

UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO



FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS

CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO
DE LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL**

TRABAJO DE TITULACIÓN

**“ANÁLISIS DEL TRATAMIENTO INFORMATIVO SOBRE PERIODISMO
ECOLÓGICO EN LA PÁGINA WEB DE DIARIO EL COMERCIO, PERIODO
MAYO – OCTUBRE 2019”.**

AUTORA

Daniela Ruiz Sánchez

TUTOR

Mgs. Guillermo Zambrano Pontón

Riobamba - Ecuador

2020



DICTAMEN DE CONFORMIDAD DEL PROYECTO ESCRITO DE INVESTIGACIÓN

Facultad: Facultad de Ciencias Políticas y Administrativas

Carrera: Carrera de Comunicación Social

- DATOS INFORMATIVOS DOCENTE TUTOR Y MIEMBROS DEL TRIBUNAL**

Tutor: MsC. Guillermo Zambrano **Cédula:** 0601989882

Miembro tribunal: MsC. Carlos Larrea **Cédula:** 0602156721

Miembro tribunal: MsC. Galo Vásquez **Cédula:** 0604245332

- DATOS INFORMATIVOS DEL ESTUDIANTE**

Apellidos: RUIZ SÁNCHEZ

Nombres: DANIELA CAROLINA

C.I / Pasaporte: 0603980939

Título del Proyecto de Investigación: "ANÁLISIS DEL TRATAMIENTO INFORMATIVO SOBRE PERIODISMO ECOLÓGICO EN LA PÁGINA WEB DE DIARIO EL COMERCIO, PERIODO MAYO – OCTUBRE 2019".

Dominio Científico: DESARROLLO SOCIOECONÓMICO Y EDUCATIVO PARA EL FORTALECIMIENTO DE LA INSTITUCIONALIDAD DEMOCRÁTICA Y CIUDADANA".

Línea de Investigación: Comunicación y Periodismo.

- CONFORMIDAD PROYECTO ESCRITO DE INVESTIGACIÓN**

Aspectos	Conformidad Si/No	Observaciones
Título	Sí	
Resumen	Sí	
Introducción	Sí	
Objetivos: general y específicos	Sí	
Estado del arte relacionado a la temática de investigación	Sí	
Metodología	Sí	
Resultados y discusión	Sí	
Conclusiones y recomendaciones	Sí	
Referencias bibliográficas	Sí	
Apéndice y anexos	Sí	



Fundamentado en las observaciones realizadas y el contenido presentado, **SI (x)** / NO () es favorable el dictamen del Proyecto escrito de Investigación, obteniendo una calificación de 10 sobre 10 puntos.

Guillermo Zambrano Pontón
TUTOR

MsC. Carlos Larrea
MIEMBRO DEL TRIBUNAL

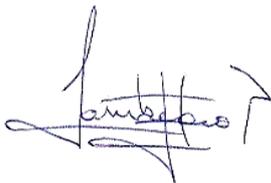
MsC. Galo Vásquez
MIEMBROS DEL TRIBUNAL

INFORME DEL TUTOR

Yo Msc. Guillermo Zambrano Pontón, en mi calidad de Tutor del trabajo investigativo titulado: **“ANÁLISIS DEL TRATAMIENTO INFORMATIVO SOBRE PERIODISMO ECOLÓGICO EN LA PÁGINA WEB DE DIARIO EL COMERCIO, PERIODO MAYO – OCTUBRE 2019”**, luego de haber revisado el desarrollo de la investigación elaborada por la señorita Daniela Carolina Ruiz Sánchez, tengo a bien informar que el trabajo indicado cumple con los requisitos y méritos suficientes para ser sometido en la defesa publica y evaluado por el tribunal designado.

Riobamba, julio 2020

Atentamente,

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Guillermo Zambrano', with a stylized flourish at the end.

Msc. Guillermo Zambrano

TUTOR

DERECHOS DE AUTOR

Yo, Daniela Ruiz Sánchez declaro que soy total responsable de las ideas, resultados, análisis, conclusiones y recomendaciones expuestas en el presente trabajo de investigación, también aclaro que las fuentes utilizadas en este trabajo están debidamente citadas y referenciadas. En calidad de autora, autorizo a la Universidad Nacional de Chimborazo, hacer uso de los contenidos para fines académicos.

Riobamba, julio 2020

Atentamente,



Daniela Carolina Ruiz Sánchez
060398093-9

DEDICATORIA

A mis padres Juan y Margarita, quienes han sido mi mayor apoyo y mi guía en todo momento, a ellos que me han alentado a buscar el éxito.

A mis hermanos, Isabel y Camilo, por ser mis amigos y consejeros, por siempre estar a mi lado a pesar de todo.

Daniela C. Ruiz S.

AGRADECIMIENTOS

A mis padres por enseñarme siempre a luchar por mis sueños, a buscar el éxito sin olvidar lo que es ser una persona de bien, por sus consejos, por su apoyo y paciencia, por enseñarme a afrontar esta vida siempre con una sonrisa. A mi hermana y hermano por estar siempre a mi lado, por ser mi ejemplo y orgullo.

Al Máster Guillermo Zambrano por todo el apoyo brindado, al Máster Julio Bravo por su guía y gran aporte de conocimientos, a ellos mis más sinceros agradecimientos por no solo ser unas magníficas personas, sino también unos excelentes docentes y amigos.

A Ruth, la hermana que la vida me obsequio, por cada vivencia, por siempre estar a mi lado, a Mady y Brayan por formar parte de mi vida y dejarme tantos momentos felices para recordar, gracias a ustedes por ser lo más bonito de esta etapa.

Daniela C. Ruiz S.

ÍNDICE GENERAL

DICTAMEN DE CONFORMIDAD DEL PROYECTO ESCRITO DE INVESTIGACIÓN	I
INFORME DEL TUTOR	III
DERECHOS DE AUTOR	IV
DEDICATORIA.....	V
AGRADECIMIENTOS.....	VI
ÍNDICE GENERAL.....	VII
ÍNDICE DE TABLAS.....	IX
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	X
RESUMEN	XI
ABSTRACT	XII
INTRODUCCIÓN.....	13
CAPÍTULO I.....	
1. MARCO REFERENCIAL	15
1.1.PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	15
1.2.OBJETIVOS.....	16
1.2.1. GENERAL.....	16
1.2.2. ESPECÍFICOS.....	16
CAPÍTULO II.....	
2. MARCO TEÓRICO	17
2.1. COMUNICACIÓN.....	17
2.2.TEORÍAS DE LA COMUNICACIÓN	18
2.2.1. FUNCIONALISMO	19
2.2.2. MODELO MATEMÁTICO DE LA COMUNICACIÓN.....	20
2.3.COMUNICACIÓN DE MASAS.....	21
2.4.PERIODISMO.....	22
2.5.GÉNEROS PERIODÍSTICOS	23
2.6.PERIODISMO DIGITAL.....	24
2.7.GÉNEROS PERIODÍSTICOS EN LA ERA DIGITAL	25
2.8.PERIODISMO ECOLÓGICO.....	26
2.9.EL COMERCIO	29
2.10. ANÁLISIS DE CONTENIDO	29
2.11. TRATAMIENTO INFORMATIVO	30
CAPÍTULO III	
3. MARCO METODOLÓGICO	31
3.1. MÉTODOS CIENTÍFICOS	31
3.1.1. ANALÍTICO	31

3.1.2. DESCRIPTIVO	31
3.2. TIPO DE INVESTIGACIÓN	31
3.2.1. CUALITATIVO	31
3.2.2. CUANTITATIVO	32
3.3.TÉCNICAS E INSTRUMENTOS	32
3.3.1. TÉCNICAS.....	32
a) ANÁLISIS DE CONTENIDO	32
b) ENTREVISTA ESTRUCTURADA.....	32
3.3.2. INSTRUMENTOS	33
a) MATRIZ DE ANÁLISIS DE CONTENIDO.....	33
b) GUÍA DE ENTREVISTA	33
CAPÍTULO IV	
4. RESULTADOS	34
4.1.ANÁLISIS DE CONTENIDO	34
4.2.ANÁLISIS DE 11 NOTICIAS PRINCIPALES.....	34
4.3.ENTREVISTAS	37
4.4.PANEL DE EXPERTOS.....	37
4.5.COINCIDENCIAS DE LAS ENTREVISTAS	38
4.6.DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS	47
4.7.ENFOQUE.....	55
CAPÍTULO V.....	
5. CONCLUSIONES RECOMENDACIONES	
CONCLUSIONES	61
RECOMENDACIONES	62
CAPÍTULO VI.....	
6. PROPUESTA, ARTÍCULO CIENTÍFICO.....	64
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	67
ANEXOS	78

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA 1: PARADIGMA DE HAROLD LASSWELL.....	19
TABLA 2: GÉNEROS CIBERPERIODISTICOS	25
TABLA 3: LÍNEAS O VERTIENTES DE LA COMUNICACIÓN AMBIENTAL.....	27
TABLA 4: MATRIZ DE COINCIDENCIAS DE ENTREVISTAS REALIZADAS A EXPERTOS	39
TABLA 5: RESULTADOS CUANTITATIVOS DEL ANÁLISIS DE CONTENIDO.	47

ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO 1: GÉNEROS PERIODÍSTICOS.....	55
GRÁFICO 2: VALORACIONES	56
GRÁFICO 3: ELEMENTOS DE AYUDA GRÁFICA Y AUDIOVISUAL	57
GRÁFICO 4: VISUALIZACIONES.....	58
GRÁFICO 5: UTILIDAD DE LA NOTICIA	59
GRÁFICO 6: FUENTES	60

RESUMEN

El desarrollo de esta investigación tiene como objetivo identificar cual es el tratamiento informativo que se da al periodismo ecológico, en la página web de Diario El Comercio, entre los meses de mayo a octubre de 2019. Se precisó como pregunta de investigación ¿Cómo se trata el tema ecológico en la página web de Diario El Comercio?, tomando en este caso a la página web como una herramienta indispensable de apoyo en la difusión de noticias en el mundo digital. La metodología utilizada fue de tipo mixta: cualitativa - cuantitativa, se utilizó como técnica el análisis de contenido; teniendo como muestra 42 publicaciones realizadas por este medio durante los seis meses analizados, y se realizó entrevistas estructuradas a tres expertos. Esto nos permitió descubrir en números cuanto se escribe sobre periodismo ecológico y en calidad que es lo que se escribe, determinando aspectos importantes sobre el tratamiento informativo y la relevancia que se le da al tema ecológico en el periodismo ecuatoriano.

Palabras clave: periodismo ecológico, tratamiento informativo, análisis de contenido, periodismo digital y narrativa web.

ABSTRACT

This research aims to identify how the ecological journalism information is process in the Diario El Comercio website, during May and October 2019. This research question was set, How does the Diario El Comercio website deals with the ecological issue? Taking into account that the website is a vital support tool to the news dissemination in the digital world. A mixed-type methodology was used: qualitative-quantitative also a content analysis technique was used; with a sample of 42 publications made by this media during the six analyzed months, and structured interviews were conducted with three experts. This allowed us to discover in numbers the quantity of written information of the topic ecological journalism and about quality what is written, this leads us to determine important aspects of the information treatment and the relevance of the ecological issue in Ecuadorian journalism.

Keywords: ecological journalism, information treatment, content analysis, digital journalism and web narrative.

Translation reviewed by:



MsC. Edison Damian
English Professor

INTRODUCCIÓN

Con el aparecimiento del internet los medios de comunicación nacidos en el papel, la radio y la televisión, consolidaron sus espacios digitales durante el siglo XXI, la red ha ido revolucionando la dinámica que manejan los medios masivos de comunicación al poner en juego uno nuevo, que ya en la práctica conjuga las ventajas de los medios tradicionales. Es así que cuando se habla de periodismo digital, concepto que va más allá de ser novedoso o llamativo, fue lo que impulso a que los medios de comunicación tradicionales se vean casi obligados a migrar sus contenidos a estas plataformas en la web, con el objetivo de capturar nuevas audiencias nacientes en este mundo digital.

Por tanto, el periodismo en la era digital va más allá de solo trasladar los contenidos elaborados para un medio tradicional a una plataforma digital. Es decir, este nuevo periodismo, nos lleva a consolidar una información basada en la investigación, la claridad y la brevedad, la contextualización y el manejo de múltiples fuentes, brindándonos un beneficio extra que solo la web posee, que es la de construir una comunicación bidireccional, con la que se puede presentar a nuestras audiencias la posibilidad de que determinen su postura ante la información que les ofrecemos.

Si bien el periodismo nace como una de las herramientas más propicia para entrelazar ejes disciplinarios, culturales e ideológicos, ofreciendo a los públicos la posibilidad de adquisición de conocimientos esenciales, con los que pueden ser partícipes de cambios hacia un desarrollo social. A lo largo de la historia la prensa minoritaria transcurrió lentamente hacia la de masas, dando espacio en este intervalo a que los relatos periodísticos de hechos noticiosos se conviertan en las principales atracciones en una lucha entre los diarios de la época por acaparar audiencias.

Por su parte en el periodismo ecológico tratado ya sea desde escenarios comunicacionales, gubernamentales o educativos es comparativamente nuevo, visto desde una perspectiva más transversal, tiene como objetivo ser un actor movilizador y promotor de transformaciones en la sociedad. El trabajo informativo de los medios de comunicación en la formación de opinión parece incidir cada vez más en la adquisición de una cultura ambiental, permitiendo que el ciudadano conozca sobre sus obligaciones socio-ambientales y que actué en consecuencia de ese conocimiento. La información

ambiental permite comprender los elementos naturales y artificiales y explica cómo afectan la calidad de vida de la población, también incluye componentes administrativos, políticos, culturales y económicos y su aparición en los medios de comunicación social reclama rigurosidad en su tratamiento a través de funciones clave como su difusión y divulgación.

Por lo antes mencionado, se ha presentado la necesidad de realizar un análisis sobre el tratamiento informativo que se da al periodismo ecológico en la página web de Diario El Comercio, tomando en cuenta que la manera en la que los ciudadanos interactúan con los hechos noticiosos que acontecen en su entorno, se ha transformado gracias a las nuevas tecnologías, en espacios que han sido aprovechados por los medios de comunicación, quienes han adaptado su contenido a estas plataformas digitales con el objetivo de llegar a un público específico de manera diferente.

Identificando si se está dando la notabilidad que estos temas merecen por parte de los medios de comunicación en el ámbito nacional, teniendo presente que el pensamiento ecológico de una comunidad se determina por la forma en la que esta retoma la visión de su futuro, dejando atrás una visión antropocéntrica, que le permite universalizar un concepto de fraternidad entre las especies.

Este trabajo investigativo se realizará bajo una metodología mixta: cualitativa y cuantitativa y contará con seis capítulos los mismos que estarán distribuidos de la siguiente manera: El primer capítulo contendrá el planteamiento del problema, y los objetivos de esta investigación. La segunda parte abarcará la fundamentación teórica que se respaldada en los escritos de varios autores como: Colombini (2008); Noci Díaz (2008); Fernández (2000); Grinberg (2008); García (2003); Larena (2005); Ramos (2017); Vega (2017); Scolari (2017); Salaverría (2004); Lezamiz (1997); Valenzuela (2020). En el tercer capítulo se da cuenta de las técnicas e instrumentos utilizados durante la investigación. En el cuarto capítulo se presenta los resultados obtenidos durante este trabajo y el enfoque de los mismos. Finalmente, en el sexto capítulo se presenta las evidencias del envío de un ensayo científico, que formaba parte de los objetivos de esta investigación.

CAPÍTULO I

1. MARCO REFERENCIAL

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Con el aparecimiento del internet los medios de comunicación nacidos en el papel, la radio y la televisión, consolidaron sus espacios digitales durante el siglo XXI. La red ha ido revolucionando la dinámica que manejan los medios masivos de comunicación al poner en juego uno nuevo, que ya en la práctica conjuga las ventajas de los medios tradicionales. Impulsando a que estos se vean casi obligados a migrar sus contenidos a dichas plataformas, con el objetivo de capturar nuevas audiencias nacientes en el mundo digital, el periodismo en la era digital va más allá de trasladar los contenidos escritos para un medio tradicional, ya que implica consolidar una información basada en la investigación, la claridad y la brevedad, la contextualización y el manejo de múltiples fuentes, presentando así la posibilidad de que nuestras audiencias determinen su postura ante la misma.

En los últimos años el tema ambiental ha ocupado múltiples espacios en los medios de comunicación y en sus agendas de contenido, no solo se presenta como una competencia de investigadores o científicos, pues conservar los recursos naturales de nuestro entorno es una tarea impostergable para la sociedad, incluidos los periodistas. La información ambiental permite comprender los elementos naturales y artificiales y explica cómo afectan la calidad de vida de la población, también incluye componentes administrativos, políticos, culturales y económicos y su aparición en los medios de comunicación social reclama rigurosidad en su tratamiento a través de funciones clave como su difusión y divulgación.

