofreció variedad en sus contenidos con información de alta calidad y contrastada. En el caso de *"La Posta"* mostró el tema de la inmediatez a su vez que estos eran cortos y crecían de fuentes especializadas.

4.2 Discusión

Tras analizar los contenidos digitales de las páginas de Facebook publicados por El Comercio y La Posta durante el Paro Nacional del 2022 en el periodo junio-noviembre lo primero que se debe destacar es la importancia de la comunicación de estos medios durante las manifestaciones, acotándonos a lo que menciona Aau (2024) que la comunicación se compone de dos intenciones, una la de comunicar y la segunda de recibir, donde existe un proceso de intercambio de información y opinión por parte de un emisor y un receptor, siendo los receptores sus seguidores.

Pino y Pino (2023) Mencionan que Facebook es una red social creada para poder mantener en contacto a personas que pueden compartir información, noticas y contenidos con otros acotando a lo que menciona la licenciada Cristina Márquez que, en el caso de El Comercio, un equipo se dedicó al contenido web tamizando la información y lo más relevante del momento, sin importar el horario solo acorde a la coyuntura de la gravedad se publicaba en el sitio web y se volcaba a la publicación de Facebook. Mientras que, en el caso de la Posta, Danny Veloz presidente del Colegio de Periodistas de Chimborazo mencionó que el medio presentó un periodismo más coloquial con un estilo sensacionalista donde la información resaltaba los momentos de tensión y conflicto de aquel entonces, apegada a lo que ocurría en los grupos de manifestantes problemáticos sin embargo esta no estaba tan contractada como la de El Comercio.

El tema del periodismo también está presente en la investigación pues se habla de dos medios importantes dedicados a esta disciplina, remontándonos a lo que Esneca (2023) dice que el periodismo se encuentra entre las ciencias de la información y se basa en la recopilación y difusión de información objetiva a través de diferentes medios. Cristina Márquez dice que El Comercio se caracterizaba por ser un medio transparente y neutral cuyo enfoque siempre fue

contar lo que pasaba de un lado y del otro, es decir con fuentes dentro del movimiento indígena como fuentes gubernamentales. Esto se ve reflejado en sus reportajes y siempre manejando el contraste y verificación de las dos partes. Un aporte también por parte de Danny Veloz menciona que como periodistas en primer lugar se debe ser éticos, no inventarse las fuentes y acudir a las mismas para desempolvar su contraste, algo que, en el caso de La Posta, hubo caso en sus publicaciones donde se notaba una falta de contrastación presentes en sus fuentes.

Ortega (2023c) menciona que el análisis de contenido que es un método utilizado en estudios cualitativos, así como el utilizado en este caso que permitió ver los diferentes tipos de contenido que se publicó, como los textos imágenes, y videos que estuvieron presentes en los diferentes contenidos publicados por El Comercio y La Posta. Mencionar además lo que Danny Veloz dice antes de realizar un análisis comparativo se debe considerar cuatro ejes fundamentales: en primer lugar, el tipo de cobertura que tanto por parte de El Comercio y La Posta fue la cobertura en directo y noticias de emergencias dentro El Paro del 2022. El segundo lugar el tono utilizado en el trabajo periodístico, por parte de El Comercio fue profesional claro y neutro, en el caso de La Posta estuvo apegada al sensacionalismo, en tercer lugar, la perspectiva política que para El Comercio se tuvo la afirmación de Cristina Márquez que nunca hubo una postura dentro del contenido que ella público, y La Posta se ve reflejada más apegada hacia la ciudadanía. El cuarto y último lugar el enfoque de la información que para ambos casos estuvo centrado hacia las manifestaciones indígenas.

Acotando a mayor profundidad a lo mencionado por Martín (2024) que en las redes sociales los usuarios publican contenidos para intercambiarlos con los demás e interactuar, en gran parte se puede elegir si dicha información compartida es pública o privada para cierto número de personas, Veloz en las entrevista menciona que unos de los desafíos para el periodismo cae en esta facilidad que tiene los usuarios de por compartir información cuando y

donde deseen y muchas veces se comparte información no contrastada lo que podría afectar a la veracidad de dicho contenido, dentro del paro nacional no fue la excepción dado que un numero abundante de personas aprovecharon la situación para compartir o repostear información de otros lados alterando una parte de la información y dado que las personas que interactuaron no verificaron la fuente de consulta genero disputas y odio principalmente hacia los manifestantes.

Además, dentro de la teoría de la comunicación a palabras de Alonso y Medina (2023, pp. 8-9) que se la define como comunicación de masas en particular con la comunicación personal que se da en el proceso de recepción y aparte otras formas de comunicación y de discurso dicho por Enric Saperas que redujo su enfoque principal casi desde sus inicios donde se mostraba la comunicación como un proceso resultado de medios y tecnologías, lo que se enlaza con los ocurrió durante las manifestaciones del paro nacional que atrás de los medios y las plataformas digitales sirvieron como el punto de comunicación para los usuarios de mantenerse al día con los hechos, esto recuerda lo mencionado por Elizabeth Márquez quien dijo que durante el paro existió una cooperación entre compañeros periodistas donde se mantuvieron en contacto por canales digitales para poder compartir e intercambiar información de lo que estaba sucediendo, pero cada medio informativo tenía su propio enfoque que lo diferenciaba del resto.

Es necesario también mencionar lo dicho por Farías (2024) en referente al periodismo digital conocido igualmente como ciberperiodismo o periodismo web que es una modalidad del periodismo que usa el internet para investigar, producir y difundir contenido, es un conjunto de prácticas, herramientas y entornos digitales que se usan con la finalidad noticiosa y divulgativa, tanto El Comercio como La Posta utilizaron el internet y los medios digitales para poder crear y publicar los contenidos durante el paro nacional aprovechando estos recursos

para poder divulgar la información al instante que estaba ocurriendo, además como menciona Veloz, quienes usaron el recurso de la transmisión en vivo en el caso de El Comercio para ver como estaban las calles con los manifestantes y poder generar mayor impacto para posteriormente nutrir la noticia en su periódico web. El uso de internet y las redes sociales permitieron divulgar una mayor cantidad de información que los medios tradicionales y eso se puede apreciar en la gran cantidad de publicaciones que realizaron en este periodo de tiempo.

Por otro lado, se puede mencionar lo dicho por Morales (2020) la comunicación es un proceso que permite intercambiar información y crear una relación social con aquellos que nos rodean, es un acto importante por el cual las personas podemos compartir información, opiniones sentimientos, experiencia y conocimiento. El diario Comercio durante las manifestaciones mantuvieron informados a sus seguidores sobre estos eventos a través de su página de Facebook usando textos, imágenes y videos que evidenciaban todos los hechos que ocurrían. En el primer mes del Comercio que fue en junio donde se suscitaron estos eventos existió mayor interacción. En los meses de julio y agosto la interacción de la página del Comercio se vio afectada debido a que el tema de las manifestaciones fue disipándose en estos meses, teniendo menos interacción de los seguidores en sus publicaciones y esto se refleja en las reacciones y comentarios. En la página de La Posta en cambio es un caso diferente ya que su contenido tenía escasa información y poco frecuentes a la hora de traer la información. En las publicaciones se pudo observar que tenía poca interacción por parte de sus seguidores, y dentro de los comentarios, las críticas negativas se dirigían el sitio por la manera en el manejo de los contenidos publicados.

