



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

**El tratamiento informativo del medio comunitario Puruhá TV del
proceso electoral del 2023**

**Trabajo de Titulación para optar al título de Licenciatura en
Comunicación**

Autor:

Karoline Estefania Hernández Salazar

Tutor:

Mgs. Raúl Guillermo Zambrano Pontón

Riobamba, Ecuador. 2025

DECLARATORIA DE AUTORÍA

Yo, Karoline Estefania Hernández Salazar, con cédula de ciudadanía 0605153337, autora del trabajo de investigación titulado: El tratamiento informativo del medio comunitario Puruhá TV del proceso electoral del 2023, certifico que la producción, ideas, opiniones, criterios, contenidos y conclusiones expuestas son de mí 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 autora de la obra referida, será de mi entera responsabilidad; librando a la Universidad Nacional de Chimborazo de posibles obligaciones.

En Riobamba, 28 de julio del 2025



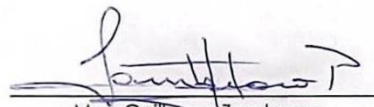
Karoline Estefania Hernández Salazar

C.I: 0605153337

DICTAMEN FAVORABLE DEL PROFESOR TUTOR

Quien suscribe, Guillermo Zambrano catedrático adscrito a la Facultad de Facultad de Ciencias Políticas y Administrativas, por medio del presente documento certifico haber asesorado y revisado el desarrollo del trabajo de investigación titulado: El tratamiento informativo del medio comunitario Puruhá TV del proceso electoral del 2023, bajo la autoría de Karoline Estefania Hernández Salazar, por lo que se autoriza ejecutar los trámites legales para su sustentación.

Es todo cuanto informar en honor a la verdad; en Riobamba, a los 24 días del mes de julio del 2025.

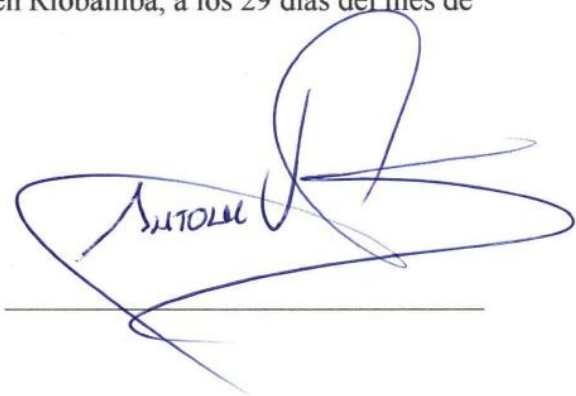

Mgs. Guillermo Zambrano
TUTOR (A)

CERTIFICADO DE LOS MIEMBROS DEL TRIBUNAL

Quienes suscribimos, catedráticos designados Miembros del Tribunal de Grado para la evaluación del trabajo de investigación El tratamiento informativo del medio comunitario Puruhá TV del proceso electoral del 2023, presentado por Karoline Estefania Hernández Salazar, con cédula de identidad número 0605153337, bajo la tutoría de Mgs. Guillermo Zambrano; 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 29 días del mes de julio del 2025.

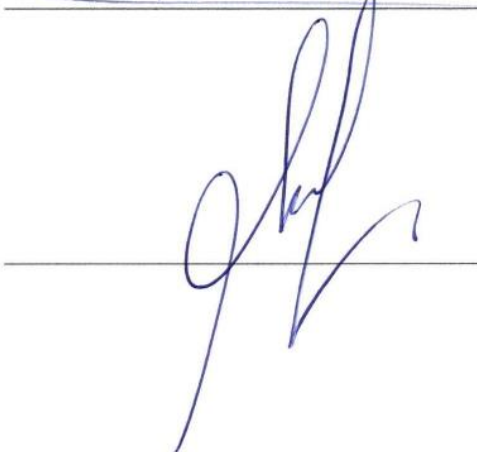
Mgs. Antoni Vaca
PRESIDENTE DEL TRIBUNAL DE GRADO

A large, stylized handwritten signature in blue ink, written over a horizontal line. The signature is cursive and appears to be 'ANTONI'.

Msc. Carlos Larrea
MIEMBRO DEL TRIBUNAL DE GRADO

A handwritten signature in blue ink, written over a horizontal line. The signature is cursive and appears to be 'CARLOS'.

Msc. Galo Vásquez
MIEMBRO DEL TRIBUNAL DE GRADO

A handwritten signature in blue ink, written over a horizontal line. The signature is cursive and appears to be 'GALO'.

CERTIFICACIÓN

Que, **KAROLINE ESTEFANÍA HERNÁNDEZ SALAZAR** con CC: **0605153337**, estudiante de la Carrera de **COMUNICACION**, Facultad de **CIENCIAS POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS**: ha trabajado bajo mi tutoría el trabajo de investigación titulado "EL TRATAMIENTO INFORMATIVO DEL MEDIO COMUNITARIO PURUHÁ TV DEL PROCESO ELECTORAL DEL 2023", 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 2%, reportado en el sistema Antiplagio Compilatio, porcentaje aceptado de acuerdo a la reglamentación institucional, por consiguiente, autorizo continuar con el proceso.

Riobamba, 22 de julio de 2025



Raul Guillermo
Zambrano Ponton



Mgs. Guillermo Zambrano
TUTOR

DEDICATORIA

El presente trabajo de investigación se lo dedico a la Karoline de 18 años, a la cual un día le apasiono estudiar comunicación porque sabía que esto le abriría muchas puertas y le permitiría hacer lo que le gusta. Le agradezco por haber dado el primer paso hacia este presente.

A mis padres, Judith Salazar y Luis Hernández, por ser un pilar fundamental en mi vida y por siempre acompañarme en cada paso que doy, su ejemplo ha sido mi mayor fortaleza.

A mi hermano, Luis Hernández por siempre apoyarme en cada momento de mi vida, por darme ese ánimo de superación siempre y ser mi mejor ejemplo a seguir.

A mis amigos Alexis y Yuli, gracias por acompañarme en este camino con su apoyo constante, por sus palabras de ánimo y por motivarme siempre a seguir adelante. Aunque a veces la distancia nos separó, su cariño y respaldo incondicional nunca dejaron de sentirse cerca.

A mis compañeros de carrera con quienes compartí aprendizajes, risas y desafíos. Gracias por acompañarme en este viaje que no solo formó a una profesional, sino también a una persona más humana y consciente.

Karoline Hernández

AGRADECIMIENTO

Mi agradecimiento a Dios y a la Virgencita del Cisne por ser mis protectores y guías, por abrigar mis sueños; en cada duda encontré su respuesta y en cada logro su bendición.

Al Mgs. Guillermo Zambrano mi más sincero agradecimiento por su acompañamiento y valiosa orientación durante el desarrollo de esta investigación. Sus consejos y conocimientos fueron pilares fundamentales para dar sentido a este trabajo.

A todos los docentes de la Carrera de Comunicación quienes, con su vocación y entrega, sembraron en mí la pasión por la verdad y el compromiso con la palabra. Gracias a sus enseñanzas, hoy concluyo esta etapa con la certeza de haberme formado como una comunicadora con propósito.

A todos los que creyeron en mí, gracias por ser parte de este camino. Este logro no es solo mío, sino también de quienes me acompañaron con fe y cariño.

Karoline Hernández

ÍNDICE GENERAL

DECLARATORIA DE AUDITORÍA

DICTAMEN FAVORABLE DEL PROFESOR

CERTIFICADO DE LOS MIEMBROS DEL TRIBUNAL

CERTIFICADO DE ANTIPLAGIO

DEDICATORIA

AGRADECIMIENTOS

RESUMEN

ABSTRACT

CAPÍTULO I. INTRODUCCION..... 15

1.1. Planteamiento del problema..... 15

1.1.1. Formulación del Problema..... 16

1.2. Objetivos..... 16

1.2.1. Objetivo general 16

1.2.2. Objetivos específicos..... 16

1.3. Antecedentes..... 17

CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO..... 20

2.1. Comunicación 20

2.2. Teorías de la Comunicación..... 20

2.2.1. Teoría de la Agenda Setting 20

2.2.2. Modelos de interacción con los medios..... 21

2.2.3. Medios de Comunicación 21

2.2.4. Medios Comunitarios 22

2.2.5. Teoría funcionalista 27

2.3.	Televisión.....	29
2.4.	Periodismo	31
2.4.1.	Periodismo Televisivo	33
2.4.2.	Géneros Periodísticos	36
2.4.3.	Géneros televvos.....	38
CAPÍTULO III. METODOLOGIA		40
3.1.	Tipo de Investigación.....	40
3.2.	Diseño de Investigación.....	40
3.3.	Técnicas de recolección de Datos	41
3.3.1.	Entrevistas semiestructuradas.....	41
3.3.1.1.	Guía de Entrevista al director de Puruhá TV	42
3.3.1.2.	Guía de Entrevista a un Experto en Periodismo	42
3.3.2.	Análisis de contenidos	43
3.3.2.1.	Matriz de Análisis de Contenido.....	43
<i>Nota.</i> Elaboración propia.....		45
3.4.	Población de estudio y tamaño de muestra	45
3.5.	Métodos de análisis, y procesamiento de datos	45
CAPÍTULO IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN		46
1.1.	Análisis de contenidos	46
<i>Nota.</i> Elaboración propia.....		48
<i>Nota.</i> Elaboración propia.....		50
1.2.	Análisis de entrevistas.....	68

CAPÍTULO V. CONCLUSIONES y RECOMENDACIONES	88
2.1. Conclusiones.....	88
2.2. Recomendaciones	89
CAPÍTULO VI. PROPUESTA	92
6.1. Artículo Científico	92

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1	Matriz de análisis de contenido.....	44
Tabla 2	Análisis de Rimanakuy: Dr. Italo Bedrán, candidato a la asamblea por la provincia de Chimborazo.....	46
Tabla 3	Análisis de Rimanakuy: Lic. Miguel Llerena, coordinador provincial de Chimborazo de la Red de Maestros y Maestras por la Revolución Educativa.....	47
Tabla 4	Análisis de Dialogando con Elvis Maldonado Castillo.....	48
Tabla 5	Análisis de Rimanakuy: Jorge Morocho, Candidato a Asambleísta por Chimborazo, Centro Democrático Lista 1.....	49
Tabla 6	Análisis de Rimanakuy: Eustaquio Tuala, candidato a asambleísta nacional..	50
Tabla 7	Análisis de Rimanakuy: Ignacio Pomatoca, candidato a asambleísta por Chimborazo, Centro Democrático Lista 1.....	51
Tabla 8	Análisis de Rimanakuy: Marina Moreno, candidata alterna a asambleísta por Chimborazo, Centro Democrático Lista 1.....	52
Tabla 9	Análisis de Rimanakuy: Nelson Rivera, candidato a Asambleísta por Chimborazo, Movimiento Amauta Lista 66.....	54
Tabla 10	Análisis de Rimanakuy: Ing. Glenda Ortega, Candidata a asambleísta por la Alianza Actuemos.....	55
Tabla 11	Análisis de Rimanakuy: Ab. Fernando Barreno, candidato a la Asamblea, Movimiento Renovación Lista 61.	56
Tabla 12	Análisis de Rimanakuy: Dr. Jorge Morocho, candidato a asambleísta de Chimborazo por Centro Democrático lista 1.....	58
Tabla 13	Análisis de la Transmisión del debate presidencial.....	59
Tabla 14	Análisis de la Cadena informativa 2023 Voces en democracia.....	60
Tabla 15	Análisis de la Cadena Informativa 2023 Voces en democracia.....	61

Tabla 16	Análisis de Rimanakuy: Abg. José Copa, Representante del Colectivo Pueblo Unido ADN Chimborazo.....	62
Tabla 17	Análisis de la Transmisión del debate presidencial.....	63
Tabla 18	Análisis de Rimanakuy: Efraín Yautibug Representante Nacional de los Pueblos y Nacionalidades.....	64
Tabla 19	Entrevista a Cesar Mendoza, director de Televisión Puruwá.....	68
Tabla 20	Entrevista a Erick Álvarez, experto en periodismo	73

RESUMEN

Este estudio examina la programación informativa del medio comunitario Puruhá TV durante el proceso electoral de 2023 con el objetivo de analizar la estructura, contenido y calidad de la cobertura electoral para identificar fortalezas y limitaciones de su política comunicacional. Para estos efectos, se utilizó un diseño no experimental y cualitativo, basado en entrevistas semiestructuradas a operadores de medios de comunicación y análisis de los contenidos transmitidos a través de la televisora en sus formatos digitales. Los resultados muestran que la cobertura se centró en entrevistas uno a uno a los candidatos, sin espacio para la confrontación entre propuestas o el debate multipartidista, predominó el empleo de fuentes no oficiales y las declaraciones de los candidatos. Aunque los mensajes eran explícitos, la mayoría carecían de sustancia analítica y se inclinaban por campañas personales y no por el análisis contextual. De igual manera las plataformas digitales fueron subutilizadas. Por lo tanto, se concluye que la cobertura electoral de Puruhá TV fue parcial y limitada, con desafíos estructurales, operativos y editoriales que deben ser atendidos para fortalecer el rol del medio en futuros procesos democráticos.

Palabras claves: cobertura, era digital, medios comunitarios, proceso electoral, tratamiento informativo

ABSTRACT

This study examines the news programming of the community media outlet Puruhá TV during the 2023 electoral process with the aim of analyzing the structure, content, and quality of its electoral coverage to identify strengths and limitations in its communication policy. For this purpose, a non-experimental, qualitative design was used, based on semi-structured interviews with media operators and analysis of the content broadcast by the television station in its digital formats. The results show that the coverage focused on one-on-one interviews with the candidates, with no space for confrontation between proposals or multiparty debate. The use of unofficial sources and the candidates' statements predominated. Although the messages were explicit, most lacked analytical substance and leaned toward personal campaigns rather than contextual analysis. Similarly, digital platforms were underutilized. Therefore, it is concluded that Puruhá TV's election coverage was biased and limited, with structural, operational, and editorial challenges that must be addressed to strengthen the media's role in future democratic processes.

Keywords: coverage, digital age, community media, electoral process, news coverage



Firmado electrónicamente por:
**MARCO ANTONIO
AQUINO ROJAS**
Validar únicamente con FirmaEC

Reviewed by:
Marco Antonio Aquino ENGLISH
PROFESSOR
C.C. 1753

CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN

Los medios comunitarios influyen en la opinión pública durante su labor, pero es más notorio durante las campañas electorales ya que estos cobran protagonismo en el contexto ecuatoriano, donde la desconfianza en las instituciones y la insatisfacción ciudadana crecen continuamente. La presente investigación se centra en la forma en que Puruhá TV, plataforma de medios local de Chimborazo, abordó la cobertura de las elecciones de 2023, analizando su manejo informativo y adaptación a la era digital.

Esto es relevante teniendo en cuenta que la era digital cambió la forma en que se produce y consume la información. De manera que los medios comunitarios tienen que adaptarse a estas plataformas sin dejar de ser auténticos y cercanos a la audiencia. Por lo que esta investigación analiza la manera en que Puruhá TV navegó en el terreno electoral utilizando las redes sociales y otras herramientas digitales.

Este estudio busca describir el trabajo realizado por Puruhá TV para contribuir al fortalecimiento de los medios comunitarios en su papel democrático. Para ello, se propone la elaboración de un manual de estrategias para la construcción de contenidos específicamente para la cobertura de procesos electorales.

Realizar este estudio es necesario y relevante debido a que los resultados obtenidos servirán para evaluar el desempeño de Puruhá TV, pero, al mismo tiempo, ofrecerán lecciones valiosas para otros medios comunitarios que enfrentan desafíos similares en su misión de informar y empoderar a sus comunidades.

1.1.Planteamiento del problema

Los medios de comunicación comunitarios tienen un papel de difusión de información y formación de opinión pública durante los procesos electorales (Asimbaya Manguia, 2023). En este caso Puruhá TV, como medio comunitario, tiene la responsabilidad de brindar cobertura informativa veraz e imparcial de las elecciones del 2023. En la era

digital donde la información se propaga rápidamente a través de las redes sociales y plataformas digitales, es importante analizar como Puruhá TV aprovechó estas plataformas para llegar a su audiencia y de esta manera cumplir con su función principal que es informar.

El proceso electoral del 2023 en Ecuador resultó bastante relevante tanto a nivel nacional como local, teniendo en cuenta el contexto político y social del país durante los últimos años, marcado por casos de corrupción y descontento ciudadano (Belduma & Aguilar, 2023). En estos espacios es donde los medios comunitarios como Puruhá TV tienen la oportunidad de brindar diversas perspectivas y generar una cercanía con la ciudadanía local para de tal manera contribuir la participación democrática de los ciudadanos.

Por lo tanto, se analizará el tratamiento informativo que Puruhá TV realizó del proceso electoral del 2023, examinando la presentación de noticias, la cobertura de los candidatos y partidos políticos; y el contraste de información. Además de evaluar la calidad y variedad de los contenidos audiovisuales que Puruhá TV generó para informar e involucrar a los ciudadanos en el proceso electoral.

1.1.1. *Formulación del Problema*

¿Cómo fue el tratamiento informativo del medio comunitario Puruhá TV durante el proceso electoral del 2023?

1.2.Objetivos

1.2.1. *Objetivo general*

Analizar los contenidos televisivos de Puruhá TV durante el proceso electoral del 2023.

1.2.2. *Objetivos específicos*

Identificar la estructura de los contenidos del medio comunitario Puruhá TV sobre temas relacionados al proceso electoral del 2023

Determinar un análisis de cada contenido publicado en el que se encuentre información sobre el proceso electoral del 2023

Elaborar un artículo científico de manejo de contenidos para Puruhá TV para la cobertura de procesos electorales.

1.3.Antecedentes

En el artículo de investigación de Lara & Tafur (2020) “Análisis del contexto periodístico en el procesamiento de información del diario digital El Comercio en el caso Anahí” tuvo como objetivo conocer cómo el diario digital El Comercio utilizó información relacionada con el secuestro de la niña Anahí por medio de un análisis periodístico.

Los autores analizaron el tratamiento informativo sobre el caso de Anahí realizado por El Comercio. Su investigación encontró que, aunque el medio mantiene una estructura de noticias digitales aceptable, posee deficiencias en el uso de recursos multimedia e interacción con los lectores, este descubrimiento mostró las dificultades que enfrentan los medios tradicionales al pasar al entorno digital.

Los autores enfatizan la necesidad de adaptar los procedimientos periodísticos a las necesidades de las plataformas en línea, teniendo en cuenta que la evaluación de la calidad del periodismo digital se centra en el contenido informativo, los aspectos lingüísticos y los géneros periodísticos utilizados. Esto aporta a la investigación porque proporciona un marco para analizar la evolución de las prácticas periodísticas en el ámbito digital.

Por otro lado, la investigación de Morales (2014) “Análisis del tratamiento informativo en noticias de televisión. Estudio de caso de la huelga docente en España y Perú” se propuso analizar y comparar características culturales y audiovisuales que determinan el estilo y tratamiento de la información similar. En este caso se utilizó la huelga docente transmitida por dos medios privados de diferentes países: TVE de España y TV Perú.

Morales llevo analizó las formas en que se transmiten las informaciones en las noticias televisivas de España y Perú, con lo que encontró variaciones significativas en la forma en que TVE y TV Perú abordan el mismo tema, enfatizando los elementos culturales y editoriales que influyen en la forma en que se transmiten las noticias. Morales ofrece adicionalmente un método para evaluar el tratamiento informativo en varios contextos culturales. Debido a que sus resultados muestran un enfoque amplio y versátil de TVE en comparación con el enfoque limitado y espectacular de TV Perú.

Mientras que el objetivo de la investigación de José Jacinto López (2019) “Análisis del tratamiento informativo de temas ambientales en periódicos locales y opinión pública de vecinos de la ciudad de Riobamba, octubre 2017 – marzo 2018” fue analizar el tratamiento informativo de temas ambientales en la República de Estonia. Los periódicos locales de Riobamba y su impacto en la opinión pública de los ciudadanos.

La investigación se centra en cómo la producción periodística de los medios impresos locales, representativos de una importante opinión pública, es capaz de incentivar la participación o el rechazo frente a las realidades ambientales locales y globales. La metodología utilizada fue mixta, combinando técnicas cuantitativas y cualitativas.

El autor examinó el tratamiento de los temas ambientales en los periódicos locales de Riobamba y la opinión pública. Para se enfocó en la dimensión local y el uso de metodologías mixtas. Así se obtuvieron datos sobre la relación entre la producción periodística local y la percepción ciudadana. Su análisis proporciona un modelo para evaluar los temas de interés comunitario en los medios locales, algo similar a lo que se pretende en la presente investigación.

El artículo de investigación de Alvancando (2024) “Tratamiento de la información en los noticieros estrella del canal 13 de TVS y Ecuavisión episodio de Facebook julio-diciembre 2022” buscó identificar las problemáticas del tratamiento de la información en los

noticieros estrella del canal TVS. 13 y Ecuavisión a través de Facebook durante el período mencionado.

El estudio se centró en analizar los contenidos informativos a las plataformas digitales en los medios locales de Riobamba, Ecuador. La metodología utilizada fue mixta, ya que Alvancando (2024) utilizó Facebook para investigar el tratamiento informativo en los noticieros estelares de ambos canales.

Este estudio ofrece un marco de referencia sobre la adaptación a las plataformas digitales de los noticieros televisivos locales. El análisis de Alvancando sobre temas, géneros periodísticos y tipos de fuentes utilizadas en Facebook ofrece una base sólida para evaluar la evolución del periodismo televisivo local en el entorno (Alvancando Adriano, 2024).

CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO

2.1. Comunicación

La comunicación es un proceso sociocultural de códigos comunes que hace posible la influencia, la coordinación y la creación de realidades sociales. En los modelos dialógicos y participativos, es una fuerza motriz para la justicia, la educación y la transformación cultural. Saladrigas Medina et al. (2021) opinan que la comunicación para el cambio social debe ser ética, emancipadora e inclusiva, empoderando de manera significativa a las poblaciones marginadas.

Además, la comunicación moderna implica la accesibilidad y la inclusividad como conceptos rectores. Deliyore Vega (2021) destaca el hecho de que los espacios en línea deben crearse de manera que se fomente la participación inclusiva e incluso se permita la participación equitativa. En este sentido, Lewis y Wai (2021) describen la comunicación como un intercambio bidireccional y relacional, en el que el significado se construye de forma conjunta a través de la comprensión compartida entre el emisor y el receptor.