Por lo cual la importancia de esta investigación recae en determinar los resultados descriptivos sobre el tratamiento informativo que se da a los temas ambientales en la página web de Diario El Comercio, tomando en cuenta que la manera en la que los ciudadanos interactúan con los hechos noticiosos que acontecen en su entorno, se ha transformado gracias a las nuevas tecnologías, en espacios que han sido aprovechados por los medios de comunicación, quienes han adaptado su contenido a estas plataformas digitales con el objetivo de llegar a un público específico de manera diferente.

Permitiéndonos identificar si se está dando la relevancia que estos temas merecen por parte de los medios de comunicación en el ámbito nacional, esto tomando en cuenta que el pensamiento ecológico de una comunidad se determina por la forma en la que esta retoma la visión de su futuro, dejando atrás una visión antropocéntrica, que le permite universalizar un concepto de fraternidad entre las especies.

1.2. OBJETIVOS

1.2.1. GENERAL

Analizar el tratamiento informativo sobre periodismo ecológico en la página web de Diario El Comercio, periodo mayo-octubre 2019.

1.2.2. ESPECÍFICOS

- Identificar el tratamiento informativo que se da a los temas ambientales en la página web de Diario El Comercio en el periodo mayo-octubre 2019.
- Determinar los resultados descriptivos sobre el tratamiento informativo que se da a los temas ambientales en la página web de Diario El Comercio
- Enviar un artículo científico para describir los hallazgos obtenidos en este análisis.

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1. COMUNICACIÓN

La comunicación tiene un origen tan antiguo como el hombre, y es tan importante como el, consagrándose como un proceso inherente en las relaciones humanas, Sandra Valdetaro (2015, p. 17) contextualiza a la comunicación como “una capacidad polivalente, ambigua y natural de la especie, devenida commodity y fuerza productiva, de circulación transversal a nivel global, que actúa como argamasa, y cuya función principal es, por lo tanto, la de enlace de los vínculos sociales.” convirtiéndose en fuente de crecimiento personal y colectivo.

Para Peters, citado por Vidales (2017, s.p.) “la teoría de la comunicación emerge apropiadamente en los años cuarenta en el contexto norteamericano de la Segunda Guerra mundial”, contexto en el cual la comunicación forma parte de sucesos como el desarrollo económico e industrial, la urbanización, el surgimiento racional de las sociedades y los entonces modernos instrumentos de comunicación, sin embargo, solo hasta finales de los años cuarenta y con la aparición de la teoría matemática de la comunicación de Shannon, que este espacio conceptual se transforma para siempre, dando paso a que la comunicación, según Martin Serrano, mencionado por Aparicio (2016, s.p.) “establezca cierta consonancia entre el cambio del entorno y la transformación de las representaciones del mundo”.

Por su parte en el siglo XX la comunicación, surge como un campo académico, en un espacio determinado por la institucionalización de los conocimientos, como una práctica determinada, dirigido a definir sus límites y marcar la interdisciplinariedad. Es en tal sentido que Rizo, referido por Gutiérrez (2016, p. 25) nos dice que:

El espacio académico de la comunicación es concebido de forma simultánea como campo profesional y práctico de formación de profesionales de los medios de difusión y como campo de conocimiento interdisciplinario con un objeto de estudio amplio en el que caben muchos fenómenos, la comunicación, susceptible de ser mirada desde disciplinas muy diversas.

Volviéndose totalmente perceptiva, permitiéndonos crear expectativas de nuestras realidades y así plantear exigencias que nos conduzcan a desarrollarnos como sociedad, Galindo, señalado por Piedra (2016, p. 64) desde una perspectiva sistemática afirma “que se presenta cuando dos sistemas colaboran, comparten, dejando su impronta de solo ver por ellos mismos. El hecho también implica conveniencia, pero sobre todo una configuración de posibilidad no solo de convivencia, sino de ventaja en esa convivencia sobre la situación de lucha o competencia.” La comunicación entonces “es un proceso por medio del cual una persona se pone en contacto con otra a través de un mensaje, y espera que esta última de una respuesta” Velasco y Nosnik, citado por Pacheco (2020, p. 15) donde no se trata solo de un intercambio de información, sino de un proceso de retroalimentación entre el emisor y el receptor, en el que se puede expresar opiniones, sentimientos o ideas.

2.2. TEORÍAS DE LA COMUNICACIÓN

2.2.1. FUNCIONALISMO

Dentro del campo de la comunicación se han desarrollado un sin número de estudios que han tratado de explicar de manera clara sus causas y efectos en las sociedades, por lo cual la construcción de modelos que representan los sistemas de comunicación se han convertido en una práctica abundante y habitual desde cualquier perspectiva. Uno de estos modelos es el funcionalista que, en términos generales dentro de las Ciencias Sociales, se centra en la analogía entre el organismo y la sociedad.

El funcionalismo pertenece a aquellas corrientes teóricas de las ciencias sociales de mayor antigüedad. Se puede incluso afirmar que es la más antigua de todas, si se considera a Auguste Comte como uno de sus padres fundadores, Cadenas (2016, p. 198).

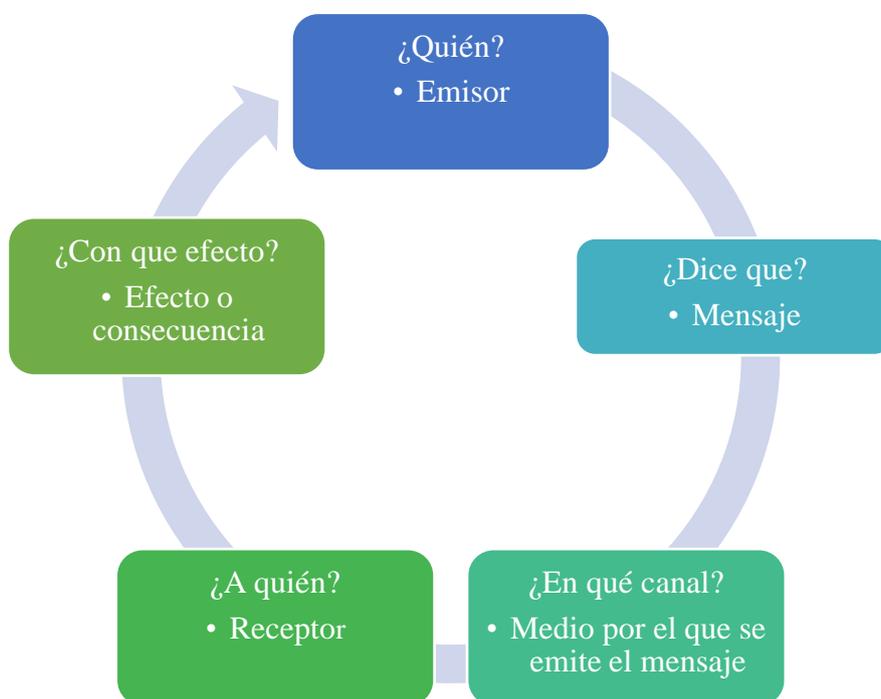
Dando razón de la presencia de conflictos sociales, reconociendo así los estratos, mas no las clases, esto como reflejo de la relación entre explotación y dominación. “Los funcionalistas desarrollaron teorías que propusieron la existencia de un continuo que va desde las clases bajas a las clases medias y altas” Batances (2018, p. 231).

En 1948 Harold Lasswell, propone las primeras consideraciones de las funciones clásicas de la comunicación, con el propósito de analizar el mensaje y la incidencia que tiene al momento que va a ser transmitido, se presenta entonces como un modelo

descriptivo que estudia la forma en que los medios masivos de comunicación llegan a la sociedad, generando distintos procesos comunicativos.

Así Lasswell, referenciado por Caranqui (2019, p. 9-10) propone el paradigma de: ¿quién?, ¿dice qué?, ¿en qué canal?, ¿a quién? y ¿con que efecto?, donde hace relevancia al mensaje, emisor y el medio por el cual la audiencia recibe la información, considerando al receptor solo como espectadores quienes no pueden mantener ningún tipo de retroalimentación con el comunicador. Entonces esta teoría asegura que “los medios de comunicación, entendidos como emisores de información, siempre tienen la intención de obtener un efecto sobre el receptor, es decir, se intenta persuadir a los espectadores” Valdivieso y Muñoz (2015, p. 9).

Tabla 1: Paradigma de Harold Lasswell



Fuente: Harold Lasswell / Elaboración propia

McQuail, en Medécigo y Araiza (2018, p. 2), afirma que para Merton “el funcionalismo pretende explicar las prácticas e instituciones sociales en función de las necesidades sociales y de los individuos”. Entendiendo así que los medios masivos de comunicación buscan satisfacer las necesidades sociales de información, preservando su influencia sobre distintos espacios de orden y poder social.

El funcionalismo “centra su análisis en el proceso de comunicación, concibiéndolo como un sistema de elementos en interacción” Santoro, citado por Toapanta (2020, p. 7), entendiendo entonces que la sociedad está establecida por ámbitos que se relacionan, manteniéndose entre sí, por tanto, el deterioro de uno significara la reorganización de otro.

Por cuanto los medios de comunicación masiva sigan representando un subsistema dentro de un sistema social, serán entes reguladores de nuestros pensamientos y acciones, concediendo relevancia social a quien aparece en ellos, creando y difundiendo hechos noticiosos de importancia según sus intereses, transmitiendo cultura, valores e ideales que serán dominante en nuestro comportamiento.

2.2.2. MODELO MATEMÁTICO DE LA COMUNICACIÓN

En 1948, Shannon y Weaver, formularon una teoría matemática de la comunicación, su primera versión apareció en el Bell System Journal de octubre del mismo año, que formaba parte de la Bell Telephone Laboratories, organización a la que Shannon se encontraba ligado profesionalmente, su trabajo se titulaba: The Mathematica Theory of Communication, y se trataba de un modelo de comunicación pensada en función de la cibernética, que estudia el funcionamiento de las maquinas, especialmente, las electrónicas. Para Rodrigo, referido por Vargas y Alvarado (2018, p. 824) “dicha teoría se concentra en un aspecto concreto de comunicación: la eficacia en la transmisión de mensaje”.

Por cuanto cuando se habla de comunicación, este término expresa mucho más de lo que conocemos generalmente como una noticia que es difundida por la radio, prensa o televisión, por lo cual estos estudiosos la plantean como una unidad totalmente cuantificable que podría no tener cuenta el contenido del mensaje como tal. Siendo aplicable entonces a cualquier contenido comunicacional autónomo de su significación, permitiéndonos estudiar la cantidad de información de un mensaje, esto en función de la capacidad del medio por el que será transmitido, la misma que se medirá según un sistema binario que se asocia a la velocidad de transmisión del mensaje, la cual podría disminuir por agentes exteriores como el ruido.

Estableciendo así que, “el tiempo necesario para transmitir información es proporcional a la cantidad de información transmitida, si se transmite más información, será necesario mayor tiempo”, (Shannon, 1948, p.381).

2.3. COMUNICACIÓN DE MASAS

El surgimiento de los medios de comunicación de masas, han aportado desde sus inicios un importante avance en la difusión de la información, abriendo espacio para la participación de los individuos, dotando una nueva perspectiva a la vida pública.

A comienzos del siglo XX, y particularmente después de la Primera Guerra Mundial, los medios de masas fueron identificados como un eje importante de la sociedad, organizándose una de las primeras conferencias en 1948, consagrando así la libertad de información, “sería en esta reunión donde el famoso Artículo 19 sobre Libertad de Expresión e Información fue incorporado a la Declaración Universal de los Derechos Humanos, adoptada por la Asamblea General de la ONU, en diciembre del mismo año”. Hamelink y Nordenstreng (2016, p.48).

Así con los avances de la época “las migraciones y el aumento de la industrialización convirtieron a la ciudad en el nuevo hogar de los excluidos; grandes masas de estratos medios “inferiores entraron a formar parte activa de la sociedad tanto en lo político (el derecho al voto) como en lo económico (principal mano de obra, la clase obrera) y en lo cultural (los mass media se convirtieron en la cantera de mensajes accesibles a estas masas para utilizar lo mejor posible su entorno)”, Ramírez (2015, p. 6).

Para Barbero, mencionado en Durán (2018, p. 9), “lo masivo se convierte en un gran espacio para estudiar, para investigar esas matrices deformadas de lo popular a través de las cuales las masas siguen dejándose atrapar”. Por cuanto la expansión urbana y de los medios masivos se coordinaron temporalmente relacionándose en beneficio mutuo, la sociedad se alimentaba de la influencia de los mass media, quienes a su vez se posicionaban como una actividad privilegiada en la sociedad. De tal forma “al afianzarse los medios masivos de la comunicación social, produjeron notables cambios, llegando a crear la corriente denominada como posmoderna, originada hace ya varias décadas. Hoy los mensajes pueden ser transmitidos instantáneamente, incluso a través de cadena satelitales.” Carlos Larrea (2009, p.5).

De alguna forma cuando se dice que no se puede no comunicar, es preciso aclarar que toda comunicación, conlleva una consecuencia. De tal manera “el estudio de la comunicación de masas se basa en la premisa de que los media tienen efectos significativos, [...] apenas hay consenso sobre la naturaleza y alcance de dichos efectos” McQuail, citado por Hernández (2019, s.p.). Estos medios se han desarrollado

dentro de un modelo de empresa privada o estatal, consolidándose como instituciones centradas en la producción y difusión de productos para mercados de consumo de cine, radio, prensa y televisión, esto implica para Vizer y Vidales (2016, p. 36) que:

La era de los medios masivos requería productos, ambientales físicos de distribución y consumo, agentes capacitados para cumplir funciones y labores específicas, la creación de ambientaciones para consumo social masivo en la modalidad de espectáculos, horarios, costos de producción, distribución y consumo, etc. Todo este complejo proceso de organización constituyó una topología físico material diferenciada durante el siglo XX.

2.4. PERIODISMO

A lo largo de la historia la prensa minoritaria transcurrió lentamente hacia la de masas, dando espacio en este intervalo a que los relatos periodísticos de hechos noticiosos se conviertan en las principales atracciones en una lucha entre los diarios de la época por acaparar audiencias. No será entonces hasta “finales del siglo XIX y principios del XX cuando las informaciones de sucesos alcancen protagonismo y hegemonía en los periódicos populares de Europa y Estados Unidos de América”, Rodríguez (2016, p. 24).

La profesión periodística se ha convertido en un ente fiscalizador de los acontecimientos sociales, se consolida como “un pilar básico de las sociedades democráticas”, McCombs, Shaw y Weaver, señalado en Bernal (2015, s.p.). El periodismo se presenta como un derecho netamente democrático de los pueblos. Por lo mismo, “el periodismo es, en esencia, un ejercicio objetivista y apegado a los hechos sociales, la profesión debe adoptar una posición crítica y comprometerse con la solución de los problemas de la ciudadanía,” (Barranquero, 2017, p.66).

Es en este sentido el periodista ha asumido una responsabilidad con su público, en el que necesita entenderlo para adquirir una opinión propia y desarrollarse plenamente en el ejercicio democrático de la libre información, el periodismo “ha mediado tradicionalmente entre las fuentes y el público interpretando la realidad y diciendo que le interesa que el ciudadano para formarse una idea fidedigna de los problemas que le rodean, Grossi, en López (2016, sp.).

Para Diezhandino, referenciado en Eiroa (2014, p. 255), “el periodismo destaca por su carácter informativo y social”, esto mediante un proceso en el que se jerarquiza y sintetiza la información que será difundida por distintos canales. Picard, en Cedillo

(2016, p. 593), dice que los periodistas “al no ser profesionales con una única base de conocimientos, el principal valor económico del periodismo no deriva de su propio conocimiento, sino de la distribución de los conocimientos de los demás”. Por cuanto el periodista tiene el valioso trabajo de informar a través de su interpretación social, y esta interpretación empezara y terminara en cada edición.

2.5. GÉNEROS PERIODÍSTICOS

Para Arroyo (2016, p. 17), Martínez Albertos, ha señalado que “España fue uno de los primeros países occidentales en empezar a trabajar metódicamente la teoría de los géneros periodísticos desde un enfoque filológico”. Los géneros periodísticos se presentan como formas de la escritura con rasgos específicos, que nos permiten escribir un discurso periodístico, es así que Salaverría y Cores, citados por Moreno (2019, p.685), los definen como, “respuestas culturales a demandas sociales surgidas en un contexto histórico determinado. Sin embargo, en relación con los textos periodísticos, no se ha delimitado un acuerdo sobre la clasificación de los géneros periodísticos, y han sido muchos los autores que han conceptualizado al respecto del tema, Grijelmo, citado en Al Duweiri y Essayahi (2016, p. 20), propone por su parte una clasificación clara y práctica, dividida en tres categorías, “géneros informativos, interpretativos y argumentativos”.