Así mismo como menciona Delgado y de Enciclopedia Significados (2023), la acción de comunicar se da por medio del intercambio de mensajes entre emisor y receptor, visto desde este punto El Comercio y La Posta son los emisores los cuales se dieron a la tarea de comunicar

a través de sus publicaciones, mientras que los receptores fueron los seguidores los cuales recibían la información, dándose así este intercambio y cumpliendo la función de lo que es la comunicación. A esto se añade lo que Danny Veloz mencionó en la entrevista, refiriéndose a que estas interacciones dentro de los medios digitales permiten a los creadores analizar lo que su audiencia más le interesa ver; esto se realiza por medio de las métricas de la plataforma Facebook ya que, entre más sea el interés de la gente en algún hecho, más beneficioso será para el medio crear más contenido relacionado a algún tema.

De acuerdo con Jervis (2023) dice que la teoría de la comunicación estudia la capacidad de los humanos a relacionarse e intercambiar información, fue definida en 1980 por S.F. Scudder, la misma nos señala que el proceso de comunicación se podría ver afectado por varios factores siendo que el mensaje se puede modificar al enviarse por el emisor al receptor cosa que podemos ver claramente dentro de las publicaciones de El Comercio y La Posta, ambos medios tenían ciertas modificaciones dentro de sus contenidos pues aparte de ser medios distintos, otros usuarios alteraban la información para sus propios fines y paginas o incluso dentro de los mismos comentarios algunos usuarios distorsionaban la información objetando en contra: a los manifestantes, los gobiernos y los medios. De acuerdo con Danny Veloz, actualmente cualquier persona puede compartir información dado a la facilidad que es compartirlas dentro de las redes sociales lo que a su vez la llegada de esta información es también accesible para la gente lo que podría provocar desinformación.

CAPITULO V CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 CONCLUSIONES

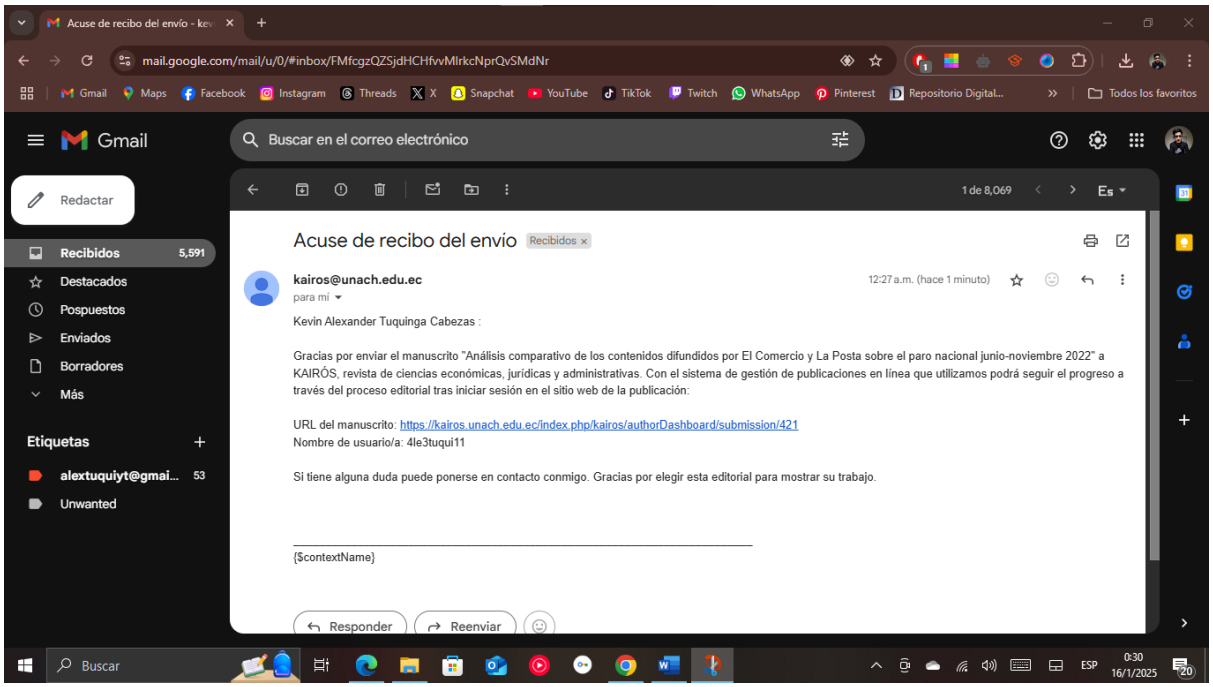
- Las publicaciones de las páginas de Facebook de El Comercio y La Posta durante El Paro Nacional del 2022 presentaron un impacto divisivo en los seguidores quienes juzgaron tanto positiva como negativamente los contenidos compartidos a quienes mantuvieron informados en todo momento y con actualizaciones diarias de los hechos que estaban ocurriendo durante el paro y las consecuencias que este tuvo en los meses posteriores.
- Dentro de los contenidos se pudo observar que la similitud del Comercio y La Posta fue la inmediatez con la que actualizaban sus publicaciones ofreciendo información relevante de lo que ocurrió. Las diferencias encontradas muestran que El Comercio mantuvo la veracidad y contrastación de su información, contrario a La Posta donde se observó datos de baja calidad informativa. Por otra parte, la tendencia política identificada en El Comercio es neutra sin atacar o apoyar a los grupos involucrados. En el caso de La Posta es notorio el amarillismo y el sensacionalismo especialmente reflejado hacia los grupos indígenas.
- El proyecto de investigación titulado "Análisis comparativo de los contenidos difundidos por El Comercio y La Posta sobre el paro nacional junio-noviembre 2022" permitió realizar un artículo científico acerca del tema con la finalidad de ser enviado a la revista Kairos.

5.2 RECOMENDACIONES

- La era digital ha dado un nuevo giro a la hora de realizar cualquier tipo de cobertura y facilita su rápida distribución a la hora de hacer llegar la información, pero como periodistas profesionales siempre se debe mostrar la calidad en el contenido periodístico pues hoy en día cualquier persona puede considerar elaborar contenido, pero no todo el mundo tiene la capacidad de hacerlo correctamente.
- Al momento de realizar la cobertura de cualquier suceso, es recomendable siempre revisar la mayor cantidad de fuentes verídicas que se pueda encontrar para no caer en el amarillismo del momento, además de siempre mantener una postura neutra al momento de brindar la información y no se debe dar preferencia a ningunos de los involucrados dentro de los hechos.

