

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA

CARRERA:

COMUNICACIÓN SOCIAL

Trabajo de titulación previo a la obtención del título de:

LICENCIADA EN COMUNICACIÓN SOCIAL

TEMA:

**INFLUENCIA DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN NATIVOS DIGITALES EN
LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN TRADICIONALES ECUATORIANOS**

AUTORAS:

ANDREA CRISTINA MANTILLA LOGROÑO

MARÍA CRISTINA SÁNCHEZ REYES

DIRECTOR:

JAIME RAMIRO MOREJÓN VALLEJO

Quito, septiembre 2021

CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR

Nosotras María Cristina Sánchez Reyes, con documento de identificación N° 1725649576 y Andrea Cristina Mantilla Logroño con documento de identificación N° 1723489637, manifiesto nuestra voluntad y cedemos a la Universidad Politécnica Salesiana la titularidad sobre los derechos patrimoniales en virtud de que somos autoras del trabajo de titulación intitulado: “Influencia de los medios de comunicación nativos digitales en los medios de comunicación tradicionales ecuatorianos,” mismo que ha sido desarrollado para optar por el título de: Licenciada en Comunicación Social con mención en Comunicación para el Desarrollo, en la Universidad Politécnica Salesiana, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente.

En aplicación a lo determinado en la Ley de Propiedad Intelectual, en mi condición de autoras reservamos los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia, suscribo este documento en el momento que hago entrega del trabajo final en formato digital a la Biblioteca de la Universidad Politécnica Salesiana.



Andrea Mantilla

1723489637



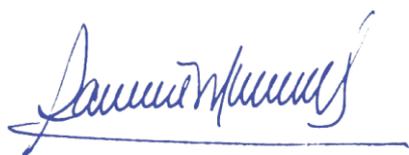
Cristina Sánchez

1725649576

Declaratoria de coautoría del docente tutor/a

Yo Jaime Ramiro Morejón Vallejo declaro que bajo mi dirección y asesoría fue desarrollado el artículo académico, Influencia de los Medios Nativos Digitales en los Medios Tradicionales Ecuatorianos, realizado por Andrea Cristina Mantilla Logroño, María Cristina Sánchez Reyes, obteniendo un trabajo que cumple con todos los requisitos estipulados por la Universidad Politécnica Salesiana, para ser considerados como trabajo final de titulación.

Quito, agosto, 2021



Jaime Ramiro Morejón Vallejo

1720575339

Quito, 11 de junio del 2021

AUTORIZACIÓN

Yo, Gabriela Gómez Toaza cédula de identidad: 1721943007, Productora multimedia y articulista de La Wambra medio digital comunitario, autorizo a las señorita Andrea Cristina Mantilla Logroño con cédula de identidad: 1723489637 y a la señorita Cristina Sánchez con cédula de identidad: 1725649576, egresadas de la carrera de Comunicación Social de la Universidad Politécnica Salesiana a que haga uso de la entrevista efectuada a mi persona.

Tema: Influencia de los medios de comunicación nativos digitales en los medios de comunicación tradicionales ecuatorianos.

Entrevista realizada el 5 de julio del 2021, en la ciudad de Quito, ya que dicha información es necesaria para su trabajo de titulación.

Atentamente.



Gabriela Gómez

1721943007

Quito, 12 de julio del 2021

AUTORIZACIÓN

Yo, Ana Gabriela Oquendo cédula de identidad: 1726293077, periodista de La Posta, autorizo a las señoritas Andrea Cristina Mantilla Logroño con cédula de identidad: 1723489637 y a la señorita Cristina Sánchez con cédula de identidad: 1725649576, egresadas de la carrera de Comunicación Social de la Universidad Politécnica Salesiana a que haga uso de la entrevista efectuada a mi persona.

Tema: Influencia de los medios de comunicación nativos digitales en los medios de comunicación tradicionales ecuatorianos.

Entrevista realizada el 5 de julio del 2021, en la ciudad de Quito, ya que dicha información es necesaria para su trabajo de titulación.

Atentamente,

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Ana Gabriela Oquendo', with a circular stamp or seal partially visible behind it.

Ana Gabriela Oquendo.

1726293077

DEDICATORIA

Este trabajo de titulación lo dedico con todo el cariño del mundo a Dios, a mis padres, a mi familia y principalmente a mi adorada hija Lía Martina, ya que ha sido mi empuje diario para lograr este objetivo de vida, que me lo planteé con más fuerza desde su nacimiento. Por otra parte dedico también a Gabriel Sosa quien ha estado conmigo en todo el transcurso de mi carrera y ha sido un apoyo incondicional.

María Cristina Sánchez Reyes

La elaboración de este artículo académico lo dedico principalmente a mi padre celestial, quien me levanta cada que desmayo, quien me guía a continuar, en segundo lugar, dedico este artículo a mi familia, a mi padre Cigifredo, mi madre Patricia, mi hermana Nicole, mi esposo Johnny y mi familia materna que han estado apoyándome y motivándome a continuar durante todos estos años de carrera, porque a pesar de las situaciones atravesadas siempre han estado para mí. Gracias a todos por sus palabras de aliento hoy estoy cumpliendo una de mis metas más anheladas. Gracias.

Andrea Cristina Mantilla Logroño

AGRADECIMIENTOS

Agradezco a nuestro excelente tutor de tesis, Ramiro Morejón ya que desde el día uno supo cómo guiarnos en nuestro trabajo de titulación, gracias por habernos brindado su sabiduría en este muy duro, pero satisfactorio trabajo.

María Cristina Sánchez Reyes

En primer lugar, agradezco a Dios, que es la quien me ha dado la fuerza, paciencia, fortaleza de seguir y cumplir una de mis metas a pesar de todas las circunstancias que se atravesaron en estos años, también agradezco a la Universidad Politécnica Salesiana que a lo largo de mi carrera me formaron y sobre todo a mi docente tutor que ha estado pendiente de nuestro trabajo de titulación.