Los medios de comunicación elijen difundir sus “informaciones según un repertorio de posibilidades narrativas y discursivas que podemos llamar géneros periodísticos” Díaz (2016, p. 55). Su aparición, por tanto, no es gratuita: los géneros nacen siempre de la necesidad de satisfacer una función social”. Albertos, en Galindo y Naranjo (2016, p. 11), los clasifica como: “géneros informativos (información y reportaje objetivo), géneros interpretativos (reportaje interpretativo y la crónica) y géneros de opinión (artículo o comentario). Para Martínez, citado en Bracho (2018, p. 6), los géneros son “las diferentes modalidades de la creación literaria destinadas a ser divulgadas a través de cualquier medio de difusión colectiva”.

2.6. PERIODISMO DIGITAL

Con el aparecimiento del internet los medios de comunicación nacidos en el papel, la radio y la televisión, consolidaron sus espacios digitales durante el siglo XXI, la red ha ido revolucionando la dinámica que manejan los medios masivos de comunicación al

poner en juego uno nuevo, que ya en la práctica conjuga las ventajas de los medios tradicionales. Fue entonces en los años 90 cuando empezó a aparecer los primeros medios digitales en el mundo, Maturana, en Sánchez (2018, p. 3), determina que fue en 1991 que Internet empezó a tomar un aspecto actual, nació la primera página web y los medios de comunicación comenzaron a explorar las narrativas propias de la web, no fue hasta 1995 que varios periódicos de países de Latinoamérica lanzaron sus ediciones web.

Como señala Yúfera, mencionada por Eggeling (2015, p.9) “una noticia en formato digital ya sea visual o sonoro, es susceptible a ser utilizado como estrategia de divulgación”. Esto ha permitido que los medios tradicionales utilicen estas herramientas tecnológicas para optimizar sus recursos, reduciendo así sus costos de producción, dando paso a la creación simultánea de ediciones electrónicas de mayor alcance y distribución. Es así, que cuando se empieza hablar de periodismo digital, concepto que más allá de ser novedoso o llamativo, fue el que impulsó a que los medios de comunicación tradicionales se vean casi obligados a migrar sus contenidos a dichas plataformas, con el objetivo de capturar nuevas audiencias nacientes en el mundo digital, Montiel y Villalobos, mencionados en Gómez (2015, p. 407), comentan que la era digital “plantea retos derivados de la coexistencia de medios tradicionales con nuevas posibilidades a un mundo interactivo”.

Briggs, referido por Trujillo (2020, p.13) afirma que “los lectores ya no son los receptores de nuestros mensajes. Ellos, crean, comparten y comentan. Y desean hacerlo también en los sitios noticiosos.” Los medios en la era digital, se conciben entonces como “emisores de contenidos que tienen voluntad de mediación entre los hechos y el público, utilizan criterios, técnicas periodísticas, lenguaje multimedia, son interactivos e hipertextuales, se actualizan y publican en internet” Rubio y Ayala (2015, p. 223). Para Mendonça, citado en Moncayo (2016, p. 27), “la constatación de que el periodismo está cambiando impone nuevas atribuciones a los periodistas y desafíos cotidianos a los editores”, de tal manera los medios de comunicación y los periodistas se ven en la necesidad de adaptarse y reinventarse adquiriendo nuevas competencias que les permita desenvolverse en un mundo cada vez más digitalizado.

2.7. GÉNEROS PERIODÍSTICOS EN LA ERA DIGITAL

Con la llegada de las múltiples innovaciones de la web, se presentan también nuevas formas en las que la información es presentada y difundida por la prensa que reside en el ciberespacio. El internet pone a disposición al periodista una cantidad inigualable de recursos hipertextuales, que deben ser aprovechados con el objetivo de enriquecer la narrativa web.

Para Salaverría, señalado en Escandón (2019, p. 5),

La configuración de un nuevo lenguaje para los cibermedios incorpora tres novedosos ingredientes para el periodismo: multimedialidad la cual consiste en saber contar la historia combinando textos, imágenes y sonidos a la vez, la hipertextualidad que son enlaces que facilita la red para organizar las estructuras discursivas, mediante unidades de contenidos multifacéticos, y la interactividad que consiste en la interacción del autor y el usuario, capacidad de elección y respuesta, con los lectores activos.

El ciberperiodismo brindan, según Navarrete (2016, p. 14) “inmediatez o instantaneidad la cual trata de una actualización constante de contenidos”. Ramos (2017, p. 70) señala que “los géneros ciberperiodísticos se pueden entender como nuevas formas discursivas que utilizan el ciberperiodismo para informar, analizar, interpretar y opinar acerca de los acontecimientos que conforman la realidad.”

Tabla 2: Géneros Ciberperiodísticos

PARÁMETROS	GENEROS CIBERPERIODÍSTICOS	
MULTIMEDIALIDAD	Fotogalería	Álbum digital y animado de fotografías (ordenado secuencialmente) que muestra un suceso noticioso. Cuenta con apoyo de un título y regularmente pies de foto.
	Archivo de audio	Archivo digitalizado, que si es activado, reproduce el audio de las declaraciones de un personaje-noticia o de una producción radial regularmente de carácter periodístico.
HIPERTEXTUALIDAD	Archivo de video	Archivo digitalizado, que si es activado, reproduce el audio y las imágenes en movimiento de personajes, lugares o hechos noticiosos.
	Blog periodístico	Medio de autoría centralizada, con estructura cronológica, producido y administrado por un periodista, quien escribe sobre temas especializados y en el que los usuarios pueden interactuar. Tiende a formar comunidad.
INSTANTANEIDAD	Entrevista digital	Conversación mediada por la tecnología entre uno o varios entrevistados y los usuarios de

INTERACTIVIDAD		un medio, moderada regularmente por algún periodista.
	Infografía	Paquete informativo que comunica, mediante la asociación texto-imagen y de manera secuencial e interactiva, cómo ha ocurrido un acontecimiento noticioso, con el objetivo de facilitar al usuario la comprensión del hecho o algunos de sus aspectos más significativos.
	Especiales	Espacio hipermedia (incorpora textos, imágenes, audios y videos articulados mediante el hipertexto), interactivo y monotemático.
	Podcast	Producción en audio o video de carácter periodístico que se entrega mediante un canal de suscripción en forma automática y regular en la computadora o en algún dispositivo móvil del usuario

Fuente: Alejandro Ramos Esquivel / Elaboración propia

2.8. PERIODISMO ECOLÓGICO

Si bien informar es la función principal de los medios de comunicación, en Latinoamérica y específicamente Ecuador, la información de mayor difusión es aquella que causa “impacto” convirtiendo a estos medios en difusores de escándalo y morbo. Y es que si los medios llegan a tratar temas ambientales son aquellos que ya pasaron y son tomados en forma de denuncia, siendo sus fuentes de información organizaciones ecologistas que tratan de hacerse presentes con estos temas que de alguna u otra manera afectan y afectarán nuestra vida a corto plazo. Por cuanto Larena, citado por Camana y Almeida (2017, p.8) sostiene que “cualquier información puede tener un enfoque ambiental.”

Por lo cual es necesario que los medios se usen como instrumento educativo, ejerciendo esa función en relación con el tema ambiental que en estos últimos años ha ido tomando otro panorama, la participación ciudadana y la conciencia ecológica no serían posibles sin una información objetiva de lo que sucede, por esta razón, Fernández-Reyes, en Teso (2018, p.61) afirma que “los medios de comunicación reflejan y son actores decisivos en la representación social de la sostenibilidad. Por tanto, pueden jugar un importante papel facilitando la resolución de los retos que genera la extralimitación. Una de las nuevas funciones del ejercicio periodístico, por tanto, es la de colaborar en la emergencia de toda una nueva cultura basada en la sostenibilidad.”

Es así que con el periodismo ambiental surge la paradoja de que, si bien estos temas nacen desde el interés de la sociedad, desde los medios de comunicación se sigue ofreciendo una respuesta deficiente a esta necesidad informativa. Piñeiro, referenciado en Núñez y Moreno (2016, p. 18), plantea cinco líneas que ha presentado la comunicación ambiental:

Tabla 3: Líneas o vertientes de la Comunicación Ambiental

La vertiente periodística, que construye y divulga noticias ambientales y profundiza en hechos ambientales para darlos a conocer.	La comunicación publicitaria, que divide en mercadotecnia ecológica (promoción de productos y servicios que tienen un valor ambiental añadido) y la mercadotecnia ambiental (relacionada con el cambio de actitudes, comportamientos y valores).	La comunicación y educación, que relaciona con la comunicación interpersonal sin mediación de objetos.	La línea interpretativa, que invita a las personas a reflexionar a partir de exhibiciones con medios expositivos.	La comunicación con nuevas tecnologías, la cual invita a investigar.
---	--	--	---	--

Fuente: Piñeiro (2008) / Elaboración propia

Es en la década de los 60, que el periodismo ambiental se vislumbra como una emergencia social, esto tras las múltiples denuncias de los medios que alertaban las consecuencias medioambientales de la posguerra, sin embargo no fue sino hasta los años 70 que surgen los primeros artículos medioambientales. Ya con estos antecedentes, fue entonces que entre el 3 y 14 de junio de 1992 en Rio de Janeiro, se presencia uno de los acontecimientos más importantes, que marcaría el desarrollo del periodismo ambiental, la Conferencia de Naciones Unidas sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo, o Cumbre de la Tierra, Colimbini, en Valenzuela (2020, p. 9).

La información ambiental tiene un componente de uso fundamental y un aspecto de servicio, debido a que puede ser empleada por el ciudadano, aplicada a su propio entorno, servir de instrumento para comprenderlo o criticarlo, afecta directamente la vida de los ciudadanos, incrementa su conocimiento del mundo que les informa de los riesgos, aumenta la capacidad de análisis, capacita para responder ante nuevas situaciones e introduce una variable competitiva a los medios de comunicación.

Permite comprender los elementos naturales y artificiales y explica cómo afectan la calidad de vida de la población. También incluye componentes administrativos, políticos, culturales y económicos y su aparición en los medios de comunicación social reclama rigurosidad en su tratamiento a través de funciones clave como su difusión y divulgación.

Aunque en la agenda mediática de los medios se da escasa importancia a los temas ambientales comparado con temas políticos o deportivos, dicha ausencia informativa ha contribuido significativamente a que se despierte el interés de algunos profesionales del periodismo por indagar, fomentar y crear esta especialización con el propósito de cubrir la carencia de profesionales encargados de uno de los temas de mayor importancia en el mundo. Anderson, referido por Isassi y Treviño (2015, p. 8), extrae tres características que comparten las noticias sobre medio ambiente:

Primero, mucha de la cobertura sobre medio ambiente se centra en eventos particulares. Segundo, la cobertura medioambiental se caracteriza por incluir contenidos fuertemente visuales. Tercero, la producción de noticias tiende a estar estrechamente ligada a un ciclo diario de 24 horas al día, mientras que las noticias medioambientales suelen involucrar procesos más largos.

El periodista dedicado al tema ambiental necesita conocimientos técnicos sobre ambientalismo y sobre educación para ejercer una verdadera comunicación educativa; debe ser capaz de decodificar el lenguaje técnico para hacerlo accesible a las amplias masas a través de materiales, documentales, spots, videos, artículos y programas motivantes, entretenidos, participativos, generadores de conciencia y compromiso para llevar a cabo cambios personales, colectivos y estructurales, los mensajes han de ser parte de un plan general, con objetivos definidos, adecuados al segmento del público al que están dirigidos, los contenidos han de estar referidos a problemas y circunstancias

vivenciadas en la localidad sin dejar de señalar el impacto global, lo cual permitirá orientar a la formación de sociedades con valores, habilidades y conocimientos que les den la facilidad de interactuar responsablemente con el entorno que los rodea entiendo a este como el medio ambiente en todo su conjunto.

2.9. EL COMERCIO

El Comercio, es un diario matutino del Ecuador, fue fundado en Quito el 1 de enero de 1906 en por los hermanos Cesar y Carlos Mantilla Jácome, en la actualidad se lo reconoce como uno de los más importante e influyentes a nivel nacional, (Coronel et al., 2013).

Desde su fundación este diario ha recibido un sin número de reconocimientos internacionales a motivo de su diseño e impresión, en enero del 2016 Grupo El Comercio, incursiona en el mundo de la televisión fundando Televisión Centro, convirtiéndose en un canal de cobertura nacional, en el mismo año se crea su sitio digital donde se publica información de relevancia nacional e internacional, constituyéndose en la actualidad como el medio con más interacción con la comunidad.

2.10. ANÁLISIS DE CONTENIDO

En un principio el análisis de contenido, “asignaba una técnica para la descripción objetiva, sistemática y cuantitativa del contenido manifiesto de la comunicación, pero hoy, se refiere a un conjunto de métodos y procedimientos de análisis de documentos que pone énfasis en el sentido del texto” Vallés, citado en Parra et. al. (2017, p. 67), estableciendo dos grados de estudio uno descriptivo e inferencial y uno cuantitativo o cualitativo. Para Corbetta, citado por Polo (2015, p. 1147), la aplicación del criterio cuantitativo da paso “al análisis de contenido, que aplica procedimientos de descomposición de los textos para codificarlos en una matriz de datos que posteriormente es analizada estadísticamente”.

El análisis de contenido es una técnica de la investigación, que nos permite obtener una descripción objetiva de un contenido comunicacional, se utiliza con mayor frecuencia en investigaciones de índole cualitativo. Krippendorff, mencionado en Cabanillas (2017, p.19) define al análisis de contenido como “un conjunto de procedimientos que se formulan a partir de ciertos datos y estos pueden aplicarse a un contexto”. Un análisis

de contenido “lo que revela es en definitiva el sentido que emerge del texto”, Piñuel, en Herrera (2028, p. 125), este según López y Sandoval (2016, p.15) se caracteriza por ser:

- a) objetivo, porque supone el empleo de procedimientos de análisis que pueden ser reproducidos por otros investigadores;
- b) sistemático, ya que exige la sujeción de análisis a una pauta objetiva determinada, que embarque todo el contenido a observar;
- c) cuantitativo, porque pide que se pueda cifra numéricamente los resultados del análisis y
- d) manifiesto, ya que son los contenidos expuestos de la comunicación.

Se presenta como una serie de procedimientos “interpretativos de mensajes, textos o discursos, basado en técnicas de medida cuantitativas o cualitativas” Piñuel, en Gonzales (2015, p. 322), que no permiten procesar datos de relevancia en cuanto a las condiciones de producción de un mensaje, texto o discurso.

2.11. TRATAMIENTO INFORMATIVO

El tratamiento informativo se puede definir como “el procesamiento de elementos como cifras, hechos, fuentes de información, datos y géneros periodísticos, que al ser difundidos constituyen un mensaje que cambia el estado de conocimiento del sujeto o sistema que recibe dicho mensaje” Merlos, Ramírez y Serrano (2012, p. 53).

Es una de las “técnicas más utilizadas dentro de la investigación documental y se trata de un claro ejemplo de aplicación de los métodos cuantitativos” Saperas, dicho en Codinach (2015, p. 26). Para Echeverría, en Gonzales (2018, p. 14), conceptualiza “el tratamiento informativo como el modo en el que los medios impresos eligen la información; la transforman en imágenes y en textos, la ubican en las páginas y lo ponen en circulación”. Como cada noticia es contada depende de la intencionalidad, del estilo y de la estructura que su escritor defina, estas características serán clave fundamental en el interés colectivo que genere. Es así que, según Talavera, referido por Trujillo (2020. P.8) “la definición del tratamiento informativo en los medios masivos de comunicación reviste una gran complejidad ya que depende del nivel de especialización de los periodistas.”

CAPÍTULO III

3. MARCO METODOLÓGICO

3.1. MÉTODOS CIENTÍFICOS

González Río citado en Pulido (2015, p. 1141) afirma que:

El método científico constituye el elemento esencial de toda ciencia erigiéndose como el medio para dilucidar las cuestiones investigadas a través de la observación, clasificación, demostración e interpretación de los fenómenos objeto de estudio, posibilitando así la predicción y explicación de cuestiones relevantes.

Este proceso nos permitió fundamentar lo planteado anteriormente en este trabajo.

3.1.1. ANALÍTICO

Se empleó este método ya que se analizó los contenidos sobre periodismo ecológico, publicados en la página web de Diario El Comercio. Para Rodríguez y Pérez (2017, p. 186) este método “es un procedimiento lógico que posibilita descomponer mentalmente un todo en sus partes y cualidades, en sus múltiples relaciones, propiedades y componentes”.