5.3 PROPUESTA

Captura de confirmación del envió del articulo científico a la revista Kairos



BIBLIOGRAFÍA

Aau. (2024, 16 febrero). *¿Qué es la comunicación y cuál es su importancia?* AAU | Universidad A Distancia. https://www.aauniv.com/s/blog/que-es-la-comunicacion-y-su-importancia/

Agatone, S. (2023, 3 abril). ¿Cuál es la técnica de la entrevista y sus características? *JOBATUS*. https://noticias.jobatus.mx/cual-es-la-tecnica-de-la-entrevista-y-sus-caracteristicas

Alonso, M., & Medina, H. S. (2023). Teoría de la Comunicación. Una Introducción a su estudio. *ResearchGate*. https://www.researchgate.net/publication/375096429_Teoria_de_la_Comunicacion_Una_Introduccion_a_su_estudio

Andréu Abela, Dr. (2021). *Las técnicas de análisis de contenido: una revisión actualizada.* [Tesis, Universidad de Granada]. https://perio.unlp.edu.ar/tif/wp-content/uploads/2021/04/S200103-Las-tecnicas-de-Analisis-de-Contenido-Una-revision-actualizada.pdf

Briceño, G., V. (2021, 2 diciembre). *Estructuralismo | Qué es, características, historia, aportes, ventajas, ejemplos*. Euston96. https://www.euston96.com/estructuralismo/

Casas, M. (2023, 29 septiembre). ¿Qué es una Matriz de contenidos? Dominar la planificación estratégica de contenidos | Clicategia. *Clicategia*. https://clicategia.es/glosario/que-es-matriz-de-contenidos/

Conceptualia-Adm. (2023, 25 mayo). *Definición y concepto de Periodismo | Conceptualia*. Conceptualia. https://conceptualia.es/castellano/textos/periodismo/

Córdova, E. (2022, 16 septiembre). *Periodismo digital: el tipo de periodismo que marcará nuestra época*. Cinco Noticias. https://www.cinconoticias.com/periodismo-digital/

Córdova, É. V. (2021, 30 octubre). ¿Qué es una plataforma digital y qué tipos existen? *Gestión*. https://gestion.pe/tendencias/que-es-una-plataforma-digital-y-que-tipos-existen-noticia/

Cruzito. (2020, 9 diciembre). ¿Qué es el periodismo? - Definición, roles y problemas | Estudyando. Estudyando. https://estudyando.com/que-es-el-periodismo-definicion-roles-y-problemas/

Delgado, I., & De Enciclopedia Significados, E. (2023, 4 diciembre). *Comunicación: qué es, tipos y características*. Enciclopedia Significados. https://www.significados.com/comunicacion/

Esneca. (2023, 8 agosto). *Tipos de Periodismo: ¿Cómo se Clasifican?* Esneca. https://www.esneca.com/blog/tipos-periodismo-clasificacion/

Espínola, J. P. S. (2023, 23 agosto). *Estructuralismo: definición, origen, bases y características*. Enciclopedia Humanidades. https://humanidades.com/estructuralismo/

Euroinnova International Online Education. (2024, 7 octubre). *que es la teoria estructuralista*. https://www.euroinnova.com/blog/que-es-la-teoria-estructuralista

Facchin, J. (2024, 25 septiembre). ¿Qué es Facebook, cómo funciona y para qué sirve la red? *José Facchin*. https://josefacchin.com/facebook-que-es-como-funciona/

Faqsensei. (2024, 14 abril). *¿Qué es la guía de la entrevista?* FAQSensei. https://faqsensei.com/que-es-la-guia-de-la-entrevista

Farías, G. (2024, 16 mayo). *Periodismo digital: qué es, características y ejemplos*. Enciclopedia Humanidades. https://humanidades.com/periodismo-digital/

Giraldo, V. (2021, 22 junio). *Plataformas digitales: ¿qué son y qué tipos existen?* Rock Content - ES. https://rockcontent.com/es/blog/plataformas-digitales/

Guzmán Martínez, G. (2024, 5 septiembre). Estructuralismo: qué es y cuáles son sus ideas clave. *Psicología y Mente*. https://psicologiaymente.com/social/estructuralismo

Hernández Sampieri, D., Fernández Collado, Dr., & Baptista Lucio, Dra. (2014). METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN (6.a ed.). Marcela I. Rocha Martínez. https://www.esup.edu.pe/wp-content/uploads/2020/12/2.%20Hernandez,%20Fernandez%20y%20Baptista-Metodolog%C3%ADa%20Investigacion%20Cientifica%206ta%20ed.pdf

ideasSEM. (2020, 13 julio). Qué son las Redes Sociales, cómo funcionan y tipos existentes. *ideasSEM*. https://ideassem.com/blog/que-son-redes-sociales/

Inteligente, C. (2025, 8 enero). *Redes Sociales : definición y características*. MPM Insurance Software Solutions. https://www.mpmsoftware.com/latam/blog/redes-sociales-definicion-y-caracteristicas-latam/

Itesm. (2022, 11 diciembre). Tipos de investigación cualitativa que debes conocer en 2022. *Tecnológico de Monterrey*. https://blog.maestriasydiplomados.tec.mx/tipos-de-investigaci%C3%B3n-cualitativa-2022

Izquierdo, D. (2023, 3 noviembre). Plataformas digitales: para qué sirven y las 5 más populares. *Media Source*. https://www.mediasource.mx/blog/plataformas-digitales-para-que-sirven-y-las-5-mas-populares

Jervis, T. M. (2023, 26 mayo). *Teoría de la comunicación*. Lifeder. https://www.lifeder.com/teoria-de-la-comunicacion/

Luxandlan. (2020, 27 febrero). Qué es el periodismo digital: beneficios, consejos y características. Platzi. https://platzi.com/blog/que-es-periodismo-digital/

Martín, S. (2024, 2 agosto). *Mega Guía de redes sociales: para qué sirven, tipos y cuáles son las más utilizadas*. Metricool. https://metricool.com/es/que-son-las-redes-sociales/

Morales, A. (2020, 25 septiembre). *Qué es la comunicación: elementos, tipos y ejemplos de comunicación*. Toda Materia. https://www.todamateria.com/que-es-la-comunicacion/

Muguira, A. (2024, 19 junio). *Diseño de investigación: Elementos y características*. QuestionPro. https://www.questionpro.com/blog/es/diseno-de-investigacion/

Ortega, C. (2023a, febrero 23). *Análisis de datos de una investigación cualitativa*. QuestionPro. https://www.questionpro.com/blog/es/analisis-de-datos-de-una-investigacion-cualitativa/

Ortega, C. (2023a, febrero 23). *¿Qué es el muestreo por conveniencia?* QuestionPro. https://www.questionpro.com/blog/es/muestreo-por-conveniencia/

Ortega, C. (2023, 26 septiembre). *Análisis de contenido: Qué es y cómo funciona en los estudios cualitativos*. QuestionPro. https://www.questionpro.com/blog/es/analisis-de-contenido/

Peiró, R. (2022, 24 noviembre). *Redes sociales - Definición, qué es y concepto | Economipedia*. Economipedia. https://economipedia.com/definiciones/redes-sociales.html