Andrea Cristina Mantilla Logroño

Índice

Introducción	1
Justificación	7
Objetivo general	8
Objetivos específicos	8
Aproximaciones Teóricas	9
Escuela de Chicago	9
Escuela Latinoamericana	10
Las Tecnologías de la Información y la Comunicación: mecanismos necesarios para los medios digitales	12
Internet	14
Periodismo digital	15
Inicios del periodismo digital y características	16
Surgimiento del periodismo digital en Ecuador.....	17
Las redes sociales como medio de comunicación masiva	17
Medios de comunicación y opinión pública	19
La Posta y su reportaje denominado El Ministerio de la Muerte.....	19
Wambra Radio y su investigación sobre las Clínicas de Deshomosexualización	20
Metodología	22
Resultados	24
Análisis de Monitoreo de Noticias	24
Netnografía.....	26
Análisis de encuesta	29
Análisis de Entrevista.....	32
Conclusiones	36
Referencias	39
Anexos	46
Anexo 1: Monitoreo de noticias.....	46
Anexo 2: Netnografía.....	48
Anexo 3: Encuestas	57
Anexo 5: Entrevista: La Posta- Ana Oquendo	65
Anexo 6: Entrevista Gabriela Gómez	69
Anexo 7. Capturas de pantalla constancia de difusión de encuesta	74

Resumen

Esta investigación asumió como objetivo la identificación de la influencia de los medios de comunicación nativos digitales en los medios de comunicación tradicionales ecuatorianos. Para lo cual, se propuso realizar un estudio de los casos “Ministerio de la Muerte” en La Posta y “Clínicas de Deshomosexualización” en Wambra Radio, ambos medios nativos digitales. En el caso de La Posta, se trata de un medio nativo digital; en cambio, Wambra Radio es un medio digital cuyo origen yace en la digitalización de un medio tradicional (en este caso, la radio). Con ese fin, se realizó una investigación sobre los medios nativos digitales y los medios de comunicación tradicional, para verificar qué influencia tienen los primeros sobre los medios tradicionales. Lo que se encontró en el caso de La Posta es que logró influenciar la agenda mediática de medios tradicionales como El Universo y El Telégrafo. Además, lo más destacable es que no solo tuvo influencia en medios de comunicación tradicional, sino que los hallazgos de la investigación periodística sirvieron de fundamento para levantar una denuncia en contra de la ex ministra de Salud, Verónica Espinoza. En el caso de Wambra Radio, no hubo, realmente, una influencia marcada; más bien, lo que se evidenció es que se cambió el formato en el que, comúnmente, el tema de las clínicas de deshomosexualización había sido abarcado.

Palabras clave: Medios de comunicación digital, La Posta, Wambra Radio, agenda mediática, medios tradicionales.

Abstract

This research aimed to identify the influence of native digital media on traditional Ecuadorian media. For which, it was proposed to carry out a study of the cases "Ministry of Death" in La Posta and "Dehomosexualization Clinics" i Wambra Radio, both native digital media. In the case of La Posta, it is a native digital medium; Instead, Wambra Radio is a digital medium whose origin lies in the digitization of a traditional medium (in this case, radio). To this end, an investigation was carried out on digital native media and traditional media, to verify what influence the former have on traditional media. What was found in the case of La Posta is that it managed to influence the media agenda of traditional media such as El Universo and El Telégrafo. In addition, the most remarkable thing is that it not only had influence in the traditional media, but the findings of the journalistic investigation served as the basis for filing a complaint against the former Minister of Health, Verónica Espinoza. In the case of Wambra Radio, there was not, really, a marked influence; rather, what was evidenced is that the format in which, commonly, the topic of dehomosexualization clinics had been covered was changed.

Keywords: digital media, digital native media, La Posta, Wambra Radio, influence, media agenda, traditional media.

Introducción

El hombre, antiguamente, tuvo la necesidad de comunicarse a través de diferentes medios como son: las aves, el fuego, entre otros. A lo largo del tiempo, estas formas de comunicación han evolucionado y han facilitado el contacto entre personas, incluso aportando a la transmisión de información y conocimiento, mediante otros soportes.

Una de las primeras experiencias de transmisión de información y conocimiento surge en el siglo XV con el inicio de la imprenta, la que permitió generar publicaciones. Así otorgó inicio a la difusión de información que, con el tiempo, se volvería una de las primeras experiencias informativas, como lo es la prensa (Rueda, Galán, & Rubio, 2014).

Los procesos informativos y comunicativos siempre han presentado avances, como el caso del periódico, medio de comunicación diseñado para no perder su expresividad mediante la letra impresa, la fotografía y las ilustraciones (Rueda, Galán, & Rubio, 2014). El periódico, en relación con la información, expone la idea central de los hechos, frente a la radio que cuenta las noticias de la prensa y la televisión, con una narrativa audiovisual, y los medios de comunicación digitales, que apuestan por la multimedialidad.

La radio aparece en el siglo XIX. Los antecedentes de su invención se remontan a la propuesta de Alessandro Volta, quien proporcionó la pila voltaica gracias a la que se pudo producir la electricidad. Así fue como se construyeron los nuevos inventos tecnológicos y electrónicos, como los telégrafos, por ejemplo. En el año de 1875, se consiguió que los sonidos se pudiesen escuchar a través de un cable; Graham Bell, quien además fue el inventor de esta novedad, fue el primer receptor y de ahí surgió la idea de creación que proporcionó la radio.

La televisión aparece a finales del siglo XIX, la creación de la fototelegrafía facilitó el surgimiento de una innovadora manera de transmitir electromagnéticamente a imágenes y sonido a través de una consola (Rueda, Galán, & Rubio, 2014), a partir de 1900 se llamaría televisión lo que hoy en día nos puede transmitir información en todo el mundo. En el año de 1929 se

inauguró la primera programación televisiva a través de la emisora británica *The Daventry*; no obstante, las imágenes como el sonido seguían siendo de baja calidad en comparación a las imágenes que se ven hoy en día. .

Según Harry Pross existen tres categorías en cuanto a medios de comunicación, los primarios, secundarios y terciarios. De acuerdo con Pross (1972), son primarios aquellos medios que no requieren de máquinas para transmitirse, como la voz humana. En cambio, son secundarios los que requieren de una ayuda adicional técnica por quien emite el mensaje. Finalmente, son medios terciarios los que recurren a las máquinas para poder transmitirse (Pross, 1972, pág. 12).