3.1.2. DESCRIPTIVO

Con este método fue se describió la manera en la que se escribe los contenidos sobre periodismo ecológico en la página web de Diario El Comercio, tomando en cuenta los géneros periodísticos y el número de elementos de ayuda gráfica y audiovisual empleados dentro de los mismos. Para Abreu (2015, p. 208) este método tiene como “objetivo exponer con el mayor rigor metodológico, información significativa sobre la realidad en estudio con los criterios establecidos por la academia”.

3.2. TIPO DE INVESTIGACIÓN

3.2.1. CUALITATIVO

Con la investigación cualitativa se evidencio el tratamiento informativo que se da a los contenidos sobre periodismo ecológico en la página web de Diario El Comercio, ya que este método “produce datos descriptivos, con las propias palabras de las personas, habladas o escritas y la conducta observable”, López y Sandoval (2016, p. 3).

3.2.2. CUANTITATIVO

Se utilizó la investigación cuantitativa ya que se evidencio el número de contenidos sobre periodismo ecológico difundidos en la página web de Diario El Comercio. Hernández, Fernández y Baptista referenciados en Ramos (2015, p. 12) dicen que:

La investigación de tipo cuantitativo utiliza la recopilación de información para poner a prueba o comprobar las hipótesis mediante el uso de estrategias estadísticas basadas en la medición numérica, lo cual permitiría al investigador proponer patrones de comportamiento y probar los diversos fundamentos teóricos que explicarían dichos patrones.

3.3. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS

3.3.1. TÉCNICAS

a) ANÁLISIS DE CONTENIDO

El análisis de contenido es una técnica de la investigación, que nos permite obtener una descripción objetiva de un contenido comunicacional.

Se mueve entre dos polos, el de la objetividad y el de la subjetividad, por lo cual se empleó la técnica vinculada con lo cuali-cuantitativo, por cuanto el análisis de contenido es:

El análisis de contenido es un conjunto de procedimientos interpretativos de mensajes, textos o discursos, basado en técnicas de medida cuantitativas o cualitativas, que tienen como objetivo elaborar y procesar datos relevantes sobre las condiciones de producción o empleo posterior de dichos mensajes, textos o discursos”, Piñuel en Gonzáles (2015, p. 322).

b) ENTREVISTA ESTRUCTURADA

Tomando en cuenta que esta:

Es una técnica en la que un entrevistador solicita información a un entrevistado sobre un problema determinado, presupone entonces la existencia al menos de dos personas y la posibilidad de interacción verbal, Guerrero (2016, p. 7).

Se empleó este tipo de entrevista con la finalidad de entablar un diálogo con varios profesionales, utilizando un formato de preguntas, obteniendo así un compendio de conocimientos relacionados al tratamiento informativo de los contenidos sobre periodismo digital y periodismo ecológico y las formas en la que esta información es presentada. Para mostrar la información se empleó una matriz de coincidencias.

3.3.2. INSTRUMENTOS

a) MATRIZ DE ANÁLISIS DE CONTENIDO

Un análisis de contenido se entiende como la interpretación de un texto escrito, filmado o pintado. Para Bardin referenciado en Donaduzzi et. al. (2015, p. 125) es:

Un conjunto de técnicas de análisis de comunicación tendente a obtener indicadores (cuantitativos o no) por procedimientos sistemáticos y objetivos de descripción del contenido de los mensajes, permitiendo la inferencia de conocimientos relativos a las condiciones de producción / recepción (variables inferidas de estos mensajes).

Para esta investigación se empleó una matriz que cuenta con siete columnas, distribuidas respetivamente en: día, tema, género periodístico, elementos de ayuda grafica o audiovisual, valoraciones, visualizaciones, teniendo en la última casilla una pregunta, para conocer si la noticia fue o no útil para los usuarios. (ver anexo)

b) GUÍA DE ENTREVISTA

Una entrevista permite al investigador analizar las opiniones o cuestionamientos de los entrevistados desde su experiencia, Carrera (2014, p.188) la contextualiza como “como una herramienta de recogida de información, que trata de entender el mundo desde el punto de vista del sujeto”.

Para esta investigación se presentó 13 preguntas para cada uno de los entrevistados escogidos con anterioridad al presentar experiencia en el tema tratado. En la parte superior del formato se colocó los datos generales del sujeto, seguido de la hora y finalización de la entrevista, ambiente y observaciones generales. (ver anexo)

CAPÍTULO IV

4. Resultados

4.1. Análisis de Contenido

Se analizaron 42 noticias, publicadas en la página web de Diario El Comercio, durante el periodo mayo – octubre de 2019, para esto se utilizó como herramienta de barrido, una matriz en la que se colocó datos como la fecha, el titular y el link, esto con el objetivo de tener una base de todas las noticias que se analizarían, durante la investigación.

En la segunda matriz utilizada se colocó siete columnas, distribuidas respectivamente en: día, titular, género periodístico, elementos de ayuda gráfica o audiovisual, valoraciones, visualizaciones, teniendo en la última casilla una pregunta, para conocer si la noticia fue o no útil para los usuarios, conociendo así nuestros datos cuantitativos, durante este análisis se encontró que existían dos entrevistas y tres videos que constaban dentro de las 42 publicaciones estudiadas.

Por su parte para los datos cualitativos, se utilizó una tercera matriz de cronología, en la que se analizó, el ¿Cómo se dijo? y ¿Qué se dijo? en cada noticia, esta matriz nos permitió escoger 11 noticias, para lo cual se tomó en cuenta la visibilidad que tuvieron al ser publicadas y se contabilizó la fuente a la que pertenecían.

4.2. ANÁLISIS DE LAS 11 NOTICIAS PRINCIPALES

- Sofía Sisniega se desnuda por el bien animal

En esta noticia se informa sobre una campaña dirigida por la actriz mexicana Sisniega y la organización Personas por el Trabajo Ético de los Animales (PETA), que busca concientizar sobre el maltrato que reciben las ovejas en las grandes industrias de la lana del mundo, (Sofía Sisniega se desnuda por el bien animal, El Comercio, 03 de mayo de 2019).

- Alarma por miles de peces muertos en Manta y Balao; autoridades anuncian una investigación

En esta noticia se utiliza fuentes, datos numéricos y videos con los que se complementa la información para la redacción de una noticia suscitada en playas de Ecuador, donde se denuncia la presencia de peces muertos, por motivos desconocidos, (Alarma por

miles de peces muertos en Manta y Balao; autoridades anuncian una investigación, El Comercio, 05 de mayo de 2019).

- La vida prospera en la Antártida gracias al excremento de pingüinos y focas

En este caso se utilizan fuentes de especialistas y datos estadísticos que permiten narrar una noticia en la que se cuenta los descubrimientos de un grupo de científicos que evidencian la importancia de el excremento de focas y pingüinos para la vida de distintas especies en la Antártida donde se considera existe uno de los climas más hostiles del mundo, (La vida prospera en la Antártida gracias al excremento de pingüinos y focas, El Comercio, 09 de mayo de 2019).

- Un bosque de arupos en el relleno de El Trébol, una propuesta para el nuevo alcalde de Quito

En esta noticia se utiliza capturas de pantalla y citas de los dos actores principales del hecho, en este caso del escritor y abogado, Rafael Lugo y del actual alcalde de Quito, Jorge Yunda, se redacta el deseo de este ciudadano por plantar árboles de arupos en el relleno del sector del trébol, (Un bosque de arupos en el relleno de El Trébol, una propuesta para el nuevo alcalde de Quito, El Comercio, 12 de mayo de 2019).

- Instructivo sobre manejo de aceites lubricantes usados causa preocupación en productores y exportadores

En esta noticia se utiliza fuentes oficiales y datos estadísticos, y se detalla el acuerdo presentado por el Ministerio del Ambiente de Ecuador, que tiene como objetivo de establecer los lineamientos técnicos para la gestión ambientalmente responsable del aceite lubricante, considerado desecho peligroso, y de sus envases, lo cual se debe realizar en el marco del principio de responsabilidad extendida del productor, (Instructivo sobre manejo de aceites lubricantes usados causa preocupación en productores y exportadores, El Comercio, 16 de mayo de 2019).

- Marcelo Mata: “La visión ambiental primó en el nuevo mapa del Yasuní”

Mediante una entrevista de 16 preguntas al abogado Marcelo Mata responsable de Medio Ambiente, Seguridad, Salud Ocupacional y Calidad de Repsol Ecuador, se habla sobre el destino y la ampliación del área designada para la explotación petrolera en la

reserva del Yasuní, y sobre la forma en la que se operara estas actividades, (Marcelo Mata: “La visión ambiental primó en el nuevo mapa del Yasuní”, El Comercio, 27 de mayo de 2019).

- Un solo artículo contiene proyecto de Ley sobre impuesto verde

En este caso no existe la utilización de citas o hipervínculos, y se redacta sobre anuncio que hizo el presidente Moreno, donde informaba que entrego a la Asamblea un documento, mismo que contiene un solo artículo, donde se dispone derogar el capítulo 1 "Impuesto Ambiental a la Contaminación Vehicular", del Título innumerado "Impuestos Ambientales", de la Ley de Régimen Tributario Interno, (Un solo artículo contiene proyecto de Ley sobre impuesto verde, El Comercio, 31 de mayo de 2019).

- Las poblaciones de abejas disminuyen

Con datos estadísticos y fuentes oficiales, se redacta sobre la problemática mundial que podría ocasionarse a una disminución poblacional de las abejas, y como esto podría afectar el equilibrio de los ecosistemas, (Las poblaciones de abejas disminuyen, El Comercio, 23 de junio de 2019).

- La crisis climática nos empujará a “un mundo que no podemos ni imaginar”

Por medio de citas e hipervínculos, se cuenta lo conversado por medio de una entrevista, con la directora del Programa de Naciones Unidas para el Medio Ambiente, sobre la crisis climática y el efecto nocivo que tendrá el mismo en la vida que conocemos, (La crisis climática nos empujará a “un mundo que no podemos ni imaginar”, El Comercio, 23 de julio de 2019).

- Lenín Moreno canta Padre de Serrat, y pide ser responsables con Amazonía

Con la utilización de citas e hipervínculos, se redacta el llamado que hizo el presidente ecuatoriano para cuidar así la devastación diaria que sufre la zona amazónica, esto en presencia de los mandatarios de Colombia, Perú, Bolivia, el vicepresidente de Surinam y el ministro de Recursos Naturales de Guyana, (Lenín Moreno canta Padre de Serrat, y pide ser responsables con Amazonía, El Comercio, 06 de septiembre de 2019).

- Compras online abren un debate ambiental

Con la utilización de datos estadísticos, fuentes oficiales y citas de especialistas, se redacta sobre el debate que generan las compras en línea, en el tema de la contaminación ambiental, gracias a la gran huella de carbono que estas empresas dejan en el medio ambiente, (Compras online abren un debate ambiental, El Comercio, 22 de octubre de 2019).

4.3. ENTREVISTAS

Se realizó tres entrevistas a profesionales en la rama del periodismo ambiental, el periodismo digital, la docencia en periodismo especializado y educación ambiental, ellos fueron seleccionados tomando en cuenta su trayectoria y protagonismo alcanzado a través de su trabajo en estos temas.

Las entrevistas realizadas a Arturo Larena, director de la Agencia EFE y a María Teresa Mercado docente de la Universidad CEU Cardenal Herrera, profesionales españoles se realizaron vía correo electrónico, medio por el cual se procedió a enviar los cuestionarios con 13 preguntas para cada uno respectivamente. Por su parte con Jorge Cruz experto en investigación de la cultura digital y medios digitales, la entrevista se realizó por medio de la plataforma zoom.

4.4. PANEL DE EXPERTOS

- **Arturo Larena**

Periodista ambiental, de 1990 a 1998 fue redactor en las secciones de Cultura, Sanidad, Educación, Ciencia y Medio ambiente, EFE. Durante un año, hasta 1999 fue el delegado de la Agencia EFE en Extremadura, cumplió funciones como Jefe del Servicio Regional de Noticias de EFE en la Comunidad de Madrid hasta el 2006. Fue Delegado Xeral de la Agencia EFE en Galicia, hasta el 2009 donde puso en marcha el servicio de noticias de EFE en lengua gallega. En la actualidad, es director de EFEverde y EFEfuturo de la Agencia EFE.

- **María Teresa Mercado**

Especialista Universitaria en Educación Ambiental y Desarrollo Sostenible, en la actualidad labora como profesora agregada e investigadora principal, en Comunicación e Información Periodística en la Universidad CEU Cardenal Herrera (Valencia, España).

- **Jorge Cruz**

Master en investigación de temas de Cultura Digital y Medios Digitales, en la actualidad labora como profesor agregado e investigador de GicCom (Grupo de Ciencias de la Comunicación) en la Pontificia Universidad Católica del Ecuador.

4.5. COINCIDENCIAS DE LAS ENTREVISTAS

Los entrevistados respondieron cuestionarios con preguntas distintas, pero basadas en un enfoque similar, sus respuestas fueron encasilladas en una matriz que se dividió en tres categorías, tratamiento informativo, periodismo digital y periodismo ecológico, cada categoría consta de tres subcategorías, que se muestra a continuación.

Tabla 4: Matriz de coincidencias, de entrevistas realizadas a expertos.

Matriz de Coincidencias									
Entrevistas	Categorías								
	Tratamiento Informativo			Periodismo Digital			Periodismo Ecológico		
	Uso de géneros periodístico	Fuentes	Procedencia	Redacción para web	Reticularidad	Elementos de ayuda gráfica y audiovisual	Relevancia Social	Periodismo especializado	Economía política
Arturo Larena (Director de EFEverde y EFEfuturo de la Agencia EFE)	Existen criterios de rigor, contraste, pluralidad en el uso de fuentes cualificadas, estos deben ser los mismo tanto en el soporte físico como en el digital.	No hay que perder de vista a los receptores de nuestra información, fomentar el diálogo y conocer sus preocupaciones nos puede ayudar a enfocar mejor nuestras historias.	Lo ideal es poder abordar los temas en profundidad, aunque en periodismo no siempre es posible, en el caso del periodismo ambiental existen agencias de noticias que son mayoristas de	Primero, el modelo informativo ha cambiado porque los ciudadanos hemos cambiado la forma en la que nos comunicamos. Usamos nuestros dispositivos móviles. Queremos la información y la	Cada formato tiene sus ventajas e inconvenientes. Lo importante es aprovechar todas las oportunidades que nos brindan para transmitir la información. En el soporte físico tenemos el condicionant	El tratamiento es dispar, ya que no es el mismo para medios generalistas que especializados, no tampoco en función del soporte: texto, video, fotografía, multimedia, redes... pero en general se puede decir	Cultura. Cultura ambiental y una mayor formación en estas cuestiones de todos los estamentos sociales y también de los responsables de redacción. Se dice que muchos medios no han sabido ver la	El periodista ambiental es eso, periodista. No somos ecologistas, por mucha sensibilidad que tengamos sobre estas cuestiones. Nuestro papel es informar, transmitir la mejor información posible para que la	Los medios de comunicación son empresas, con una función social y de servicio público, pero empresas y los poderes sean políticos, económicos o deportivos, generan interés.

			información, llegando al usuario utilizando todos los soportes y formatos disponibles.	queremos ya, ahora los periodistas llevamos la información al bolsillo del lector y le avisamos de lo que le interesa por redes.	e de espacio, algo que no ocurre con el digital, pero en este último siempre es necesario contar con apoyos gráficos.	que hemos avanzado en cantidad y calidad.	transformación tecnológica, pero espero que sepan ver la transformación en las preocupaciones de la ciudadanía.	ciudadanía pueda decidir con conocimiento de causa.	Forma parte de la condición humana, además, se trata de áreas informativas con una mayor tradición. En la medida en que el medio ambiente vaya ganando cuotas de poder político, su peso informativo también crece.
María Teresa Mercado (Profesora)	Los géneros como tales son los mismos,	Los ambientalistas, científicos de variadas	En los medios informativos, es el periodista	Se deben aprovechar las posibilidades que	Las plataformas digitales incrementan la	La utilización de material de ayuda gráfica o	La difusión es fundamental para que la sociedad	Es importante impartir el periodismo ecológico	La política fundamenta la agenda mediática. El medio