Peiró, R. (2024, 17 julio). *Teoría de la comunicación: Qué es, importancia y elementos clave*. Economipedia. https://economipedia.com/definiciones/teoria-de-la-comunicacion.html

Pino, N. R., & Pino, N. R. (2023, 7 septiembre). *¿Qué es Facebook, para qué sirve y cómo funciona esta red social?* Webescuela | Cursos Online de Marketing Digital. https://webescuela.com/facebook-que-es-como-funciona/

Porto, J. P., & Merino, M. (2021, 21 diciembre). *Periodismo - Qué es, definición, orígenes y tipos*. Definición.de. https://definicion.de/periodismo/

Ramírez, S. Á. (2024, 11 diciembre). *Qué es el periodismo digital*. Euroinnova International Online Education. https://www.euroinnova.com/blog/que-es-el-periodismo-digital

Studocu. (n.d.). *Teoria DE LA Comunicación - TEORÍA DE LA COMUNICACIÓN: PRINCIPIOS, COMPONENTES E HISTORIA La teoría - Studocu*. https://www.studocu.com/es-mx/document/instituto-universitario-iulatam/historia-del-derecho/teoria-de-la-comunicacion/60537009

Suarez, I. P. M. (2025, 18 enero). *Qué es Facebook, cómo funciona y para qué sirve en marketing*. Digital Marketing Agency. https://www.seonetdigital.com/es/blog/que-es-facebook

Terán, P. (2022, 21 abril). *¿Qué son las plataformas digitales?* Ecuador Verifica. https://ecuadorverifica.org/2022/04/21/que-son-las-plataformas-digitales/

Urrutia, D. (2023, 17 octubre). Qué es Facebook - Definición, significado y ejemplos. Arimetrics. https://www.arimetrics.com/glosario-digital/facebook

Warnes, N., Warnes, N., & Warnes, N. (2021, 6 septiembre). *Comunicación*. ConceptoABC. https://conceptoabc.com/comunicacion/

ANEXOS

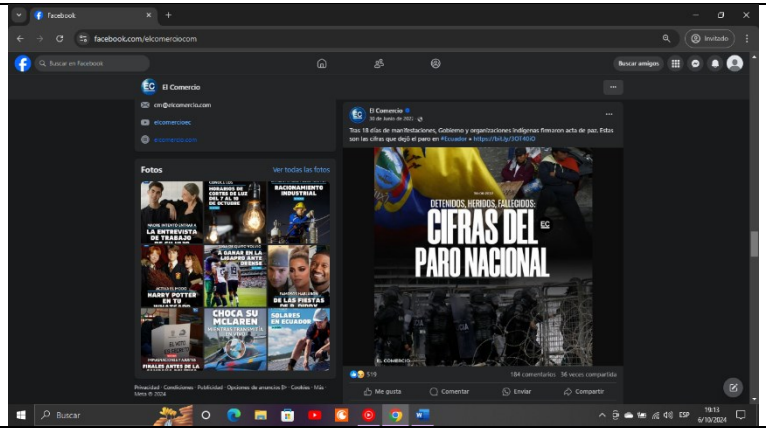
Anexo 1

<table>
<tr><td colspan="4">Matriz de análisis de contenido</td></tr>
<tr><td>N.º
Fecha de publicación:</td><td>Titulo:</td><td rowspan="2">Texto:</td><td>Imagen del post:</td></tr>
<tr><td>N.º de reacciones:
Me gusta:
Me encanta:
Me importa:
Me divierte:
Me asombra:
Me enoja:
Me entristece:</td><td>Tipo de contenido:</td><td></td></tr>
<tr><td>N.º de comentarios:</td><td rowspan="2">Hashtags</td><td rowspan="2">Fuente:</td><td rowspan="2">Enlace:</td></tr>
<tr><td>N.º de veces compartidas:</td></tr>
</table>

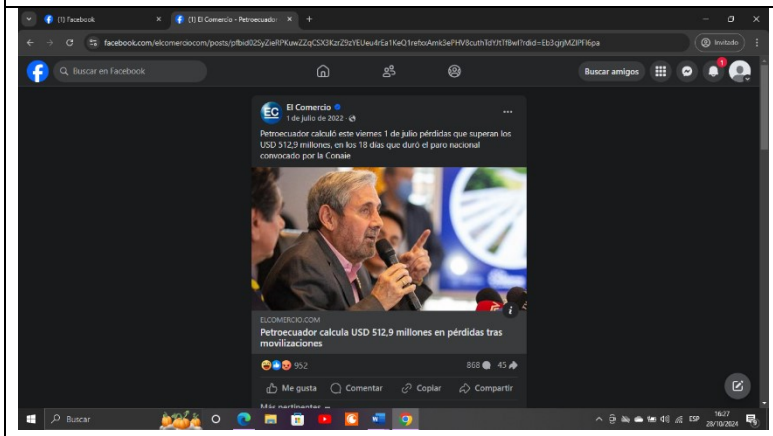
Nota: la presente tabla es de fuente y elaboración propia de Kevin Tuquinga (2024)

Anexo 2

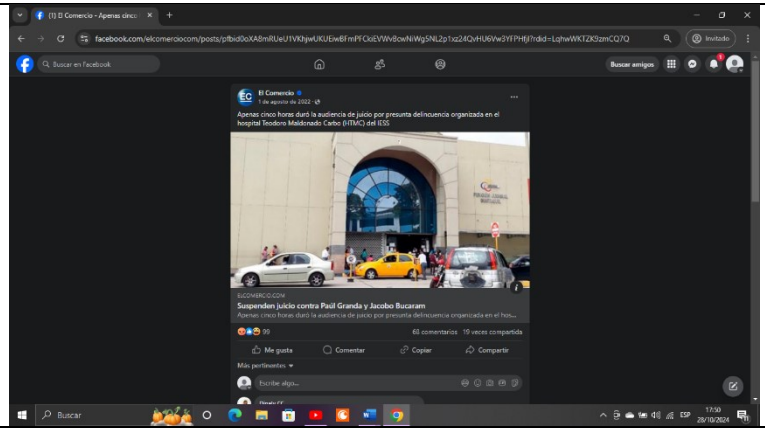
Matriz de análisis de contenido-Durante el mes Junio-El Comercio

<table>
<tr><td colspan="4">Matriz de análisis de contenido</td></tr>
<tr><td>Fecha de publicación:
30 de junio de 2022</td><td>Título: Cifras del Paro Nacional</td><td rowspan="2">Texto: Tras 18 días de manifestaciones, Gobierno y organizaciones indígenas firmaron acta de paz. Estas son las cifras que dejó el paro en #Ecuador » https://bit.ly/3OT40iO</td><td>Imagen del post:</td></tr>
<tr><td>N.º de reacciones:
Me gusta: 338
Me encanta: 1
Me importa: 1
Me divierte: 6
Me asombra: 7
Me enoja:18
Me entristece: 148</td><td>Tipo de contenido:
Imagen Texto</td><td> 
</td></tr>
<tr><td>N.º de comentarios:
184</td><td rowspan="2">Hashtags
#Ecuador</td><td>Fuente: El Comercio</td><td>Enlace:
https://www.facebook.com/share/wZFTiGePLH9Wggom/</td></tr>
<tr><td>N.º de veces compartidas:
36</td><td></td><td></td></tr>
</table>