Otra experiencia informativa surge con el Internet, que aparece en los años 60; en Estados Unidos, fue creada por una red solamente militar, con el objetivo de que a través de esta se pudiera conseguir información militar de cualquier parte del país. Fue en 1969 que se dio la creación de esta red, denominándose como “Arpanet”. El crecimiento fue tal, que el sistema de comunicaciones quedó obsoleto, y se amplificó convirtiéndose en el estándar de comunicacional en las redes.

En 1973 se optó por fijar conexiones con una mayor cantidad de lugares fuera de la frontera de Estados Unidos, se consideró a Noruega y Reino Unido, por ejemplo. En este mismo año, se utilizó el término Internet para referirse a la conexión. Su nombre proviene de los términos Interconnect y Network, que no es más que una red global cuya finalidad es intercambiar información entre todos los usuarios que lo manejan, mediante computadoras, *tablet*, celulares u otro tipo de aparato electrónicos. Esta red también ha tenido su evolución.

El 1G empezó en los 80, la misma llegó a conectar todo el mundo. A partir de esa conectividad llegaron a tomar vida los celulares, el 1G permitió constituir comunicaciones de voz móvil en una plataforma tecnológica analógica. No obstante, una de las limitaciones de este avance fue la posibilidad poco abierta de la incorporación de seguridad sobre comunicación.

El 2G apareció en los 90, introdujo nuevos servicios como los mensajes de texto, datos móviles iniciando con una velocidad de 14,4 Kbps. Además, si se conectaba un teléfono celular y se lo adaptaba como módem, la computadora podría obtener Internet y así poder enviar mensajes de texto.

El 3G aparece en el 2001 permitió que los usuarios, mediante el Internet y la conexión móvil, puedan realizar video conferencias o ver videos. Además, el crecimiento de esta tecnología que tenía una velocidad 2 Mbps fomentó el surgimiento de la industria móvil.

El 4G aparece en el 2009, la conexión se da con una velocidad de 4G LTE, donde el Internet es mucho más rápido para poder navegar mediante el celular, computadora u otro equipo electrónico, y poder revisar videos, descargar fotografías, navegar en redes sociales o hacer videoconferencias.

El 5G permite al usuario navegar sin ninguna dificultad, es por eso que aproximadamente podrá alcanzar una gran velocidad de conexión que llegará hasta los 10 Gbps, además que permitirá conectar varios dispositivos y poder lograr una gran conectividad en varios dispositivos.

Esta evolución del Internet ha provocado que la sociedad y el mundo entero se adapte a las nuevas tecnologías, que desde luego se han venido desarrollando de la mano con el fenómeno llamado Globalización, esto implica que en la actualidad sepamos las noticias coyunturales de nuestro país y del mundo al instante, ya que no tenemos que esperar a que llegué el periódico al siguiente día o esperar el horario del noticiero, todo lo encontramos en los medios que se adaptaron a la multimedia, interactividad e hipertextualidad.

Entre el periodo comprendido de los años 1993 y 1995, comenzó una migración en la web por parte de los medios de comunicación. Las primeras migraciones se dieron en Estados Unidos; de hecho, según Boczkowski (2006), los periódicos estadounidenses optaron por nuevas alternativas de publicación, con el fin de innovar la ya conocida comunicación impresa. De ahí

que se hayan trasladado de la prensa escrita hacia el asentamiento en la web en 1995, después de un largo recorrido de exploración de posibilidades.

La primera revista digital que dio opciones a interactuar con el usuario fue una revista publicada en Valencia en julio de 1994 llamada El Temps, esta revista que fue trabajada en un soporte físicos fue reproducida en la red. Poco a poco, muchas de las empresas informativas comenzaron a surgir y evolucionar en el mundo digital.

La nueva plataforma digital está centrada en tres características: la hipertextualidad, permite que la navegación de los contenidos a través de enlaces con la relación del texto; la multimedialidad, puede agregar a la plataforma formatos como: texto, videos, fotos, audio, animación, etc, la interactividad, los usuarios pueden interactuar con el medio, los autores y el texto. Estas herramientas han permitido a que los lectores puedan interactuar, fomentando retroalimentación en el proceso comunicativo.

En el Ecuador, mediante la llegada del Internet, los medios tradicionales optaron por migrar a las plataformas informáticas, así también nacieron los medios nativos digitales que no cuentan con espacios o soportes físicos previos a su experiencia en la red. En 1991 a través de EcuaneX, brindó el primer acceso que fue establecido por la Corporación Institucional de Comunicación Electrónica conocida también como (Intercom), en ese entonces ningún medio de comunicación tenía acceso para la utilización de las plataformas digitales.

En el transcurso de los años, varios medios de comunicación tradicionales desarrollaron las primeras experiencias con acceso al Internet, entre ellos: Diario Hoy (1995), El Comercio (1996) y El Universo (1997). Ese fue el inicio de los cambios que se produjeron en los medios de comunicación tradicionales con los grandes avances tecnológicos para poder dar una gran difusión informativa digital.

En el Ecuador, los medios tradicionales han optado por migrar sus contenidos y su difusión a las plataformas digitales. En ese entonces, los medios tradicionales publicaban los contenidos físicos se reproducían en versión digital en todas sus plataformas. El origen de los medios nativos digitales se remota al 2001.

Hoy en día, la mayoría de los diarios en el Ecuador ya tienen su espacio digital y su propia página web, los periódicos digitales en el Ecuador y sus editores aún están influenciados por el lenguaje que ocupan en la prensa escrita para poder crear notas informativas.

El Comercio, El Diario Hoy y El Universo se han acogido a esta nueva modalidad es muy importante lo que se va a publicar, producir y difundir, para así, lograr un contenido e interactividad para todos los usuarios.

En esta investigación, se analiza el trabajo periodístico de medios de comunicación nativos digitales como: La Posta, que influenció en los medios de comunicación tradicionales con el caso que se difundió el 25 de junio del 2019, relacionado con el Ministerio de Salud Pública, a cargo de la exministra Verónica Espinoza. El reportaje elaborado por este medio nativo digital se denominaba el Ministerio de la Muerte en el que se cuestionaba la adquisición de los kits de VIH que daban resultados falsos positivos y falsos negativos, por un valor aproximado de USD \$3 millones.