<p>en Comunicación e Información Periodística en la Universidad CEU (Cardenal Herrera)</p>	<p>pero puede cambiar el modo de presentación. Las declaraciones entre comillas y las fotografías de un reportaje, se pueden convertir en cortes de voz, vídeos, galerías de imágenes con música, etc. en la versión digital.</p>	<p>disciplinas, educadores, etc. son las fuentes a las que acudirá el periodista para construir sus informaciones.</p>	<p>quien debe tratar este y cualquier otro tema, y si está especializado, podrá redactar tomando hechos científicos descubiertos por expertos, u otras fuentes.</p>	<p>brindan las plataformas digitales y no sean muchos de ellos más que una copia online de la versión impresa.</p>	<p>posibilidad de acceso a la información y ofrecen más posibilidades de interacción, con recursos multimedia, etc.</p>	<p>audiovisual beneficia la difusión de contenido noticioso siempre, y de forma destacada en los temas ambientales.</p>	<p>sienta como propios los temas ecológicos.</p>	<p>como una especialización en la carrera aunque entiendo que es complicado impartir esta y otras especialidades en los grados de cuatro años, pero aun así debería introducirse de forma complementaria en las asignaturas.</p>	<p>ambiente se percibe como un tema accesorio.</p>
<p>Jorge Cruz (Master en investigación de temas de Cultura)</p>	<p>No hay una diferencia de géneros como tal o sea el</p>	<p>Las fuentes de procedencia para temas ecológicos tienen que</p>	<p>Debe reunir los elementos de la noticiabilidad, es decir</p>	<p>La diferencia en las ediciones por supuesto</p>	<p>Los sitios web de contenido noticioso, sobre todo de</p>	<p>Crean un discurso digital más efectivos, más acorde a como las</p>	<p>Creo que es importante hablar de estos temas ecológicos, porque</p>	<p>Los temas ecológicos como normalmente traen una problemática</p>	<p>Es un elemento de relevancia social, es algo de lo que</p>

<p>Digital y Medios Digitales)</p>	<p>reportaje sigue siendo reportaje porque es más grande que simplemente como está construido en formato, sino que es lo que está contando, como lo está contando, una crónica puede contarse de muchas formas, audiovisual, impresa, digital.</p>	<p>ser fuentes de mucho dato, académicas, científicas, técnicas, de mucha experiencia.</p>	<p>ser actual, tiene que tener un interés social, tiene que estar bien trabajado a partir de sus fuentes, creo que es muy similar a lo que ya consideramos noticiable.</p>	<p>está en cómo está construida esta narrativa, creo que esta diferencia parte de la propia manera de leer los medios, yo no creo que ninguna sea mejor o peor, creo que la profundidad que tienen los contenidos digitales es muy buena.</p>	<p>periódicos todavía plantean en este, esta relación de uno a todos, de uno a muchos, no así las redes sociales que es muchos a muchos, un poco lo que planteábamos a esta posibilidad de que las plataformas tengan la voluntad de que sea de muchos a uno, pero creo que en este momento todavía estamos viendo una reticularidad</p>	<p>plataformas deben trabajar y como deben conversar con los usuarios.</p>	<p>estamos en esta casa común, cada vez más tomamos en cuenta esta relación simbiótica que tenemos con el planeta y que no podemos pasar por alto.</p>	<p>detrás muy técnica es importante que las fuentes sean más técnicas y que el periodista tenga ese ejercicio de filtrar.</p>	<p>necesitamos seguir hablando porque es algo que no comprendemos del todo. El periodismo ecológico tiene muchísimas aristas, económica, social, cultural, familiar, al estar envueltos en temas ecológicos porque vivimos en este planeta, los temas y enfoques son interminables.</p>
------------------------------------	--	--	--	---	--	--	--	---	---

					de uno a muchos en las plataformas de contenido noticioso.				
--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

Fuente: Julio Bravo Mancero / Elaboración propia

En cuanto al tratamiento informativo que se le da al periodismo ecológico en los medios de comunicación, Larena asegura que esta situación ha cambiado en las últimas décadas, pasando de ser un contenido casi marginal, a ser una temática fija que demanda la sociedad, y aunque el tratamiento sea dispar, ya que no es lo mismo para medios generalistas que especializados, dice que “hoy contamos con más información ambiental y de mejor calidad, donde se trata noticias de calado y gran complejidad”, (Arturo Larena, España, 13/04/20). Este contenido debe reunir los elementos de la noticiabilidad, “ser actual, tener interés social, estar bien trabajado a partir de sus fuentes”, es decir debe ser tratado con todo lo que se considera noticiable, (Jorge Cruz, Quito, 05/05/20).

Para (María Teresa Mercado, España, 21/04/20), en los medios informativos, es el periodista quien debe tratar temas especializados y cualquier tema que sea noticiable, tomando, así “hechos científicos descubiertos por expertos u otras fuentes, como ambientalistas o educadores.”

Con la llegada de las múltiples innovaciones de la web, se presentan también nuevas formas en las que la información es presentada y difundida por la prensa que reside en el ciberespacio, esto ha expuesto la duda de la manera en la que se usan los géneros periodísticos en este espacio virtual, o si todo lo publicado en sus plataformas es una copia de sus ediciones impresas. Para (María Teresa Mercado, España, 21/04/20):

Los géneros como tales son los mismos, pero puede cambiar el modo de presentación, las declaraciones y las fotografías de un reportaje, se pueden convertir en cortes de voz, vídeos o en galerías de imágenes con música en la versión digital.

Cruz argumenta, que no hay una diferencia de géneros como tal es decir que un reportaje sigue siendo un reportaje, porque va más allá de cómo está construido en formato, dando importancia a que se está contando y como se lo está contado, una noticia entonces puede “narrarse de muchas formas, audiovisual, impresa o digital”, (Jorge Cruz, Quito, 05/05/20).

La digitalización que se vive en la actualidad ha obligado a los medios de comunicación nacidos en la tradición de la radio, televisión y periódico, a utilizar múltiples herramientas para acercarse a las grandes comunidades del ciberespacio, poniendo en juego el termino de periodismo digital. Esto ha dado paso entonces a que un hecho noticioso en formato digital visual o sonoro, sea percibido como una estrategia de divulgación, en este aspecto Larena nos dice que el modelo informativo ha cambiado,

porque los ciudadanos han cambiado la forma de comunicarse, usando cualquier dispositivo móvil “Queremos la información y la queremos ya, ahora los periodistas llevamos la información al bolsillo del lector y le avisamos de lo que le interesa por redes”, (Arturo Larena, España, 13/04/20).

Esto por supuesto crea una diferencia en la construcción de la narrativa web, diferencia que nace de la “propia manera de leer los medios, ninguna es mejor o peor, pero la profundidad que tienen los contenidos digitales es muy buena”, (Jorge Cruz, 05/05/20), se deben aprovechar las posibilidades que brindan las plataformas digitales, para (María Teresa Mercado, España, 21/04/20), estas “incrementan la posibilidad de acceso a la información y ofrecen más posibilidad de interacción, con recursos multimedia,” la utilización de material de ayuda gráfica o audiovisual “beneficia la difusión de contenido noticioso siempre, y de forma destacada en temas ambientales”, (María Teresa Mercado, España, 21/04/20).

Los medios de comunicación son vistos como actores decisivos de la representación de una sociedad, jugando un papel importante en el cambio cultural de la misma, para Cruz es importante que los medios hablen de temas ecológicos, él comenta que “estamos en una casa común, cada vez más tomamos en cuenta esta relación simbiótica que tenemos con el planeta y que no podemos pasar por alto”, (Jorge Cruz, 05/05/20), en este aspecto entonces “la difusión es fundamental para que la sociedad sienta como propios los temas ecológicos”, (María Teresa Mercado, España, 21/04/20).

Si bien es sabido que la política, la economía o la farándula fundamentan las agendas mediáticas, dejando al tema ambiental como un accesorio, para Larena estos temas forman parte de la condición humana, siendo áreas informativas con una mayor tradición, afirma que “en la medida en que el medio ambiente vaya ganando cuotas de poder político, su peso informativo también crecerá”, (Arturo Larena, España, 13/04/20).

El periodismo ambiental ha dejado de ser un tema visto desde el activismo, para convertirse en un elemento de relevancia social, en algo que necesitamos porque no terminamos de comprender.

El periodismo ecológico tiene muchísimas aristas, económica, social, cultural, familiar, al estar envueltos en temas ecológicos porque vivimos en este planeta, los temas y enfoques son interminables, (Jorge Cruz, 05/05/20).

4.6. DISCUSIÓN DE RESULTADOS

Tabla 5: Resultados cuantitativos del análisis de contenido

GÉNERO PERIODÍSTICO	
A	Nota Informativa
B	Crónica
C	Editorial
D	Comentario
E	Entrevista
F	Reportaje
G	Columna
H	Opinión

VALORACIONES	
A	Indignado
B	Triste
C	Indiferente
D	Sorprendido
E	Contento

ELEMENTOS DE AYUDA GRAFICA Y AUDIOVISUAL	
A	Fotografía
B	Capturas
C	Infografías
D	Audios
E	Videos
F	Hipervínculos

MAYO																							
Día	Tema	Género Periodístico								Elementos de Ayuda Grafica y Audiovisual						Valoraciones					Visualizaciones	¿Te sirvió esta noticia?	
		A	B	C	D	E	F	G	H	A	B	C	D	E	F	A	B	C	D	E		SI	NO
03/05/19	La sobrepesca amenaza los recursos de los océanos, según la FAO	1								1					1			1			447		
	Monty Python, una serpiente de tres ojos hallada en una carretera	1								3									1		3093	3	
	Sofía Sisniega se	1								2				1		1					1324	1	

28/05/19	Jaguares, tapires, monos, guatusas, venados y otros conviven cerca de las zonas petroleras	1								1					2	4				3	1034	6	
29/05/19	'Justicieros del bosque' custodian área protegida en el Canal de Panamá	1								1					1					2	688	4	
30/05/19	Bomba Estéreo: seamos un 'consumidor responsable' y eso incluye el plástico	1								1					1					1	210	2	
31/05/19	Un solo artículo contiene proyecto de Ley sobre impuesto verde	1								1						11	2	2		41	2654	15	7

JUNIO																									
Día	Tema	Género Periodístico								Elementos de Ayuda Grafica y Audiovisual						Valoraciones					Visualizaciones	¿Te sirvió esta noticia?			
		A	B	C	D	E	F	G	H	A	B	C	D	E	F	A	B	C	D	E		SI	NO		
04/06/19	Carnival se declara culpable por crimen ambiental y pagará USD 20 millones	1								1					3					1	1	3	402	2	

11/06/19	Greenpeace acusa a multinacionales de alentar la deforestación	1								1				1	1					333	1	
20/06/19	El colectivo ecologista Extinction Rebellion acampa ante el Parlamento para salvar al planeta	1								1				2	1		1			162	1	
23/06/19	Las poblaciones de abejas disminuyen	1								1						13				1898	9	1
26/06/19	Diseñan un pequeño robot inspirado en un insecto volador	1								1				2		1				227		
28/06/19	¿Cómo es tener y conducir un auto eléctrico en Quito?												1									

JULIO																							
Día	Tema	Género Periodístico								Elementos de Ayuda Grafica y Audiovisual						Valoraciones					Visualizaciones	¿Te sirvió esta noticia?	
		A	B	C	D	E	F	G	H	A	B	C	D	E	F	A	B	C	D	E		SI	NO
23/07/19	La crisis climática nos empujará a ‘un mundo que no podemos ni imaginar’	1								1				1	2	3	7		1		1548	4	

AGOSTO																							
Día	Tema	Género Periodístico								Elementos de Ayuda Grafica y Audiovisual						Valoraciones					Visualizaciones	¿Te sirvió esta noticia?	
		A	B	C	D	E	F	G	H	A	B	C	D	E	F	A	B	C	D	E		SI	NO
07/08/19	Alemania debate si gravar la carne por el bienestar animal y el medioambiente	1								1					3				1	2	322		1
23/08/19	Brasil afirma que los incendios en la Amazonía 'no están fuera de control'	1								2					1	12	2				731	3	
26/08/19	Brasil combate incendios en Amazonía tras aparición de focos nuevos	1								3				1	8	1	1				489	2	

SEPTIEMBRE																							
Día	Tema	Género Periodístico								Elementos de Ayuda Grafica y audiovisual						Valoraciones					Visualizaciones	¿Te sirvió esta noticia?	
		A	B	C	D	E	F	G	H	A	B	C	D	E	F	A	B	C	D	E		SI	NO
06/09/19	La Unesco llama a proteger mejor los bienes comunes de la humanidad	1								1					4						174		

	Lenín Moreno canta Padre de Serrat, y pide ser responsables con Amazonía	1								1					3	15			1			1294		1
09/09/19	La deforestación en la Amazonía brasileña aumentó un 222% en agosto	1								1					3	22	5	4	1			1007	5	
13/09/19	La activista ecologista Greta Thunberg se manifestará frente a la Casa Blanca	1								1					5	1						145	1	
18/09/19	Greta Thunberg pide al Congreso de Estados Unidos que tome 'acciones reales' sobre el clima	1								1					5	5		5		1		295		
23/09/19	El papel del océano en revertir la crisis climática podría ser mucho mayor, según informe de la ONU	1								2					3		3					227	2	
27/09/19	Bolsonaro dice que Brasil busca 'alianzas con el mundo' sobre la Amazonía	1								1				1		1				3		509		

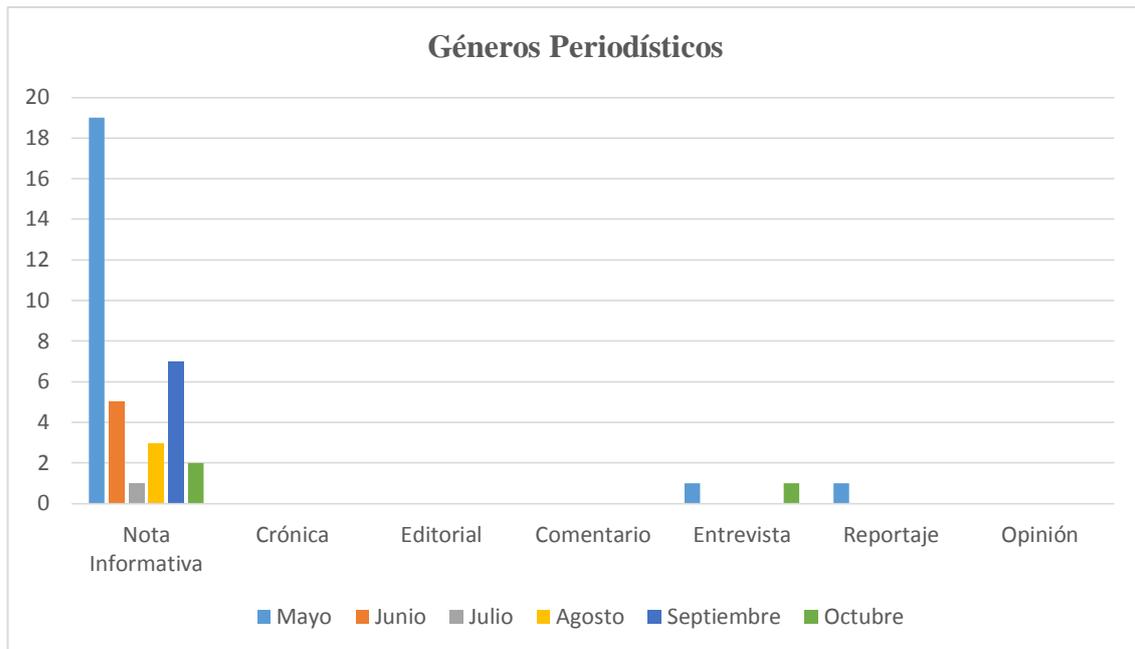
OCTUBRE

Día	Tema	Género Periodístico								Elementos de Ayuda Gráfica y Audiovisual						Valoraciones					Visualizaciones	¿Te sirvió esta noticia?	
		A	B	C	D	E	F	G	H	A	B	C	D	E	F	A	B	C	D	E		SI	NO
16/10/19	'Nuestra Madre Tierra', nuevo libro del papa sobre la crisis medioambiental	1								1					4	6		1	1	2	786	3	2
20/10/19	Pamela Castillo Barahona: 'Se requieren nuevos tipos de gestión'					1				1										1	176		
22/10/19	Compras online abren un debate ambiental	1								1						2				3	1782	4	
30/10/19	Elefante se recuesta encima de un auto de turistas en Tailandia													1									

Fuente: Elaboración propia

4.7. ENFOQUE

Gráfico 1: Géneros Periodísticos.