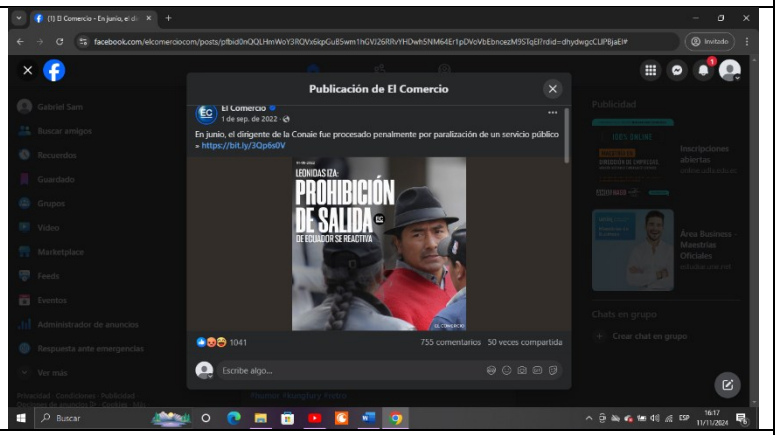
Matriz de análisis de contenido-Durante el mes Julio-El Comercio

<table>
<tr><th colspan="4">Matriz de análisis de contenido</th></tr>
<tr><td>Fecha de publicación:
1 de julio de 2022</td><td>Titulo:
Petroecuador calcula USD 512,9 millones en pérdidas tras movilizaciones</td><td rowspan="2">Texto: Petroecuador calculó este viernes 1 de julio pérdidas que superan los USD 512,9 millones, en los 18 días que duró el paro nacional convocado por la Conaie</td><td>Imagen del post:</td></tr>
<tr><td>N.º de reacciones:
Me gusta: 233
Me encanta: 7
Me importa: 2
Me divierte: 510
Me asombra: 19
Me enoja: 140
Me entristece: 41</td><td>Tipo de contenido:
Imagen Enlace</td><td> 
</td></tr>
<tr><td>N.º de comentarios:
868</td><td rowspan="2">Hashtags: Sin hashtags</td><td rowspan="2">Fuente: El Comercio</td><td rowspan="2">Enlace:
https://www.facebook.com/share/oMMcDRj3sy1vfNpn/</td></tr>
<tr><td>N.º de veces compartidas:
45</td></tr>
</table>

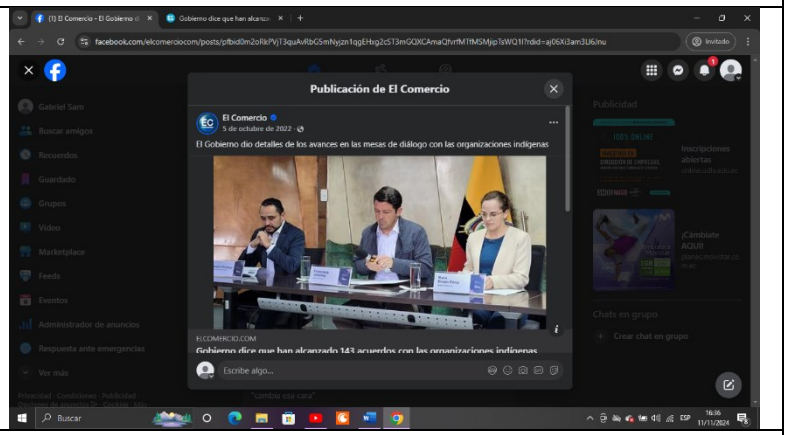
Matriz de análisis de contenido-Durante el mes Agosto-El Comercio

<table>
<tr><td colspan="4">Matriz de análisis de contenido</td></tr>
<tr><td>Fecha de publicación:
1 de agosto de 2022</td><td>Título: Suspenden juicio contra Paúl Granda y Jacobo Bucaram</td><td rowspan="2">Texto: Apenas cinco horas duró la audiencia de juicio por presunta delincuencia organizada en el hospital Teodoro Maldonado Carbo (HTMC) del IESS</td><td>Imagen del post:</td></tr>
<tr><td>N.º de reacciones:
Me gusta: 22
Me encanta: 1
Me importa: 0
Me divierte: 21
Me asombra: 5
Me enoja: 49
Me entristece: 1</td><td>Tipo de contenido:
Imagen Enlace</td><td>  </td></tr>
<tr><td>N.º de comentarios:
68</td><td rowspan="2">Hashtags: Sin hashtags</td><td rowspan="2">Fuente: El Comercio</td><td rowspan="2">Enlace:
https://www.facebook.com/share/kCRCbELFeQp6xyHm/</td></tr>
<tr><td>N.º de veces compartidas:
19</td></tr>
</table>

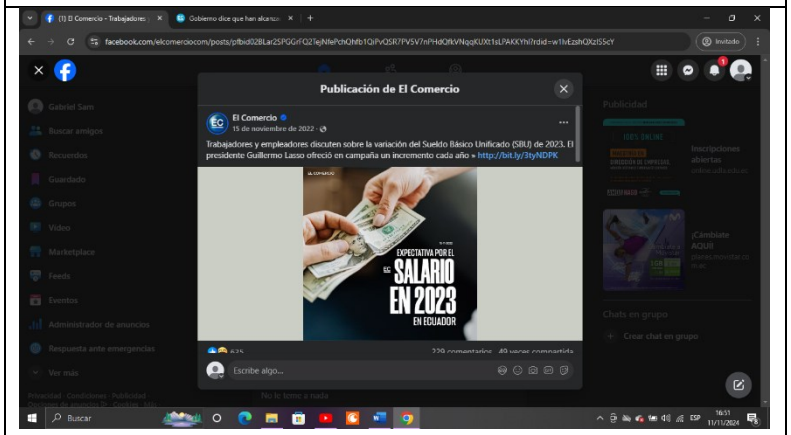
Matriz de análisis de contenido-Durante el mes Septiembre-El Comercio

<table>
<tr><td colspan="4">Matriz de análisis de contenido</td></tr>
<tr><td>Fecha de publicación:
1 de septiembre de 2022</td><td>Título:
Prohibición de salida</td><td rowspan="2">Texto: En junio, el dirigente de la Conaie fue procesado penalmente por paralización de un servicio público » https://bit.ly/3Qp6s0V</td><td>Imagen del post:</td></tr>
<tr><td>N.º de reacciones:
Me gusta: 764
Me encanta: 32
Me importa: 2
Me divierte: 106
Me asombra: 8
Me enoja:126
Me entristece: 3</td><td>Tipo de contenido:
Imagen Texto</td><td> 
</td></tr>
<tr><td>N.º de comentarios:
755</td><td rowspan="2">Hashtags: Sin hashtags</td><td rowspan="2">Fuente: El Comercio</td><td rowspan="2">Enlace:
https://www.facebook.com/share/17k9U1Tyhi/</td></tr>
<tr><td>N.º de veces compartidas:
50</td></tr>
</table>