2.2. Teorías de la Comunicación

Las teorías de la comunicación proporcionan una descripción de la forma en que se transmite, recibe e interpreta la información en diferentes contextos. En otras palabras, abordan los procesos que establecen la opinión pública, el impacto de los medios de comunicación y la comunicación interpersonal. Con esto se mide el impacto de la comunicación en las estructuras sociales y el comportamiento. A continuación, se plantean las teorías aplicables a la comunicación social:

2.2.1. Teoría de la Agenda Setting

Esta teoría postula que los medios de comunicación de masas influyen en la opinión pública determinando qué temas son destacados y en qué marco. López López et al. (2020) identifican tres niveles de establecimiento de la agenda: la selección de temas, la asignación

de atributos y la transferencia de información en mensajes que influyen en las asociaciones públicas.

Estrechamente relacionada, la teoría del establecimiento de la agenda en red (*Network Agenda Setting, NAS*) amplía este modelo para incorporar interconexiones entre los temas de los medios de comunicación y sus atributos, considerando la frecuencia y los procesos relacionales. Además, la teoría de la fusión de agendas también se aleja del énfasis institucional en los medios de comunicación para estudiar a los individuos y las comunidades enfocadas en los funcionamientos de los elementos de la agenda para construir su visión del mundo (López López et al., 2020).

2.2.2. Modelos de interacción con los medios

La Teoría Matemática de la Comunicación, establecida por Shannon y Weaver, percibe un sistema afectado por el ruido, la redundancia y la retroalimentación, pero ha sido acusada de mecanicista. Del mismo modo, la Teoría de la Comunicación de Berlo es la base para estudiar los procesos de comunicación en la sociedad (Díaz Chuquipiondo, 2021). En contraste, el Modelo Helicoidal de Comunicación describe un proceso continuo y evolutivo (Pico Camacho & Vega Peña, 2022). Además, la Teoría del Medio argumenta que los medios no necesitan ser analizados por su contenido, sino por la creación de espacios sociales que influyen en las interacciones humanas (Gómez Diago, 2022).

2.2.3. Medios de Comunicación

La función de los medios de comunicación de masas en forma de prensa, radio, televisión y medios en línea trata de influir en la opinión pública. Los medios de comunicación modernos existen en una plataforma híbrida en la que coexisten actores establecidos que compiten por el control de la esfera pública (Peña Fernández et al., 2022). Este entorno desestabiliza la función tradicional de guardianes individuales del discurso

público y exige técnicas para ser relevantes y creíbles en medio de un entorno informativo diverso.

Para ello, las instituciones mediáticas, los gobiernos y otras organizaciones se sitúan en forma de fuentes de información. En particular, las instituciones mediáticas han superado a las instituciones gubernamentales y a las autoridades sanitarias como fuente de información (Peña Fernández et al., 2022). Aunque ocupan una posición central en la difusión de mensajes, la exposición de la audiencia a los mensajes creados por los medios no es elevada y genera dudas sobre la eficacia de los planes de comunicación.

Ahora bien, los medios de comunicación configuran las representaciones sociales al enmarcar y seleccionar las historias que influyen en la imagen pública y repercuten en las actitudes culturales (Vázquez Barrio et al., 2021). Por ejemplo, la representación mediática de la discapacidad es criticada por presentar a las personas con discapacidad como un grupo homogéneo. En este sentido, los profesionales de los medios de comunicación deberían adoptar un lenguaje menos paternalista y más inclusivo que no infantilice ni sea condescendiente (Vázquez Barrio et al., 2021). En lugar de segregar los contenidos relativos a la discapacidad en segmentos especializados, integrarlos en la cobertura informativa habitual. Este cambio ayudaría a garantizar que la discapacidad es parte natural del debate social.

De tal forma que es imperativo que las fuentes de los medios de comunicación incluyan un enfoque más abierto e inclusivo, huyendo de las narrativas que refuerzan los estereotipos negativos. A través de representaciones variadas y representativas, los medios de comunicación contribuyen a la creación de un discurso público equilibrado e informado, con potencial de inclusión y concienciación social.

2.2.4. Medios Comunitarios

Los medios de comunicación comunitarios son una vía para las comunidades marginadas que carecen de acceso a los principales canales de comunicación. De manera que los medios comunitarios pretenden generar información y ofrecer espacios de participación que representen diversidad de voces y opiniones. Sin embargo, la existencia de medios comunitarios no garantiza la participación y representación democráticas, aunque se relacionan con la comunidad en la producción y el intercambio de mensajes al ser los protagonistas (Peña Mora, 2022).

La comprensión de los medios comunitarios se alcanza mediante el examen de las formas, los lugares y las estrategias de la sociedad determinada. Al respecto, Peña Mora (2022) señala que la transformación de las formas en las comunicaciones, la participación efectiva requiere un proceso de observación, análisis e intervención. En los medios comunitarios, la radio alcanzó un uso global debido a su simplicidad de acceso, costo mínimo de operación y modo oral de presentación, que es compatible con las culturas populares urbanas. La innovación técnica amplió y facilitó los procesos de comunicación a la periferia del espacio y amplificó la voz de la comunidad.

Los medios comunitarios establecen cartografías sociales y en la resistencia al derecho a la ciudad. Giraldo Naranjo (2021) menciona que estos medios sirven para que los pueblos subalternos desafíen los órdenes legales sancionados por el Estado y reclamen sus historias. Facilitan la resistencia comunicando, sin apartarse necesariamente de sus formas de expresión. Fuera del control corporativo y estatal, los medios comunitarios están en afiliación directa con movimientos y procesos locales, mediando y participando en experiencias socialmente relevantes.

Una característica de los medios comunitarios es su fuerte grado de apropiación comunal, tratados más como bienes comunes que públicos. Su estilo de gobernanza se centra en la gestión colectiva y se alimenta de la producción de contenidos generados a partir de

agendas comunitarias en contraposición a los mercados de medios profesionalizados. Los mecanismos de apoyo son de autogestión hasta la financiación subvencionada por el gobierno municipal. A través de la creación de agendas de colaboración y enfoques de comunicación participativos, los medios comunitarios van más allá del uso funcional de la función instrumental de los medios dominantes, profundizando en la democracia y construyendo relaciones en la comunidad (Giraldo Naranjo, 2021).

Al dar voz a los excluidos y marginados en las narrativas dominantes, los medios comunitarios proporcionan una articulación contrahegemónica de la resistencia social, las luchas y la vida cotidiana con un objetivo que supera la promoción y se encarna en la conciencia crítica y la cohesión social. Promueven la discusión, la movilización y la educación mediática como lugar de formación política y pedagogía de los derechos humanos (Giraldo Naranjo, 2021). Con ello, construyen un espacio comunicativo que empodera a las comunidades y potencia su capacidad de autorrepresentación.

Los colectivos de comunicación comunitaria desempeñan un papel crucial en la promoción de alianzas y la consolidación de organizaciones horizontales y asamblearias. Las prácticas de comunicación indígenas se centran en la continuidad entre las antiguas tradiciones y las nuevas estrategias mediáticas, mostrando resiliencia a la homogeneidad de las estrategias modernas de comunicación (Calambas Tunubala et al., 2021). De este modo, los medios comunitarios son un medio de expresión y de aprendizaje que preserva el patrimonio de pueblos y comunidades a través de la adaptación a los recursos disponibles.

Su base en la comunidad y su compromiso con la representación narrativa los convierte en medios importantes para la defensa, la preservación de la identidad y el empoderamiento. Con su ayuda a las distintas voces y su apoyo a la agencia colectiva, estos medios introducen una esfera pública inclusiva y democrática, reforzando el argumento de

que la comunicación es una herramienta y un derecho humano (Calambas Tunubala et al., 2021).

Cabe señalar que La Ley Orgánica de Comunicación (LOC, 2013) y la Constitución de la República del Ecuador (2008) definen legalmente que los medios comunitarios son un sector independiente junto con los medios públicos y privados, con igualdad de acceso al espectro. El artículo 85 de la LOC define que los medios comunitarios son medios de comunicación sin ánimo de lucro, propiedad y gestionados por organizaciones sociales, comunas o nacionalidades, y el artículo 106 les reserva el 34 % de las frecuencias. Además, el artículo 86 establece medidas de promoción positiva, el acceso a equipos, exención de impuestos y crédito preferencial; para que estos medios puedan introducir el pluralismo y la comunicación intercultural.

A pesar de este marco legal, el concurso público de frecuencias de 2016 mostró un desequilibrio porque solo el 4 % de los espacios se asignaron a los medios comunitarios, muy por debajo del 34 % exigido por la LOC, esto muestra las limitaciones procedimentales y políticas. Es decir que persiste un desequilibrio sistémico en la asignación de frecuencias, en la que predominan los actores privados debido a los complejos requisitos técnicos y a la indefinición en la toma de decisiones (Asimbaya Manguia, 2023).

Dos casos emblemáticos de Ecuador ilustran el potencial y las debilidades de la ley. En el lado positivo, la emisora bilingüe kichwa-español Radio Ilumán que se gestionó por la Asociación de Jóvenes Kichwas de Imbabura, obtuvo el estatus de emisora comunitaria con la LOC y sirve de centro cultural y educativo para la comunidad indígena de Otavalo. En segundo lugar, Radio La Voz de Ingapirca, fundada en 1980, se benefició de las ONG y de las reformas legislativas, pero recientemente se vio obligada a volver a privatizarse por un breve periodo de tiempo para mantener su solvencia financiera (García & Ávila, 2016).

Mullo López et al. (2019) señalan que, si bien la LOC establece un entorno normativo de vanguardia en materia de pluralismo de los medios de comunicación y derechos interculturales, su aplicación es desigual. Abogan por una reforma con la asignación directa de frecuencias a los medios de comunicación indígenas y comunitarios rurales, la reducción de los obstáculos burocráticos y la institucionalización de los mecanismos de financiación; para garantizar el cumplimiento y la sostenibilidad. El fortalecimiento de la transparencia y la incorporación de las voces de la comunidad en los órganos reguladores son fundamentales para facilitar la democratización auténtica de los derechos de comunicación.

Los medios comunitarios se enriquecen con las redes sociales y las plataformas digitales, que amplían su alcance y fomentan la participación porque proporcionan a los medios comunitarios una plataforma instantánea para publicar noticias locales y fomentar la cocreación entre los ciudadanos, que aportan ideas, contenidos multimedia y narrativas desde la base. En ese sentido, Baños López & Pastor Seller (2024) sostienen que la instantaneidad aumenta la credibilidad y la visibilidad de la comunidad, alejándola de la difusión unidireccional y acercándola a los círculos dialógicos.

Para Baños López & Pastor Seller (2024), las redes sociales son mecanismos que amplifican la democratización del conocimiento, pero introducen desigualdades digitales en la ecuación cuando el acceso a las plataformas es desigual. Es decir que las redes sociales mejoran la participación política y la autonomía en la creación de contenidos, sin embargo, promueven la desinformación, el sesgo de los algoritmos y la disminución del control editorial de los medios comunitarios.

Las agendas locales se ven inundadas por contenidos de tendencia, y los algoritmos de las plataformas restan prioridad a las historias locales creadas por la comunidad en favor de otras más llamativas, diluyendo así las voces de la comunidad, esto porque la presión constante para producir contenidos es una carga para los recursos humanos y financieros y

pone en peligro la sostenibilidad. La integridad editorial es socavada a medida que la medición de la participación se convierte en una métrica de rendimiento, y el interés público cede el paso a los clics (Moreno Freites & Ziritt Trejo, 2019). Para contrarrestar estas amenazas, los medios comunitarios deben invertir en políticas editoriales, alfabetización mediática de los usuarios y modelos de distribución diversificados que mantengan la credibilidad y promuevan un futuro sostenible en los espacios digitales.

2.2.5. *Teoría funcionalista*

La teoría funcionalista se preocupa más por la función que por la forma, sobre todo en urbanismo y arquitectura. L'Huillier (2021) afirma que el urbanismo funcionalista pretende introducir un orden racional en las ciudades industrializadas, superando las disfunciones espaciales causadas por la reproducción del capital, tanto en la producción como en la circulación de mercancías. Los fundamentos de esta filosofía se establecen en la Carta de Atenas, en la que se identifican cuatro funciones urbanas: habitación, trabajo, recreación y circulación. La sociología proporciona la justificación intelectual para estudiar la expansión urbana y construir sistemas de planificación racionales que minimicen las tensiones sociales intrínsecas a las regiones metropolitanas.

En el campo de la comunicación, el funcionalismo se vincula con los estudios empíricos de la propaganda en los Estados Unidos. Cruz Mendoza (2021) elucida que este enfoque teórico extrae su formulación de la sociología empírica de Lasswell, el conductismo psicológico y la teoría funcionalista, que se aplican en la investigación de la persuasión basada en los medios de comunicación. Así se entiende que la sociedad es una entidad viva, y todos sus componentes, incluidos los medios de comunicación de masas, operan hacia el equilibrio del sistema. Por eso, el funcionalismo menciona que los medios de comunicación forman la opinión pública y la cohesión de la sociedad mediante el suministro de información.

Cruz Mendoza (2021) explica que el modelo retrata la omnipotencia de los medios de comunicación de masas que tienen la capacidad de inyectar información en audiencias pasivas. A través del debilitamiento de los lazos sociales primarios, la comunicación de masas persuade a la colectividad y se aprovecha de individuos susceptibles a las influencias de los medios. Aunque este enfoque fue criticado por su supuesto determinismo, sentó las bases de los modelos posteriores sobre los efectos de los medios y la recepción de la audiencia.

Medeiros et al. (2022) agrega que es una teoría que trata del origen y la naturaleza de los valores y principios prescriptivos del comportamiento. Los valores, según la teoría, son de naturaleza positiva y constituyen criterios fundamentales de decisión. Además, identifica dos funciones evaluativas: de tipo orientativo (social, central y personal) y de tipo motivacional (materialista o humanitario). Estas funciones definen la priorización de los individuos los valores en distintos contextos.

Como sostienen Medeiros et al. (2022), los valores no son estáticos, evolucionan en función de las experiencias personales y los contextos sociales. Es en este contexto en el que entiende la forma en que los individuos navegan a través de estructuras sociales complejas y coherentes a la hora de tomar decisiones éticas y morales. Al categorizar los valores según las dimensiones de motivación y orientación, la teoría proporciona una forma sistemática de examinar las acciones basadas en valores en las poblaciones.

Entonces, la teoría funcionalista es aplicable en varias disciplinas: en la planificación urbana, en los estudios de medios y comunicaciones y en la psicología. Esto debido a que el funcionalismo ofrece un marco general para examinar las estructuras sociales y sus componentes interconectados, siendo relevante para los debates académicos contemporáneos.

Por ejemplo, la teoría funcionalista se relaciona con los medios comunitarios y la cobertura electoral al enmarcar a los medios como un componente estructural que sostiene el orden social a través de la difusión de información persuasiva y orientadora. Desde esta perspectiva, los medios comunitarios cumplen una función estabilizadora al informar a las poblaciones marginadas durante los períodos electorales, ayudándolas a navegar por los complejos sistemas democráticos y reforzando la participación ciudadana. Además, al abordar valores y necesidades locales específicos, estos medios de comunicación reflejan las funciones adaptativas y evaluativas que vinculan las prácticas de comunicación con procesos de toma de decisiones motivados socialmente que mejoran la cohesión y la participación en la vida democrática.

2.3. Televisión

La televisión es un instrumento en la comunicación de masas y el aprendizaje, especialmente durante las crisis. García Aretio (2021) afirma que la televisión, junto con la radio, ganó popularidad durante los periodos de aislamiento de fuente de difusión de mensajes educativos. Su capacidad de integrar elementos audiovisuales hace que el aprendizaje sea eficiente al ofrecer texto, sonido e imágenes en una sola fuente. Además, la televisión ofrece acceso en regiones con escasa conectividad a Internet permitiendo el aprendizaje a distancia y el acceso a la información.

Aparte de su contenido educativo, Santoso y Lestari (2017) destaca su papel en la difusión de información, educación y entretenimiento para el funcionamiento de las sociedades modernas. Sin embargo, el dominio de la televisión sobre la comunicación de masas se está erosionando por el desarrollo del Internet y las redes sociales. Aunque mantiene su influencia en la audiencia y organización de movimientos sociales mediante presentaciones programáticas que atraen el interés del público.

En ese sentido, García Aretio (2021) observa que los programas de televisión están ahora disponibles a la carta en plataformas institucionales y en línea, lo que permite un aprendizaje flexible y una difusión más amplia de los contenidos. En los países con restricciones económicas, la televisión sigue siendo una importante herramienta de aprendizaje, que sirve para reforzar materias clave y mejorar la capacidad de razonamiento social de los estudiantes. Esta versatilidad subraya la continua relevancia de la televisión en un panorama mediático cada vez más diversificado.

Uno de los mayores retos para los medios televisivos es conseguir que la audiencia se comprometa en medio del diluvio de opciones digitales. Martin Neira et al. (2023) observan que la comunicación científica a través de la televisión se basaba anteriormente en boletines informativos, documentales y programas culturales. La capacidad de la televisión para atraer a masas de espectadores la convertía en un buen medio para difundir información científica. Pero hacer que los telespectadores participen significa presentarles cosas nuevas sin agobiarles con un exceso de información.

Además, el carácter unidireccional de la programación televisiva limita el compromiso interactivo. Martin Neira et al. (2023) critican la falta de aspectos participativos en los programas de televisión sobre ciencia, que presentan los contenidos de forma descendente. Las cadenas de televisión ahora utilizan redes sociales para crear compromiso interactivo con los espectadores más jóvenes, menos inclinados a consumir contenidos tradicionales. Sin embargo, gran parte del material disponible se limita a reciclar contenidos televisivos sin adaptarlos al estilo de comunicación utilizado en los medios digitales.

A pesar de la competencia de los medios en línea, la televisión es relevante cultural y educativamente, por eso Santoso y Lestari (2017) afirman que la televisión todavía tiene la capacidad para construir historias, influir en la percepción pública y ser un portal entre el entretenimiento y la difusión de información. Adicionalmente, la convergencia de la

televisión con los ecosistemas digitales garantiza evolucione y responda a las necesidades de un mundo globalizado.

Asimismo, la televisión comunitaria utiliza cada vez más las redes sociales para permitir la participación de la audiencia, la difusión de contenidos y el debate participativo. Los programas de televisión cultural en Ecuador, Educa TV, Aprendamos y Expresarte; incorporaron Facebook y Twitter para promocionar sus contenidos, pero aún no logran aprovechar al máximo el potencial de estas redes para provocar el debate y la participación de la audiencia (Suing et al., 2022). Esto mostró que las redes sociales tienen el potencial de aumentar exponencialmente la audiencia y permitir la cocreación, la mayoría de las iniciativas de televisión comunitaria se encuentran en una fase incipiente en lo que respecta al aprovechamiento pleno de los sitios web sociales para la interacción social continua y el enriquecimiento cultural.

La televisión comunitaria también aprovecha la inmediatez de las redes sociales al incluir las respuestas de los espectadores directamente en las emisiones, lo que añade capacidad de respuesta y credibilidad. En Ecuador, incluso los canales de televisión incorporan las opiniones de los espectadores en tiempo real a través de las redes sociales, lo que transformó la recepción pasiva en participación interactiva, e imitando las emisoras comunitarias (Villarroel Chalán, 2019). Esta convergencia consolida la importancia de los contenidos locales y permite a las comunidades influir en la programación a través de la comunicación dialógica apoyada por la convergencia de las redes sociales.

2.4. Periodismo

El periodismo clásico, trasladado ahora a los medios digitales, convive con el periodismo inmersivo y estructurado, los contenidos gamificados y los vídeos en 360°, entre otros. Son expresiones de una profesión en evolución en la que las tecnologías reconfiguran las prácticas periodísticas para fomentar la dinámica con los usuarios (Lopezosa et al.,

2023). El periodismo en línea pone de manifiesto la creciente importancia de la selección, interpretación, edición y difusión de noticias en un entorno mediado tecnológicamente.

La innovación periodística a través de nuevos formatos exige mantener la calidad de la información ya que repercute en el contenido, la audiencia, el enfoque y el negocio de los medios (Lopezosa et al., 2023). Las preocupaciones de los periodistas deben ser objetivas, mantener la confidencialidad de las fuentes y preservar la perspectiva del lector, al tiempo que aprovechan la tecnología para aumentar la producción y difusión de noticias.

El periodismo se caracteriza por una lógica conducida a través de normas, prácticas y valores. La lógica periodística contemporánea se ha desplazado hacia un «giro de la audiencia», que sintoniza con los intereses individualizados de los lectores. Desde una perspectiva impulsada por el mercado, la innovación tecnológica se considera un medio para permitir a los periodistas trabajar de forma inteligente y eficiente remodelando su papel profesional (Sirén-Heikel et al., 2023). Cabe señalar que esta profesión está legitimado por la autoridad y la pericia sustentadas en la autonomía, la integridad y la contribución a la democracia profesional (Sirén-Heikel et al., 2023).. Este razonamiento periodístico distingue al periodismo de otras instituciones y presiones externas, manteniendo su papel de servicio público y debate culto.

Por otra parte, el periodismo comunitario es una forma participativa de periodismo liderada por ciudadanos y actores locales que produce información según la identidad territorial y la demanda social. Esta práctica descentraliza el poder de los medios de comunicación tradicionales hacia los barrios, de modo que los ciudadanos coproducen noticias y presentan eventos en lenguas o dialectos nativos. Esta participación refuerza la confianza y fortalece las esferas públicas locales al permitir que grupos históricamente marginados descubran su voz y su capacidad de acción.

Para Armijos Triviño et al. (2021), el periodismo comunitario de Santa Elena, en Ecuador, es un espacio de comunicación democrática y debate popular que involucra a los ciudadanos en la creación de contenidos para convertir a las audiencias en sujetos activos de la información. Este modelo aumenta la responsabilidad cívica al hacer hincapié en cuestiones locales que los medios de comunicación convencionales podrían ignorar. Además, cuenta con un marco participativo en el que los residentes no solo consumen, sino que también participan en la producción de las narrativas en torno a las cuestiones que les preocupan.

Espinar Medina et al. (2023) sostiene que el periodismo comunitario es una herramienta que une la comunicación y la resolución colectiva de problemas, para la toma de decisiones horizontales y la movilización de base. Esto difiere del modelo unidireccional de los medios de comunicación convencionales, ya que se sustenta en procesos dialógicos de movilización de la inteligencia colectiva, en los que la comunidad está en mejores condiciones para abordar los retos sociales y de desarrollo. Como enfoque mediático localizado, da prioridad a la capacidad de respuesta frente al comercio.