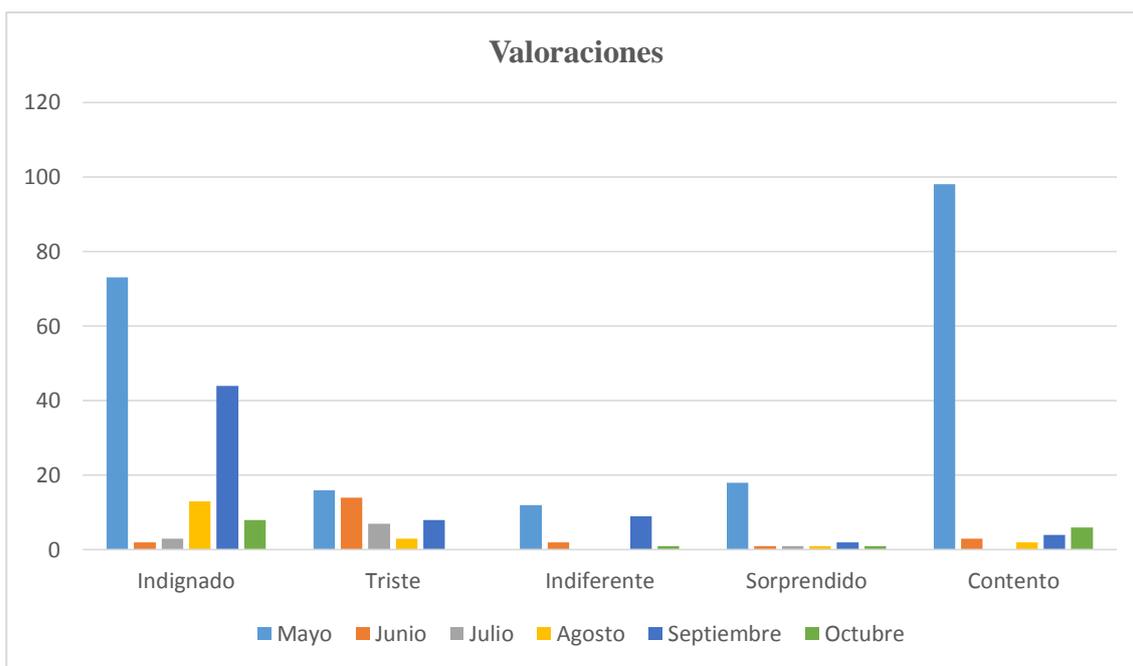


Fuente: Elaboración propia.

En cuanto al uso de géneros periodísticos, se tomó en cuenta: la nota informativa, la crónica, la editorial, el comentario, la entrevista, el reportaje y la opinión.

Durante el análisis cuantitativo realizado durante los 6 meses de estudio, se encontraron 42 publicaciones, el género más utilizado fue el de la nota informativa, con un total de 37 publicaciones, se contabilizaron también 2 entrevistas y un reportaje. Como resultado final obtuvimos que mayo fue el mes con más noticias publicadas, registrando 19 notas informativas, una entrevista y un reportaje.

Gráfico 2: Valoraciones.

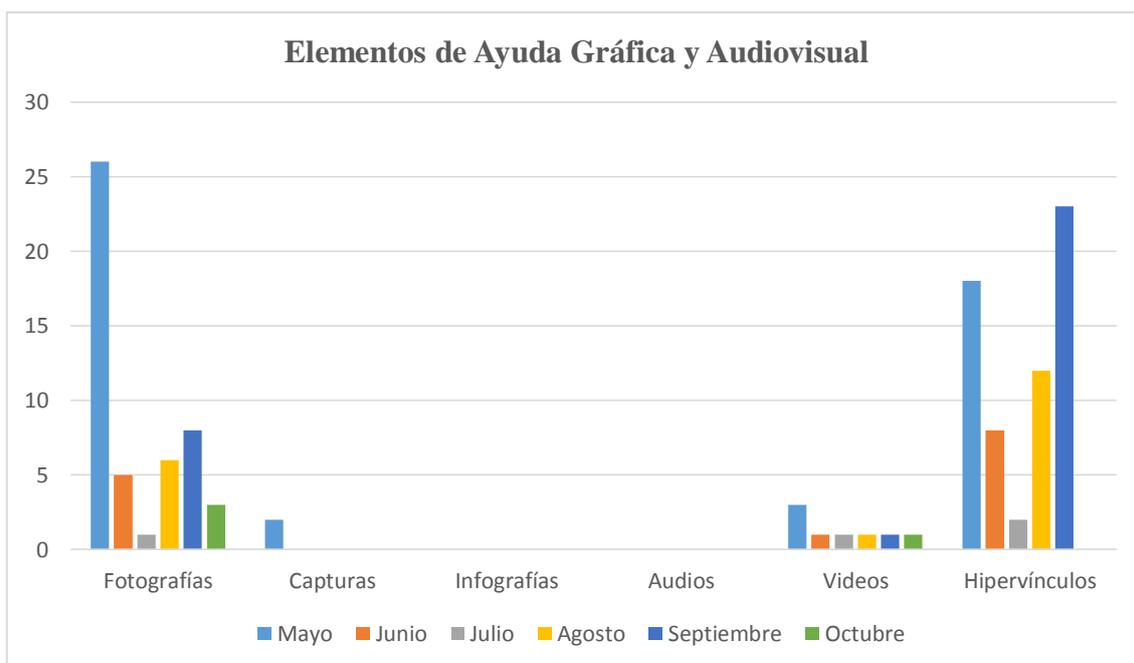


Fuente: Elaboración propia.

La página web de Diario El Comercio cuenta con un espacio en el que su público puede marcar una respuesta categorizada en sentimientos como: indignado, triste, indiferente, sorprendido y contento, permitiendo que desde su perspectiva de una valoración a la información publicada.

Durante el análisis encontramos que la reacción más utilizada por los usuarios fue la de indignado, la misma que fue usada en 143 ocasiones durante los seis meses de estudio, registrando en mayo y septiembre la cantidad de 73 y 44 interacciones respectivamente. La reacción que le sigue en cantidad es la de contento siendo usada 113 veces, presentando en mayo una cantidad de 98 interacciones.

Gráfico 3: Elementos de ayuda gráfica y audiovisual.

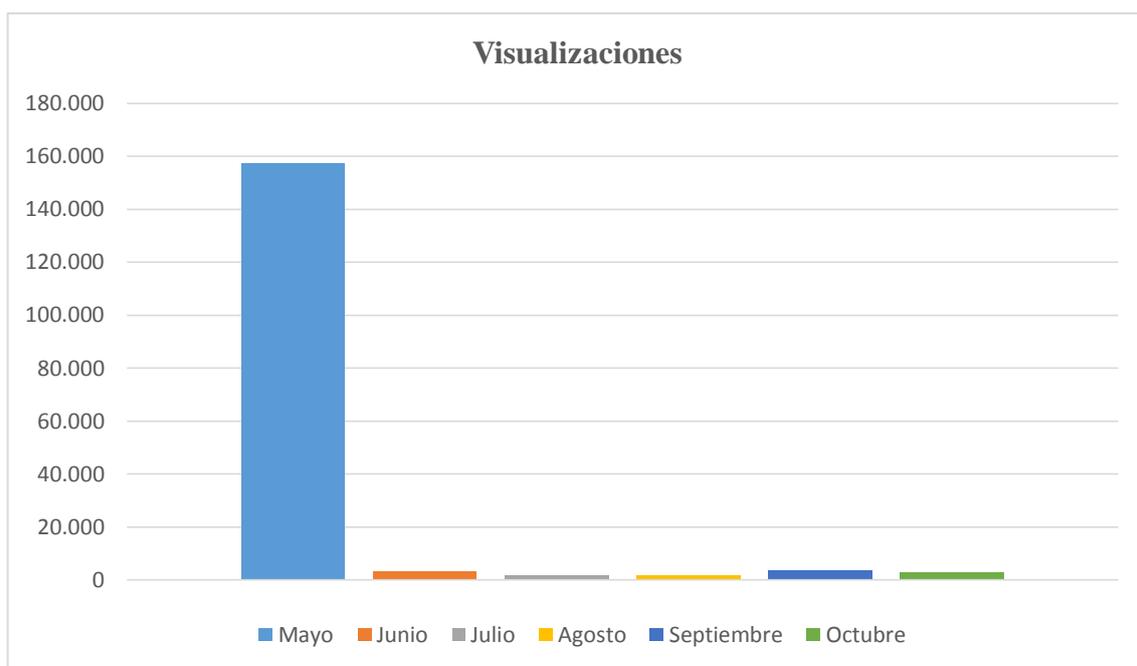


Fuente: Elaboración propia.

Para contabilizar los elementos de ayuda gráfica y audiovisual, hemos incluido entre las categorías a las fotografías, las capturas de pantalla, las infografías, los audios, los videos y los hipervínculos.

Como resultado tuvimos que el elemento más utilizado fueron los hipervínculos, contabilizando una cantidad de 67 en los seis meses estudiados, encontrando hasta 5 hipervínculos en una noticia. La fotografía es el segundo elemento más utilizado con una cantidad de 49 fotos durante los seis meses, contabilizando hasta 4 en una noticia. En ambos casos los meses en los que más se contabilizó estos elementos fueron septiembre y mayo, con 23 hipervínculos y 26 fotografías respectivamente.

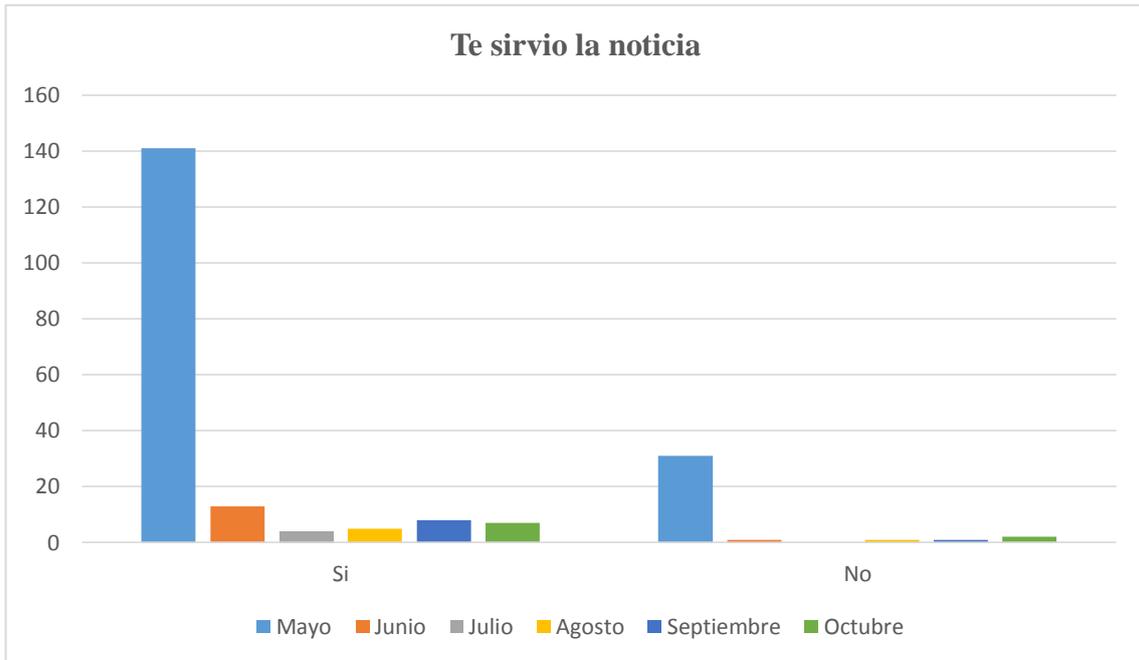
Gráfico 4: Visualizaciones.



Fuente: Elaboración propia.

La página web de Diario El Comercio cuenta con un contador de visitas, en este caso durante los seis meses estudiados, mayo obtuvo una cantidad de 157.221 visualizaciones mientras que agosto fue el mes con menos visitas registrando una cantidad de 1.542 visualizaciones.

Gráfico 5: Utilidad de la noticia.

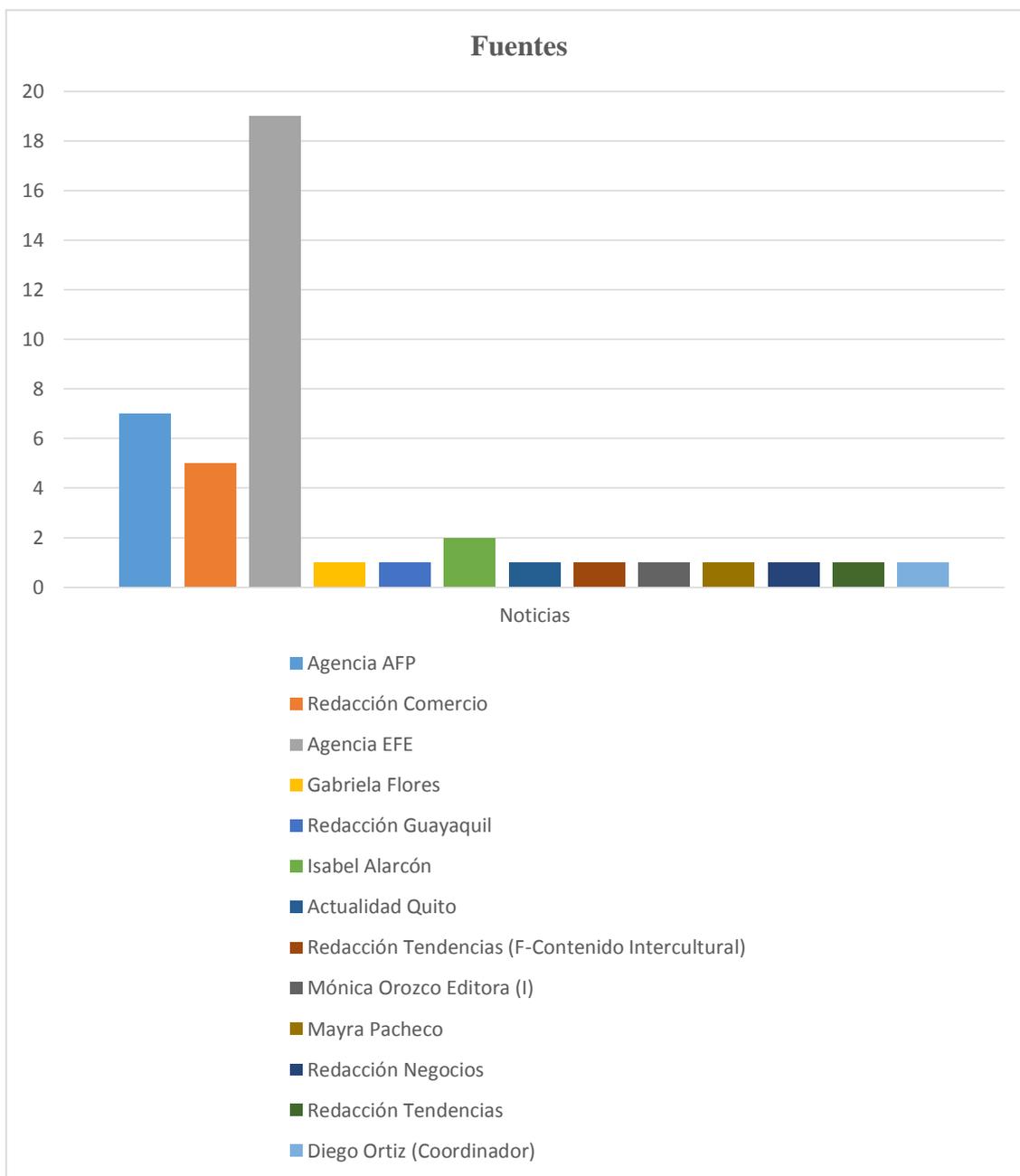


Fuente: Elaboración propia.

La página web de Diario El Comercio, formula una pregunta en la que los usuarios pueden reaccionar indicando si la noticia que leyeron les sirvió, respondiendo sí o no a la misma.

En este caso encontramos que el sí tuvo una cantidad de 178 interacciones durante los seis meses analizados, registrando en mayo una cantidad 141 interacciones positivas y 31 negativas.

Gráfico 6: Fuentes



Fuente: Elaboración propia.

Por medio de la matriz de cronología, se contabilizó las fuentes de cada una de las 42 noticias publicadas en la página web de Diario El Comercio, durante los meses de mayo a octubre de 2019, se encontró 13 fuentes que fueron: Agencia APF, Redacción Comercio, Agencia EFE, Gabriela Flores, Redacción Guayaquil, Isabel Alarcón, Actualidad Quito, Redacción Tendencias (F-Contenido Intercultural), Mónica Orozco Editora (I), Mayra Pacheco, Redacción Negocios, Redacción Tendencias y Diego Ortiz

(Coordinador). En este caso se atribuyó 19 noticias a la Agencia EFE, 7 noticias a la Agencia AFP, mientras que las otras fuentes tuvieron de entre 5 a 1 publicación.