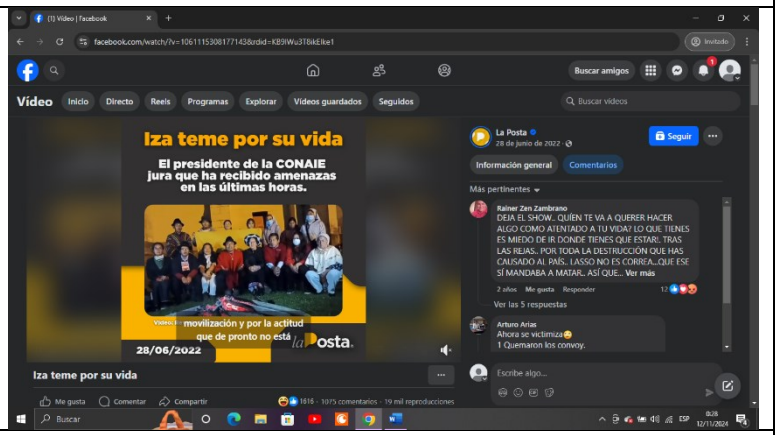
Matriz de análisis de contenido-Durante el mes Junio-El Comercio

<table>
<tr><td colspan="4">Matriz de análisis de contenido</td></tr>
<tr><td>Fecha de publicación:
5 de octubre de 2022</td><td>Título: Gobierno dice que han alcanzado 143 acuerdos con las organizaciones indígenas</td><td rowspan="2">Texto: El Gobierno dio detalles de los avances en las mesas de diálogo con las organizaciones indígenas</td><td>Imagen del post:</td></tr>
<tr><td>N.º de reacciones:
Me gusta: 34
Me encanta: 0
Me importa: 1
Me divierte: 40
Me asombra: 0
Me enoja:8
Me entristece: 0</td><td>Tipo de contenido:
Imagen Texto
Imagen Enlace</td><td> 
</td></tr>
<tr><td>N.º de comentarios:
45</td><td rowspan="2">Hashtags: Sin hashtags</td><td rowspan="2">Fuente: El Comercio</td><td rowspan="2">Enlace:
https://www.facebook.com/share/p/7aETECTRiiWqqKkc/</td></tr>
<tr><td>N.º de veces compartidas:
3</td></tr>
</table>

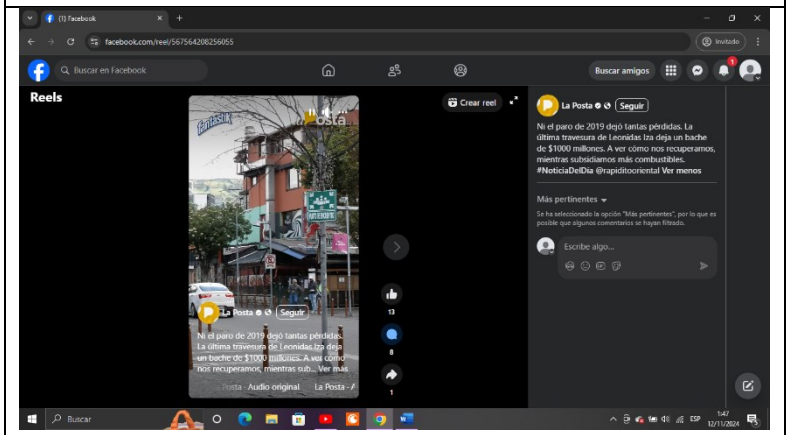
Matriz de análisis de contenido-Durante el mes Noviembre-El Comercio

<table>
<tr><th colspan="4">Matriz de análisis de contenido</th></tr>
<tr><td>Fecha de publicación:
15 de noviembre de 2022</td><td>Título:
Salario en 2023</td><td rowspan="2">Texto: Trabajadores y empleadores discuten sobre la variación del Sueldo Básico Unificado (SBU) de 2023. El presidente Guillermo Lasso ofreció en campaña un incremento cada año » http://bit.ly/3tyNDPK</td><td rowspan="2">Imagen del post:
 
</td></tr>
<tr><td>N.º de reacciones:
Me gusta: 441
Me encanta: 2
Me importa: 0
Me divierte: 166
Me asombra: 15
Me enoja:8
Me entristece: 3</td><td>Tipo de contenido:
Imagen
Texto</td></tr>
<tr><td>N.º de comentarios:
229</td><td rowspan="2">Hashtags:
Sin hashtags</td><td rowspan="2">Fuente: El Comercio</td><td rowspan="2">Enlace:
https://www.facebook.com/share/p/h7Jr5GBDt8r8LYDB/</td></tr>
<tr><td>N.º de veces compartidas:
49</td></tr>
</table>

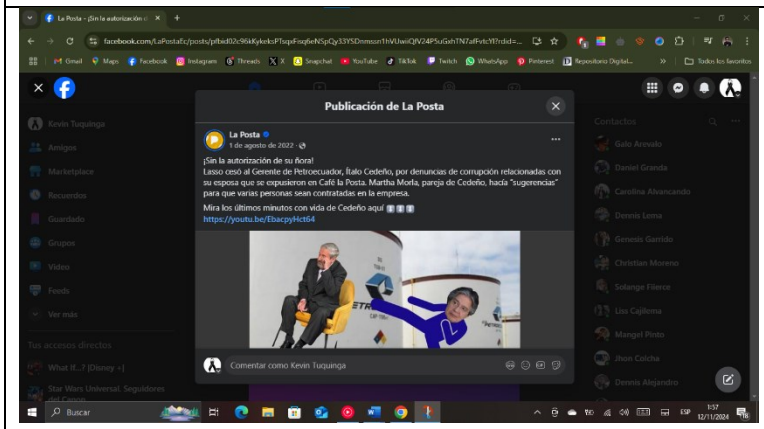
Matriz de análisis de contenido-Durante el mes Junio-La Posta

<table>
<tr><th colspan="4">Matriz de análisis de contenido</th></tr>
<tr><td>Fecha de publicación:
28 de junio de 2022</td><td>Título: Iza teme por su vida</td><td rowspan="2">Texto:
¿Comenzaron las malas mañas? Leonidas Iza asegura que teme por su vida, tras recibir múltiples amenazas de muerte.</td><td>Imagen del post:</td></tr>
<tr><td>N.º de reacciones:
Me gusta: 322
Me encanta: 10
Me importa: 2
Me divierte: 1155
Me asombra: 28
Me enoja: 56
Me entristece: 43</td><td>Tipo de contenido:
Video Texto</td><td> 
</td></tr>
<tr><td>N.º de comentarios:
1075</td><td rowspan="2">Hashtags: No hay hashtags</td><td rowspan="2">Fuente: La Posta</td><td rowspan="2">Enlace:
https://www.facebook.com/share/v/wksTs4f1aVySmdLo/</td></tr>
<tr><td>N.º de veces compartidas:
Sin compartir</td></tr>
</table>