La Posta presentó informes de Arcsa (Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria) que declararon que las pruebas de cuarta generación debieron ser precisas con sus resultados; no obstante, se evidenció un alto índice de imprecisión ya que personas con un buen estado de salud presentaban resultados de contagio. Es un medio nativo digital que fue creado en octubre del 2017, sus principales fundadores fueron Luis Eduardo Vivanco y Andersson Boscán Pico. Este es un medio que difunde información exclusivamente por las redes sociales como Facebook, Twitter, Instagram y YouTube. En la actualidad, su red de

mayor difusión es Instagram. Es un medio digital donde ofrecen noticias y entretenimientos, donde también el usuario es permitido a interactuar con ellos y poder informarse.

Así también, analizaremos el caso de las Clínicas de deshomosexualización: Formas de tortura en el siglo XXI de Wambra Radio, publicado el 16 de septiembre del 2020, este contenido involucra también a la lucha contra la comunidad LGTBIQ (lesbiana, gay, Intersexualidad, Queer, bisexual y transgénero), ya que estas clínicas estaban denunciadas por el atropello contra gays, lesbianas, trans por gran cantidad de dinero para así lograr cambiar la identidad de género de las personas. Estas clínicas se hacen llamar como Centros de Salud o Espacios de Rehabilitación, pero dentro de ellas realizan actos de tortura para los pacientes.

Wambra Radio es un medio nativo digital que fue creado en el 2010, por Jorge Cano Cañizares. En sus inicios funcionaba como una radio online y hoy en día trabaja en lo que es la hipermedia. El interés de esta radio es la interacción y participación con comunidades urbanas. Es manejada en las redes sociales como: Facebook, Twitter, Instagram y YouTube; donde se constituyen varias alternativas informativas y relatos con coyunturas nacionales, problemáticas y realidades, de pueblos, comunidades y localidades del campo y la ciudad. En sus redes ofrecen información en torno a problemáticas relacionadas con la situación actual de derechos humanos de las mujeres, de los pueblos indígenas, de la comunidad LGTBIQ. En su página de Internet, Wambra publica contenido textual, así como los enlaces que redirigen a sus redes sociales, especialmente a Twitter y Facebook. En estas redes sociales ofrecen noticias sobre política, economía y derechos humanos.

Se escogió analizar, a profundidad, la difusión de los reportajes de La Posta y Wambra en Facebook y YouTube debido a que estas plataformas son los espacios en donde cada medio nativo digital difunde sus contenidos con mayor frecuencia.

Justificación

Con la revolución tecnológica, los medios tradicionales han tenido que adaptarse creando blogs, páginas web, radios digitales e integrándose en las redes sociales. Así, es importante estar al tanto de cómo influyen los medios nativos digitales en la forma de comunicar con su característica más importante que es la inmediatez, así también, los medios tradicionales se adaptan al cambio con la finalidad de comunicar.

En los últimos años, el periodismo nativo digital ha evolucionado y en conjunto los periodistas y comunicadores, así también, las grandes empresas de comunicación que se adecuan a las nuevas plataformas digitales. Uno de ellos, los medios nativos digitales que surgen en estas plataformas, con la finalidad de informar al lector con textos sencillos, imágenes, audio, vídeo que facilitan la comprensión e interpretación de cada usuario. Además, según Costales (2013), por el aumento del uso y acceso a Internet, junto con los avances tecnológicos en Ecuador, varios aspectos de la vida cotidiana se han modificado; como, por ejemplo, el acceso a la información, el entretenimiento y la comunicación.

La importancia de analizar estos casos como son las Clínicas de Deshomosexualización y el Ministerio de la Muerte que surgieron en los medios digitales. Por lo tanto, la justificación principal de esta investigación es que se debe conocer cómo los medios nativos de comunicación digital pueden llegar a imponer una agenda mediática a los medios tradicionales. Para ello, habrá que tomar en cuenta que este tipo de medios suelen recurrir a otros estilos de narración y narrativa, así como otras prácticas de producción y difusión que despiertan el interés en las audiencias.

Tras realizar una investigación en los repositorios de las universidades de Cuenca, UNACH, UCE, PUCE, Católica Santiago de Guayaquil, UPS, Universidad Laica Vicente Rocafuerte se logró determinar que existen aproximadamente 8 números de tesis sobre La Posta y 6 sobre Wambra Radio; sin embargo, no existe ningún trabajo relacionado con el tema propuesto cómo

influyen los medios nativos digitales en los medios tradicionales, en los casos antes mencionados, y cómo la opinión pública tiene gran influencia.

Se escogió analizar, a profundidad, la difusión de los reportajes de La Posta y Wambra en Facebook y YouTube debido a que estas plataformas son los espacios en donde cada medio nativo digital difunde sus contenidos con mayor frecuencia. Además, porque en Facebook hay 2.89 billones de usuarios activos, mientras que en YouTube son 2.3 billones a nivel mundial (Statista Research Department, 2021); es decir, que son las plataformas más utilizadas en la actualidad.

Objetivo general

Identificar la influencia de los medios de comunicación nativos digitales en los medios de comunicación tradicionales ecuatorianos, y el nuevo enfoque que los medios nativos digitales realizan de manera diferente a los medios tradicionales. Estudio de los casos “Ministerio de la Muerte” en La Posta y “Clínicas de Deshomosexualización” en Wambra Radio.

Objetivos específicos

- Investigar los medios nativos digitales y medios de comunicación tradicionales para entender la influencia que pueden realizar los primeros sobre los últimos.
- Analizar los casos del “Ministerio de la Muerte” en la Posta y las “Clínicas de Deshomosexualización” en Wambra Radio 2018-2020 para determinar su influencia en los medios de comunicación tradicionales.
- Realizar una propuesta de características que deben tener los contenidos periodísticos para imponer agenda mediática y despertar el interés de la sociedad ecuatoriana.

Aproximaciones Teóricas

Para el desarrollo de esta investigación se ha elegido las Escuelas de Chicago y la Latinoamericana con la finalidad de estudiar y comparar los casos de los medios nativos digitales analizadas. Para así, comprobar que actualmente este tipo de medio impone su agenda mediática en los medios tradicionales.