CAPÍTULO V

5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES

Al finalizar esta investigación se han establecido las siguientes conclusiones:

- En concordancia con el objetivo específico que se refiere al tratamiento informativo sobre periodismo ecológico, se realizó un análisis de un periodo de 6 meses a la página web de Diario El Comercio, en el que encontramos que se realizaron 42 publicaciones, de las cuales 37 fueron notas informativas, 2 entrevistas, 1 reportaje y 2 videos, que cumplen con los elementos de lo que se considera noticiable. El uso de géneros periodísticos y elementos de ayuda gráfica o audiovisual les han permitido aprovechar los beneficios que una plataforma web le otorga a los medios de comunicación nacidos en la tradicionalidad de la radio, televisión o prensa escrita, sin embargo, este medio ha constituido un vínculo de comunicación efectiva con su público, generando espacios de retroalimentación informativa con ellos.
- Durante el estudio se pudo observar que las interacciones y visualizaciones registradas en esta página web, dependían directamente del número de publicaciones que el medio realizaba, la mayoría de noticias analizadas tienen un enfoque global y no local lo que podría provocar que el público no se encuentre totalmente identificado con esta información, al sentir que lo que se informa no le afecta por completo.

RECOMENDACIONES

El medio analizado debería priorizar el tratamiento del periodismo ecológico, tomando en cuenta la importancia de la cercanía que debe tener una información para que esta sea percibida como importante para el público, logrando así que este se sienta más identificado con los problemas ambientales que pasan a su alrededor. La eficacia del periodismo, para formar el pensamiento ecológico de una comunidad, está determinada

en gran medida por su capacidad de retomar la visión de lo futuro y por romper con una estrecha visión antropocéntrica, que permita así alcanzar un concepto universal de fraternidad entre las especies, es así que con el periodismo ambiental surge la paradoja de que si bien estos temas nacen desde el interés de la sociedad, desde los medios de comunicación se sigue ofreciendo una respuesta deficiente a esta necesidad informativa.

Los medios de comunicación, al considerarse actores participativos en el comportamiento social, deben procurar inculcar una cultura ambiental en sus lectores, cumpliendo el principio fundamental del periodista que es el de informar, es importante que se comprenda y se profundice el tratamiento de temas ambientales desde diversas aristas, como la política o la económica, atrayendo la atención del lector e invitándole a comprender mejor su entorno y las consecuencias que conlleva el cambio climático en su vida a corto o largo plazo, dándole conocimiento de causa para que pueda tomar mejores decisiones para su vida, por su parte los medios de comunicación deben ver a las plataformas digitales como nuevos espacios de interacción con su público, utilizando esta retroalimentación como un método para conocer y entender mejor sus necesidades informativas.

CAPÍTULO VI
PROPUESTA
ARTÍCULO CIENTÍFICO

Tratamiento informativo sobre periodismo ecológico en la página web de Diario El Comercio

Informative treatment of ecological journalism on the website of Diario El Comercio

Daniela Carolina Ruiz Sánchez (Autor)
Universidad Nacional de Chimborazo
dcrui.z.fpcs@unach.edu.ec

Mgter. Raúl Guillermo Zambrano Pontón (Coautor)
Universidad Nacional de Chimborazo
gzambrano@unach.edu.ec
ORCID_ID: 0000-0002-4009-2726
IRALIS REGISTRADO: R-Guillermo Zambrano

Resumen:

Este artículo tiene como objetivo identificar cuál es el tratamiento informativo que se da al periodismo ecológico, en la página web de Diario El Comercio, entre los meses de mayo a octubre de 2019. Se precisó como pregunta de investigación ¿Cómo se trata el tema ecológico en la página web de Diario El Comercio?, tomando en este caso a la página web como una herramienta indispensable de apoyo en la difusión de noticias en el mundo digital. La metodología utilizada fue de tipo mixta: cualitativa- cuantitativa, se utilizó como técnica el análisis de contenido; teniendo como muestra 42 publicaciones realizadas por este medio durante los seis meses analizados, y se realizó entrevistas estructuradas a tres expertos. Esto nos permitió descubrir en números cuanto se escribe sobre periodismo ecológico y en calidad que es lo que se escribe, determinando aspectos importantes sobre el tratamiento informativo y la relevancia que se le da al tema ecológico en el periodismo ecuatoriano.

Palabras clave: periodismo ecológico, tratamiento informativo, análisis de contenido, periodismo digital y narrativa web.

Abstract:

This article aims to identify the informational treatment given to ecological journalism, on the website of Diario El Comercio, between May and October 2019. It was specified as a research question, how is the ecological issue dealt with on the website of Diario El Comercio? In this case, the website is considered as an indispensable tool of support in the dissemination of news in the digital world. The methodology used was mixed-type: qualitative-quantitative, content analysis was used as a technique; with a sample of 42 publications made by this medium during the six months analyzed, and structured interviews were conducted with three experts. This allowed us to discover in numbers the quantity of written information on the topic of ecological journalism and in quality what is written to determine important aspects of the informational treatment and the relevance given to the ecological issue in Ecuadorian journalism.

Keywords: ecological journalism, informative treatment, content analysis, digital journalism and web narrative.

[RD] Acuse de recibo de envío ➤



Guillermo López García guilopez@gmail.com [a través de](#) [revistadigitos.com](#)
para mí ▾

jue., 25 jun. 16:31 (hace 4 días)

Daniela Carolina Ruiz Sánchez:

Gracias por enviar el manuscrito, "Tratamiento informativo sobre periodismo ecológico en la página web de Diario El Comercio" a Revista Dígitos. Con nuestro sistema de gestión de revistas en línea, podrá iniciar sesión en el sitio web de la revista y hacer un seguimiento de su progreso a través del proceso editorial:

URL del manuscrito:

<https://revistadigitos.com/index.php/digitos/author/submission/196>

Nombre de usuario/a: daniela-ruiz

En caso de dudas, contacte conmigo. Gracias por elegir esta revista para publicar su trabajo.

Guillermo López García
Revista Dígitos

Revista Dígitos
<http://revistadigitos.com>



[Inicio](#) [Acerca de](#) [Área personal](#) [Buscar](#) [Actual](#) [Archivos](#)

[Inicio](#) > [Usuario/a](#) > [Autor/a](#) > [Envíos activos](#)

Envíos activos

Activo/a Archivar

ID.	DD-MM ENVIAR	SECC	AUTORES/AS	TÍTULO	ESTADO
196	06-25	ZAB	Ruiz Sánchez	TRATAMIENTO INFORMATIVO SOBRE PERIODISMO ECOLÓGICO EN LA...	Asignación en espera

PREMIO PREDOCTORAL
DE INVESTIGACIÓN



SERVICIO DE AYUDA DE LA
REVISTA

USUARIO/A

Ha iniciado sesión como...

daniela-ruiz

Mi perfil [Activar Windows](#)

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Abreu, J. L. (2015). Análisis al Método de la Investigación Analysis to the Research Method. *Daena: International journal of good conscience*, 10(1), 205-214.

Al Duweiri, H., & Essayahi, M. L. B. (2016). Las técnicas específicas de traducción periodística y su uso en las noticias expositivas. *Opción*, 32(7), 17-38.

Anderson, A. (1997). *Media, Culture and the Environment*. London: UCL Press.

Aparicio Cid, R. (2016). Comunicación ambiental: aproximaciones conceptuales para un campo emergente. *Comunicación y sociedad*, (25), 209-235.

Arroyo, A. M. L. (2016). *El artículo editorial como texto argumentativo. Un estudio del género periodístico más razonador a la luz de la teoría de la argumentación* (Doctoral dissertation, Universidad Complutense de Madrid).

Barbero, J. (1991). Perder el objeto para ganar el proceso. *Signo y Pensamiento*. (18), 21- 29.

Bardin, L. (2002). *El análisis de contenido*. Madrid: Ediciones Akal.

Barranquero, A. (2019). El Periodismo Social como área de especialización, perspectiva de reforma y cultura profesional. Una revisión de conceptos y debates. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 25(2), 667. Recuperado el 20 de enero de 2020 de <https://doi.org/10.5209/esmp.64794>

Bernal Triviño, A. I. (2015). Tecnología, redes sociales, política y periodismo: ¿Pluralidad informativa o efecto bumerán? *Cuadernos. info*, (36), 191-205.

Bracho, Á. (2018). Tratamiento sobre política y economía en la prensa nacional tras el 15 octubre de 2017. Análisis de contenido. *Telos*, 20(3), 537-558.

Briggs, M. (2007). *Periodismo 2.0 una guía de alfabetización digital*. Centro Knight para el Periodismo en las Américas: Texas

Cabanillas Lezama, P. E. (2017). Análisis de Tratamiento Informativo sobre noticias de feminicidio en el medio digital *El Comercio*.

Cadenas, H. (2016). La función del funcionalismo: Una exploración conceptual. *Sociologias*, 18(41).

Camana, Â., & Almeida, J. (2017). Periodismo Ambiental y los “ambientes posibles”. *Espacio Abierto*, 26(2), 27-40.

Caranqui Chisaguano, M. C., & Castillo Sarango, M. T. (2019). *La práctica de comunicación desarrollo de radio mensaje para el desarrollo comunitario en Cayambe* (Bachelor's thesis).

Carrera, R. M. H. (2014). La investigación cualitativa a través de entrevistas: su análisis mediante la teoría fundamentada. *Cuestiones Pedagógicas. Revista de Ciencias de la Educación*, (23), 187-210.

Cedillo, G. R. (2016). El grado en periodismo: hacia una formación adaptada a los nuevos tiempos. *Opción*, 32(10), 589-602.

Cira de Pelekais. (2000). Métodos cuantitativos y cualitativos: diferencias y tendencias. Artículo Científico. Recuperado el 21 de enero de 2020 de: <file:///D:/Mis%20descargas/DialnetMetodosCuantitativosYCualitativos-6436313.pdf>

Codinach Fossas, M. (2015). *El Tratamiento informativo de la inmigración marroquí en la televisión: el caso de Salt*. Universitat Autònoma de Barcelona,.

Colombini, M. (2008). Anclaje social de la comunicación ambiental. *Tram(p)as de la comunicación y la cultura* (64), 57-60.

CORBETTA, Piergiorgo. 2007. *Metodología y técnicas de investigación social*. Mc Graw Hill. Madrid (España).

Coronel-Salas, G., Yaguache, J., Mier, C., Barrazueta, P., González, V., Ortiz, C., ... & Samaniego, S. (2013). Anuario de las Empresas de Comunicación de Ecuador. UTPL.

Díaz, R. L. (2016). Hacia un modelo teórico de coproducción periodística en la prensa en línea. *Quórum Académico*, 13(1), 52-66.

DIEZHANDINO, Ma P. (1994). El quehacer informativo: el “arte de escribir” un texto periodístico: algunas nociones válidas para periodistas. Bilbao: Servicio Editorial Universidad del País Vasco.

Donaduzzi, S., Colomé Beck, C. L., Heck Weiller, T., Nunes da Silva Fernandes, M., & Viero, V. (2015). Grupo focal y análisis de contenido en investigación cualitativa. *Index de Enfermería*, 24(1-2), 71-75.

Durán, L. C. La comunicación como proceso cultural. Pistas para el análisis.

Echeverría, J. (2009). Tratamiento informativo de los principios básicos. Recuperado de:

file:///C:/Users/Usuario/Downloads/DialnetTratamientoInformativoDeLosPrincipiosBasicosOrgani-3719787%20(9).pdf

Eggeling Torres, M. N. (2015). *COMPETENCIAS EN TECNOLOGÍAS DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN DEL PERIODISTA DIGITAL DE LOS MEDIOS TRADICIONALES* (Bachelor's thesis).

Eiroa, M. (2014). *Historia y Periodismo: interrelaciones entre disciplinas*.

Escandón Loor, K. G. (2019). *Estilo periodístico del diario digital la posta, caso ministerio de la muerte* (Bachelor's thesis, BABAHOYO: UTB, 2019).

FERNÁNDEZ-REYES, R. (2010a). *La sostenibilidad: una nueva etapa en el periodismo ambiental y en el periodismo en general. DELOS*, 3 (8).

Galindo, J. A. G., & Naranjo, A. C. (2016). La crónica en el periodismo narrativo en español. *Revista FAMECOS: mídia, cultura e tecnologia*, 23.

Galindo, J. (2004). Apuntes de historia de una Comunicología posible. Hipótesis de configuración y trayectoria. Recuperado de: <http://www.geocities.com/arewara/arewara.htm>

Gissel, J., & Mero, T. (2020). *Tratamiento informativo realizado por las ediciones digitales komsomolskaya pravda, el país, the new york times y the sun, sobre la detención de Julian Assange, abril–septiembre 2019* (Bachelor's thesis, Universidad Nacional de Chimborazo, 2020).

Guerrero Bejarano, M. A. (2016). La investigación cualitativa.

Gómez, H. A. Q. (2015). Enseñanza de la escritura digital: aspectos formativos para el periodismo científico. *Educere*, 19(63), 405-418.

González Casanova, L. M. (2018). Análisis comparativo del tratamiento informativo sobre el caso de los “Mamanivideos” en los diarios El comercio y Ojo, marzo-abril 2018.

GONZÁLEZ RÍO, María José. 1997. Metodología de la investigación social. Técnicas de recolección de datos. Aguacalera. Madrid (España).

González-Teruel, A. (2015). Estrategias metodológicas para la investigación del usuario en los medios sociales: análisis de contenido, teoría fundamentada y análisis del discurso. *El profesional de la información*, 24(3), 321-328.

Grossi, G. (2007). La opinión pública [Public opinion]. Madrid: CIS.

GRIJELMO, Álex. 1997. El estilo del periodista. Editorial Taurus. Madrid España).

Hamelink, C. J., & Nordenstreng, K. (2016). Estudiando la historia a través de la Asociación Internacional para el Estudio de la Comunicación Social (IAMCR). *Disertaciones: Anuario electrónico de estudios en Comunicación Social*, 9(2), 2.

Gutiérrez, L. I. S. (2016). La paradójica centralidad de las teorías de la comunicación: debates y prospectivas. *Palabra Clave*, 19(1), 15-56.

Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2010). Metodología de la Investigación. México D.F.: McGraw-HILL / Interamericana Editores, S.A. de C.V.

Hernández-Santaolalla, V. (2019). *Los efectos de los medios de comunicación de masas*. Editorial UOC.

Herrera, C. D. (2018). Investigación cualitativa y análisis de contenido temático. Orientación intelectual de revista *Universum*. *Revista general de información y documentación*, 28(1), 119.

Isassi, J. A. G., & Treviño, F. (2015). Cambio climático y ecosistemas digitales: Las narrativas transmedia como nuevas prácticas comunicativas. *Razón y Palabra*, 19(91).

Krippendorff, K. (1980). *Content Analysis: An Introduction to its Methodology*. Newbury Park: Sage Publications.

Larena, A. (2010). Periodismo Ambiental, piensa globalmente e informa localmente, In R. Trotti y S. Gonzales (Coords.), **Periodismo ambiental. Riesgos y oportunidades en la cobertura informativa** (pp. 6-19). Miami: Sociedad Interamericana de Prensa.

Larrea, C. (2009). *Introducción a los Géneros Periodísticos*. Riobamba: Universidad Nacional de Chimborazo [Casa de la Cultura Ecuatoriana “Benjamín Carrión”, núcleo de Chimborazo].

Lasswell, H. (1985). *Estructura y función de la comunicación en la sociedad* (2a ed.). Barcelona: Moragas Spá. Recuperado el 12 de Marzo de 2019

López, F. (2002). Métodos y técnicas de investigación cuantitativa y cualitativa. Universidad de Huelva. *Revista de Educación XXI*, 4, 173.

López-Meri, A. (2016). Periodismo en Twitter: La contribución de los usuarios al flujo informativo. *Cuadernos. info*, (39), 241-257.

López, N., & Sandoval, I. (2016). Métodos y técnicas de investigación cuantitativa y cualitativa.

Martín Serrano, M. (2009). *La producción social de comunicación*. Madrid, España: Alianza Editorial (Trabajo original publicado en 1986).

MARTÍNEZ ALBERTOS, José Luis. *Curso general de redacción periodística. Lenguaje, estilos y géneros periodísticos en prensa, radio, televisión y cine*. Madrid: Paraninfo, 2000.

Martínez A., José Luis. (1983). *Curso General de Redacción Periodística*. Mitre. España.

Maturana, J. (2011). *Historia de Internet*. Recuperado de: https://www.muycomputer.com/2011/03/14/actualidadesespecialeshistoria-de-interne-1990-1999_we9erk2xxdd26wxifnul2ijbfv6ew_ikfzcytt2p0d440u5dug2t41nrhe_vwp34/

McCombs, M., Shaw, D. & Weaver, D. (Eds.). (1977). *Communication and democracy: Exploring the intellectual frontiers in agenda-setting theory*. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum.