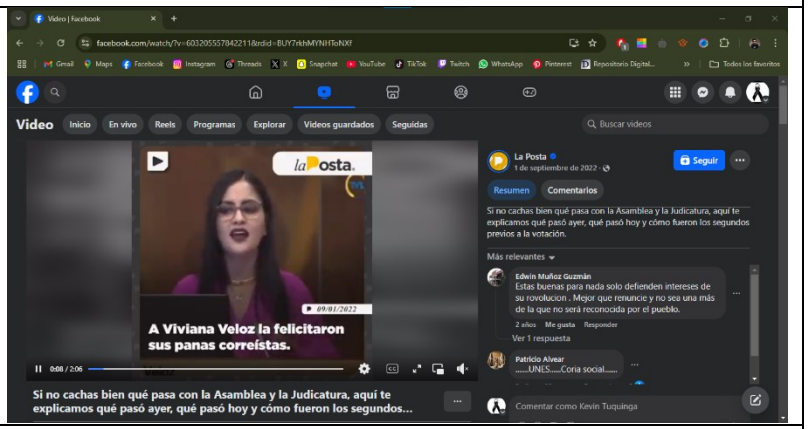
Matriz de análisis de contenido-Durante el mes Julio-La Posta

<table>
<tr><td colspan="4">Matriz de análisis de contenido</td></tr>
<tr><td>Fecha de publicación:
1 de julio de 2022</td><td>Título: Sin titulo</td><td rowspan="2">Texto:
Ni el paro de 2019 dejó tantas pérdidas. La última travesura de Leonidas Iza deja un bache de $1000 millones. A ver cómo nos recuperamos, mientras subsidiamos más combustibles.
#NoticiaDelDía@rapiditooriental</td><td>Imagen del post:</td></tr>
<tr><td>N.º de reacciones:
Me gusta: 14
Me encanta: 0
Me importa: 0
Me divierte: 0
Me asombra: 0
Me enoja: 0
Me entristece: 0</td><td>Tipo de contenido:
Reel Texto</td><td>  </td></tr>
<tr><td>N.º de comentarios:
8</td><td rowspan="2">Hashtags
#NoticiaDelDía</td><td>Fuente: La Posta</td><td>Enlace:
https://www.facebook.com/reel/567564208256055</td></tr>
<tr><td>N.º de veces compartidas:
1</td><td></td><td></td></tr>
</table>

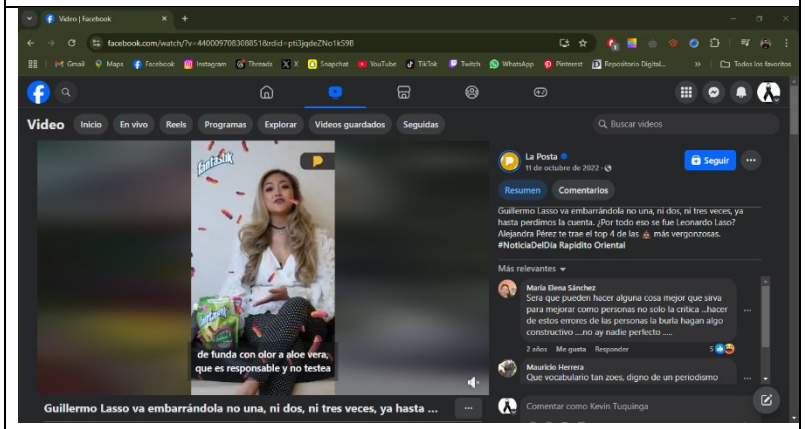
Matriz de análisis de contenido-Durante el mes Agosto-La Posta

<table>
<tr><td colspan="4">Matriz de análisis de contenido</td></tr>
<tr><td>Fecha de publicación:
01 de agosto de 2022</td><td>Título: ¡Por mandarina!</td><td rowspan="2">Texto: ¡Sin la autorización de su ñora!
Lasso cesó al Gerente de Petroecuador, Ítalo Cedeño, por denuncias de corrupción relacionadas con su esposa que se expusieron en Café la Posta. Martha Morla, pareja de Cedeño, hacía “sugerencias” para que varias personas sean contratadas en la empresa.
Mira los últimos minutos con vida de Cedeño aquí ⬇️⬇️⬇️
https://youtu.be/EbacpyHct64</td><td rowspan="2">Imagen del post:
  </td></tr>
<tr><td>N.º de reacciones:
Me gusta: 230
Me encanta: 08
Me importa: 0
Me divierte: 120
Me asombra: 13
Me enoja: 06
Me entristece: 05</td><td>Tipo de contenido:
Texto
Imagen</td></tr>
<tr><td>N.º de comentarios:
111</td><td rowspan="2">Hashtags:
Sin hashtags</td><td rowspan="2">Fuente: La Posta</td><td rowspan="2">Enlace:
https://www.facebook.com/share/p/8uqXwkvF5GY8qPNu/</td></tr>
<tr><td>N.º de veces compartidas:
81</td></tr>
</table>

Matriz de análisis de contenido-Durante el mes Septiembre-La Posta

<table>
<tr><td colspan="4">Matriz de análisis de contenido</td></tr>
<tr><td>Fecha de publicación:
01 de septiembre de 2022</td><td>Título: Sin titulo</td><td rowspan="2">Texto: Si no cachas bien qué pasa con la Asamblea y la Judicatura, aquí te explicamos qué pasó ayer, qué pasó hoy y cómo fueron los segundos</td><td>Imagen del post:</td></tr>
<tr><td>N.º de reacciones:
Me gusta: 41
Me encanta: 0
Me importa: 0
Me divierte: 12
Me asombra: 0
Me enoja: 08
Me entristece: 0</td><td>Tipo de contenido:
Video</td><td> 
</td></tr>
<tr><td>N.º de comentarios: 42</td><td rowspan="2">Hashtags:
Sin hashtags</td><td>Fuente: La Posta</td><td>Enlace: https://fb.watch/vOApW9nUxA/</td></tr>
<tr><td>N.º de veces compartidas: Sin compartir</td><td></td><td></td></tr>
</table>

Matriz de análisis de contenido-Durante el mes Octubre-La Posta

<table>
<tr><td colspan="4">Matriz de análisis de contenido</td></tr>
<tr><td>Fecha de publicación: 11 de octubre de 2022</td><td>Título: Guillermo Lasso va embarrándola no una, ni dos, ni tres veces, ya hasta</td><td rowspan="2">Texto: Guillermo Lasso va embarrándola no una, ni dos, ni tres veces, ya hasta perdimos la cuenta. ¿Por todo eso se fue Leonardo Laso? Alejandra Pérez te trae el top 4 de las 💩 más vergonzosas. #NoticiaDelDía Rapidito Oriental</td><td>Imagen del post:</td></tr>
<tr><td>N.º de reacciones:
Me gusta: 128
Me encanta: 02
Me importa: 0
Me divierte: 50
Me asombra: 02
Me enoja: 10
Me entristece: 01</td><td>Tipo de contenido: Texto Video</td><td rowspan="2"> 
</td></tr>
<tr><td>N.º de comentarios: 55</td><td rowspan="2">Hashtags: #NoticiaDelDía Rapidito Oriental</td></tr>
<tr><td>N.º de veces compartidas: Sin compartir</td><td>Fuente: La Posta</td><td>Enlace: https://fb.watch/vOFCsv_5A0/</td></tr>
</table>