Este tipo de periodismo goza de gobernanza interna, compromiso cívico y alineación con los objetivos de desarrollo local, lo que indica que el diseño institucional y los sistemas participativos son los pilares de la sostenibilidad y el impacto. En su trabajo, el periodismo comunitario es un instrumento de expresión y un instrumento estratégico de integración territorial y empoderamiento cultural.

2.4.1. Periodismo Televisivo

De acuerdo con Rusch et al. (2022), el periodismo televisivo se basa en narraciones sensacionalistas y negativas que sacan a la luz los escándalos. Por eso, los recientes cambios de orientación reconocen el impacto negativo de la desinformación y el cansancio de los oyentes. De manera que algunos medios emplean el periodismo constructivo, haciendo

hincapié en las soluciones y llamando a la acción por una causa compartida para contrarrestar el predominio de las malas noticias.

Marques Romão y Osmo (2022) contrastan el periodismo televisivo con el impreso, señalando su ritmo rápido y su estilo de presentación breve. La presión del periodismo televisivo fomenta la velocidad a expensas de la profundidad, comprometiendo la integridad periodística en busca de índices de audiencia. En el periodismo televisivo brasileño, por ejemplo, este conflicto se expresa en forma de espectáculo, enfatizando la cobertura en directo y el atractivo emocional a expensas del análisis reflexivo. Además, la naturaleza competitiva del negocio influye en el encuadre y en la presentación del contenido de las noticias.

Los informativos de televisión se distinguen por los aspectos performativos, en ellos los camarógrafos y los reporteros elaboran las noticias de forma activa a través del reportaje. Por eso se utiliza la improvisación, donde este método cocreativo, combinado con la narración visual, refuerza la capacidad del medio para atraer al espectador, al tiempo que aumenta la exactitud frente al espectáculo (Marques Romão & Osmo, 2022).

Los informativos de televisión, como estudian Bispo et al. (2024), construyen narrativas sociales y el discurso público. Por eso, las prácticas actuales incorporan formatos alternativos destinados a construir audiencias informadas y comprometidas. La tensión entre la narrativa dramática, la función pedagógica y las presiones competitivas necesitan de exámenes críticos de sus metodologías y efectos.

Cabe señalar el replanteamiento propuesto por de Faria Pereira (2024) “Si durante mucho tiempo el término periodismo televisivo estuvo asociado a la transmisión de imágenes y sonido periodísticos a través del espectro radioeléctrico, con las innovaciones y expansiones tecnológicas es posible resignificar el término y hacerlo más fiel a su significado real.” (p.64). En ese sentido, actualmente, las televisiones comienzan a hacer periodismo

para otras pantallas, potenciado por la difusión de contenidos y la interacción con el público a través de lo digital, siendo parte del desarrollo habitual de la tecnología que brinda oportunidades que reevalúan lo existente y convencional.

Además, este macrogénero comprende formas distintas que son las noticias, los reportajes y los documentales, cada una de las cuales desempeña funciones comunicativas específicas. Las noticias presentan respuestas concisas y estructuradas en forma de pirámide a las preguntas periodísticas básicas, mientras que los reportajes ofrecen contexto mediante entrevistas, narraciones y un enfoque documental (Moreno Espinosa, 2003). El documental amplía el género al incorporar complejidad analítica y narración visual mediante el uso de voz en off, secuenciación y trayectoria narrativa para analizar cuestiones complejas que trascienden los acontecimientos cotidianos.

En el caso de las coberturas televisivas de las elecciones combina noticias, debates y programas de infoentretenimiento para mantener el interés de los espectadores durante las campañas electorales. Los debates están moderados por profesionales y cronometrados para presentar una variedad de perspectivas de los candidatos, y las noticias en directo de la noche electoral incluyen recuentos de votos en tiempo real, análisis de expertos y gráficos informáticos interactivos. Los elementos de infoentretenimiento se integran para mantener el interés y contextualizar los acontecimientos electorales en un marco sociopolítico más amplio.

Ahora bien, García Avilés (2021) señala que la retórica audiovisual de las noticias televisivas se basa en una sintaxis multimodal que combina imagen, sonido y texto para explicar e involucrar. Los periodistas utilizan el movimiento de la cámara, el encuadre y el ritmo del montaje para enfatizar la progresión narrativa, la voz en off, el sonido ambiental y la música para crear ambiente y facilitar la comprensión. Este conjunto de herramientas

multimodales invita a la inmediatez y la verosimilitud, haciendo que narrativas tan complejas sean comprensibles visual y auditivamente para diferentes grupos de personas.

Los periodistas de televisión emplean reportajes en directo, narrativas estructuradas cronológicamente y técnicas de narración inmersiva para promover una mayor implicación de la audiencia. La presencia de los reporteros en el lugar de los hechos proporciona contexto y conocimiento privilegiado, y los formatos inmersivos, los docudramas y el infoentretenimiento híbrido, combinan la información basada en hechos con tropos afectivos para garantizar altos niveles de participación (García-Avilés, 2021). Estos enfoques se basan en la integridad periodística y la construcción ética para conciliar la precisión basada en los hechos con la participación.

2.4.2. Géneros Periodísticos

Históricamente, la profesión periodística utiliza este término para clasificar los contenidos en noticias de última hora, artículos de investigación y columnas de opinión. El enfoque de género realza la información en las noticias con rasgos estilísticos que distinguen artículos de fondo, editoriales y comentarios similares (Lin et al., 2022). Aunque las categorizaciones clásicas pertenecen a un conjunto de géneros, su naturaleza dinámica implica que son capaces de adaptarse a contextos mediáticos cambiantes, adaptarse a los cambios en los patrones de consumo de la audiencia y a los avances tecnológicos.

Los géneros orientan a los consumidores de noticias cuando se encuentran con contenidos periodísticos. Al organizar el conocimiento contextual, los géneros hacen que las audiencias utilicen estrategias de procesamiento cognitivo adecuadas y activen los tipos de conocimiento correspondientes. Los géneros informativos exhiben estabilidad, por ejemplo, aparecen en forma de sátira y columnas de opinión, pero su acomodación sigue haciéndose sentir. Los géneros híbridos, el infoentretenimiento por ejemplo, son ilustraciones de la fusión de contenidos informativos y de entretenimiento, y muestran la forma en que los

medios digitales promueven la innovación y la transformación de los géneros (Sirén-Heikel et al., 2023)..

Se ha propuesto un modelo multidimensional para rastrear los elementos de las noticias a partir de indicios de género, evaluando factores la actualidad y la formalidad. El marco señala la compleja interacción entre géneros nuevos y antiguos, teniendo en cuenta las especificidades de los entornos en línea (Sirén-Heikel et al., 2023). Además, es importante revisar los géneros periodísticos para incorporar géneros híbridos y en evolución en los paisajes mediáticos contemporáneos.

Los géneros son categorías que permiten a autores y lectores construir la comprensión textual y desarrollar una base para la información adquirida. La identificación de los géneros se basa en la diferenciación estilística, las características lingüísticas, la gestión de las entidades temáticas, la estructuración del flujo informativo y el diseño (Karlgrén, 2010). Estas características combinadas crean géneros periodísticos para que los lectores infieran las intenciones comunicativas, generen predicciones sobre la estructura del contenido y ajusten sus estrategias interpretativas en consecuencia.

Adicionalmente, la investigación empírica de los registros de consultas de los motores de búsqueda indica que los usuarios mencionan los géneros cuando construyen consultas, y los resultados son útiles. Esto revela el papel práctico de la identificación de géneros en la búsqueda de información electrónica. Los encuestados indicaron diversas categorías: blogs individuales y empresariales, listas de discusión, datos enviados por los usuarios, páginas estáticas, bases de conocimientos de expertos, sitios de noticias y aplicaciones web (Karlgrén, 2010). Los resultados indican que la categorización por géneros influye en el comportamiento de los usuarios y en la búsqueda de información en contextos en línea.

Los avances tecnológicos contribuyen a que los nuevos géneros superen las limitaciones tradicionales del lenguaje escrito y hablado. Algunos ejemplos son las preguntas frecuentes, los libros de instrucciones y los escritos didácticos, que tienen estructuras lingüísticas especializadas en sus composiciones en función de los patrones de intercambio de los usuarios en línea. Los chats, los foros y los blogs también muestran formas de comunicación que van más allá del uso técnico instantáneo y se adentran en nuevos contextos de interacción (Karlgrén, 2010). La propia evolución de las categorías de género en los directorios electrónicos demuestra aún más la volatilidad de los géneros periodísticos con la continua remodelación de los horizontes mediáticos para adaptarse a las necesidades de las audiencias y de la tecnología.

2.4.3. Géneros televisivos

López Chaves y Tejedor Calvo (2024) señalan que los géneros televisivos se definen de la siguiente manera: “Por lo que se refiere a la clasificación por géneros utilizada en esta investigación, se agruparon los programas que reunían unas características comunes tanto en forma como en contenido” (p.3). En ese sentido incluye los géneros dramático, musical, documental, cultural, reportaje, deportivo, infantil, juvenil, divulgativo, entrevista, informativo, debate, concursos y *magazine*.

Según Murillo Rincón (2023), el desarrollo de los formatos televisivos está influenciado por los géneros literarios y los formatos escénicos, especialmente en la programación de ficción. Los géneros se sitúan en un nivel jerárquico superior al de los formatos porque engloban normas temáticas, expresivas, culturales y comunicativas que regulan los contenidos audiovisuales. La intersección de los también crea formatos híbridos, que reúnen componentes formales y narrativos, por ejemplo, La Casa de las Flores toma prestados elementos de la *domcom* y de la *dramedia*, con rastros de las estructuras de la telenovela.

Gallardo Camacho y Lavín (2019) destacan que los géneros relacionados con la ficción predominan en el consumo por encima de las noticias, el entretenimiento y la transmisión en directo. Los géneros de ficción alcanzan el mayor crecimiento de audiencia cuando se considera el consumo en diferido. Cabe señalar que la clasificación incluye tres grandes categorías: géneros informativos (telediarios, magazines de actualidad, documentales, magazines deportivos y cobertura de eventos), ficción (series de televisión, películas y contenidos infantiles) y entretenimiento (*reality shows*, *docu-realities*, *talent shows*, programas de humor y concursos).

Por su parte, Marta Lazo y Cebrián Herreros (2012) destacan el carácter fundacional de los géneros audiovisuales informativos, partiendo de la tipología de Cebrián Herreros. Además, señalan que la era digital complejiza la estructuración de los géneros al añadir formas lingüísticas y formas híbridas. Estos cambios ponen a prueba las taxonomías convencionales, por lo que se necesita redefinir las fronteras de los géneros a la luz de los hábitos de consumo mediático.

No obstante, aunque evolucionan, los géneros mantienen sus características esenciales mientras se adaptan a los avances tecnológicos y culturales. El carácter de los géneros televisivos se mantiene incluso cuando se remodelan para adaptarse a las tendencias digitales y multiplataforma (Marta Lazo & Cebrián Herreros, 2012). Esta continuidad demuestra la resistencia de las convenciones de género.

Es así que los géneros televisivos son meta marcos que estructuran la narrativa audiovisual y las expectativas de la audiencia. Aunque su categorización fluctúa con la llegada de la convergencia digital y los cambios en los hábitos de consumo, se mantienen las distinciones fundamentales entre información, ficción y entretenimiento.

CAPÍTULO III. METODOLOGIA

3.1. Tipo de Investigación

Esta es una investigación aplicada, ya que su propósito es analizar el tratamiento informativo de Puruhá TV durante el proceso electoral 2023 y proponer cambios en el tratamiento periodístico de eventos de esta índole. Además, por su alcance, es una investigación descriptiva que busca explicar la forma en que el medio trató la información electoral.

Cabe señalar que, de acuerdo a Castro Maldonado et al. (2023), la investigación aplicada busca resolver problemas tangibles a partir de conocimientos teóricos y el abordaje necesidades urgentes en un entorno. Esta se lleva a cabo a través de una investigación sistemática para desarrollar nuevos enfoques, políticas o intervenciones que puedan utilizarse directamente. La investigación aplicada incluye factores tecnológicos, económicos y sociales para garantizar su eficacia y aplicabilidad y se utiliza donde los resultados informan la innovación y el desarrollo. Por eso, tiende un puente entre la teoría y la práctica, y el aprendizaje se traduce en resultados sobre los que se puede actuar.

La investigación descriptiva está diseñada para señalar atributos, comportamientos o acontecimientos en un contexto. Valle et al. (2022) señala que esta es un método de investigación que determina tendencias, patrones y realidades sin manipular variables. Se basa en encuestas, observaciones, estudios de casos y análisis de contenido para obtener información detallada. Estas pruebas son una base para iniciar investigaciones de largo aliente, elaborar políticas o tomar decisiones al presentar una explicación clara e imparcial del tema investigado.

3.2. Diseño de Investigación

El diseño de la investigación es no experimental, ya que no se manipulan variables, sino que se observa y analiza la realidad tal y como ocurrió. Calle Mollo (2023) explica que

la investigación no experimental es una estrategia de investigación que observa y analiza fenómenos sin manipular variables ni condiciones. Este tipo de investigación es útil cuando las limitaciones éticas o prácticas impiden la manipulación experimental e incluye estudios descriptivos, causales-comparativos y longitudinales que observan variables retrospectivamente o a lo largo del tiempo sin intervención. Aunque puede inferirse la causalidad, no puede establecerse definitivamente, ya que carece de control experimental de las variables.

Asimismo, el diseño cualitativo se utiliza porque las opiniones son interpretadas por personas que comprenden el tema y el contenido disponible. Esta investigación examina los fenómenos sociales y humanos mediante el análisis de la experiencia, los comportamientos y la percepción. Para Calle Mollo (2023), se centra en conocer significados y es adecuada para analizar realidades complejas y fluidas, por lo que su enfoque es interpretativo, consciente de que el contexto y la subjetividad son parte del análisis y para esto utiliza la etnografía, estudio de casos, investigación-acción, fenomenología, historias de vida y sistematización. Los estudios cualitativos, a diferencia de la investigación cuantitativa, no buscan la generalización, pero sí la comprensión de un fenómeno. De tal manera que, a partir del análisis de historias, interacciones y patrones culturales, la investigación cualitativa proporciona descripciones, desarrollo de teorías y conocimiento contextual.

3.3. Técnicas de recolección de Datos

Para obtener la información necesaria, se utilizarán dos técnicas:

3.3.1. Entrevistas semiestructuradas

Se realizarán entrevistas a un director de Puruhá TV y a un experto en periodismo, para conocer su opinión respecto a la estrategia y calidad de la cobertura electoral. Las entrevistas semiestructuradas son una técnica de investigación cualitativa que combina flexibilidad y consistencia en la recolección de datos. Babativa Salamanca et al. (2024),

explica que son debates facilitados en los que el entrevistador aplica preguntas abiertas para sondeos espontáneos a partir de las respuestas y con la información recolectada se estudian actitudes, percepciones y experiencias. Además, permite a los investigadores estudiar narrativas, acceder a significados sociales y documentar perspectivas individuales y colectivas.

3.3.1.1. Guía de Entrevista al director de Puruhá TV

1. ¿Qué línea editorial siguió Puruhá TV para la cobertura del proceso electoral del 2023?
2. ¿Cómo se definen los criterios para seleccionar las noticias y los temas relevantes cuando hay elecciones?
3. ¿Qué estrategias utilizaron para que la cobertura de los diferentes candidatos y partidos políticos sea equitativa?
4. ¿Cómo verificaron la información para evitar desinformación en el contexto electoral?
5. ¿Qué papel jugaron las redes sociales y plataformas digitales en la difusión de los contenidos electorales?
6. ¿Qué interacción tuvieron con la audiencia durante el proceso electoral? ¿Cómo influyó esto en la cobertura?
7. ¿Qué desafíos enfrentaron en la cobertura de las elecciones?
8. ¿Qué tipo de contenidos audiovisuales, gráficos y textuales consideraron para informar a la ciudadanía?
9. ¿Cómo evalúan el impacto de la cobertura electoral de Puruhá TV en la comunidad local?
10. ¿Qué mejoras son necesarias para futuras coberturas electorales?

3.3.1.2. Guía de Entrevista a un Experto en Periodismo

1. ¿Cuál es el papel de los medios comunitarios en la cobertura de procesos electorales, en comparación con los medios tradicionales?
2. ¿A qué retos se enfrentan los medios comunitarios al cubrir eventos políticos?
3. ¿Qué prácticas deben seguir estos medios para garantizar un tratamiento informativo imparcial y de calidad?
4. ¿Qué formatos y enfoques son más efectivos para informar a la audiencia en contextos electorales?
5. ¿Cómo ha cambiado el uso de plataformas digitales y redes sociales en la cobertura electoral?
6. ¿Qué estrategias pueden implementar los medios comunitarios para fortalecer la participación ciudadana?
7. ¿Cómo influye la falta de recursos y financiamiento en la calidad de la información electoral?
8. ¿Cuál es la importancia del análisis de contenido en la evaluación del tratamiento informativo?
9. ¿Qué impacto tiene la cobertura electoral en la formación de opinión pública local?
10. ¿Qué recomendaciones haría a Puruhá TV para mejorar su cobertura en futuros procesos electorales?

3.3.2. Análisis de contenidos

Se examinarán los contenidos emitidos por Puruhá TV antes, en el momento y después del proceso electoral de 2023, considerando sus medios *online*, es decir, la página web y las redes sociales. Se considerarán contenidos textuales, visuales y audiovisuales para examinar en amplitud y diversidad.

3.3.2.1. Matriz de Análisis de Contenido

Las categorías de la matriz de análisis de contenidos se definieron en función de los estándares periodísticos y de la necesidad de evaluar la calidad, el equilibrio y el impacto de la cobertura electoral de Puruhá TV. Cada categoría se operacionalizó mediante variables específicas e indicadores medibles para garantizar observación e interpretación sistemáticas de los mensajes de los medios de comunicación. Esta estructura permite analizar las dimensiones cuantitativas y cualitativas, centrándose en los formatos informativos, la representación política, la participación digital y la objetividad editorial.

Tabla 1

Matriz de análisis de contenido

Categoría	Variable	Indicador	Descripción / Observaciones
Datos generales	Tipo de contenido	Noticia, reportaje, entrevista, debate, infografía, otro	Identifica el formato informativo utilizado por Puruhá TV
Fecha de publicación	Día/Mes/Año	Registra la periodicidad de la cobertura electoral	
Cobertura de actores políticos	Inclusión de candidatos	Sí/No	Indica si se menciona a los candidatos en el contenido
Equilibrio informativo	Alto/Medio/Bajo	Evalúa si la cobertura es equitativa entre candidatos y partidos	
Fuente de información	Oficial/No oficial	Identifica si la información proviene de fuentes verificadas	
Calidad del contenido	Claridad de la información	Alta/Media/Baja	Evalúa la redacción y comprensión del contenido
Profundidad del análisis	Alta/Media/Baja	Determina si el contenido presenta un análisis detallado	
Uso de plataformas digitales	Medio de difusión	TV, Facebook, página web, YouTube, otro	Identifica el canal de difusión principal
Interacción con la audiencia	Comentarios, reacciones, compartidos	Mide la participación ciudadana en redes	
Enfoque informativo	Sesgo en la cobertura	Neutral/Parcial a favor de un candidato o partido	Analiza la imparcialidad del contenido
Lenguaje utilizado	Objetivo/Subjetivo/Emocional	Evalúa si el contenido utiliza un lenguaje periodístico adecuado	

Nota. Elaboración propia

3.4. Población de estudio y tamaño de muestra

La población de estudio son todos los contenidos informativos generados por Puruhá TV en el contexto de las elecciones de 2023. La muestra será estratégica y se seleccionará de acuerdo a la disponibilidad y relevancia de los contenidos publicados en sus plataformas. Este es un tipo de muestreo no probabilístico donde se seleccionan deliberadamente los elementos que mejor respondan a los objetivos de la investigación, se eligen contenidos según su relevancia y disponibilidad, priorizando aquellos que aportan información sobre el fenómeno estudiado (González, 2021).

Además, la muestra para las entrevistas es por conveniencia que también es un muestreo no probabilístico en el que se seleccionan participantes por su fácil acceso, disponibilidad o disposición a colaborar (González, 2021). De esta manera se garantiza la presencia de una persona del medio y un experto que contraste las opiniones de la otra persona.

3.5. Métodos de análisis, y procesamiento de datos

Las tendencias temáticas, los discursos más frecuentes y las estrategias comunicativas utilizadas por Puruhá TV se identificarán mediante el análisis de contenido. Este enfoque mixto combina el análisis de contenidos, que codifica sistemáticamente los patrones, los temas y la frecuencia de los elementos en los contenidos mediáticos, con el análisis del discurso, que examina cómo se utilizan los mensajes para construir significados y posiciones sociales (Godoy, 2023). Esto permite un análisis amplio y profundo de las tendencias temáticas y las estructuras discursivas.

CAPÍTULO IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

1.1. Análisis de contenidos

Tabla 2

Análisis de Rimanakuy: Dr. Italo Bedrán, candidato a la asamblea por la provincia de Chimborazo

Categoría	Variable	Indicador	Descripción / Observaciones
Datos generales	Tipo de contenido	Entrevista	Entrevista con el candidato Ítalo Vedrán.
	Fecha de publicación	31 de julio de 2023	Cubierta dentro del periodo electoral.
Cobertura de actores políticos	Inclusión de candidatos	Sí	Se menciona y entrevista a un candidato a la Asamblea.
	Equilibrio informativo	Bajo	No se presentan otras perspectivas ni candidatos.
	Fuente de información	No oficial	Se basa en el discurso del candidato sin validación externa.
Calidad del contenido	Claridad de la información	Media	Discurso informal y con errores lingüísticos.
	Profundidad del análisis	Baja	Enfoque superficial en las propuestas del candidato.
Uso de plataformas digitales	Medio de difusión	TV, Facebook	Transmitido en televisión y redes sociales.
	Interacción con la audiencia	Comentarios, reacciones	Se reconoce la audiencia en la transmisión.
Enfoque informativo	Sesgo en la cobertura	Parcial a favor del candidato	Entrevista orientada a favorecer la imagen del candidato.
	Lenguaje utilizado	Subjetivo	Uso de términos emocionales y lenguaje coloquial.
Duración	17h48		
Link de acceso	https://www.facebook.com/puruwaTV/videos/1002667484410386/		

Nota. Elaboración propia

En este contenido se observa que la entrevista está sesgada a favor del candidato, desequilibrada al no incluir opiniones contrarias. La información depende en gran medida de citas del propio candidato sin verificación oficial. El contenido es superficial, centrándose

en los antecedentes personales más que en conceptos políticos detallados. El tono es informal y emocional, lo que reduce la objetividad periodística. A pesar de estas limitaciones, la emisión conecta con los individuos a través de la televisión y las redes sociales, haciéndose visible. Sin embargo, la falta de investigación crítica y de normas periodísticas socava su legitimidad como fuente de información electoral.