McQuail, Denis (2000) *Introducción a la teoría de la comunicación de masas*. Barcelona: Paidós.

Medécigo-Daniel, U., & Araiza-Díaz, A. (2018). El objeto de estudio de la comunicación. Un recorrido teórico y epistemológico. *Edähi Boletín Científico de Ciencias Sociales y Humanidades del ICSHu*, 7(13), 1-13.

Mendonça, T. (2012). Formación y producción periodística en Internet: desafíos y perspectivas en el escenario brasileño. Obtenido de: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=64923563003>

Merlos, K., Ramírez, F. y Serrano, O. (2012). Tratamiento informativo que La Prensa Gráfica y El Diario de Hoy hacen de la violencia contra la mujer en el período de enero a febrero de 2012 (Tesis de Licenciatura, Universidad de El Salvador). Recuperado de: <http://ri.ues.edu.sv/id/eprint/2636/1/Tratamiento%20Informativo%20que%20la%20Prensa%20Gr%C3%A0fica%20y%20El%20Diario%20de%20Hoy%20hacen%20de%20la%20Violencia%20Contra%20la%20.pdf>

Moncayo Rivadeneira, N. M. (2016). *Estado del arte del periodismo digital en revistas indexadas del 2012 al 2015* (Bachelor's thesis).

Montiel Maryalejandra y Villalobos Fernando (2005). La formación de periodistas en el siglo XXI. Revista latinoamericana de Comunicación Chasqui, 90, 2-9. Ecuador. Recuperado el 25 de agosto del 2014 en http://repositorio.ciespal.org:8080/bitstream/123456789/1273/3/CIESPAL_Chasqui_La_formacion_de_los_periodistas_en_el_siglo_XXI._Retos_y_desafios._Periodistas_para_la_era_digital.pdf

Moreno-Gudiño, B. P., Márquez-Domínguez, C., Ruiz-Onofre, D. C., Aguirre-Hernández, G. P., & Fernández-Holgado, J. Á. (2019). El uso de los géneros periodísticos. Estudio de caso: El Comercio de Ecuador. *Revista Ibérica de Sistemas e Tecnologías de Informação*, (E20), 683-695.

Navarrete Montes, A. E. (2016). *Periodismo digital en Ecuador. La transición hacia nuevas formas de periodismo: Análisis de imagen del tratamiento informativo de la versión impresa y digital del diario El Comercio* (Bachelor's thesis, Quito: UCE).

Núñez, Y. R., & Moreno, O. C. (2016). Comunicación y conservación ambiental: avances y retos en Hispanoamérica. *Revista Latina de Comunicación Social*, (71), 15-39.

Pacheco Martínez, M. C. (2020). *Estrategias de comunicación organizacional para apoyar la gestión administrativa de la Junta Provincial de Defensa del Artesano, cantón Guaranda, provincia Bolívar, año 2019* (Bachelor's thesis, Universidad Estatal de Bolívar. Facultad de Ciencias Administrativas, Gestión Empresarial e Informática, Carrera de Comunicación Social).

Parra, E., Sánchez-Gómez, M. C., García-Peñalvo, F. J., Muñoz Sánchez, J. L., Martín-Cilleros, M. V., Franco, M., & Pinto Bruno, Á. (2017). Análisis de contenido cualitativo: Estudio de la satisfacción de los usuarios sobre la presentación de un nuevo medicamento en la salud pública.

Peters, J. D. (1999). *Speaking into the air. A history of the idea of communication*. Chicago & London: The University of Chicago Press.

Piedra-Salomón, Y. (2016). Campo científico de la comunicación: Análisis del dominio.

Piñeiro, C. (2008). "En el jardín de la comunicación ambiental: aprendiendo del diálogo". En: Riechmann, J. (Coord.). *¿En qué estamos fallando?: cambio social para ecologizar el mundo*. Barcelona: Icaria, pp. 239-292

Piñuel, J. L. (2002). Epistemología, metodología y técnicas del análisis de contenido. *Estudios de Sociolingüística*, 3(1), 1-42.

Polo, M. P. (2015). Ceremonial y protocolo: métodos y técnicas de investigación científica. *Opción*, 31(1), 1137-1156.

Pulido Polo, M. (2015). Ceremonial y protocolo: métodos y técnicas de investigación científica.

Ramírez, M. E. G. (2015). De la cultura de masas a la cultura mediática un análisis de la media desde la comunicación.

Ramos, A. (coord.). (2017). *Periodismo del siglo XXI*. México: NOTIMEX y CONEICC. Recuperado el 28 de abril de 2020 de <http://www.notimex.gob.mx/multimedia/ebook/v2/NTXBook.pdf>

Ramos, C. A. (2015). Los paradigmas de la investigación científica. *Avances en psicología*, 23(1), 9-17.

Rizo García, M. (2010). Formación teórica en comunicación: la historia del pensamiento comunicacional en el plan de estudios de la Licenciatura en Comunicación y Cultura de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México. *Diálogos de la Comunicación*, 80, 3. Recuperado el 23 de marzo de 2015 de <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3719691> (Fecha de consulta: marzo 23 de 2015).

Rodríguez Cárcela, R. M. (2016). La prensa de sucesos en el periodismo español. *RIHC: revista internacional de Historia de la Comunicación*, 6, 22-44.

Rodríguez Jiménez, A., & Pérez Jacinto, A. O. (2017). Métodos científicos de indagación y de construcción del conocimiento. *Revista EAN*, (82), 179-200.

Rodrigo, M. (1995). *Los modelos de la comunicación*. Madrid: Editorial Tecnos.

Rubio, A. B., & Ayala, W. R. Z. (2015). Convergencia Digital: Nuevos perfiles profesionales del periodista. *Anagramas Rumbos y Sentidos de la Comunicación*, 13(26), 221-240.

Salaverría, R. (2004). Prensa/ diseñando el lenguaje para el ciberperiodismo. *Revista Latinoamericana de Comunicación CHASQUI*, 39.

Sánchez, A. S. T. (2018). Los retos de la enseñanza universitaria del periodismo digital emprendedor en México. *Global Media Journal*, 15(29), 5-21.

SÁNCHEZ DE LA NIETA, Miguel Ángel. 2011. "La creación de valor del periodismo en el escenario informativo de la era Internet" en FLORES VIVAR, Jesús Miguel (Ed.).

Estado del arte en la construcción del ciberperiodismo. pp. 157-172. Ed. Fragua, Madrid (España).

Santoro, E. (1986). Efectos de la comunicación. Quito: CIESPAL.

Saperas, E. (1998). Manual básico de teoría de la comunicación. Barcelona: Editorial CIMS 97.

Sarduy, Y. (2006). El análisis de información y las investigaciones cuantitativa y cualitativa. Escuela Nacional de Salud Pública. El Vedado. La Habana 10400, Cuba. Recuperado el 21 de enero de 2019 de: https://www.scielosp.org/scielo.php?pid=S0864-34662007000300020&script=sci_arttext&tlng=pt

Sierra, F. (2018). Teorías sociales de la Comunicación. COMPOLÍTICAS. Departamento de Periodismo I. Universidad de Sevilla. Recuperado el 21 de enero de 2020 de: <https://www.compoliticas.org/wp-content/uploads/2018/02/TEOR%C3%8DASSOCIALES-DE-LA-COMUNICACI%C3%93N.pdf>

Shannon, C. E. (1948). A mathematical theory of communication. Bell system technical journal, 27(3), 379-423.

Talavera, M. d. M. L. (2012). La ética periodística en el tratamiento informativo de la inmigración. Cuadernos De Información y Comunicación, 17, 339-354. Recuperado el 14 de julio <https://search.proquest.com/docview/1425872204?accountid=36757>

Teso Alonso, G., Fernández-Reyes, R., Gaitán Moya, J. A., Lozano Ascencio, C., & Piñuel Raigada, J. L. (2018). Comunicación para la sostenibilidad: el cambio climático en los medios. Fundación Alternativas.

Toapanta, G., & Jeanneth, S. (2020). Gestión de la Imagen Corporativa para las Artes Escénicas: estrategia de comunicación para grupos de danza folclórica en facebook e instagram. Caso: Grupo de Danza Folclórica “Tamia Suyay” de la ciudad de Latacunga (Bachelor's thesis, Quito: UCE).

Valdettaro, S. (2015). *Epistemología de la comunicación: una introducción crítica*. UNR Editora. Editorial de la Universidad Nacional de Rosario.

Valdivieso Meneses, N. Y., & Muñoz Cárdenas, P. E. (2015). *Estudiar si las manifestaciones culturales de Ibarra son visibilizadas en los medios de comunicación de la ciudad* (Bachelor's thesis).

Valenzuela Polanco, M. J. (2020). *Periodismo ambiental en Colombia: Análisis comparativo sobre el cubrimiento de los diarios web El Tiempo y El Espectador* (Doctoral dissertation, Universidad del Rosario).

Vargas-Gutiérrez, Y., & Alvarado, G. P. (2018). *Comunicación y cultura organizacional: perspectivas, tendencias y posibles rutas teóricas*. *Razón y Palabra*, 22(1_100), 821-836.

Valles, M. (2003). *Técnicas cualitativas de investigación social. Reflexiones metodológicas y práctica profesional* (3ª Reimpresión). Madrid: Síntesis Sociológica.

Velasco, A., Nosnik, A. (1988). *Comunicación organizacional práctica*, México: Trillas.

Vidales Gonzáles, C. (2017). *De la comunicación como campo a la comunicación como concepto transdisciplinar: historia, teoría y objetos de conocimiento*. *Comunicación y sociedad*, (30), 45-68.

Vizer, E., & Vidales, C. (2016). *Comunicación, campo (s), teorías y problemas: una perspectiva internacional*. Salamanca: Comunicación Social.

Yúfera Gómez, I., García Asencio, M. Á., & Polanco Martínez, F. (2013). *El léxico jurídico en el Periodismo Digital: Mecanismo de Clarificación*. LEA, Universidad de Barcelona.

ANEXOS

MATRIZ DE RECOLECCIÓN DE DIAGNÓSTICO



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

MES		
Fecha	Titular	Link
TOTAL NOTICIAS		

Fuente: Elaboración propia.

MATRIZ DE ANÁLISIS DE CONTENIDO



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

GÉNERO PERIODÍSTICO	
A	Nota Informativa
B	Crónica
C	Editorial
D	Comentario
E	Entrevista
F	Reportaje
G	Columna
H	Opinión

VALORACIONES	
A	Indignado
B	Triste
C	Indiferente
D	Sorprendido
E	Contento

ELEMENTOS DE AYUDA GRAFICA Y AUDIOVISUAL	
A	Fotografía
B	Capturas
C	Infografías
D	Audios
E	Videos
F	Hipervínculos

D ía	Te ma	Género Periodístico								Elementos de Ayuda Grafica y Audiovisual						Valoraciones					Visualizaciones		¿Te sirvió esta noticia?	
		A	B	C	D	E	F	G	H	A	B	C	D	E	F	A	B	C	D	E			S	N

Fuente: Julio Bravo Mancero / Elaboración propia.

MATRIZ DE ANÁLISIS DE CRONOLOGÍA



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

MES			
Fecha	Título	¿Qué dijo?	¿Cómo lo dijo?

Fuente: Julio Bravo Mancero / Elaboración propia.

MATRIZ DE ENTREVISTAS



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

Nombre del entrevistado	
¿Quién es?	
Fecha de realización	
Hora	
Lugar	
Medio	
Observaciones	

Fuente: Julio Bravo Mancero

**CUESTIONARIO O GUÍA DE ENTREVISTA A ARTURO LARENA
(DIRECTOR DE EFEVERDE Y EFEFUTURO DE LA AGENCIA EFE.)**



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

1. ¿Considera usted que existe un tratamiento adecuado de los contenidos sobre ecología en los medios de comunicación?
2. ¿Qué parámetros se deberían tomar en cuenta para colgar los contenidos de ediciones física en las plataformas digitales?
3. ¿Cree usted que se le da relevancia informativa al contenido ecológico en los medios de comunicación?
4. ¿Considera usted que el periodismo ecológico existe como tal o es visto como un tema tratado desde el activismo?
5. ¿Considera usted que se le da verdadera relevancia al contenido ecológico en los medios de comunicación o es utilizado como un relleno noticioso?
6. ¿En que beneficia el uso de plataformas digitales a la hora de difundir contenido?
7. ¿Con que frecuencia y con qué parámetros de cercanía considera usted debería escribirse los contenidos ecológicos para que sean beneficiosos para el público?
8. ¿Considera usted que en Ecuador existe interés por parte de los medios de comunicación en temas ecológicos?
9. ¿Cree usted que la falta o poca falta de interés de los medios de comunicación en temas ecológicos se deba a intereses políticos o económicos?
10. ¿En que beneficia a la sociedad que los medios de comunicación se interesen y hablen sobre periodismo ecológico?
11. ¿Se puede hablar de periodismo ecológico solo desde la perspectiva de una noticia sorbete?
12. ¿Qué se necesita desde los medios para convertir al periodismo ecológico en un tema de relevancia social?
13. ¿Cuál es la clave para topar otros temas noticiosos desde una perspectiva ecológica?

**CUESTIONARIO O GUÍA DE ENTREVISTA A MARÍA TERESA
MERCADO (PROFESOR AGREGADO E INVESTIGADOR PRINCIPAL,
EN COMUNICACIÓN E INFORMACIÓN PERIODÍSTICA EN LA
UNIVERSIDAD CEU CARDENAL HERRERA)**



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

1. ¿Qué connotación social tiene el tratamiento de contenido ecológico en los medios de comunicación?
2. ¿Qué beneficio puede suponer la difusión de contenido ecológico en la sociedad?
3. ¿Cree usted que el periodismo ecológico debe ser un tema prioritario en los medios de comunicación?
4. ¿Qué considera usted más adecuado que un periodista escriba contenido ecológico o que esa actividad sea desempeñada por un ambientalista?
5. ¿Cree que es importante enseñar en las aulas, el periodismo ecológico como una especialización de la profesión?
6. ¿Cuál es la razón de que en la actualidad en periodismo ecológico siga siendo visto como un tema de activismo?
7. ¿Cuál es el beneficio y prejuicio que conlleva el uso de plataformas digitales a la hora de difundir contenido noticioso?
8. ¿Considera usted que existe diferencia en el uso de géneros periodísticos a la hora de escribir para una edición impresa y una plataforma digital?
9. ¿Cuál cree usted sea la razón por la cual los contenidos ecológicos no se presentan con el mismo interés que se presenta un tema deportivo o político?
10. ¿Considera usted que la utilización de material de ayuda gráfica o audiovisual beneficia la difusión de contenido noticioso?
11. ¿Se puede hablar de periodismo ecológico de manera positiva, aun cuando la situación del echo noticioso es negativa?
12. ¿Qué características convierten a un contenido en un tema de relevancia social?
13. ¿Considera que puede ser asertivo topar otros contenidos desde una perspectiva ecológica?

**CUESTIONARIO O GUÍA DE ENTREVISTA A JORGE CRUZ (MASTER
EN INVESTIGACIÓN DE TEMAS DE CULTURA DIGITAL Y MEDIOS
DIGITALES)**



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

1. ¿Bajo qué parámetros cree usted se cuelgan los contenidos de ediciones físicas en las plataformas digitales?
2. ¿Qué características dentro del tratamiento informativo debe reunir un contenido ecológico?
3. ¿Considera usted que es importante informar sobre temas ecológicos?
4. ¿Qué valores periodísticos se deben tomar en cuenta antes de replicar una información con contenido ecológico?
5. ¿Cuáles son las principales fuentes de procedencia, que se debe tomar en cuenta, para escribir sobre contenido ecológico?
6. ¿Qué beneficio le da el uso de plataformas digitales, a un medio de comunicación tradicional, en la difusión de contenidos noticiosos?
7. ¿Qué características deben presentar los contenidos en estas plataformas para ser beneficiosos para los usuarios?
8. ¿Cree que existe una diferencia entre los contenidos publicados en las ediciones impresas con los contenidos publicados en las plataformas digitales?
9. ¿Existe diferencia en el uso de géneros periodísticos al momento de escribir una noticia para la edición impresa y la digital?
10. ¿Bajo qué parámetros de reticularidad se deben manejar las páginas web a la hora de difundir contenido noticioso?
11. ¿Considera que se puede hablar de periodismo ecológico sin recaer en el amarillismo?
12. ¿Piensa usted que el periodismo ecológico es un tema de relevancia social?
13. ¿Está de acuerdo o no en que se puede topa distintos contenidos desde un enfoque ecológico?