Escuela de Chicago

Entre 1915 y 1940, estudiantes y profesores de la Universidad de Chicago realizaron trabajos de investigación en el ámbito de las Ciencias Sociales. El estudio se enfocó en la sociología urbana y su vinculación con los problemas de la Universidad de Chicago; en particular, respecto de la delincuencia causada por el incremento de las urbes y de las cifras migratorias. El enfoque propuesto para estudiar este tipo de fenómenos es lo que se constituye como la escuela de Chicago. La manera en la que se investiga el fenómeno social urbano se basa en la observación participante del investigador. De aquí se desprende una influencia significativa en el progreso de los métodos originales de investigación en la etapa contemporánea de la Sociología.

Lo que la Escuela de Chicago promueve es que, con fines científicos, se recurra a la utilización de procedimientos para interpretar la realidad social; lo cual, corresponde a la búsqueda de la aproximación científica en el campo de las ciencias sociales. En la actualidad, al acercarse al paradigma interpretativo por el que se orienta la investigación cualitativa, se debe indagar los orígenes de la proposición epistemológica. En tal sentido, las principales ideologías que fundamentan la Escuela de Chicago son el interaccionismo y el pragmatismo. La escuela de Chicago se puede describir como la conjunción de la filosofía pragmática. Debido a que propone una orientación política reformista a las posibilidades democráticas en condiciones de industrialización y urbanización; es decir, la realización parcial desde lo teórico y la filosofía social del pragmatismo. Sus principales exponentes fueron Robert Park, John Dewey, Georg Simmel, entre otros.

La Escuela de Chicago, basada en la sociología, no se desvincula del estudio de la comunicación a diferencia de otras escuelas de la época, como la Escuela de Columbia, Toronto, Birmingham y Frankfurt (Medina, 2020). Ahora, claro que no se puede desconocer que los aportes de estas escuelas fueron significativos en la investigación de la comunicación con enfoque sociológico. No obstante, la Escuela de Chicago se caracteriza por aportar el concepto de “público” y “masa”, así como las relaciones que existen entre estas palabras. Esas especificaciones ayudaron, más tarde, a entender la conceptualización del comportamiento colectivo. El análisis sociológico de la comunicación, por lo tanto, surge desde la propuesta de la Escuela de Chicago sobre la masa pública vista como un fundamento de la comunicación.

Escuela Latinoamericana

De acuerdo con Clavijo y Ramírez (2021), la Escuela Latinoamericana surgió a mediados del siglo 20, durante la década de los sesenta, que coincide con el declive de la Escuela de Chicago. Los primeros países donde se gesta son Brasil y Argentina. Desde su inicio en América Latina se ha desarrollado un rol de liderazgo reflexivo que influye tanto en la comunicación como en la cultura. Lo que la Escuela Latinoamericana propone es el reconocimiento de una posición que surge de la geopolítica del conocimiento. Para, de esa manera, lograr comprender el movimiento de los centros hegemónicos de producción y distribución del conocimiento mundial. Específicamente, plantea que la comunicación debe ser horizontal; es decir, un proceso de interacción basado en el intercambio voluntario de experiencias bajo condiciones de participación, diálogo, acceso libre e igualitario.

Lo más característico de la Escuela Latinoamericana es la reproducción de destrezas ya adquiridas en el campo de la investigación en comunicación; es decir, promover el desarrollo investigativo en esta rama del conocimiento, partiendo de lo que ya ha sido propuesto con anterioridad. Por lo tanto, la investigación en comunicación es un proceso de evolución, pero que ha dependido tanto de condiciones políticas como sociales en constante cambio. Por lo

tanto, la propuesta de la Escuela Latinoamericana es motivar que la comunicación es un diálogo para facilitar la visibilización de experiencias que no son siempre adoptadas por los medios tradicionales. Es decir, que se contrapone con la Escuela de Chicago ya que no mira la comunicación como un medio para influir en la opinión pública o en el comportamiento de las masas; sino que se busca permitir la construcción de su “propio entorno mediante la participación” (Clavijo & Ramírez, 2021). Wambra Radio cumple con este rol de visibilización y participación de la comunidad en el proceso de la comunicación; es decir, que no busca inferir en la opinión pública, sino que su propósito es presentar la realidad de problemáticas de grupos minoritarios que, por mucho tiempo, no han sido incluidas en la agenda mediática tradicional.

La propuesta principal de esta Escuela es la conceptualización de los micromedios como solidarios, libres de patrones e ideologías, así como surgentes. Los micromedios conforman la comunicación distinta y creativa, la cual es accesible e interesante logrando mantener la atención y transmisión de un mensaje. Esto no es algo que ocurre con La Posta, debido a que el patrón que sigue es marcado por un carácter fogoso, casi burlesco. El caso de Wambra es menos ideológico, sin embargo, también sigue patrones marcados en favor del feminismo y derechos de grupos minoritarios; no obstante, plantea un carácter surgente que no se puede evidenciar en La Posta.

Otra propuesta de la Escuela Latinoamericana es la comunicación alternativa. Este concepto se entiende como una opción diferente para los medios tradicionales. Por lo tanto, son alternativas para hacer comunicación cuya ideología y relación dialógica de transmisión de imágenes-signos tienen un propósito diferente. Ese propósito difiere en la medida de que inserta una praxis transformadora de la estructura social. La comunicación alternativa es la que, frente a la estructura comercial, se contrapone debido a la finalidad de difusión de ideas y participación del público; las mismas que pueden ser religiosas, políticas y culturales. Este es el patrón más marcado en Wambra. Necesariamente, la comunicación alternativa es participativa y

horizontal; es lógico afirmar que no toda comunicación se puede considerar alternativa. Por lo tanto, un medio comunitario, entendido como aquel medio de comunicación de menor escala o de alcance local, se puede considerar alternativo; Wambra empezó como un medio comunitario, pero migró al domicilio totalmente digital. Sin embargo, no puede ser catalogado totalmente alternativo, especialmente, si no ha incorporado una perspectiva de cambio de la estructura social hegemónica; pese a que se corresponda con los valores e identidades de una comunidad específica. Es decir, el contenido no solo debe ser innovador, sino crítico. En cambio, La Posta tiene una línea más comercial, pensada en la sustentabilidad económica.