Tabla 3

Análisis de Rimanakuy: Lic. Miguel Llerena, coordinador provincial de Chimborazo de la Red de Maestros y Maestras por la Revolución Educativa

Categoría	Variable	Indicador	Descripción / Observaciones
Datos generales	Tipo de contenido	Entrevista	Se trata de una entrevista sobre educación y política en el contexto electoral.
	Fecha de publicación	31 de julio de 2023	La entrevista se realizó en el marco de las elecciones de Ecuador.
Cobertura de actores políticos	Inclusión de candidatos	Sí	Se menciona explícitamente al binomio de Luisa y Andrés.
	Equilibrio informativo	Bajo	Se evidencia apoyo hacia un candidato específico sin contrastar con otras posturas.
Fuente de información	Fuente de información	No oficial	La información proviene del entrevistado sin verificación de fuentes oficiales.
Calidad del contenido	Claridad de la información	Media	Aunque el mensaje es claro, hay reiteraciones y subjetividad en la argumentación.
	Profundidad del análisis	Media	Se presentan datos y argumentos, pero falta una evaluación crítica y contrastada.
Uso de plataformas digitales	Medio de difusión	TV, Facebook, YouTube	Se difunde en televisión y plataformas digitales para mayor alcance.
Interacción con la audiencia	Comentarios, reacciones, compartidos	Moderada	Existe participación, pero no se analiza en profundidad.
Enfoque informativo	Sesgo en la cobertura	Parcial a favor de un candidato	Se favorece a un candidato, sin incluir contrapuntos o perspectivas opuestas.
Lenguaje utilizado	Objetivo/Subjetivo/Emocional	Subjetivo	Predomina un lenguaje valorativo y emocional con críticas hacia el gobierno actual.
Duración	30h00		
Link de acceso	https://www.facebook.com/puruwaTV/videos/6468157983275425/		

Nota. Elaboración propia

El contenido trata sobre la inversión pública en educación y critica a los gobiernos pasados, pero favorece a un par político específico. No hay equilibrio en la información y recurre a fuentes no oficiales, por lo que tiene baja credibilidad. La moderada reacción de la audiencia no es suficiente teniendo en cuenta el tono subjetivo y el sesgo, lo que rebaja su objetividad periodística. El estudio apunta hacia una predisposición a la promoción más que a la información basada en hechos, lo que subraya el valor de perspectivas más amplias en la información electoral.

Tabla 4

Análisis de Dialogando con Elvis Maldonado Castillo

Categoría	Variable	Indicador	Descripción / Observaciones
Datos generales	Tipo de contenido	Noticia, entrevista y análisis de opinión	Mezcla de información objetiva con comentarios de opinión.
	Fecha de publicación	31 de julio de 2023	Cobertura previa a las elecciones generales de agosto.
Cobertura de actores políticos	Inclusión de candidatos	Sí	Se menciona la participación de candidatos y actores políticos.
	Equilibrio informativo	Medio	Aunque se mencionan diversos actores, el enfoque parece estar en aspectos administrativos del proceso.
Fuente de información	Tipo de fuente	Oficial y no oficial	Citas de funcionarios y de redes sociales (X).
Calidad del contenido	Claridad de la información	Media	Presenta detalles relevantes, aunque con cierta fragmentación en la redacción.
	Profundidad del análisis	Media	Se abordan aspectos técnicos y logísticos de la organización electoral.
Uso de plataformas digitales	Medio de difusión	TV y redes sociales	Emitido en Canal 38 y con referencias a redes sociales.
Interacción con la audiencia	Participación	Comentarios y denuncias abiertas	Se invita a la audiencia a interactuar mediante WhatsApp.
Enfoque informativo	Sesgo en la cobertura	Neutral	No se evidencia una inclinación clara hacia un candidato.
	Lenguaje utilizado	Objetivo, con elementos de opinión	Lenguaje informativo con ciertas valoraciones de los entrevistados.
Duración	01:07:09		
Link de acceso	https://www.facebook.com/puruwaTV/videos/326576936360998		

Nota. Elaboración propia

El material combina noticias, opinión y entrevistas, centradas principalmente en las preocupaciones logísticas y de seguridad del proceso electoral. El reportaje recoge fuentes oficiales y extraoficiales, citando a representantes del gobierno y reportajes de medios sociales. Se menciona a los candidatos políticos, pero se hace hincapié sobre todo en la preparación institucional más que en los debates electorales directos. El informe no toma partido por ninguna de las partes, sino que incluye aportaciones subjetivas de los entrevistados. La plataforma invita activamente a la participación pública a través de WhatsApp, lo que supone un intento de llevar al público al discurso político.

Tabla 5

Análisis de Rimanakuy: Jorge Morocho, Candidato a Asambleísta por Chimborazo, Centro Democrático Lista 1

Categoría	Variable	Indicador	Descripción / Observaciones
Datos generales	Tipo de contenido	Entrevista	Se trata de una entrevista con Jorge Morocho, candidato a la Asamblea por Chimborazo.
	Fecha de publicación	08 de agosto de 2023	No se menciona la fecha exacta de la publicación del contenido.
Cobertura de actores políticos	Inclusión de candidatos	Sí	Se presenta a Jorge Morocho, candidato de Centro Democrático, sin mención de otros contendientes.
Equilibrio informativo	Cobertura equitativa	Bajo	No hay referencia a otros candidatos o partidos, lo que indica una falta de balance en la cobertura.
Fuente de información	Tipo de fuente	No oficial	La información proviene del propio candidato sin verificación de otras fuentes.
Calidad del contenido	Claridad de la información	Media	La información es comprensible, pero el discurso es subjetivo y basado en experiencias personales.
	Profundidad del análisis	Baja	No se presentan datos comparativos ni análisis crítico sobre propuestas o contexto político.
Uso de plataformas digitales	Medio de difusión	TV / Facebook	El contenido fue transmitido en televisión y plataformas digitales.

Interacción con la audiencia	Comentarios, reacciones, compartidos	No especificado	No se menciona la participación de la audiencia en redes sociales.
Enfoque informativo	Sesgo en la cobertura	Parcial	La entrevista favorece la imagen del candidato sin confrontarlo con otros puntos de vista.
Lenguaje utilizado	Tipo de lenguaje	Subjetivo / Emocional	Se emplea un tono personal, con valoraciones subjetivas sobre su trayectoria y política.
Duración	30h11		
Link de acceso	https://www.facebook.com/puruwaTV/videos/rimanakuy/676574827243560/		

Nota. Elaboración propia

La entrevista a Jorge Morocho cumple el formato de foro de campaña del candidato más que un foro periodístico. El contenido se inclina más hacia los antecedentes y logros del candidato que hacia un análisis crítico de la oferta electoral. La ausencia de contraargumentos y de comprobación de los hechos rebaja el contenido informativo. Aunque el lenguaje es básico, sigue siendo subjetivo y sentimental por naturaleza, apoyando una imagen positiva del candidato sin crítica. La elección de la plataforma sugiere un intento de llegar tanto al público televisivo como al de Internet, pero no hay indicios de una participación seria de la audiencia.

Tabla 6

Análisis de Rimanakuy: Eustaquio Tuala, candidato a asambleísta nacional

Categoría	Variable	Indicador	Descripción / Observaciones
Datos generales	Tipo de contenido	Entrevista	Se trata de un espacio de diálogo con un candidato a la Asamblea Nacional.
	Fecha de publicación	09 de agosto de 2023	Se emitió el día del asesinato de Fernando Villavicencio.
Cobertura de actores políticos	Inclusión de candidatos	Sí	Se menciona al candidato presidencial Fernando Villavicencio y al candidato asambleísta Eustaquio Toala.
	Equilibrio informativo	Bajo	El espacio se centra en la opinión de un solo candidato sin contraste de otras posturas.
Fuente de información	Oficial/No oficial	Oficial	Se cita la confirmación del ministro Juan Zapata sobre el asesinato.
Calidad del contenido	Claridad de la información	Media	El contenido presenta redundancias y cierta falta de cohesión.
	Profundidad del análisis	Baja	No se desarrolla un análisis profundo sobre las causas y consecuencias del asesinato.

Uso de plataformas digitales	Medio de difusión	TV, Facebook	Se transmite en múltiples plataformas digitales.
	Interacción con la audiencia	No especificado	No se mencionan comentarios ni reacciones de la audiencia.
Enfoque informativo	Sesgo en la cobertura	Parcial a favor de un candidato	Se prioriza la voz del candidato Eustaquio Toala sin contraparte.
Lenguaje utilizado	Objetivo/Subjetivo/Emocional	Emocional	Se emplea un tono de indignación y dolor ante la situación política.
Duración	40h20		
Link de acceso	https://www.facebook.com/puruwaTV/videos/rimanakuy-la-entrevista/613058034276467/?_rdr		

Nota. Elaboración propia

La entrevista trata sobre el asesinato del candidato presidencial Fernando Villavicencio y presenta la perspectiva del candidato a asambleísta Eustaquio Toala. Si bien el contenido tiene confirmación oficial del hecho, carece de profundidad en el análisis y de opiniones equilibradas. La discusión es emotiva y se centra en la postura política de Toala más que en un análisis electoral profundo. El alcance digital de la plataforma es notable, pero la interacción con la audiencia no es detallada. El segmento refleja un enfoque parcial, priorizando la opinión del invitado sin contrapuntos de otros actores políticos.

Tabla 7

Análisis de Rimanakuy: Ignacio Pomatoca, candidato a asambleísta por Chimborazo, Centro Democrático Lista 1

Categoría	Variable	Indicador	Descripción / Observaciones
Datos generales	Tipo de contenido	Entrevista	Conversación con un candidato a la Asamblea Nacional.
	Fecha de publicación	10 de agosto de 2023	Publicado tras el asesinato de un candidato presidencial.
Cobertura de actores políticos	Inclusión de candidatos	Sí	Se menciona a Fernando Villavicencio y a Ignacio Pomatoca.
	Equilibrio informativo	Bajo	Se centra en un solo candidato sin contraparte de otros actores políticos.
Fuente de información	Fuente de información	No oficial	Basado en declaraciones del entrevistado sin verificación de datos.
Calidad del contenido	Claridad de la información	Media	Mensajes comprensibles pero con fragmentación y redundancia.
	Profundidad del análisis	Baja	Predomina la opinión personal sobre propuestas concretas.

Uso de plataformas digitales	Medio de difusión	TV, Facebook	Emisión en televisión comunitaria y redes sociales.
	Interacción con la audiencia	Comentarios, reacciones	Se evidencia participación de la audiencia en redes sociales.
Enfoque informativo	Sesgo en la cobertura	Parcial a favor del candidato	Se favorece al candidato entrevistado sin preguntas críticas.
	Lenguaje utilizado	Subjetivo	Uso de apelaciones emocionales y referencias a la situación de seguridad.
Duración	24h17		
Link de acceso	https://www.facebook.com/puruwaTV/videos/3539181303011938/		

Nota. Elaboración propia

El contenido presenta una entrevista sobre las elecciones de 2023 en Ecuador, tras el asesinato de Fernando Villavicencio. El vídeo se centra en las políticas de seguridad y las propuestas legislativas de Ignacio Pomatoca. El reportaje no es equilibrado, ya que no presenta contraste de opiniones ni verificación de hechos. El lenguaje es subjetivo, con apelaciones emocionales. Aunque es breve y sencillo para la audiencia, su nivel analítico es superficial. La información se transmitió principalmente a través de la televisión y las redes sociales, atrayendo al público, pero sin un debate electoral en profundidad.

Tabla 8

Análisis de Rimanakuy: Marina Moreno, candidata alterna a asambleísta por Chimborazo, Centro Democrático Lista 1

Categoría	Variable	Indicador	Descripción / Observaciones
Datos generales	Tipo de contenido	Entrevista	El contenido es una entrevista a una candidata alterna a asambleísta, enfocada en su perfil y propuestas para las elecciones de 2023.
	Fecha de publicación	14 de agosto de 2023	La fecha exacta de publicación no se menciona, pero es dentro del contexto electoral de 2023.
Cobertura de actores políticos	Inclusión de candidatos	Sí	Se menciona a Marina Moreno, candidata alterna por la provincia de Chimborazo del partido Centro Democrático.
	Equilibrio informativo	Medio	El enfoque está principalmente en la candidata y su partido, aunque se mencionan críticas a asambleístas anteriores.
Fuente de información	Oficial/No oficial	No oficial	La información proviene directamente de la candidata entrevistada y su entorno, sin

			referencia a fuentes externas verificadas.
Calidad del contenido	Claridad de la información	Alta	El contenido es claro y directo, permitiendo comprender fácilmente las propuestas y motivaciones de la candidata.
	Profundidad del análisis	Media	El análisis se enfoca en las necesidades provinciales y las propuestas generales de la candidata, sin profundizar en un análisis exhaustivo.
Uso de plataformas digitales	Medio de difusión	TV, Facebook	El programa se difunde tanto por televisión como por la plataforma digital de Facebook, permitiendo un alcance más amplio.
Interacción con la audiencia	Comentarios, reacciones, compartidos	Bajo	Se menciona la invitación a compartir el contenido en Facebook, pero no hay detalles sobre la participación o interacción de la audiencia.
Enfoque informativo	Sesgo en la cobertura	Parcial a favor de un candidato	La entrevista muestra un enfoque claro en las propuestas de la candidata, pero también incluye críticas hacia otros candidatos y partidos sin un equilibrio total.
Lenguaje utilizado	Objetivo/Subjetivo/Emocional	Subjetivo	El lenguaje usado es subjetivo, particularmente al mencionar los problemas que enfrenta la provincia y la lucha contra la corrupción, destacando emociones y opiniones personales.
Duración	24h08		
Link de acceso	https://www.facebook.com/puruwaTV/videos/287247467284016/		

Nota. Elaboración propia

El contenido es una entrevista a Marina Moreno, candidata a asambleísta por Chimborazo, en este se muestra su trayectoria, por qué se postula y propuestas, con un tono subjetivo que enfatiza su dedicación a la provincia y críticas a asambleístas anteriores. La información proporcionada carece de fuentes oficiales y es de carácter más personal, difundida principalmente en TV y Facebook. La información está sesgada hacia el apoyo a Moreno como candidata y, aunque es interactiva, no destaca mucho la participación de los usuarios. El análisis es informativo, pero de profundidad media, esbozando cuestiones de las elecciones generales sin examinarlas en profundidad.

Tabla 9

Análisis de Rimanakuy: Nelson Rivera, candidato a Asambleísta por Chimborazo, Movimiento Amauta Lista 66

Categoría	Variable	Indicador	Descripción / Observaciones
Datos generales	Tipo de contenido	Entrevista	Televisión Puruwa presenta una entrevista con Nelson Rivera, candidato a la Asamblea por Chimborazo.
	Fecha de publicación	16 de agosto de 2023	La cobertura se realiza en un periodo cercano a las elecciones de 2023.
Cobertura de actores políticos	Inclusión de candidatos	Sí	El contenido menciona y presenta a Nelson Rivera, candidato al cargo de asambleísta.
Equilibrio informativo	Medio	La entrevista se centra en un solo candidato sin referencia a otros aspirantes.	
Fuente de información	Oficial / No oficial	Oficial	La información proviene directamente del candidato, dentro de un contexto electoral claro.
Calidad del contenido	Claridad de la información	Alta	El contenido es claro, con una estructura fluida de la entrevista, y presenta la información de manera comprensible.
Profundidad del análisis	Baja	La entrevista es más biográfica y promocional que analítica o crítica respecto a las propuestas del candidato.	
Uso de plataformas digitales	Medio de difusión	TV, Facebook	El contenido se difunde a través de la televisión y potencialmente en redes sociales, como Facebook.
Interacción con la audiencia	Comentarios, reacciones, compartidos	Medio	A través de las plataformas digitales, se promueve la interacción, pero no se mide directamente en el contenido.
Enfoque informativo	Sesgo en la cobertura	Parcial a favor del candidato	El contenido muestra una postura favorable hacia Nelson Rivera, presentando su visión y propuestas sin contrastar con otros actores.
Lenguaje utilizado	Objetivo / Subjetivo / Emocional	Subjetivo	El lenguaje utilizado tiene un tono cercano, subjetivo y con un enfoque en la vida personal y las experiencias del candidato.
Duración	25h49		
Link de acceso	https://www.facebook.com/puruwaTV/videos/1007837936919923/		

Nota. Elaboración propia

El contenido es una entrevista a Nelson Rivera, candidato a la Asamblea por Chimborazo, es de carácter personal y subjetivo, retrata la trayectoria de Rivera y el porqué

de su candidatura. La información es fácil de leer y está disponible, pero no contiene un análisis profundo ni una comparación con otros candidatos. Ofrece una buena imagen de Rivera, sin mencionar a las figuras políticas de la oposición. El contenido se presenta sobre todo en televisión e Internet, e invita a la reacción de los espectadores. La estrategia general parece ser de apoyo al candidato, pero sin revelar un panorama político más amplio.

Tabla 10

Análisis de Rimanakuy: Ing. Glenda Ortega, Candidata a asambleísta por la Alianza Actuemos.

Categoría	Variable	Indicador	Descripción / Observaciones
Datos generales	Tipo de contenido	Entrevista	El contenido es una entrevista en el programa "Rimanakuy", enfocada en las elecciones de 2023.
	Fecha de publicación	16 de agosto de 2024	El contenido fue transmitido en el contexto de las campañas electorales, cerca de las elecciones de 2023.
Cobertura de actores políticos	Inclusión de candidatos	Sí	Se menciona a la candidata Glenda Ortega, quien es entrevistada en relación a su candidatura a la Asamblea por Alianza Actuemos.
	Equilibrio informativo	Medio	Aunque la candidata es el centro de la entrevista, no se presenta a otros actores políticos en el contenido.
Fuente de información	Oficial	Sí	La información proviene directamente de la candidata y se contextualiza en un espacio informativo dirigido por el medio comunitario.
Calidad del contenido	Claridad de la información	Alta	La entrevista está claramente estructurada, con respuestas detalladas de la candidata sobre su experiencia y su candidatura.
	Profundidad del análisis	Media	La entrevista ofrece información sobre la trayectoria de la candidata, pero no profundiza en un análisis político más amplio o en otras perspectivas.
Uso de plataformas digitales	Medio de difusión	TV, Facebook	El contenido es transmitido por televisión, con mención de la visualización también a través de Facebook.
Interacción con la audiencia	Comentarios, reacciones, compartidos	Bajo	No se menciona explícitamente la interacción con la audiencia en términos de comentarios o reacciones en las plataformas digitales.
Enfoque informativo	Sesgo en la cobertura	Neutral	El enfoque parece ser neutral, centrado en presentar la candidata y su visión sin

			sesgo explícito a favor de su candidatura.
Lenguaje utilizado	Objetivo	Objetivo	El lenguaje es mayormente objetivo, propio de una entrevista política, enfocándose en la información proporcionada por la candidata.
Duración	26h33		
Link de acceso	https://www.facebook.com/puruwaTV/videos/256797677241823/		

Nota. Elaboración propia

El contenido es una entrevista a la candidata a la Asamblea Glenda Ortega, emitida con motivo de las elecciones ecuatorianas de 2023, en esta el formato gira en torno a la presentación del perfil de la candidata y los desafíos políticos que enfrenta. El contenido es neutral y objetivo, con un tono que presenta amplia información sobre la carrera profesional de Ortega y su campaña electoral. No hay un sesgo aparente hacia la candidata, y el análisis es de profundidad moderada, con una tendencia a centrarse en la historia personal y profesional de Ortega más que en el clima político general.

Tabla 11

Análisis de Rimanakuy: Ab. Fernando Barreno, candidato a la Asamblea, Movimiento Renovación Lista 61.

Categoría	Variable	Indicador	Descripción / Observaciones
Datos generales	Tipo de contenido	Entrevista	El contenido es una entrevista a un candidato de la Asamblea, Fernando Barreno, quien comparte su trayectoria y propuestas.
	Fecha de publicación	17 de agosto de 2023	La publicación ocurrió cerca de las elecciones, ofreciendo un contexto electoral oportuno.
Cobertura de actores políticos	Inclusión de candidatos	Sí	Se menciona al candidato Fernando Barreno, quien es entrevistado y presenta sus propuestas para las elecciones.
	Equilibrio informativo	Medio	El enfoque está centrado en un solo candidato, sin mencionar de forma comparativa a otros contendientes o partidos políticos.
Fuente de información	Oficial/No oficial	No oficial	La información proviene del propio candidato, no de fuentes externas verificadas o imparciales.

Calidad del contenido	Claridad de la información	Alta	El contenido es claro y comprensible, con una estructura organizada en la que se destacan los aspectos clave del candidato.
	Profundidad del análisis	Baja	No hay un análisis profundo de temas políticos o sociales, ya que se centra principalmente en la biografía y propuestas del candidato.
Uso de plataformas digitales	Medio de difusión	TV, Facebook	El contenido se difunde a través de la televisión local y la página de Facebook de Televisión Puruwa, alcanzando tanto a audiencia tradicional como digital.
Interacción con la audiencia	Comentarios, reacciones, compartidos	No disponible	No se menciona información sobre la interacción con la audiencia en redes sociales o en la transmisión.
Enfoque informativo	Sesgo en la cobertura	Parcial a favor de un candidato	El contenido presenta una clara inclinación hacia el candidato entrevistado, sin dar espacio a otros puntos de vista o críticas.
Lenguaje utilizado	Objetivo/Subjetivo/Emocional	Subjetivo	El lenguaje utilizado es subjetivo y emocional, con un tono persuasivo al hablar de las virtudes del candidato y su apoyo popular.
Duración	30h23		
Link de acceso	https://www.facebook.com/puruwaTV/videos/1245660542793678/		

Nota. Elaboración propia

El contenido es una entrevista a Fernando Barreno, candidato a la Asamblea Nacional de Ecuador, destacando su trayectoria, profesión y programas de campaña electoral con una visión subjetiva que enfatiza su experiencia y popularidad. La crítica es superficial y la noticia tiene un claro sesgo hacia Barreno sin establecer ninguna comparación entre él y los demás candidatos. El tono del material, una entrevista televisiva, es el de producir una conexión con el público, principalmente a través de la televisión local y Facebook. El enfoque parece más dirigido a promocionar al candidato que a proporcionar un análisis político ecuánime.