Matriz de análisis de contenido-Durante el mes Noviembre-La Posta

<table>
<tr><td colspan="4">Matriz de análisis de contenido</td></tr>
<tr><td>Fecha de publicación:
15 de noviembre de 2022</td><td>Título: El bolsillo de la people ecuatoriana se congeló en 2014</td><td rowspan="2">Texto: ¡Chiros a más no poder! Según el economista Luis Espinosa Goded, el PIB per capita de la people ecuatoriana no crece desde hace ocho años. O sea, Guillermo Lasso no ha cumplido lo que prometió.
https://youtu.be/UzJC_-cWIN0</td><td>Imagen del post:</td></tr>
<tr><td>N.º de reacciones:
Me gusta: 36
Me encanta: 0
Me importa: 0
Me divierte: 04
Me asombra: 02
Me enoja: 0
Me entristece: 0</td><td>Tipo de contenido:
Video Texto</td><td rowspan="2"> </td></tr>
<tr><td>N.º de comentarios: 08</td><td rowspan="2">Hashtags: Sin hashtags</td><td rowspan="2">Enlace: https://fb.watch/vOHmObAflW/</td></tr>
<tr><td>N.º de veces compartidas:
Sin compartir</td><td>Fuente: La Posta</td></tr>
</table>

Anexo 3

Preguntas para el presidente del Colegio de Periodistas de Chimborazo (Danny Veloz)

1.- ¿Existe alguna estrategia de publicación para Facebook que pueda garantizar una cobertura efectiva y oportuna?

2.- ¿Qué tipo de contenido visual (fotos, videos, infografías) puede resultar más efectivo para informar a la audiencia en una página de Facebook?

3.- ¿Cuáles mecanismos de verificación de información se deben implementar para evitar difundir noticias falsas en una página de Facebook?

4.- ¿Qué tipo de análisis de datos se puede hacer para entender a la audiencia cuando se informa de un contenido?

5.- ¿Cómo está afectando la tecnología y las redes sociales al ejercicio del periodismo en Chimborazo?

6.- ¿Cómo periodistas deberíamos regirnos a alguna tendencia política especifica?

7.- ¿Cómo debería ser una coordinación apropiada entre el equipo editorial y los reporteros para que exista una coherencia y precisión en la información que manejan?

8.- ¿Cómo evalúa la situación actual del periodismo en Chimborazo en comparación con otras regiones del país?

9.- ¿Considera que sea plasma al 100% la verdad en los reportajes de los medios de Comunicación?

10.- ¿Qué retos enfrentan actualmente los periodistas en la región de Chimborazo?

Preguntas para la licenciada Cristina Márquez

1.- ¿Cuál fue la estrategia de publicación en Facebook durante el Paro Nacional 2022 para asegurar una cobertura efectiva y oportuna?

2.- ¿Cuál fue el enfoque principal de El Comercio en la cobertura del Paro Nacional 2022?

3.- ¿Qué tipo de contenido visual (fotos, videos, infografías) resultó más efectivo para informar a la audiencia sobre el paro en Facebook?

4.- ¿Qué reacciones y feedback de la audiencia en Facebook encontraron más comunes durante la cobertura del Paro Nacional 2022?

5.- ¿Qué mecanismos de verificación de información implementaron para evitar la difusión de noticias falsas o desinformación en la página de Facebook?

6.- ¿Qué tipo de análisis de datos realizaron para entender mejor el comportamiento de la audiencia durante el paro?

7.- ¿Dado que el Paro Nacional 2022 fue un tema del que varios medios hablaba, como el Comercio se diferenciaba en su contenido publicado en Facebook frente al de los otros medios?

8.- ¿Existe alguna tendencia política a la que el Comercio se rija al crear su contenido?

9.- ¿Cómo evaluaron las respuestas del gobierno durante el paro y cómo se reflejó esto en sus reportajes?

10.- ¿Cómo fue la coordinación con el equipo editorial y de reporteros para asegurar la coherencia y precisión de la información publicada en Facebook?

Enlace a la 1ra entrevista (Primera Parte)

https://unachedu-my.sharepoint.com/:v:/g/personal/kevin_tuquinga_unach_edu_ec/EQ8qcI9yN3lEmiQtD08wAXIB4C6EIms9mi55KbZPtGhJ-w?nav=eyJyZWZlcnJhbEluZm8iOnsicmVmZXJyYWxBcHAiOiJPbmVEcml2ZUZvckJ1c2luZXNzIiwicmVmZXJyYWxBcHBQbGF0Zm9ybSI6IldlYiIsInJlZmVycmFsTW9kZSI6InZpZXciLCJyZWZlcnJhbFZpZXciOiJNeUZpbGVzTGlua0NvcHkifX0&e=o5CNad

Enlace a la 1ra entrevista (Segunda Parte)

https://unachedu-my.sharepoint.com/:v:/g/personal/kevin_tuquinga_unach_edu_ec/Ef9I9eM9JMlFntEeyTJb61wBX0uUIGeQDUgsPWHDS3CFOA?nav=eyJyZWZlcnJhbEluZm8iOnsicmVmZXJyYWxBcHAiOiJPbmVEcml2ZUZvckJ1c2luZXNzIiwicmVmZXJyYWxBcHBQbGF0Zm9ybSI6IldlYiIsInJlZmVycmFsTW9kZSI6InZpZXciLCJyZWZlcnJhbFZpZXciOiJNeUZpbGVzTGlua0NvcHkifX0&e=eSZsYq

Enlace a la segunda entrevista (Audio)

https://unachedu-my.sharepoint.com/:u:/g/personal/kevin_tuquinga_unach_edu_ec/EWDtfyi75lZKsRlzzSSNixkByBBn_azvEHMvicx75ibc2Q?nav=eyJyZWZlcnJhbEluZm8iOnsicmVmZXJyYWxBcHAiOiJPbmVEcml2ZUZvckJ1c2luZXNzIiwicmVmZXJyYWxBcHBQbGF0Zm9ybSI6IldlYiIsInJlZmVycmFsTW9kZSI6InZpZXciLCJyZWZlcnJhbFZpZXciOiJNeUZpbGVzTGlua0NvcHkifX0&e=k8Yu4l

Enlace de las 120 matrices analizadas

https://unachedu-my.sharepoint.com/:b:/g/personal/kevin_tuquinga_unach_edu_ec/ERGymIaqdO9AsU9QlCmVTEsBKlly0-yLIO2ZzF6GOJh7LA?e=B5KFrq

Anexo 4

Fotos

Entrevista realizada a Danny Veloz de manera virtual

Entrevistador Kevin Tuquinga

Entrevista física realizada a Elizabeth Márquez por Kevin Tuquinga