Además, esto se contrapone al abordaje de los medios de comunicación tradicional. Mientras que estos se ocupan de divulgar imparcialmente la información, los medios de comunicación alternativa fijan posiciones en distintos campos. De ahí que, en el ámbito alternativo, sea más común encontrar medios surgentes que abordan temáticas que, comúnmente, no se encuentran en la agenda mediática de los tradicionales. Por lo que, a largo plazo, se facilita la discusión crítica gracias a estos espacios de interacción comunicativa.

Las Tecnologías de la Información y la Comunicación: mecanismos necesarios para los medios digitales

Los medios digitales funcionan gracias a la existencia de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC). Básicamente, las TIC se desarrollan como una estructura sistematizada que conjuga tanto la telecomunicación como la informática; las mismas que permiten la información, comunicación, tratamiento, producción y acceso. De manera general, se puede decir que las TIC, además, giran en torno a la microelectrónica; además, se componen de la interacción e interconexión, lo cual permite que se consigan nuevas realidades comunicativas (Cabrera, 2010). Las características más destacables de las TIC son: (i) la capacidad de almacenamiento de una gran cantidad de información; (ii) formas de comunicación entre individuos innovadoras, que se basan en redes y telemática; (iii) la capacidad de tratamiento de

la información textual, sistemática, de símbolos, audiovisual, multimedia, hipertexto, entre otros.

Al hablar de medios digitales, se está aludiendo a los medios de comunicación por vía digital (Cabrera, 2010). Se entiende por digital a aquello que concurre tres ámbitos, “electrónica, programas de computador o software, y telecomunicaciones” (Acurio, 2011). Acosta (2018), en cambio, los define como el tipo de formatos mediante los que es posible conservar, transformar, observar y crear información en dispositivos electrónicos digitales. Por lo tanto, son medios por los que se digitaliza la información y, por ende, la comunicación. En ese sentido, para entender qué es un medio digital, se debe profundizar lo que es un medio de comunicación. Por medio de comunicación se entiende al conjunto de herramientas y procesos que tienen la intención de facilitar la interacción entre los seres humanos, para, de esa manera, garantizar el intercambio de ideas, la información y el desarrollo comunicativo. Desde el inicio de la interacción social, la humanidad ha necesitado comunicarse para lograr expresarse. Conforme el ser humano ha ido evolucionando, los medios de comunicación pasaron de ser orales a gráficos y escritos.

Desde inicios de este siglo, además, el rol de otras tecnologías ha mejorado la interacción e intercambio de información entre personas, empresas, Estado y sociedad. El teléfono celular, las redes sociales, el Internet y demás “medios utilizados para llevar información a grandes audiencias en cortos periodos de tiempo” (Torres, 2019) son los que, en la actualidad, se utilizan para la comunicación. Junto con el avance de la tecnología, el contenido de la prensa y de las empresas ya no suele presentarse, únicamente, de manera escrita; sino que ahora es factible que el sector empresarial también participe en el contexto de los medios de comunicación. Así mismo, los medios de comunicación se han ido actualizando junto con el avance de la globalización, para lograr llegar a un público más amplio. Por esta razón, se habla de medios digitales, ya que gracias a la digitalización facilitada por Internet y por las tecnologías de la

información, ha sido posible que se transmita información por diferentes vías (Cabral, 2019). Según Acosta (2018), ejemplos de medios digitales son las páginas web, blogs, redes sociales y videos online.

Por lo tanto, las TIC son una innovación que mejora las condiciones de interacción, así como de divulgación de información; esto contribuye a un mejor sistema de comunicación entre personas. Además, debido a la capacidad de almacenamiento y tratamiento de la información, es posible acceder a diversas fuentes de comunicación sin importar el espacio o tiempo, cosa que en épocas anteriores no habría sido posible. En definitiva, las TIC son el fenómeno más revolucionario de las últimas décadas.

Internet

El Internet es un neologismo, cuyo significado se corresponde con lo que se conoce como red informática descentralizada de alcance global. Además, se trata de un sistema que está constituido por redes interconectadas e incorporadas a través de distintos protocolos en los que se ofrecen recursos y servicios. Dentro de las características propias del Internet, se pueden mencionar la amplitud de formatos, sonido, video, imágenes y textos. En ocasiones, el Internet puede llegar a suplir a los medios de comunicación tradicional, debido a que garantiza un acceso a la información más inmediato que, por ejemplo, la televisión, la radio y el periódico.

Ya en la actualidad, Internet es una de las herramientas más imprescindibles para suministrar la comunicación y el intercambio de información. Internet ofrece espacios de información, así como de entretenimiento; en ese contexto, han surgido las redes sociales, que son medios de entretenimiento, ocio y socialización. Lo que las caracteriza es que se encuentran únicamente en espacios digitales, que existen gracias a Internet. Al presente, las redes sociales se han ido posicionando hasta volverse no solo medios de ocio, sino de acceso a la información. Las redes sociales facilitan la rapidez con la que los usuarios pueden alcanzar la información. Los medios digitales recurren a las redes debido a su capacidad de viralización y difusión, así como la

relevancia que los usuarios le han dado a estos espacios. Por ejemplo, Shearer y Gottfried (2017) revelaron que un porcentaje significativo de estadounidenses recurre a Facebook para encontrar información (p. 6). Por lo tanto, son espacios en los que los medios digitales se desenvuelven para llegar a sus seguidores con los distintos temas de investigación.

Además, es un espacio donde hay mucho intercambio de puntos de vista y opiniones. Facebook comenzó como un canal social donde amigos y conocidos pueden interactuar sobre sus vidas personales. Sin embargo, en los últimos años ha crecido debido a que no solo hay “3 mil millones de usuarios activos en el mundo” (Tankovska, 2021), sino también diversos medios y utilizan las redes para publicar información. Es muy similar para Twitter. Comenzó con una lógica parecida a Facebook, pero más simple y resumido; en la actualidad, es una red social en la que se puede compartir ideas cortas con un gran número de personas. Allí se evidencia el empuje por el ejercicio de la libertad de expresión. La función *retweet* es simple, pero mucho más flexible que Facebook, más rápida y fácil de usar.