Tabla 12

Análisis de Rimanakuy: Dr. Jorge Morocho, candidato a asambleísta de Chimborazo por Centro Democrático lista 1

Categoría	Variable	Indicador	Descripción / Observaciones
Datos generales	Tipo de contenido	Entrevista	Se trata de una entrevista con Jorge Morocho, candidato a la asamblea por la provincia de Chimborazo.
	Fecha de publicación	17 de agosto de 2023	La publicación ocurre en el contexto de las elecciones de 2023, previo a los comicios.
Cobertura de actores políticos	Inclusión de candidatos	Sí	Jorge Morocho, candidato de Centro Democrático, es el principal actor político mencionado en la entrevista.
	Equilibrio informativo	Medio	Aunque se presenta la candidatura de Jorge Morocho, el contenido se enfoca principalmente en su discurso y propuestas sin una comparación explícita con otros candidatos.
Fuente de información	Oficial	Sí	La información proviene directamente del candidato, lo cual implica una fuente oficial dentro del contexto de una entrevista.
Calidad del contenido	Claridad de la información	Alta	El contenido es claro, con un lenguaje directo y comprensible.
	Profundidad del análisis	Baja	Aunque se mencionan diversas propuestas de Morocho, el análisis es superficial, sin un debate profundo sobre sus ideas o los temas tratados.
Uso de plataformas digitales	Medio de difusión	TV (Canal 38), redes sociales	El contenido se difunde en la televisión local y probablemente también en plataformas digitales de Puruhá TV
Interacción con la audiencia	Comentarios, reacciones, compartidos	Medio	La interacción es moderada, dado que es una transmisión televisiva con posible difusión en redes sociales.
Enfoque informativo	Sesgo en la cobertura	Parcial a favor de un candidato	La entrevista está claramente centrada en las propuestas y visión de Jorge Morocho, sin un contrapunto de otros actores políticos o partidos.
Lenguaje utilizado	Objetivo	Sí	El lenguaje es en su mayoría objetivo, con un enfoque directo en las propuestas del candidato.
Duración	27h24		
Link de acceso	https://www.facebook.com/puruwaTV/videos/1337597013829695/		

Nota. Elaboración propia

El contenido de la entrevista se centra en Jorge Morocho, candidato a las elecciones de 2023 en Ecuador, sus propuestas y su vida personal, sin interacción con el espectador.

Los hechos son fácilmente comprensibles y accesibles, pero el análisis sigue siendo superficial, destacando sólo conocimientos superficiales sobre su programa político. Está ligeramente sesgado hacia Morocho, sin mucha mención de otros actores políticos. Se difunde principalmente a través de la televisión y posiblemente de los medios sociales, con una interacción intermedia.

Tabla 13

Análisis de la Transmisión del debate presidencial

Categoría	Variable	Indicador	Descripción / Observaciones
Datos generales	Tipo de contenido	Debate	El contenido corresponde a un debate presidencial transmitido en vivo.
	Fecha de publicación	13 de agosto de 2023	Se realizó durante el periodo electoral del 2023 en Ecuador.
Cobertura de actores políticos	Inclusión de candidatos	Sí	Se mencionan y participan varios candidatos presidenciales, como Ollanta Topic y Bolívar Armijos.
	Equilibrio informativo	Medio	La cobertura presenta tanto a candidatos de diferentes partidos, pero con énfasis en las intervenciones directas.
Fuente de información	Oficial	Oficial	La información proviene del evento oficial del debate presidencial transmitido por Puruhá TV.
Calidad del contenido	Claridad de la información	Alta	El contenido es claro y comprensible, con un lenguaje directo y accesible para la audiencia general.
	Profundidad del análisis	Media	Se presentan intervenciones directas de los candidatos, pero sin un análisis profundo de los temas.
Uso de plataformas digitales	Medio de difusión	TV, Facebook, YouTube	El contenido se transmite por televisión, y también se distribuye en plataformas digitales como Facebook y YouTube.
Interacción con la audiencia	Comentarios, reacciones, compartidos	Medio	La participación en redes sociales refleja una audiencia activa, pero con moderación en la interacción.
Enfoque informativo	Sesgo en la cobertura	Neutral	El debate mantiene un enfoque neutral, sin evidentes

			inclinaciones hacia ningún candidato específico.
Lenguaje utilizado	Objetivo/Subjetivo/Emocional	Objetivo	El lenguaje utilizado es mayormente objetivo, aunque se perciben momentos de emotividad por parte de los candidatos.
Duración	02:38:29		
Link de acceso	https://www.facebook.com/puruwaTV/videos/617058080275152		

Nota. Elaboración propia

La cobertura de Puruwá TV del debate presidencial de Ecuador 2023 ofrece una visión sin comentarios en un intento de objetividad de las posiciones de los candidatos. Es decir, solo retransmitieron un evento televisado a nivel nacional. La cobertura del debate se realizó con mediano equilibrio, dando espacio a los diferentes actores políticos para exponer sus argumentos, pero bajo preguntas y parámetros establecidos previamente por el Consejo Nacional Electoral. La profundidad analítica fue inexistente, aunque el contenido fue fácil de entender, con intervenciones concentradas y directas.

Tabla 14

Análisis de la Cadena informativa 2023 | Voces en democracia

Categoría	Variable	Indicador	Descripción / Observaciones
Datos generales	Tipo de contenido	Entrevista	Entrevista con el candidato Ítalo Vedrán.
	Fecha de publicación	20 de agosto de 2023	Cubierta dentro del periodo electoral.
Cobertura de actores políticos	Inclusión de candidatos	Sí	Se menciona y entrevista a un candidato a la Asamblea.
	Equilibrio informativo	Bajo	No se presentan otras perspectivas ni candidatos.
	Fuente de información	No oficial	Se basa en el discurso del candidato sin validación externa.
Calidad del contenido	Claridad de la información	Media	Discurso informal y con errores lingüísticos.
	Profundidad del análisis	Baja	Enfoque superficial en las propuestas del candidato.
Uso de plataformas digitales	Medio de difusión	TV, Facebook	Transmitido en televisión y redes sociales.
	Interacción con la audiencia	Comentarios, reacciones	Se reconoce la audiencia en la transmisión.
Enfoque informativo	Sesgo en la cobertura	Parcial a favor del candidato	Entrevista orientada a favorecer la imagen del candidato.

	Lenguaje utilizado	Subjetivo	Uso de términos emocionales y lenguaje coloquial.
Duración	07:45:22		
Link de acceso	https://www.facebook.com/puruwaTV/videos/1134955740636743/		

Nota. Elaboración propia

Este contenido es un noticiero de Televisión Puruwá que aborda la logística de las elecciones ecuatorianas de 2023. Ofrece información sobre los procedimientos de votación, el requisito de acudir a los centros electorales y la sanción por no votar. La cobertura no se dirige a candidatos políticos específicos, sino que es más bien general y neutral, con mucha claridad en la forma en que se ofrece. El análisis es práctico y proporciona información sobre las necesidades de los votantes y la planificación de las zonas electorales. La distribución a través de plataformas digitales abarca la televisión y Facebook, garantizando una amplia difusión de la información.

Tabla 15

Análisis de la Cadena Informativa 2023 | Voces en democracia

Categoría	Variable	Indicador	Descripción / Observaciones
Datos generales	Tipo de contenido	Noticia/Informe	El contenido es un reportaje informativo sobre las elecciones de 2023, transmitido en vivo.
	Fecha de publicación	20 de agosto de 2023	Se publica el día de las elecciones, con una cobertura en tiempo real.
Cobertura de actores políticos	Inclusión de candidatos	No	Aunque se menciona el proceso electoral y las elecciones, no se identifican específicamente a los candidatos en el contenido.
Equilibrio informativo	Balance de la cobertura	Medio	El contenido es informativo, pero la intervención del presidente puede sugerir un enfoque más cercano al gobierno.
Fuente de información	Oficial/No oficial	Oficial	Se mencionan instituciones oficiales como el Consejo Nacional Electoral y el presidente de la República.
Calidad del contenido	Claridad de la información	Alta	La redacción es clara y la información es comprensible para la audiencia, destacando la importancia del voto y la participación.
	Profundidad del análisis	Media	El análisis se limita a la descripción del proceso electoral

			y la importancia de votar, sin entrar en detalles profundos sobre los candidatos o los partidos.
Uso de plataformas digitales	Medio de difusión	TV	El contenido se transmite principalmente por televisión, sin mención directa de redes sociales o plataformas digitales.
Interacción con la audiencia	Comentarios, reacciones	No disponible	No se detallan interacciones con la audiencia en este fragmento del contenido.
Enfoque informativo	Sesgo en la cobertura	Neutral	El tono del contenido es neutral, enfocado en informar sobre el proceso electoral sin favorecer a ningún candidato o partido específico.
Lenguaje utilizado	Objetivo/Subjetivo/Emocional	Objetivo	El lenguaje es objetivo, utilizando una narración clara y directa, sin elementos emocionales o subjetivos.
Duración	06:32:56		
Link de acceso	https://www.facebook.com/puruwaTV/videos/304823082211421/		

Nota. Elaboración propia

El contenido ofrece una descripción directa de las elecciones de 2023 en Ecuador, destacando la importancia de votar e informa a la audiencia sobre el proceso electoral y sus actividades, concretamente sobre el inicio de la jornada electoral. El lenguaje es objetivo y conciso, y se centra en los procedimientos más que en los candidatos o los partidos. Evita los análisis políticos profundos y mantiene un tono equilibrado apoyándose en fuentes oficiales como el Consejo Nacional Electoral. No se dirige directamente al público ni se menciona a ningún candidato en concreto.

Tabla 16

Análisis de Rimanakuy: Abg. José Copa, Representante del Colectivo Pueblo Unido ADN Chimborazo

Categoría	Variable	Indicador	Descripción / Observaciones
Datos generales	Tipo de contenido	Entrevista	Se trata de una entrevista con un representante de un colectivo político, abordando las propuestas del candidato Daniel Novoa.
	Fecha de publicación	29 de agosto de 2024	No se menciona la fecha exacta de la transmisión.

Cobertura de actores políticos	Inclusión de candidatos	Sí	Se menciona de manera reiterativa al candidato Daniel Novoa.
Equilibrio informativo	Nivel de equidad	Bajo	No se presentan otras visiones ni se entrevista a representantes de otros candidatos.
Fuente de información	Tipo de fuente	No oficial	La información proviene de un representante del colectivo Pueblo Unido ADN Chimborazo, sin contrastación con fuentes oficiales.
Calidad del contenido	Claridad de la información	Media	Aunque se presentan ideas y propuestas, hay repeticiones y explicaciones poco estructuradas.
	Profundidad del análisis	Baja	Se menciona una propuesta, pero sin un análisis crítico ni contrastación con otras perspectivas.
Uso de plataformas digitales	Medio de difusión	TV y Facebook	Se transmite en televisión y se menciona su difusión en Facebook.
Interacción con la audiencia	Comentarios, reacciones, compartidos	No especificado	No se hace referencia a la interacción del público con el contenido.
Enfoque informativo	Sesgo en la cobertura	Parcial a favor de un candidato	Se presenta una postura favorable a Daniel Novoa sin contrastar con otras visiones políticas.
Lenguaje utilizado	Estilo del discurso	Subjetivo/Emocional	Se emplea un lenguaje persuasivo y emotivo, con calificativos positivos hacia el candidato y su movimiento.
Duración	47h24		
Link de acceso	https://www.facebook.com/puruwaTV/videos/310982524755330/		

Nota. Elaboración propia

El formato de presentación de preguntas y respuestas en este caso, favoreció el avance del concepto de un candidato, Daniel Noboa, sin ningún intento visible de equilibrio. El debate sigue siendo superficial, basándose únicamente en el invitado sin verificación con informes oficiales. El lenguaje empleado es subjetivo y emotivo y mantiene una imagen encomiable sobre el candidato. Aunque el programa es accesible a través de la televisión y Facebook, no se tiene en cuenta la interacción de la audiencia. En total, el material demuestra un sesgo definido y no ofrece un análisis electoral exhaustivo.

Tabla 17

Análisis de la Transmisión del debate presidencial

Categoría	Variable	Indicador	Descripción / Observaciones
-----------	----------	-----------	-----------------------------

Datos generales	Tipo de contenido	Debate	Transmisión del debate presidencial de la segunda vuelta electoral entre Luisa González y Daniel Noboa.
	Fecha de publicación	01 de octubre de 2023	La transmisión se realizó en el contexto del proceso electoral del 2023 en Ecuador.
Cobertura de actores políticos	Inclusión de candidatos	Sí	Se presentan intervenciones de ambos candidatos, incluyendo preguntas y réplicas.
Equilibrio informativo	Nivel de equilibrio	Alto	Se otorga igual tiempo y oportunidad de intervención a ambos candidatos, sin evidenciar favoritismo.
Fuente de información	Tipo de fuente	Oficial	El debate es organizado por el CNE y moderado con reglas establecidas previamente.
Calidad del contenido	Claridad de la información	Alta	Las intervenciones son comprensibles, aunque las respuestas de los candidatos pueden variar en precisión técnica.
	Profundidad del análisis	Media	Se abordan temas claves, pero algunas respuestas son generales o evasivas sin datos específicos.
Uso de plataformas digitales	Medio de difusión	TV, Facebook, YouTube	La transmisión fue realizada en medios digitales y televisivos.
	Interacción con la audiencia	Alta	Se generó un alto nivel de interacción en redes sociales, con comentarios y compartidos.
Enfoque informativo	Sesgo en la cobertura	Neutral	No se evidencian ediciones tendenciosas, ya que el debate sigue una estructura regulada.
Lenguaje utilizado	Tipo de lenguaje	Objetivo	La moderación mantiene un tono formal y neutro, aunque los candidatos pueden emplear lenguaje subjetivo o emocional.
Duración	01:40:15		
Link de acceso	https://www.facebook.com/puruwaTV/videos/844250054035506		

Nota. Elaboración propia

El debate televisado ofreció las posturas de los candidatos presidenciales Luisa González y Daniel Noboa, con igualdad de oportunidades para intervenir y abordando cuestiones nacionales críticas, por ejemplo, en la política económica y la respuesta a las catástrofes. No obstante, se observó una transmisión sin ninguna expresión de análisis, crítica, opinión o intervenciones de otros autores fuera de quienes moderaron el debate.

Tabla 18

Análisis de Rimanakuy: Efraín Yautibug Representante Nacional de los Pueblos y Nacionalidades

Categoría	Variable	Indicador	Descripción / Observaciones
Datos generales	Tipo de contenido	Entrevista	Conversación con un representante político sobre el proceso electoral.
	Fecha de publicación	11 de octubre de 2023	No se menciona el día exacto de emisión.
Cobertura de actores políticos	Inclusión de candidatos	Sí	Se menciona a Daniel Noboa y Verónica Abad.
Equilibrio informativo	Nivel de equilibrio	Bajo	La conversación muestra apoyo directo a un binomio sin considerar otras opciones.
Fuente de información	Tipo de fuente	No oficial	Se basa en declaraciones de un representante social, sin fuentes verificables.
Calidad del contenido	Claridad de la información	Media	Explicaciones repetitivas y emotivas, pero con estructura comprensible.
	Profundidad del análisis	Baja	Discurso político sin evaluación crítica ni comparación de propuestas.
Uso de plataformas digitales	Medio de difusión	TV, Facebook	Se transmite por televisión y redes sociales.
Interacción con la audiencia	Participación	No especificada	No se menciona el nivel de interacción del público.
Enfoque informativo	Sesgo en la cobertura	Parcial a favor de un candidato	Contenido dirigido al apoyo explícito de Noboa y Abad.
	Lenguaje utilizado	Emocional	Uso de expresiones subjetivas y apelación a la esperanza.
Duración	35h16		
Link de acceso	https://www.facebook.com/puruwaTV/videos/1525138298229999		

Nota. Elaboración propia

El contenido es una entrevista con evidente sesgo político y que no contiene un análisis crítico, sino que se inclina en apoyo a una candidatura presidencial. Se construye como un llamado a cambiar y revivir emocionalmente a las generaciones, pero no posee crítica de las propuestas electorales. Su difusión a través de páginas web le confiere un mayor alcance, pero la ausencia de comentarios políticos variados lo hace menos informativo. Aunque la declaración es bastante definitoria, la falta de riqueza analítica y la repetición le restan eficacia periodística.

A través del análisis de estos contenidos se identificó que Puruhá TV prefirió realizar entrevistas individuales a los candidatos a un análisis general. De manera que la mayoría de los contenidos abordaron voces de representantes políticos en ausencia de contraste con la

oposición, que podía realizarse teniendo más de un representante de diferentes partidos políticos que estuvieran disputando el mismo cargo. Esta estrategia refleja el objetivo de ofrecer visibilidad política, sin embargo, no hubo comparación crítica o debate entre posturas, además que teniendo en cuenta la cantidad de partidos políticos que se disputaban la presidencia y la Asamblea, se vio la presencia limitada de los mismo. Tal escasez dificulta a la audiencia la formulación de análisis restringidos.

Otro aspecto notorio es que la mayoría de las entrevistas no contenían opiniones contrastadas y se llenaban con una sola historia, por eso el equilibrio informativo fue «Bajo» o «Medio» la mayoría de las veces. El debate presidencial destacó con un balance «Alto» pero esto se debe a que se trató de una retransmisión que tiene una metodología planteada previamente y dirigida por el Consejo Nacional Electoral. Entonces es claro que las entrevistas informales no tienen seriedad o diversidad necesarias para que la teleaudiencia contraste la información y se precautele el voto informado.

Ahora bien, las fuentes de información fueron principalmente no oficiales, en su mayoría candidatos o representantes, planteando dudas sobre la verificación de los datos y la ausencia de perspectivas contrastadas, más aún cuando existen observatorios que contrastan las afirmaciones públicas con datos fiables, siendo incluso una de las tareas del periodismo. Pocos contenidos incluían fuentes independientes o periodísticas distintas a las respuestas de los entrevistados, por lo que se redujo la credibilidad y el poder de investigación y análisis de los contenidos.

Esto evidencia que el periodismo requiere la utilización de varias fuentes de información diversas y verificables para contar con contenidos variados. En ese sentido, se identificó que los mensajes eran comprensibles, aunque con poca profundidad, ya que esta fue con frecuencia «Baja» o «Media», limitando el pensamiento crítico. De hecho, varias entrevistas antepusieron la promoción del candidato al debate contextual de la política. Así,

la consideración equilibrada de las implicaciones electorales se desarrolló escasamente, siendo problemático si se tiene en cuenta que el periodismo aspira a trascender la información superficial de la iniciativa política.

La distribución en línea se realizó a través de la televisión, Facebook y, esporádicamente, YouTube. Es evidente que Puruhá TV está colocando esfuerzos en adaptar medios online para distribuir su programación, teniendo en cuenta que los espectadores son digitales, especialmente en las poblaciones más jóvenes. Sin embargo, los niveles de actividad en los medios sociales tendieron a ser secundarios o ambiguos, porque las reacciones y el compromiso de la audiencia no se tuvo en cuenta en la programación. Es decir que las estrategias de participación fueron infrutilizadas, aunque los espacios digitales son prometedores.

Cabe señalar también que el tono de las entrevistas se inclinó hacia la elección subjetiva o emotiva de las palabras. Esto implicaba juicios individuales y una presentación defensiva por parte de los propios entrevistados. Estas incoherencias de estilo influyen en la percepción del equilibrio y la profesionalidad de los contenidos. Aunque su política editorial se anuncia neutral, la parcialidad fue notoria en varios casos, con neutralidad y el tono aumentaría la credibilidad y confianza del público.

La preferencia de Puruhá TV por las entrevistas como formatos principales revela una postura editorial que valora el discurso controlado y la familiaridad con el formato. Al poner en primer plano estos tipos de contenidos estructurados, el canal se posiciona intencionadamente, seleccionando qué voces ganan protagonismo y manteniendo al mismo tiempo una coherencia profesional. En consecuencia, el medio construye un entorno narrativo que equilibra la apariencia participativa con la supervisión institucional, garantizando que cada segmento se adhiera a las normas periodísticas establecidas.

Además, la dependencia del canal de fuentes no oficiales y su énfasis en la claridad subrayan la falta de compromiso con la legitimidad y la precisión. Al hacerlo, Puruhá TV alinea su identidad con las autoridades establecidas y deslegitima su credibilidad entre los espectadores que dan prioridad a la información fiable. Por eso, esta elección editorial margina las perspectivas de base, incorporando una dinámica vertical en un espacio supuestamente democrático de los medios comunitarios.

Sin embargo, a pesar del lenguaje objetivo del canal, los recurrentes indicadores de escasa profundidad analítica y cobertura parcial demuestran tensión entre la neutralidad y la crítica. Por un lado, el medio se esfuerza por presentarse equilibrado e imparcial; por otro, su renuencia a realizar análisis sustantivos limita su capacidad para cuestionar las narrativas políticas dominantes. Este cuidadoso equilibrio produce una apariencia de objetividad que restringe el alcance del debate público.

Asimismo, la integración de las emisiones televisivas con las plataformas digitales, junto con la interacción moderada con la audiencia, refleja una estrategia editorial de participación controlada. Al ampliar su alcance en línea y controlar al mismo tiempo los parámetros de participación, Puruhá TV cultiva un modelo híbrido que es a la vez accesible y autoritario. De este modo, el canal fomenta la participación de la comunidad dentro de límites predefinidos que preservan sus estándares profesionales y se adaptan al mismo tiempo a los cambiantes paisajes mediáticos.

1.2. Análisis de entrevistas

Tabla 19

Entrevista a Cesar Mendoza, director de Puruhá TV

Pregunta	Respuesta del experto	Interpretación de la respuesta
¿Cuál fue la línea editorial que siguió Televisión Puruwa para la cobertura del proceso electoral del 2023?	Bueno, nosotros siempre nos hemos caracterizado por mantener una línea editorial central en la que todas las tendencias políticas tengan la apertura respectiva, sin alinearnos con una determinada línea política.	Televisión Puruwá se comprometió con la inclusión y la imparcialidad a lo largo del proceso electoral de 2023, ofreciendo la misma cobertura a todos los partidos políticos, independientemente de su ideología. Lejos de alinearse con una línea política concreta, el canal hizo hincapié en el

		acceso abierto y la pluralidad de voces, creando una plataforma en la que pudieran escucharse varias voces. Esta decisión editorial era coherente con sus valores de representación democrática y participación ciudadana. La estrategia del canal buscaba informar a los votantes dando la misma cobertura a candidatos y propuestas desde la neutralidad e imparcialidad, particularmente en zonas rurales con escasa cobertura política.
¿Cómo se definieron los criterios para seleccionar las noticias y los temas relevantes cuando hay elecciones?	Bueno, en el tema de las elecciones, como le decía al inicio, nosotros tratamos de que todas las organizaciones políticas al menos tengan una participación en nuestro medio. De esta manera, procuramos organizar la cobertura para que, al menos una vez por semana, se hable de un partido político o de las acciones que haya realizado. En ese sentido, creemos que hacemos todo lo posible para que todas las organizaciones políticas tengan la oportunidad de exponer sus propuestas dentro de nuestro medio. A su vez, la ciudadanía también tiene la posibilidad de expresar su punto de vista en nuestros espacios de entrevistas.	La selección de noticias de se rigió por la proporcionalidad y representación. La programación pretendía dar el mismo tiempo a todos los partidos políticos programando una cobertura semanal que presentara sus proyectos. Esto garantizaba que ningún grupo quedara fuera del debate. La participación pública también influyó en las decisiones editoriales, ya que se animó a los ciudadanos a exponer sus opiniones en las entrevistas. Esta filosofía de inclusión puso en primer plano las voces institucionales y ciudadanas, situando la posición de plataforma democrática para el debate electoral y de canal para el debate político en la comunidad.
¿Qué estrategias utilizaron para garantizar una cobertura equitativa de los diferentes candidatos y partidos políticos?	Más que una estrategia, creo que es una particularidad de nuestro canal el brindar espacios de participación. No podríamos decir que logramos una equidad del 100%, pero en la mayoría de los casos intentamos coordinar con los directores de los movimientos políticos para que sus candidatos tengan un espacio. Como mencioné antes, buscamos que al menos un candidato de cada partido tenga una aparición en la semana. Obviamente, hubo movimientos que nos buscaron, mientras que a otros tuvimos que buscarlos nosotros. Nuestro medio no tiene una trayectoria de muchos años, apenas llevamos cinco, y esta fue nuestra segunda cobertura electoral en 2023. En ese sentido, fue necesario que nos acercáramos a ciertas organizaciones políticas que no tenían una estructura sólida, lo que dificultó la coordinación. Sin embargo, en el caso de los partidos con equipos de relaciones públicas y marketing, ellos buscaron por todos los medios participar en nuestro espacio. Esto se debe a que nuestra mayor audiencia es del sector rural, lo que convierte nuestro medio en un canal fundamental para que	La cobertura política equitativa fue la estrategia y se basó en su filosofía de inclusividad y no en estrategias institucionalizadas. El canal se acercó a quienes carecían de equipos de comunicación eficaces para poder hacer participar a sus candidatos, mostrando dedicación a la igualdad incluso frente a las limitaciones logísticas. La cadena organizó apariciones semanales de candidatos de todas las afiliaciones, acomodándose a sus capacidades organizativas. Se tuvo en cuenta a los espectadores rurales, lo que llevó a algunos candidatos a dar prioridad a las apariciones en Televisión Piuruwá por su influencia regional. A pesar de ser un medio relativamente nuevo, el canal empleó su influencia para equilibrar las opiniones de la ciudad y el campo, amplificando las voces políticas marginadas.

	los candidatos se den a conocer. Además, complementamos nuestra cobertura con el enfoque de otros medios, que están más orientados a lo urbano.	
¿Cómo manejaron la verificación de información y la lucha contra la desinformación en este contexto electoral?	Nosotros siempre nos hemos basado en el principio de contrastar la información emitida por los distintos movimientos políticos. Es evidente que en tiempos de campaña se propagan noticias falsas, tergiversaciones o declaraciones sacadas de contexto. En este sentido, siempre hemos sido muy cautelosos y hemos procurado obtener declaraciones oficiales o contactar directamente con los candidatos involucrados para que puedan aclarar, confirmar o desmentir informaciones. A partir de 2020, con el auge de las redes sociales, se ha incrementado significativamente la difusión de noticias falsas. Creemos que hoy en día hay más información falsa que verdadera en redes sociales. Por eso, consideramos que hemos cumplido un rol importante como filtro, evitando que estas noticias falsas sean difundidas en nuestro medio de señal abierta.	Para contrarrestar la desinformación se empleó procedimientos de comprobación de los hechos. El canal utilizó declaraciones oficiales y entrevistas directas con los candidatos en un esfuerzo por aclarar la información controvertida o manipulada. Consciente de la creciente tendencia a la desinformación en las redes sociales, el equipo se situó en una posición de responsabilidad y guardián de la información, evitando la duplicación de informes no verificados. Su vigilancia salvaguardó la confianza del público y garantizó que las historias políticas emitidas en el canal se basaran en hechos. Sus procesos de verificación se esforzaron por mantener la integridad informativa.
¿Qué papel jugaron las redes sociales y plataformas digitales en la difusión de estos contenidos electorales?	Creo que fueron fundamentales. A raíz de la pandemia de COVID-19 en 2020, la ciudadanía se familiarizó mucho más con el uso de redes sociales, convirtiéndolas en su principal fuente de información. Desde el inicio de nuestro proyecto televisivo en 2018, implementamos la difusión de contenidos a través de plataformas digitales y nuestra página web. Somos el único medio en Chimborazo que mantiene señal continua las 24 horas en su página web. Además, transmitimos nuestros programas en vivo por Facebook y YouTube. Sin embargo, el desafío radica en la verificación de la información. Hoy en día, incluso con el uso de inteligencia artificial, es difícil distinguir entre contenido real y manipulado. En este sentido, creemos que es clave que los usuarios aprendan a discernir entre fuentes confiables y noticias falsas.	La emisora adoptó la difusión en línea desde las primeras etapas de su crecimiento, proporcionando accesibilidad al material las 24 horas del día, los 7 días de la semana, a través de su sitio y de transmisiones en directo en Facebook y YouTube. Esto hizo que el material político fuera accesible en plena pandemia, cuando el consumo digital creció. A pesar de estas ventajas, la emisora reconoció el reto de verificar los hechos en línea, especialmente con el auge de la desinformación generada por IA. Por lo tanto, pusieron un énfasis significativo en la alfabetización digital entre los espectadores y promovieron un uso cuidadoso de los medios de comunicación, afirmando su papel de organismos de radiodifusión y educadores en el proceso de comunicación digital.
¿Qué interacción tuvieron con la audiencia durante el proceso electoral y cómo influyó eso en la cobertura?	Bueno, con el uso de las redes sociales, siempre hemos mantenido una interacción permanente con la audiencia, ya sea con personas que nos siguen desde sus celulares, computadoras o hasta dónde llega nuestra señal digital. En cuanto a la señal abierta, la interacción ha disminuido con el tiempo. Antes, las personas participaban a través de	Al pasar de los modos tradicionales de interacción a la participación en línea, el canal se desarrolló con la incorporación de preguntas y comentarios del público en programas y entrevistas en directo. Los miembros de la audiencia participaron a través de las redes sociales, y así la cadena incluyó preguntas de los ciudadanos en las entrevistas políticas, gobernadas para

	llamadas telefónicas o mensajes escritos tanto en el canal como en la radio. Sin embargo, hoy en día, la integración que hemos generado se da principalmente a través de comentarios en las transmisiones en vivo y reacciones a nuestras publicaciones. En nuestros espacios de entrevistas, solemos incluir al menos tres o cuatro preguntas enviadas por la ciudadanía para que el candidato pueda responder. Por supuesto, estas preguntas deben estar relacionadas con el tema en discusión, evitando amenazas directas o insultos, que suelen proliferar en redes sociales debido a la libertad de expresión que allí existe. En nuestro medio, no damos espacio a este tipo de comentarios, pues consideramos que un debate debe ser un intercambio sano de ideas, propuestas y planteamientos. Cualquier acusación relacionada con delitos debería ser tratada por la Fiscalía y no en un espacio de debate público. Lamentablemente, en redes sociales es común encontrar este tipo de acusación que solo buscan denigrar o dañar la imagen de determinados candidatos.	garantizar un debate respetuoso. Esta práctica amplificó la naturaleza participativa de la cobertura y reflejó el estilo de conversación comunitaria de la emisora. También mantuvo la integridad editorial al excluir contenidos difamatorios u hostiles, mostrando el compromiso de la emisora con la discusión decente y el debate constructivo durante las elecciones.
¿Qué desafíos enfrentaron en la cobertura de estas elecciones?	En cuanto a los desafíos, creo que el principal fue trabajar con organizaciones políticas que no contaban con un equipo sólido en comunicación. Con ellas, tuvimos que hacer un esfuerzo adicional para establecer contacto, ya que nuestro objetivo siempre fue brindar, en la medida de lo posible, un espacio equitativo a todas las organizaciones políticas. Otro desafío importante fue la falta de puntualidad de algunos invitados. No es que fueran impuntuales por decisión propia, sino porque adquirían compromisos con otros medios y terminaban llegando tarde. Por ejemplo, programábamos una entrevista para las 7:30 pm, pero el invitado llegaba recién a las 8:00 pm, hora en la que ya teníamos agendada otra entrevista con un candidato distinto. Esto generó dificultades y nos llevó a enfrentar el reto de fomentar una cultura de puntualidad entre los candidatos. Sin embargo, entendemos que en época de campaña hay medios con mayor relevancia que otros y que, en algunos casos, los candidatos priorizan reuniones de último momento que les permitan obtener más apoyo electoral.	Durante la cobertura de las elecciones de 2023 se plantearon retos en la coordinación con movimientos políticos no comunicativos fue más difícil, especialmente para garantizar una representación equitativa. Las cuestiones logísticas, las interrupciones derivadas de que los candidatos concedieran varias entrevistas simultáneamente, perturbaban la planificación y exigieron flexibilidad. El tamaño limitado del equipo, compuesto por voluntarios, creó limitaciones, el día de las elecciones, cuando la cobertura en varios cantones supuso un problema logístico. A pesar de esto, la emisora trató de mantener la inclusión y la representación rural. Los retos pusieron de manifiesto la necesidad de organizarse mejor, ser puntuales y ampliar los recursos, al tiempo que se hacía frente a los entresijos de la importancia de los medios de comunicación y la priorización de los candidatos en periodos electorales de alto riesgo.

	Dentro del proceso electoral, especialmente el día de las elecciones, nuestro mayor desafío fue tratar de llegar a todos los cantones o, al menos, cubrir a la mayoría de los candidatos mientras ejercían su derecho al voto. Sin embargo, la falta de personal fue una limitación importante, ya que nuestro equipo es reducido y está conformado, en gran parte, por voluntarios que colaboran en este proyecto de televisión comunitaria. Esto hizo que la cobertura fuera aún más desafiante.	
¿Qué tipo de contenidos audiovisuales gráficos y textuales consideraron para informar a la ciudadanía?	A ver, en este aspecto, consideramos que la multimedia fue fundamental, ya que permitió integrar el uso de audio, video y, por supuesto, datos estadísticos durante el desarrollo de los resultados. Los gráficos que mostraron la cantidad de votos que iban recibiendo los candidatos jugaron un papel clave en la presentación de la información. En ese sentido, la combinación de multimedia, audio, video y textos fue esencial para la cobertura y difusión de los acontecimientos electorales.	Puruhá TV hizo uso del material multimedia para amplificar la transmisión de la información electoral mediante la intersección de audio, video, texto y gráficos, la cadena proporcionó una imagen de los votos emitidos y de la actuación de los candidatos. La estrategia multimedios ayudó a los ciudadanos a comprender los detalles electorales. La presentación gráfica en línea de los totales de votos y las piezas de video en constante cambio mantuvieron la participación de los espectadores. El uso de aspectos multimedia permitió al canal transmitir mensajes sobre niveles de alfabetización y gustos, reforzando su misión de educar e informar de forma transparente e inclusiva.
¿Cómo evalúa el impacto de la cobertura electoral de Televisión Puruwa en la comunidad local?	Bueno, como te comentaba al inicio, nuestro enfoque siempre ha sido el sector rural. Consideramos que nuestra cobertura fue fundamental en esos territorios donde no llega la señal abierta de otros canales. Justamente, basándonos en esa realidad, colocamos nuestros repetidores en sectores donde los medios locales no tienen cobertura, ya que los transmisores de estos canales suelen estar en Cacha. En nuestro caso, logramos llegar a otras zonas donde los medios de Riobamba no alcanzan. Por ello, consideramos que nuestra presencia fue clave para que las personas en estas áreas pudieran acceder a información, conocer de cerca a los candidatos y evaluarlos con mayor detalle. Muchas veces, los candidatos aseguran conocer ciertos lugares cuando en realidad no los han visitado, y nuestra cobertura permitió que la población contrastara estas declaraciones. En ese sentido, nuestro canal se convirtió en una alternativa informativa relevante para los sectores más aislados de la ciudad. Además, al contar también con cobertura en el centro de la capital	La cobertura electoral tuvo un impacto significativo en los grupos marginados de la zona rural de Chimborazo al cubrir lagunas en zonas que otros medios descuidaban, el canal se aseguró de que los ciudadanos recibieran noticias políticas actualizadas y localizadas. La ubicación estratégica de transmisores en zonas remotas llenó un vacío de información, permitiendo a los ciudadanos examinar a los candidatos en cuestiones que superaban las promesas electorales. Al exponer a los ciudadanos al debate político, el canal hizo que las comunidades participaran en las actividades democráticas. Así Puruhá TV sirvió de puerta de información para que las poblaciones remotas accedieran a los asuntos políticos desde lejos, mejorando el compromiso cívico y la competencia electoral en los márgenes.

	de la provincia, logramos ofrecer una opción informativa tanto a quienes residen en zonas rurales como a aquellos que, por diferentes razones, no tenían acceso a otros medios televisivos.	
¿Qué mejoras consideran necesarias para futuras coberturas electorales?	Sí, en ese aspecto estamos tratando de implementar nuevas tecnologías en la reportería inmediata, es decir, en la transmisión de información directamente desde el lugar de los hechos. Dentro de la provincia, el porcentaje de cobertura de datos con tecnología 4G ya es bastante alto, y gracias a ello creemos que en las próximas elecciones podremos contar con más personal en cada territorio. Esto permitirá brindar un enlace en vivo desde parroquias y cantones, y en ese sentido, ya se está trabajando en la implementación de estas mejoras. De momento, estamos en la búsqueda de una plataforma que funcione como una nueva aplicación de comunicación con una tecnología similar a la de microondas. Antes utilizábamos Skype, pero desafortunadamente, en pocos días dejará de estar disponible. Además, algunas herramientas alternativas que hemos evaluado ya presentan fallas o no están funcionando correctamente. Nuestro principal desafío ahora es encontrar una aplicación similar a Skype que nos permita establecer enlaces directos desde los lugares donde se genera la información, pero sin las típicas líneas o cuadros que aparecen en plataformas como Zoom. La idea es evitar la necesidad de configurar pantallas en el momento de la transmisión y, en su lugar, mantener un proceso fluido y estructurado dentro del canal, tal como lo hacíamos con Skype. En cuanto a nuestras entrevistas con los candidatos, retomando una pregunta anterior, sí realizamos varias entrevistas con postulantes a nivel nacional utilizando esta herramienta. Esto nos permitió conocer y difundir sus planes y propuestas, asegurando que los sectores rurales también tuvieran la posibilidad de observar y escuchar de primera mano sus planteamientos.	Hay planes para hacer uso de unidades móviles con el fin de proporcionar cobertura en directo desde puntos lejanos y hacer un mejor uso de la señal 4G dentro de la provincia. La emisora también pretende sustituir equipos anticuados como Skype por una plataforma de comunicación robusta que pueda realizar retransmisiones en directo sin contratiempos técnicos. Con estas mejoras se pretende facilitar el proceso de reportaje y mejorar la calidad de las entrevistas a los candidatos. Con la modernización de su infraestructura, el canal espera ampliar su alcance y capacidad de respuesta, garantizando una cobertura descentralizada en futuros ciclos electorales.

Nota. Elaboración propia

Tabla 20

Entrevista a Erick Álvarez, experto en periodismo

Pregunta	Respuesta del experto	Interpretación de la respuesta
----------	-----------------------	--------------------------------

¿Cuál es el papel de los medios comunitarios en la cobertura de procesos electorales, en comparación con los medios tradicionales?	Considerando que los medios de comunicación ya sean radio, televisión o grandes corporaciones, suelen tener intereses dentro de la participación del Estado. Por ejemplo, los grandes grupos económicos cuentan con medios aliados que, a través de su línea editorial, representan ciertos intereses en el marco de una disputa electoral. Difícilmente un gobierno de izquierda o de extrema izquierda recibirá el respaldo de estos grupos hegemónicos, especialmente cuando plantean cambios en el modelo económico que no resultan atractivos para ellos. En contraste, los medios comunitarios tienen una lógica distinta. Como su nombre lo indica, están orientados a la comunidad, pero aún carecen de la fortaleza y el impulso necesario para consolidarse. Si bien la Ley de Comunicación y la Constitución permitieron la existencia de este tipo de medios, democratizando en cierta medida el espectro radioeléctrico y evitando su monopolización por el sector privado, muchas veces estos medios no logran sostenerse a largo plazo. Esto se debe a que, a diferencia de los medios tradicionales, no operan bajo un esquema puramente comercial, lo que los hace más vulnerables a la falta de financiamiento y continuidad. Desde esta perspectiva, los medios comunitarios no tienen una gran capacidad de generar opinión pública de manera masiva. Para evaluar su impacto real, sería necesario realizar estudios cuantitativos y cualitativos que midan el nivel de penetración que alcanzan en la sociedad.	Los medios comunitarios operan con un ethos distinto al de los medios tradicionales, que están abocados a alinearse con las élites económicas y los intereses políticos. Mientras que los medios tradicionales tienden a promover a los candidatos favorables al statu quo, en particular los que se oponen a la reforma económica, los medios comunitarios tratan de reflejar las voces de la base. Sin embargo, a pesar de su potencial democrático, estos medios tienen un alcance y una viabilidad limitados. Los marcos constitucional y legal les han permitido existir, pero carecen de marcos financieros para competir y, por tanto, su influencia en la opinión pública es mínima. Es así que evaluar su impacto implica una investigación cualitativa y cuantitativa en profundidad sobre su alcance en la sociedad.
¿A qué retos se enfrentan los medios comunitarios al cubrir eventos políticos?	Bueno, uno de los principales factores es el flujo económico, es decir, muchos de estos medios no cuentan con la capacidad financiera, el músculo económico necesario para sostenerse. En primer lugar, carecen de los recursos para contratar personal; en segundo lugar, no disponen de una tecnología comparable a la de los medios que no son comunitarios. Los medios privados, en cambio, sí tienen la capacidad de operar como empresas. Es importante analizar la situación actual de los medios de comunicación comunitarios. Insisto, muchos de ellos surgieron con la intención de democratizar el espectro radioeléctrico, pero no cuentan con el respaldo económico ni la capacidad financiera	Los medios de comunicación comunitarios se enfrentan a limitaciones operativas debido a la falta de recursos financieros que merman su capacidad para contratar personal cualificado, invertir en nuevas tecnologías y ofrecer una cobertura coherente, especialmente de los procesos políticos. En comparación con los medios de comunicación comerciales, que son empresas de pleno derecho, las emisoras comunitarias operan de manera informal y son propensas a la escasez de recursos. Esta precariedad financiera las incapacita para cumplir tan adecuadamente sus funciones comunicativas. Su objetivo inicial de abrir las ondas a la democratización se ve comprometido por las limitaciones

	para sostenerse y desarrollar un proceso comunicacional acorde con lo que se espera de ellos. En ese sentido, su funcionamiento es distinto al de los medios privados e, incluso, al de aquellos que forman parte de instituciones públicas.	estructurales derivadas de no poder funcionar al mismo nivel que las instituciones públicas o privadas bien financiadas.
¿Qué prácticas deben seguir estos medios para garantizar un tratamiento informativo imparcial y de calidad?	Bueno, dentro de los códigos periodísticos y las normas deontológicas, el tratamiento adecuado de la información es una máxima fundamental en el ámbito de la comunicación. Esta premisa debe ser contemplada por todos los medios de comunicación, sin importar su razón de ser o su rol en la sociedad. Sin embargo, a lo que voy es que muchos de estos medios, al carecer de personal, no tienen la capacidad de mantenerse en constante capacitación. Como resultado, los criterios y teorías del periodismo pueden parecerles, de cierto modo, obsoletos y no necesariamente alineados con las tendencias actuales o con la manera en que hoy en día se manejan los medios de comunicación y el ejercicio periodístico. Aun así, siempre debe partirse de estas máximas: la posibilidad de verificar la información, ofrecer contenidos oportunos y responder a intereses ciudadanos, entre otros principios fundamentales.	Para mantener los estándares periodísticos, los medios comunitarios deben adherirse a normas éticas de verificación, puntualidad y funcionamiento en interés público. Sin embargo, con plantillas reducidas y escasas oportunidades de formación, estos medios se quedan rezagados en el desarrollo profesional, lo que conduce a prácticas anticuadas o contradictorias. Por eso, la aplicación práctica se ve comprometida cuando no se permite al personal acceder a una formación continua. No obstante, los principios básicos del periodismo son la precisión, relevancia y responsabilidad cívica. Sin ellos, la credibilidad y la influencia de los medios comunitarios se pierden en contextos políticamente polarizados en los que la información objetiva es esencial.
¿Qué formatos y enfoques son más efectivos para informar a la audiencia en contextos electorales?	Bueno, son diversos, ¿no? Con la presencia de las redes sociales y las plataformas digitales, existe la posibilidad de generar una gran cantidad de productos comunicacionales. En el contexto actual, marcado por la lógica electoral, considere que los formatos más recurrentes son las entrevistas, los reportajes y los publisreportajes de los candidatos. De cierta forma, estas herramientas o géneros permiten establecer un contrapunto de ideas, generar un diálogo, ofrecer contexto, posibilitar la conversación, conocer más a fondo al candidato y, sobre todo, explorar con mayor incidencia ciertos temas clave y el pensamiento del político. Entonces, creo que esos tres formatos podrían ser los más relevantes en este momento. Insisto, existe una amplia variedad de herramientas que, gracias a las redes sociales donde también están afincados los medios de comunicación,	Las entrevistas, los reportajes en profundidad y los perfiles de los candidatos son herramientas para diseccionar los mensajes políticos y ofrecer un análisis cercano. Estos formatos facilitan el debate y la comprensión y atraen a la audiencia al ofrecer un análisis en profundidad. Además, las plataformas digitales permiten una mayor creatividad y alcance de la audiencia, permitiendo a los medios comunitarios producir contenidos audiovisuales impactantes más allá de los formatos tradicionales de la prensa o la radio. Estos métodos innovadores aumentan la concienciación pública y la comprensión de los procesos electorales, especialmente en la era de las redes sociales.