Periodismo digital

Por periodismo digital se entiende a todo proceso y ejercicio periodístico que, a través de recursos tecnológicos, se divulga información hacia el público con la garantía de que la audiencia podrá recibirlo en cualquier momento o lugar; precisamente, debido a la facilidad que las TIC proponen para la comunicación. Actualmente, los medios de comunicación comparten su información gracias a herramientas tecnológicas y digitales. No obstante, para que se pueda hablar de estas como un soporte periodístico, tienen que optar por un propósito más profundo que el de la mera búsqueda de la verdad (Campo, 2007). Por lo tanto, para el periodismo digital, no solo se debe buscar la verdad y utilizar las herramientas tecnológicas para lograrlo; sino que, también, debe ser divulgada y puesta a disposición del público. Estados Unidos es uno de los primeros países en implementar este modelo de periodismo, que se caracterizó por trasladar lo que se encontraba en un medio tradicional hacia el espacio digital.

Inicios del periodismo digital y características

Lo que se entiende, actualmente, por periodismo digital surgió junto con el auge del Internet, a finales de la década de los ochenta. En esta época, también se volvió relevante la computadora y el ordenador como alternativas a los mecanismos tradicionales de la prensa. No se trata, por lo tanto, de una tendencia nueva. De hecho, existen registros que fijan en 1993 la primera publicación de información en Internet en Estados Unidos. El primer proveedor y pionero de esta modalidad de periodismo fue el diario estadounidense The Chicago Tribune. Con el tiempo, aparecieron otras versiones de esta manera de hacer periodismo desde diversos medios con una amplia trayectoria; por ejemplo, The New York Times, The Atlanta Journal and Constitution, The Chicago Tribune, Mercury Center y otros.

Ya para mediados de la década de los noventa, algunos medios latinoamericanos como la Voz del Interior, medio de comunicación argentino, empezaron a seguir el ejemplo norteamericano, e iban ingresando al mundo digital. En Ecuador, los medios Diario Hoy junto con El Comercio, se incorporaron a este espacio en 1994 y 1996 respectivamente (Alvídrez, 2016). Las principales novedades de este tipo de periodismo estaban relacionadas con las herramientas interactivas, el metamedio, la inmediatez de contenido, la cantidad de información, el público activo y participativo, la posibilidad de entrelazar otros sitios web gracias a los hipervínculos, entre otros.

Con la evolución del periodismo digital, se fundamentaron sus principales características que son la multimedialidad, la hipertextualidad y la interactividad. La primera tiene que ver con la posibilidad de integración en una sola plataforma o medio a distintos formatos (audio, texto, gráficos, videos y fotografías). La segunda, en cambio, se refiere a la capacidad de acceso a la información de manera no lineal, sino multidireccional; a través de la navegación y la integración de enlaces de información o hipervínculos. Finalmente, la tercera tiene que ver con la interacción del usuario con el medio y el autor o autores de la información.

Surgimiento del periodismo digital en Ecuador

Son seis fechas relevantes en la historia del periodismo digital en Ecuador que se deben tomar en cuenta. En 1994, el medio Diario Hoy fue el primer periódico que se incorporó a la digitalización de contenido, convirtiéndose en el primer periódico en línea del país. Dos años después, el medio El Comercio se integró en la web; no obstante, no se trata de contenido totalmente digitalizado ya que la primera publicación fue una nota escaneada de la edición impresa. En 1998, el diario La Hora se incorporó a Internet con la presentación de un sitio con tablas en HTML o Lenguaje de Marca de Hipertexto; que es una descripción textual del contenido que se encuentra publicado en una página de Internet (Lutkevich, 2020). Esto resultó novedoso ya que clasificaba y distribuía las secciones del periódico en portada, fotografías, contenido y logotipo. Finalmente, en 2007 y 2012 se unieron otros periódicos y medios de difusión nacional, entre ellos se encuentran los diarios Expreso, Extra, Ecuador Inmediato y Ecuador en vivo. Actualmente, se clasifican como medios nativos digitales a La Posta, Wambra Radio, Plan V, GK, entre otros; mientras que los demás medios tradicionales que se encuentran disponibles de manera digital se clasifican como migrantes digitales.

Las redes sociales como medio de comunicación masiva

Las redes sociales son un medio de comunicación digital masiva, debido a que son un espacio en el que un grupo de personas interactúa y crea una comunidad virtual. En ellas, se intercambia información concerniente a los intereses de cada usuario. Las más utilizadas son Facebook, Twitter e Instagram (Shearer & Gottfried, 2017). Hasta junio de 2021, respectivamente, sus usuarios activos se fijaron en 2.85 billones, 199 millones y 1 billón (Statista Research Department, 2021). Facebook es la plataforma más amplia ya que dispone la cantidad más significativa de usuarios activos a nivel mundial; su propósito es la actualización de estados, los comentarios, los likes, las reacciones y la opción de compartir. Esto es ideal para divulgar información, que es el principal objetivo de los medios de comunicación (tanto nativos digitales como tradicionales).

En el ámbito social, se ha sugerido que la difusión a través de las redes sociales es positiva. Especialmente cuando existe información de interés público que pueda generar un impacto o cambio social. Por ejemplo, en Twitter y Facebook se habló del movimiento feminista #MeToo 2017, que se viralizó como una denuncia de mujeres que habían sufrido de algún tipo de abuso (sexual, físico, o económico). En otras palabras, el desbordamiento ha hecho que el cambio social sea repetible, ya que sensibiliza a miles de personas. La viralización de #MeToo persiste hasta el día de hoy. También está facilitando una nueva generación de movimientos militantes como #Yositecreo que denuncian, sensibilizan sobre la violación y agresión sexual contra las mujeres (Muñoz, 2019). Lo importante de la viralización es que no se queda, únicamente, en el campo de las redes sociales, sino que migra hacia otros espacios como los medios digitales como tradicionales. Tal es el caso de la cobertura, del movimiento y los logros en torno a denuncias, realizada por El Financiero (México), South China Morning Post (China), Balkan Insight (República Checa), Fox News (Estados Unidos), entre otros.