	brindan la posibilidad de crear contenidos mucho más atractivos, con mayor impacto audiovisual y un alcance más amplio. Además, estos formatos no necesariamente se limitan a los establecidos dentro de la prensa escrita, la televisión o la radio, sino que permiten una mayor flexibilidad y adaptación a las nuevas dinámicas de comunicación.	
¿Cómo ha cambiado el uso de plataformas digitales y redes sociales en la cobertura electoral?	Yo creo que una de las principales características es la inmediatez. Sí, considero que los ciudadanos, así como los medios y los periodistas que ejercen su trabajo el día de las elecciones o dentro de un proceso electoral, tienen la posibilidad de generar información en tiempo real. Pero otro elemento sustancial es la capacidad que tenemos todos los ciudadanos de participar en la construcción informativa. Si bien no todos somos periodistas, sí contamos con la posibilidad de ejercer lo que podríamos llamar "reportería ciudadana". Es decir, podemos relatar en tiempo real nuestra propia experiencia al momento de votar, por ejemplo, al acudir a sufragar en un determinado recinto electoral y, a partir de esa vivencia, contribuir a la democratización de la información sobre lo que está sucediendo. No necesariamente tenemos que esperar a que los medios de comunicación nos transmitan la información para conocer el estado de la situación electoral en un recinto, una junta electoral o, incluso, en el proceso de escrutinio y conteo de votos. La misma lógica se aplica a la difusión de los resultados. Es decir, en este contexto confluyen la inmediatez, la reportería ciudadana y la democratización de la comunicación. Al final de cuentas, el ciudadano es quien recopila, analiza y filtra toda esa información en función de sus intereses y necesidades informativas.	La información en tiempo real ya no es prerrogativa exclusiva de los periodistas, sino también de los ciudadanos, que informan sobre sus experiencias electorales desde la base. Este fenómeno, conocido popularmente como periodismo ciudadano, descentraliza el flujo de información y permite un entorno mediático participativo. Como resultado, hay más transparencia electoral y los medios tradicionales ya no son los únicos guardianes de la información política. El experto destaca que la digitalización ha transformado las dinámicas de poder, ya que los ciudadanos adquieren un papel directo en la configuración del discurso electoral y el conocimiento público.
¿Qué estrategias pueden implementar los medios comunitarios para fortalecer la participación ciudadana?	Bueno, llámense medios comunitarios o medios que, en ciertos casos, son rechazados por algún organismo, alguna organización e incluso, en ocasiones, por una ONG. Esto tiene relación con lo que establecía la ley de comunicación hasta el año 2021, la cual fue derogada en 2023 por el señor Lasso. Ahora bien, ¿cómo pueden sostenerse estos medios? Insisto, cuentan con un	El principal reto al que se enfrentan los medios de comunicación comunitarios para hacer posible la participación cívica es su fragilidad institucional y financiera. Su limitada capacidad para invertir en estrategias de marketing y desarrollo de audiencias limita su visibilidad y competitividad. A pesar del servicio público y la representación de las bases que informan su misión, no

	flujo económico muy limitado y, por lo tanto, no pueden desarrollar estrategias de marketing a gran escala para competir con otros medios de comunicación que sí tienen el músculo financiero necesario para invertir en publicidad, propaganda y estrategias de mercadeo que los hacen más atractivos para las audiencias y favorecen su sintonización con mayor frecuencia. Entonces, creo que ahí radica una de las principales dificultades, uno de los desafíos que enfrentan estos medios. Insisto, no se trata de limitaciones en el ejercicio de la comunicación en sí mismo, sino en la gestión y sostenibilidad del medio como tal.	pueden aumentar su influencia dados los presupuestos restrictivos. Profundizar en la participación depende, por tanto, no sólo de la calidad de la comunicación, sino de un apoyo estructural que garantice su supervivencia. El experto subraya que la cuestión no está tanto en el potencial de comunicación, pero sí en la gestión sostenible, que sigue siendo un reto fundamental para estas emisoras.
¿Cómo influye la falta de recursos y financiamiento en la calidad de la información electoral?	Bueno, el flujo económico o financiero dentro de un medio de comunicación es un factor sustancial. En primer lugar, limita de cierta forma la capacidad de desplazamiento y cobertura informativa. Es decir, los medios pueden desarrollar su cobertura en espacios cercanos, en aquellos que no les generen costos significativos, ya que evidentemente no cuentan con los recursos necesarios para afrontar gastos de gran magnitud. En segundo lugar, las limitaciones económicas pueden impedir que estos medios logren acreditaciones para la cobertura electoral. Esto se debe a que, en muchos casos, solo una o dos personas están a cargo de todo el proceso, lo que restringe significativamente su capacidad operativa. La misma persona puede estar simultáneamente realizando locución, reportería, cobertura de eventos, producción de programas y operación de equipos. En esas condiciones, es difícil que puedan alcanzar el nivel de despliegue que tienen otros medios con mayor estructura y personal. Creo que estas son algunas de las dificultades más evidentes, aunque también pueden presentarse otras. No tanto en el manejo o la calidad informativa—porque eso depende de cada medio—, sino en aspectos operativos y en la capacidad de ofrecer cierto tipo de información que la gente necesita conocer, lo cual puede verse afectado por estas limitaciones.	La escasez de medios económicos limita la movilidad y la accesibilidad a lugares importantes, lo que frustra la información en tiempo real. Además, los medios de comunicación recurren a poco personal, lo que constituye una estrategia multitarea que reduce la especialización y la calidad de los contenidos. La acreditación para cubrir las operaciones electorales oficiales también puede quedar fuera de su alcance debido a la falta de presencia institucional. Estas limitaciones operativas reducen la capacidad de ofrecer información amplia y oportuna, muy necesaria para un votante informado, especialmente en zonas marginales o distantes.
¿Cuál es la importancia del	En evaluación del tratamiento informativo, creo que es importante	El experto señala que el discurso varía en función de las distintas audiencias

análisis de contenido en la evaluación del tratamiento informativo?	analizar el contexto. Primero, porque nos ayuda a entender, desde la perspectiva teórica, las experiencias académicas y la literatura especializada, cómo se desarrolla la intencionalidad y el contexto en que se desenvuelve un mensaje. No es lo mismo emitir un discurso en el sector rural, en el sector indígena, en zonas perimetrales de una ciudad, o en un cantón alejado de la capital de la provincia. Por lo tanto, se torna relevante e importante realizar análisis del discurso para identificar los mecanismos que utilizan los voceros, los políticos y los medios de comunicación para conectar con las audiencias. En el caso de los políticos, para conectar con sus mandantes en tiempo de gestión y con sus electores en campaña. Esto permite entender cuál es la estructura, no solo gramatical, semántica o sintáctica, sino la estructura discursiva del mensaje. De esta manera, podemos comprender cómo el discurso genera conexión, emoción y movilización de las audiencias. Insisto, no solamente de los ciudadanos, sino también de los electores, y cómo eso influye y modela la opinión pública para la toma de decisiones en el contexto electoral, así como para la toma de decisiones sobre una u otra tendencia política.	sociales y geográficas, y estas variaciones deben identificarse para poder descodificar la cobertura mediática. A través del análisis del discurso, se pueden identificar las estrategias retóricas utilizadas por los medios de comunicación y los políticos para influir en audiencias específicas. Esto va más allá de la estructura lingüística y analiza cómo el atractivo emocional, el marco narrativo y la resonancia cultural conforman la comunicación política. Por último, pero no por ello menos importante, el análisis de contenido también permite comprender cómo influyen los mensajes en la percepción, la movilización y la toma de decisiones de los votantes en diversos escenarios electorales.
¿Qué impacto tiene la cobertura electoral en la formación de opinión pública local?	Bueno, muchas personas llegan al día de elecciones con una postura ya tomada respecto a su voto. Lo que sí aporta el ejercicio de la cobertura es poder mantenernos informados sobre el proceso electoral. Pero según la evidencia empírica desarrollada, sobre todo en los últimos cinco años, el comportamiento electoral nos muestra que existe un hartazgo sobre la clase política y sobre la política en general. Es más, hay sectores de la sociedad que, cuando hemos realizado focus group, tanto cualitativos como cuantitativos, manifiestan estar hartos de la política; por lo tanto, se alejan de la información sobre temas políticos y desplazan esto de sus preferencias para acceder a información. Eso, por un lado. Entonces, es importante y relevante, por supuesto, que quienes estamos interesados en el aspecto electoral y político, consumamos ese tipo de información de manera recurrente, especialmente el día de las elecciones, sin mencionar los días anteriores o durante el tiempo de	Aunque algunos votantes entran en la cabina de votación con la mente ya formada, la cobertura mediática electoral desempeña un papel fundamental de información al público. Sin embargo, la creciente desilusión política ha llevado a sectores del público a desconectar por completo de los contenidos políticos. El experto se refiere a una creciente tendencia a la fatiga mediática y al desinterés por la política, especialmente entre los grupos que ven la arena política como violenta o corrupta. Para los que siguen interesados, sin embargo, el periodismo electoral sigue siendo una valiosa fuente de información contextual. Esta dicotomía refleja la problemática relación entre medios de comunicación, confianza y participación democrática en el clima político actual.

	campana. Esto nos ayuda, nos parece interesante y nos resulta importante. Pero hay otro segmento que también podría ser eventualmente analizado a través de procesos de investigación: cómo ciertos segmentos de la población, insisto, esto está documentado también en algunos estudios cualitativos y cuantitativos, evitan informarse sobre política. Esto ocurre porque, insisto, la política se ha convertido en un terreno tan hostil que la gente prefiere no estar muy al tanto. Sin embargo, no deja de ser importante y, de cierta forma, los ciudadanos buscamos y consumimos información para estar al tanto de cómo se van desarrollando los distintos escenarios, especialmente en materia electoral.	
¿Qué recomendaciones haría a Televisión Puruha para mejorar su cobertura en futuros procesos electorales?	Bueno, yo creo que, al ser un medio de comunicación local que apela al sector indígena, debería tener una mayor cobertura en cuanto a la presencia de sus periodistas, que realicen reportería y cobertura de los temas que afectan directamente a esta comunidad. Es importante que el tema intercultural no quede limitado a una sola área, sino que se enriquezca con contenidos que fomenten la participación de todos los estratos y segmentos sociales, especialmente del mundo indígena. Es fundamental entender cómo piensan, cómo ven el mundo, qué sienten y cuáles son las necesidades de este sector en relación con sus mandatarios, sus candidatos y las realidades que enfrentan, como si son o no atendidos por las autoridades. Creo que, a partir de ahí, se puede generar un cambio en la visión del medio desde una perspectiva operativa. Además, podría ser de gran ayuda para que los ciudadanos de los estratos indígenas cuenten con un medio de comunicación que los represente y les hable directamente en su idioma, con su visión y cosmovisión, sin estar supeditados a los medios tradicionales que, en muchas ocasiones, priorizan otros temas y no representan las perspectivas del sector indígena. Por lo tanto, considero que esta podría ser una de las recomendaciones o ideas a seguir en cuanto al manejo informativo de este medio de comunicación.	El experto recomienda que Puruhá TV consolide su presencia periodística con contenidos culturalmente relevantes que resuenen con las realidades de la comunidad indígena que cubre. Sus reportajes deben ser inclusivos, participativos y basarse firmemente en el entendimiento intercultural. Produciendo contenidos que exploren las cosmovisiones indígenas, el compromiso político y las demandas sociales, la emisora puede consolidar su papel como portavoz de las comunidades marginadas. Además, un mayor número de reportajes sobre el terreno y una conexión más estrecha con las audiencias locales pueden aumentar su legitimidad y eficacia. Estos esfuerzos harían de Puruhá TV no sólo un puente cultural, sino también una fuente de empoderamiento cívico.

Nota. Elaboración propia

Las entrevistas de César Mendoza, director de Puruhá TV, y Erick Álvarez, especialista en periodismo, ofrecen comentarios que prueban un análisis que muestra una comprensión integral de la dinámica de trabajo, los límites y los aspectos éticos de los medios comunitarios aplicados a la cobertura electoral. Mendoza ofrece una descripción práctica y paso a paso de la participación de Puruhá TV en el proceso electoral de 2023, mientras que Álvarez ofrece una explicación teórica y estructural de la función de los medios comunitarios frente a los grandes medios. En conjunto, estas entrevistas crean una imagen compleja de los retos y oportunidades a los que se enfrenta el periodismo comunitario en entornos políticamente cargados.

Mendoza destacó que Puruhá TV mantiene una línea editorial neutral con el objetivo de proporcionar a cada actor político la visibilidad adecuada sin someterse a ideologías específicas. Esta neutralidad guía su modelo de cobertura, en el que conceden a cada partido político un mínimo de un espacio semanal. Este enfoque se alinea con su misión como organización impulsada por la comunidad y hace hincapié en el papel de los medios de comunicación inclusivos en la mejora de la participación democrática, especialmente entre las comunidades rurales poco explotadas por las plataformas generales.

Uno de los principales temas del informe de Mendoza es la accesibilidad. El esfuerzo deliberado de Puruhá TV por llegar a las poblaciones rurales tanto a través de la radiodifusión tradicional como de los medios en línea indica su enfoque receptivo. Mediante una combinación de emisiones en directo en Facebook y YouTube y una señal web las 24 horas del día, la emisora maximiza la relevancia y el alcance. A la inversa, Álvarez demuestra que, aunque los medios comunitarios se producen bajo un impulso democrático, carecen de capacidades infraestructurales y financieras para competir con los medios comerciales en el alcance de su influencia y exposición, lo que les impide poder ampliar su influencia en la formación de la opinión pública de masas.

Ambas entrevistas destacan la necesidad de autenticar los contenidos. Mendoza explica la cautelosa actuación de Puruhá TV en la lucha contra la desinformación, especialmente en época electoral, mediante la comprobación activa de los hechos con los candidatos políticos. Destaca la proliferación de la desinformación, especialmente después de 2020, y sitúa al canal como un filtro contra esta desinformación. Álvarez lo sustenta desde una postura ética, afirmando que el respeto de los códigos periodísticos y los principios deontológicos es fundamental para garantizar la credibilidad, especialmente en entornos políticamente sensibles.

En participación, Mendoza ve un cambio de la interacción tradicional a la virtual, de modo que los comentarios en directo y las reacciones en las redes sociales son ahora canales de retroalimentación de primer orden. Aunque la participación en radio y televisión ha disminuido, el medio virtual ha abierto nuevos canales de participación. Álvarez sugiere, sin embargo, que aunque los medios comunitarios crecieron, su limitada base institucional de poder y su dependencia del trabajo voluntario impusieron barreras estructurales a una participación y evolución duraderas.

Las limitaciones operativas y logísticas fueron los principales obstáculos para Puruhá TV. Mendoza explica cómo la coordinación con movimientos políticos insuficientemente equipados y la inestabilidad de los calendarios de los candidatos dificultaron la aplicación de una cobertura equitativa. Además, el escaso equipo, formado principalmente por voluntarios, no pudo ofrecer una cobertura completa el día de las elecciones. Álvarez coincide al referirse a la falta de recursos económicos y tecnológicos como cuestiones estructurales que impiden a los medios comunitarios ser instituciones firmes y estables.

La integración multimedia fue esencial en la cobertura de Puruhá TV, con imágenes y números complementando la entrega de información. Mendoza destaca cómo los medios audiovisuales permitieron a los ciudadanos interpretar en directo el recuento de votos y

evaluar críticamente a los candidatos. Álvarez, sin embargo, señala que, para llegar a ser un periodismo de más calidad, los medios comunitarios deben mantener altos estándares éticos e invertir en el desarrollo de capacidades y en la calidad de los contenidos a pesar de sus limitados recursos.

Mendoza prevé mejoras en el futuro, centrándose en la aplicación de nuevas tecnologías para facilitar la información en tiempo real en zonas remotas. Se refiere a la necesidad de sustituir viejas herramientas como Skype por plataformas de comunicación mejoradas para maximizar la capacidad de cobertura en directo. Este enfoque prospectivo subraya la sugerencia general de Álvarez de un refuerzo estructural, centrado en la necesidad de ofrecer un apoyo financiero, tecnológico y organizativo más sólido para que los medios comunitarios desempeñen un papel más importante en los procesos democráticos.

A través de las respuestas obtenidas, se encontró que la línea editorial de Puruhá TV revela la intención estratégica de equidad que trasciende la neutralidad declarativa para reconfigurar dinámicas de poder comunicativo en zonas rurales. Al promover explícitamente la pluralidad, el canal articula un espacio donde la diferencia ideológica es un activo narrativo que apuntala el modelo de gobernanza mediática local que privilegia la deliberación colectiva por encima de la homogeneidad informativa. Esta práctica fortalece la confianza ciudadana en el medio y construye un capital simbólico alineado con los principios democráticos de inclusión y apertura deliberativa.

Los criterios de selección de noticias implementados por Puruhá TV son dispositivo de representación proporcional que trasciende el reparto equitativo de tiempos y generan un entramado simbólico donde cada organización política se sitúa como actor relevante en la agenda local. Al pautar una cobertura semanal sistemática, el canal institucionaliza la lógica de corresponsabilidad informativa que pone en tensión las jerarquías mediáticas tradicionales donde la ciudadanía es coproductora del discurso electoral. Este mecanismo

refuerza el contrato social entre medio y audiencia, al garantizar la visibilidad de propuestas diversas e impulsar el sentido de agencia política en contextos de escasa oferta comunicativa.

Las estrategias de equidad en la cobertura electoral se sostienen en la ética del acompañamiento activo, mediante la cual el canal identifica y subsana las carencias organizativas de movimientos con menor infraestructura mediática. Este gesto proactivo configura un modelo de solidaridad informativa que subvierte la lógica comercial dominante al priorizar la voz de los sectores menos favorecidos. Además, al equilibrar la presencia de candidatos urbanos y rurales, el medio redefine la cartografía simbólica del debate político, amalgamando intereses estratégicos con necesidades socioculturales locales.

En el combate contra la desinformación, la televisora debe asumir un rol de filtro mediante la contratación directa de fuentes oficiales y confrontación de declaraciones en tiempo real. Esta práctica de verificación activa se traduce en un ejercicio de responsabilidad cognitiva, que refuerza la credibilidad del canal y contribuye a la resiliencia informativa de la comunidad. Al consolidar protocolos de fact-checking internos, la emisora emerge como guardián de la integridad comunicativa en un entorno dominado por flujos masivos de información no verificada.

La integración de redes sociales y plataformas digitales en la estrategia de difusión, además, posibilitará una extensión geográfica y temporal del contenido, fusionando la emisión tradicional con dinámicas interactivas en línea. Este diseño multiplataforma amplifica el alcance y habilita circuitos de retroalimentación ciudadana que nutren la construcción colectiva del relato electoral. Al desplegar transmisiones en vivo y material *on-demand*, el canal refuerza su función de nodo híbrido entre lo local y lo digital, facilitando el acceso a información contextualizada y participativa.

Otro punto importante es la interacción con la audiencia durante los procesos electorales desde la comunicación unidireccional hacia un paradigma de conversación

mediada donde el usuario actúa como corresponsal en tiempo real. Al incorporar preguntas y comentarios en las entrevistas, la emisora cristalizará un modelo de deliberación comunitaria que co-construye la agenda informativa y refuerza el compromiso cívico. Esta dinámica relacional legitima la voz de la ciudadanía y redefine el valor simbólico de la cobertura electoral como práctica colaborativa y empoderadora.

El proceso de triangulación combina los datos de las entrevistas con el análisis de contenido para presentar una explicación multidimensional de la cobertura electoral de la cadena. Al comparar el marco y la frecuencia de las apariciones de los candidatos en los contenidos proyectados con la anunciada neutralidad editorial del director, pueden ponerse de relieve las diferencias. Cuando las pruebas cuantitativas revelan un tiempo de emisión desproporcionado para determinados actores políticos, mientras que el director se mantiene imparcial, tal incoherencia podría poner de manifiesto prejuicios implícitos o problemas a la hora de transformar las directrices editoriales en acciones operativas (López López et al., 2020).

La experiencia profesional del periodista constituye un marco de juicio externo y facilita una crítica profesional adicional de las prácticas de los medios de comunicación. Si, por ejemplo, el análisis de contenido muestra la dependencia de fuentes de información no verificadas, y el especialista se apresura a subrayar la necesidad ética de verificar las fuentes y los códigos deontológicos, la laguna evidencia insuficiencias profesionales. Este cuestionamiento cruzado también nos habla de las limitaciones estructurales de los medios comunitarios en general, como el escaso acceso a la formación y a los recursos (Peña Mora, 2022).

El marco teórico ancla los resultados empíricos sobre la base del debate académico para aumentar la profundidad interpretativa. El uso de la Teoría de la Agenda Setting permite evaluar si el canal tuvo un impacto en el estado de ánimo del público al llamar la atención

sobre candidatos o temas de voto específicos (López López et al., 2020). El hecho de que la mayoría de los contenidos se centraran en la imagen de los candidatos más que en la consideración de las políticas hace saltar las alarmas sobre el modelo funcionalista por la tendencia de los medios a favorecer las narrativas del statu quo en lugar de acoger la conversación crítica de los ciudadanos (L'Huillier, 2021).

El examen comparativo de los datos de contenido y las respuestas a las entrevistas también revela coherencias internas-externas en la práctica editorial. Por ejemplo, si el director afirma que las plataformas en línea se emplearon deliberadamente para estimular el compromiso cívico, pero los datos indican poca interacción y compromiso de la audiencia, se ha establecido una disyunción. El lector del profesional puede situar esto en contextos como el giro de la audiencia en el periodismo, en el que los medios tienen dificultades para redefinir las relaciones con públicos digitales más fragmentados y selectivos (Sirén-Heikel et al., 2023).

La integración de los géneros periodísticos en el análisis enriquece la comprensión de las estrategias narrativas del medio. Si el análisis de contenido identifica un predominio de géneros híbridos como el infoentretenimiento sobre el reportaje de investigación, esto sugiere posibles deficiencias a la hora de producir contenidos que permitan elegir el voto con conocimiento de causa. Según Karlgren (2010), los géneros son herramientas cognitivas para la interpretación de textos, y un desequilibrio puede complicar al público el procesamiento crítico de la retórica política y restar poder a la deliberación democrática.

La triangulación con modelos teóricos de comunicación como el modelo matemático de Shannon y Weaver y el proceso de codificación-descodificación de Berlo (Díaz Chuquipiondo, 2021) nos permite comprender las barreras tanto técnicas como semánticas. En caso de que se produzcan incoherencias en la transmisión del mensaje -como imágenes inconexas, encuadres confusos o narraciones fracturadas-, estos modelos ayudarán a

identificar las áreas en las que se producirán fallos. Esto resulta útil en los medios audiovisuales, donde la fidelidad del mensaje y la claridad semántica son fundamentales para la comprensión y la confianza de la audiencia.

Desde la perspectiva de los medios comunitarios, los datos triangulados también muestran el nivel en que el medio desempeña su función emancipadora. Mientras que el análisis de contenido detecta una representación marginal de las voces políticas indígenas o minoritarias, a pesar de que los medios comunitarios tienen la visión de proyectar los argumentos marginados (Giraldo Naranjo, 2021), emerge una brecha que resulta crítica. Las opiniones de los expertos, junto con estos resultados, también señalan las limitaciones estructurales y funcionales que restan poder a la comunidad a través de la radiodifusión local (Calambas Tunubala et al., 2021).

Los patrones entre las fuentes de datos también iluminan la adaptabilidad del medio de comunicación a un entorno informativo híbrido. Si los resultados muestran una presencia activa en las plataformas sociales pero una interacción dialógica limitada, la interpretación triangulada sugiere que el medio puede estar reproduciendo modelos de difusión unidireccionales en espacios digitales. Esto estaría en contradicción con la noción de Lewis y Wai (2021) de la comunicación como un proceso interactivo de construcción mutua y refleja una oportunidad perdida para fomentar espacios cívicos deliberativos en línea.

Medir la calidad y la profundidad del relato mediante la triangulación indica la integridad periodística de los medios. Cuando los entrevistados aluden a esfuerzos por representar perspectivas políticas equilibradas, pero los datos de contenido indican una exploración superficial de agendas electorales o eslóganes sin análisis crítico, sugiere una desconexión entre lo que se dice hacer y lo que realmente se hace. Esto es coherente con las críticas de que el énfasis del periodismo televisado en la estructuración dramática y el

encuadre episódico tiende hacia la inmediatez a expensas de las funciones pedagógicas o deliberativas (Bispo et al., 2024).

Por lo tanto, la triangulación permite determinar perspectivas de desarrollo viables. Cuando las pruebas procedentes de las tres fuentes indican problemas como una escasa participación de la audiencia o una profundidad superficial de la investigación, señalan áreas de atención para el desarrollo. La recomendación del experto, cuando está respaldada por esas pruebas empíricas, puede orientar las decisiones estratégicas para mejorar la calidad periodística, la participación de la audiencia y la inclusión de contenidos. Para ello, se recurre a la validación cruzada, lo que garantiza que la actividad no se limite a diagnosticar trastornos, sino que proporcione directrices informadas y adaptadas a las circunstancias para reforzar la práctica de los medios comunitarios.

CAPÍTULO V. CONCLUSIONES y RECOMENDACIONES

2.1. Conclusiones

El análisis general evidenció que Puruhá TV privilegió formatos de entrevista individual y retransmisiones oficiales que generaron una cobertura centrada en voces gubernamentales y candidaturas sin espacios de confrontación auténtica. Esta orientación respondió al afán de visibilidad política, pero, a su vez, limitó la posibilidad de comparativa de propuestas y redujo la diversidad informativa. Por consiguiente, la audiencia quedó expuesta a una narrativa unidireccional que reforzó sesgos y comprometió el principio de pluralidad. Esta debilidad se explica por la falta de recursos humanos especializados y de lineamientos claros para el diseño de contenidos, lo cual impactó en la imparcialidad y profundidad de la cobertura.

La estructura identificada se fundamentó en bloques de entrevista, cápsulas informativas y retransmisiones de eventos oficiales que se organizaron sin variaciones sustanciales entre formatos. Asimismo, se detectó la ausencia de secciones de análisis comparativo o mesas de debate, por lo que el diseño es rígido y poco adaptable a la complejidad electoral. Esta estructura monofásica se vincula con la falta de planificación estratégica y guiones técnicos que incluyan momentos de contraste y verificación. De este modo, la homogeneidad estructural limitó la capacidad del medio para explorar ángulos diversos, penalizando la profundidad y la riqueza informativa que demanda un proceso electoral.

El examen puntual de cada emisión mostró la predominancia de fuentes de candidatos, escasa incorporación de datos independientes y análisis superficial de las propuestas. Ante esta situación, se elaboró un artículo científico que propone un modelo de manejo de contenidos para fortalecer la cobertura electoral de Puruhá TV. Este artículo plantea lineamientos para diversificar las fuentes, incorporar procesos de verificación de

datos y promover espacios de análisis plural. Con ello, se busca ofrecer una guía práctica y académica que oriente la producción informativa del medio hacia mayores estándares de rigor, equilibrio y credibilidad durante los procesos electorales.

De tal manera que esta investigación se orientó a subsanar las deficiencias detectadas mediante la detección de problemas de ejecución en el medio comunitario que orientan a la desinformación y parcialidad. Por eso, ahora se incluyen recomendaciones para diseñar secciones de debate plural, estándares de citación de fuentes y protocolos de fact-checking, articulados con un enfoque académico y práctico. Esto permitirá al canal profesionalizar su línea editorial, fortalecer su credibilidad y capacidad de adaptación en base a las debilidades halladas y al impacto esperado en el empoderamiento de audiencias informadas.

2.2. Recomendaciones

Además de fomentar la calidad y el equilibrio de la comunicación electoral, los medios comunitarios deben realizar análisis políticos generales y debates entre varios candidatos para diversificar la forma de los contenidos mediante, para eso se necesitan también de datos y estadísticas de fuentes confiables. En ese sentido, pluralizar los contenidos facilita a la audiencia obtener información diversa y someterla a una comparativa sobre los candidatos y las campañas. Además, promueve el compromiso de diferentes actores y desarrolla un electorado informado.

Para esto también se necesita aclarar las normas editoriales con diferentes puntos de vista en la información electoral, donde los periodistas y productores deben considerar normas éticas de información para que las entrevistas y los mensajes políticos se emitan o televisen con contraargumentos. Para esto, la incorporación de estilos de debate formales, pausas para comprobar los hechos y puntos de vista de expertos aumenta la profundidad y credibilidad del material.

En cuanto a la diversificación de fuentes, se recomienda que los medios de comunicación comunitarios colaboren con universidades, la sociedad civil y los verificadores de hechos profesionales para incorporar opiniones útiles para los reportajes. La confianza del público en el medio de comunicación es más fácil de obtener cuando las personas perciben el rigor investigativo en los productos que consumen, por eso el rigor en las fuentes es importante en contextos electorales, donde la desinformación distorsiona los procesos democráticos.

Así mismo, se necesita optimizar el uso de los medios digitales para movilizar a audiencias significativas en época electoral, por ejemplo, las encuestas en directo, las preguntas y respuestas y los foros de comentarios moderados transforman a los espectadores de receptores pasivos en participantes activos en el proceso electoral. Este modelo de participación añade profundidad al discurso público y es coherente con la misión democrática de los medios de comunicación.

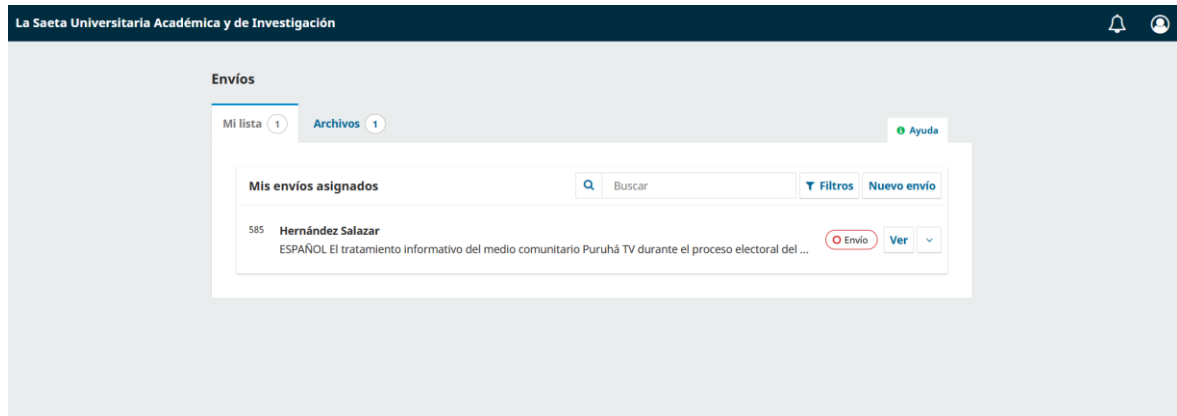
Además, los medios comunitarios deben invertir en programas de formación específicos para mejorar las técnicas de entrevista de los periodistas y ampliar las alianzas estratégicas con otros medios similares. Mediante la organización de talleres para formular preguntas, escuchar activamente y verificar los hechos en tiempo real, las emisoras pueden elevar el nivel de profesionalidad y profundidad de sus entrevistas electorales, garantizando una cobertura más rigurosa y equilibrada. Además, forjar alianzas formales con otras emisoras regionales, instituciones académicas y redes de noticias independientes facilita el intercambio de contenidos, los proyectos de investigación conjuntos y el intercambio de recursos técnicos, para ampliar las perspectivas editoriales y reforzar la confianza a través de la rendición de cuentas colaborativa.

Asimismo, el fortalecimiento de los medios de comunicación comunitarios requiere un enfoque holístico que aborde la capacidad institucional, la infraestructura tecnológica y

el desarrollo profesional continuo. Para eso, las instituciones deben establecer marcos de gobernanza claros, diversificar las fuentes de financiación y aplicar programas de tutoría para fomentar la resiliencia organizativa y la independencia editorial. Al mismo tiempo, la mejora de los equipos de producción, la adopción de plataformas digitales escalables y la formación continua en periodismo de datos y narración multimedia que garanticen que estos medios sean ágiles, creíbles y capaces de satisfacer las necesidades cambiantes de la audiencia en un ecosistema mediático competitivo.

CAPÍTULO VI. PROPUESTA

6.1. Artículo Científico



BIBLIOGRAFÍA

- Alvancando Adriano, C. A. (2024). *Tratamiento informativo en el noticiero estelar TVs canal 13 y Ecuavisión a través de Facebook periodo julio-diciembre 2022* [Trabajo de Titulación, Universidad Nacional de Chimborazo]. <http://dspace.unach.edu.ec/handle/51000/13256>
- Armijos Triviño, N. A., Estrella Tutivén, I. V., & Victoria Mas, J. S. (2021). El Periodismo comunitario en la provincia de Santa Elena, Ecuador: Análisis de Radio Amor y Sección “La Península”, de Diario Súper. *IROCAMM - International Review Of Communication And Marketing Mix*, 4(1), 43-53.
- Asimbaya Manguia, E. (2023). Participación de los Medios Comunitarios y la Democratización de la Comunicación en Ecuador. *NULLIUS: Revista de pensamiento crítico en el ámbito del Derecho*, 4(2), 56-72. <https://doi.org/10.33936/revistaderechos.v4i2.6441>
- Baños López, I. T., & Pastor Seller, E. (2024). Impacto de las redes sociales en los proyectos comunitarios en la Región de Murcia. *Revista Prisma Social*, 45, 269-297.
- Belduma, R. G. B., & Aguilar, J. E. F. (2023). La generación millennial y los Z, decidieron el destino del Ecuador en las elecciones presidenciales 2023. *Revista InveCom*, 4(1), 1-16. <https://doi.org/10.5281/zenodo.10525060>
- Calambas Tunubala, A., Riccardi, D., & Romero Tenorio, J. M. (2021). Comunicación comunitaria y construcción etnogenérica de las indígenas del cauca (colombia) frente a los conflictos territoriales. *Diálogo Andino*, 66, 377-387. <https://doi.org/10.4067/S0719-26812021000300377>
- Constitución de la República del Ecuador, Pub. L. No. Decrto Legislativo 0 (2008). https://www.defensa.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2021/02/Constitucion-de-la-Republica-del-Ecuador_act_ene-2021.pdf

- Cruz Mendoza, E. D. (2021). Medios digitales y funcionalismo: Reflexiones del estreno de Joker. *Anagramas Rumbos y Sentidos de la Comunicación*, 19(38), 179-194. <https://doi.org/10.22395/angr.v19n38a9>
- De Faria Pereira, G. T. (2024). Periodismo televisivo en Brasil: Nuevas prácticas y procesos de producción después de la pandemia de COVID-19. *Comunicación Revista Internacional de Comunicación Audiovisual Publicidad y Literatura*, 2(22), 62-81. <https://doi.org/10.12795/Comunicacion.2024.v22.i02.05>
- Deliyore Vega, M. D. R. (2021). Redes como espacio de comunicación para la educación virtual de estudiantes con discapacidad en Costa Rica en tiempos de pandemia. *Historia y Comunicación Social*, 26(Especial), 75-85. <https://doi.org/10.5209/hics.74243>
- Díaz Chuquipiondo, R. (2021). Teoría de la Comunicación Corporativa. *Polo del Conocimiento: Revista científico - profesional*, 6(3), 2393-2416.
- Espinar Medina, L., Peralta García, L., & Chaparro Esudero, M. (2023). Buenas prácticas en la radio comunitaria. Estudio de caso a través de la aplicación del indicador IRSCOM en Colombia. *Revista de Comunicación*, 22(2), 97-115.
- Gallardo Camacho, J., & Lavín, E. (2019). Los géneros televisivos y la audiencia en diferido en España: La ficción vence a la actualidad. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 25(1), 165-179. <https://doi.org/10.5209/ESMP.63722>
- García Aretio, L. (2021). Radio, televisión, audio y vídeo en educación. Funciones y posibilidades, potenciadas por el COVID-19. *RIED. Revista Iberoamericana de Educación a Distancia*, 25(1), 9-28. <https://doi.org/10.5944/ried.25.1.31468>
- García, N., & Ávila, C. (2016). Nuevos escenarios para la comunicación comunitaria. Oportunidades y amenazas a medios de comunicación y organizaciones de la sociedad civil a partir de la aplicación del nuevo marco regulatorio ecuatoriano.

Palabra Clave - Revista de Comunicación, 19(1), 271-303.

<https://doi.org/10.5294/pacla.2016.19.1.11>

García-Avilés, J. A. (2021). El reportaje de infoentretenimiento: Evolución del género en las televisiones generalistas en España (1990-2020). *Revista de Comunicación*, 20(2), 171-188. <https://doi.org/10.26441/RC20.2-2021-A9>

Giraldo Naranjo, J. C. (2021). La comunicación comunitaria: Una plataforma para la movilización social y la lucha por los derechos. *Revista CS*, 33, 171-204. <https://doi.org/10.18046/recs.i33.3916>

Godoy, O. (2023). Métodos mixtos de investigación. Imaginarios sociales, urbanos y del miedo y su aplicación en un caso de estudio. *Imagonautas*, 12(17), 64-82.

Gómez Diago, G. (2022). Tipologías de paradigmas en la investigación en comunicación. Una propuesta de clasificación. *Revista de Comunicación*, 21(1), 181-194. <https://doi.org/10.26441/RC21.1-2022-A9>

González, O. H. (2021). Aproximación a los distintos tipos de muestreo no probabilístico que existen. *Revista Cubana de Medicina General Integral*, 37(3). http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S0864-21252021000300002&script=sci_arttext

Karlgren, J. (2010). Conventions and Mutual Expectations. En A. Mehler, S. Sharoff, & M. Santini (Eds.), *Genres on the Web* (Vol. 42, pp. 33-46). Springer Netherlands. https://doi.org/10.1007/978-90-481-9178-9_2

Lara Ortiz, C. C., & Tafur Maya, N. E. (2020). *Análisis de contexto periodístico en el tratamiento informativo del periódico digital El Comercio en caso Anahí* [Trabajo de titulación p, Universidad Politécnica Salesiana]. <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/18944/1/UPS-TTQ058.pdf>

- Lewis, N. A., & Wai, J. (2021). Communicating What We Know and What Isn't So: Science Communication in Psychology. *Perspectives on Psychological Science*, 16(6), 1242-1254. <https://doi.org/10.1177/1745691620964062>
- Ley Orgánica de Comunicación, Pub. L. No. Registro Oficial Suplemento 22, Ley 0 (2013). <https://www.telecomunicaciones.gob.ec/wp-content/uploads/2020/01/Ley-Organica-de-Comunicaci%C3%B3n.pdf>
- L'Huillier, F. J. (2021). La producción del espacio urbano capitalista: Aportes del funcionalismo, la Escuela de Chicago, Henri Lefebvre y Manuel Castells. *Perspectiva Geográfica*, 26(1), 108-130. <https://doi.org/10.19053/01233769.11109>
- Lin, Z., Welbers, K., Vermeer, S., & Trilling, D. (2022). *Beyond Discrete Genres: Mapping News Items onto a Multidimensional Framework of Genre Cues* (Versión 1). arXiv. <https://doi.org/10.48550/ARXIV.2212.04185>
- López Chaves, F., & Tejedor Calvo, S. (2024). Análisis y características de la producción de programas en TVE Cataluña (1959-2019). *Cuadernos de Documentación Multimedia*, 35, e93081. <https://doi.org/10.5209/cdmu.93081>
- López Gutiérrez, J. J. (2019). *Análisis del tratamiento informativo de temas ambientales en periódicos locales y la opinión pública de la Ciudadanía Riobambeña, octubre 2017 – marzo 2018* [Trabajo de Titulación, Universidad Nacional de Chimborazo]. <http://dspace.unach.edu.ec/handle/51000/5329>
- López López, P. C., Castro Martínez, P., & Oñate, P. (2020). Agenda melding y teorías de la comunicación: La construcción de la imagen de los actores políticos en las redes sociales. *Cuadernos del Centro de Estudios de Diseño y Comunicación*, 112, 23-39. <https://doi.org/10.18682/cdc.vi112.4089>

- Lopezosa, C., Codina, L., Fernández Planells, A., & Freixa, P. (2023). Journalistic innovation: How new formats of digital journalism are perceived in the academic literature. *Journalism*, 24(4), 821-838. <https://doi.org/10.1177/14648849211033434>
- Marques Romão, D. M., & Osório, A. (2022). O Perigo Mora ao Lado: Jornalismo Policial Televisivo e Paranoia. *Revista Subjetividades*, 21(3), e11317. <https://doi.org/10.5020/23590777.rs.v21i3.e11317>
- Marta Lazo, C., & Cebrián Herreros, M. (2012). *Reportaje y documental: De géneros televisivos a cibergéneros* (1. ed). Ed. Idea.
- Martin Neira, J. I., Trillo Domínguez, M., & Olvera Lobo, M.-D. (2023). De la televisión a TikTok: Nuevos formatos audiovisuales para comunicar ciencia. *Comunicación y Sociedad*, 20, 1-27. <https://doi.org/10.32870/cys.v2023.8441>
- Medeiros, E. D., Nascimento Da Silva, P. G., Da Fonseca, P. N., Martins Monteiro Silva, A. C., & Veloso Gouveia, V. (2022). Teoría funcionalista dos valores humanos: Adequação no interior do nordeste brasileiro. *Psicologia, Educação e Cultura*, XXVI(1), 24-37.
- Morales Morante, L. F. (2014). Análisis del tratamiento informativo en noticias de televisión. Estudio de caso de la huelga de profesores en España y Perú. *Correspondencias & Análisis*, 4, 191-214. <https://doi.org/10.24265/cian.2014.n4.10>
- Moreno Espinosa, P. (2003). El periodismo informativo en televisión: Lenguaje, genero y estilo. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 9, 269-280.
- Moreno Freites, Z., & Ziritt Trejo, G. (2019). Redes sociales como canales de digiimpacto en la participación ciudadana. *Utopía y Praxis Latinoamericana*, 24(3), 30-44.
- Mullo-López, A. H., Toro Bravo, J. P., & Álvarez Garzón, L. C. (2019). Participación ciudadana en la radio comunitaria en la región central de Ecuador. *Universitas*, 31, 175-196. <https://doi.org/10.17163/uni.n31.2019.09>

- Murillo Rincón, Y. A. (2023). Hibridación de formatos y géneros televisivos: Análisis crítico de la serie La Casa de las Flores. *Revista De Investigación Y Producción En Humanidades*, 4(8), 175-183.
- Peña Fernández, S., Larrondo Ureta, A., & Morales i Gras, J. (2022). Comunicación política, institucional y medios de comunicación en tiempo de pandemia. Análisis del diálogo sobre vacunas en cinco países iberoamericanos. *Revista de Comunicación*, 21(1), 315-328. <https://doi.org/10.26441/RC21.1-2022-A16>
- Peña Mora, J. R. (2022). Comunicación Comunitaria. Una Crítica a los procesos comunicativos y situación real de los pueblos y sectores minoritarios. *Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación*, 1(149), 199-212. <https://doi.org/10.16921/chasqui.v1i149.4661>
- Pico Camacho, A. J., & Vega Peña, N. V. (2022). La comunicación en el consentimiento informado. *Revista Colombiana de Cirugía*, 37(4). <https://doi.org/10.30944/20117582.2147>
- Rusch, R., Simon, E., Otto, K., & Flintz, D. (2022). The Impact of Constructive Television Journalism on the Audience: Results from an Online Study. *Journalism Practice*, 16(10), 2221-2241. <https://doi.org/10.1080/17512786.2021.1901599>
- Saladrigas Medina, H., Portal Moreno, R., & de la Noval Bautista, L. A. (2021). La comunicación para el cambio social: Una aspiración dentro del campo académico de la comunicación social en Cuba. *Revista Estudios del Desarrollo Social: Cuba y América Latina*, 9(2). http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2308-01322021000200008
- Santoso, D. H., & Lestari, R. D. (2017). Television Journalist: The Challenge of Mass Communication Post the Covid-19 Pandemic. *Journal Pekommas*, 2, 115. <https://doi.org/10.30818/jpkm.2017.2020201>

- Sirén-Heikel, S., Kjellman, M., & Lindén, C. (2023). At the crossroads of logics: Automating newswork with artificial intelligence - (Re)defining journalistic logics from the perspective of technologists. *Journal of the Association for Information Science and Technology*, 74(3), 354-366. <https://doi.org/10.1002/asi.24656>
- Suing, A., Pablo Arrobo, J., & Campos Freire, F. (2022). Los medios sociales en la promoción de los contenidos culturales en televisión. Análisis del caso de Ecuador. *Revista De Comunicación*, 14(1), 114-137.
- Vázquez Barrio, T., Sánchez Valle, M., & Viñarás Abad, M. (2021). Percepción de las personas con discapacidad sobre su representación en los medios de comunicación. *El profesional de la información*, 30(1), e300106. <https://doi.org/10.3145/epi.2021.ene.06>
- Villarroel Chalán, V. M. (2019). *La relación de la televisión con las nuevas redes sociales: Caso Teleamazonas* [Tesis de Maestría, Universidad Andina Simón Bolívar]. https://repositorio.uasb.edu.ec/handle/10644/7063?utm_source=chatgpt.com