Por otro lado, a mediados de 2020, se publicó el caso de George Floyd en Facebook a mediados de 2020 y se extendió hasta conmocionar al mundo por su asesinato; así como los responsables del mismo, policías estadounidenses. Además, fue una noticia cubierta por distintos medios de comunicación. (Cardoso, 2020). Este es uno de los casos más ejemplificativos de la importancia de las redes sociales como medios informativos y como mecanismos que facilitan la existencia de medios nativo digitales. Pues, el caso de Floyd demuestra que un tema que surge en redes sociales puede ser cubierto por medios periodísticos; en la actualidad, la noticia fue seguida hasta el resultado del tribunal que decidió la sentencia en el caso de Floyd. Solo por mencionar algunos, en Estados Unidos el caso fue cubierto por Los Ángeles Times, Chicago Tribune, BBC News, Fox News. Incluso en Ecuador, los periódicos El Comercio y El Universo publicaron actualizaciones respecto del caso y las movilizaciones que hubo por el asesinato de Floyd. Por lo tanto, las redes sociales actúan como un mecanismo para facilitar la comunicación y la

actividad social. Además, brindan un incentivo para que los medios de comunicación cubran los movimientos políticos y las denuncias que puedan surgir en redes sociales. Así mismo, son espacios en los que se garantiza que medios digitales como La Posta y Wambra Radio puedan difundir sus contenidos; además, no solo son espacios de difusión para medios digitales, sino que también funciona para medios tradicionales.

Medios de comunicación y opinión pública

La relación que existe entre los medios de comunicación y la opinión pública converge en la comunicación de masas, ya que es a través de los medios que se generan efectos en la sociedad. Lippman (1922) sostenía que la opinión pública es la gestación de un modelo de opinión que depende de los medios de comunicación. Por ello, argumentaba que existen medios informativos que proporcionan una ventana de conocimiento y experiencia de un evento individual, hacia uno grupal. Eso quiere decir que la opinión pública no solo responde al entorno sino a los medios informativos. Lo cual implica que depende enteramente de los medios de comunicación; aun así, resulta ser más cognitiva que racional. En el proceso de gestación de opinión pública, surgen cinco elementos que la constituye: problema, propuesta, política, programática y valoración. En cualquier escenario, la opinión pública es resultado de los medios de comunicación social que no aíslan, ni coaccionan la reacción de la población; sino que, pretenden informarla para que se genere un juicio de valor. Esto tiene relación, incluso, con la libertad de expresión y de prensa; por lo que, se entiende que pueda enfocarse a la opinión pública desde la dialéctica como desde la participación minoritaria.

La Posta y su reportaje denominado El Ministerio de la Muerte

El Ministerio de la Muerte es la denominación que recibió el reportaje del medio nativo digital La Posta, que fue publicado en la red social Facebook. El reportaje se componía de un informe detallado sobre los procesos en los que el Ministerio de Salud Pública había realizado para adquirir los kits de detección rápida de VIH desde el 2017. De acuerdo con la Organización

Mundial de la Salud (s.f.) el VIH es una infección que ataca el sistema inmune del cuerpo humano, específicamente a los glóbulos blancos CD4. En el informe se incorporan algunas observaciones sobre las irregularidades en los regímenes de contratación; así como otros problemas en el Ministerio denunciados por la ciudadanía. El reportaje elaborado por este medio nativo digital cuestionaba la adquisición de los kits de VIH que daban resultados falsos positivos y falsos negativos, por un valor aproximado de USD \$3 millones.

El reportaje fue dividido en ocho segmentos que, en su mayoría, no superan los diez minutos de duración; únicamente dos segmentos duran treinta y cincuenta minutos, pero no son reportajes como tal, sino que son entrevistas (una realizada a David Salomón y otra a una víctima – identificada como Rosario – de los abusos del Ministerio de Salud). Tan solo la primera entrega tuvo más de cuatrocientas mil visualizaciones en Facebook Watch y cerca de cinco mil reacciones. Algo similar sucedió en Facebook, cuyo número de visualizaciones llega a los veinticinco mil, casi doscientos comentarios y cerca de ochocientas reacciones.

Wambra Radio y su investigación sobre las Clínicas de Deshomosexualización

Wambra Radio es un medio de comunicación digital con origen de digitalización tradicional. Por este último concepto se comprende a aquellos medios que surgen como una digitalización de un medio tradicional (radio, televisión, periódico), pero que han evolucionado hasta volverse enteramente digitales. En 2010, surgió como una radio *online* comunitaria que abarcaba distintos temas en torno a los derechos de las mujeres y de la comunidad LGBTIQ. Con el tiempo, se actualizaron y ahora se dedican a divulgar su contenido en el ámbito de la multimedia. Además, han incluido diversos temas en torno al feminismo, la teoría de género, las acciones sociales, los movimientos culturales-sociales y la cultura independiente.

A finales de 2019, Wambra Radio publicó en Facebook una entrevista en la que se recopilaba información sobre el caso de las clínicas de deshomosexualización. A estas se les conoce como centros de conversión cuya fachada es la de clínicas de rehabilitación. Sin embargo, lo que se

esconde son centros particulares, generalmente manejado por grupos evangélicos, que llevan a cabo terapias de conversión ilegales. Además, recurren a métodos violentos como violación, shock eléctrico, privación de comida y sueño, abuso físico y psicológico, entre otros.

Metodología

Se utiliza el método inductivo, cuyo alcance es descriptivo, se recopilan datos cuantificables con preguntas cerradas, con la finalidad de obtener mayor precisión en la investigación; por otro lado, las encuestas también son online para identificar y medir el impacto de la opinión dentro del grupo objetivo.

Se realizó una revisión bibliográfica sobre los medios nativos digitales, los medios tradicionales y su influencia en la opinión pública, con la finalidad de asemejar, comprobar y corroborar la información presentada en los casos investigados para un análisis posterior.

Se realizan entrevistas; es una técnica que está basada en la interacción personal (Acevedo Ibáñez & López M, 2004). Se elabora un cuestionario con la finalidad de realizar preguntas al entrevistado para obtener información acerca de la temática, es necesario dominar la interrogación, el análisis, la interrogación y la lógica para llevar a cabo una entrevista adecuada (Morga Rodríguez, 2012). Las preguntas por realizar en la entrevista serán abiertas; mientras que, las preguntas de la encuesta serán cerradas. Entre ellas preguntas dicotómicas, que son aquellas donde la respuesta es afirmativa o negativa; es decir, si o no, el motivo es que el encuestado responda más rápido, además que se facilita la precisión en la respuesta, por otro lado, se llega a más personas. Se realiza dos entrevistas a personas que trabajan en los medios nativos de Wambra Radio, Gabriela Gómez y Ana Oquendo de La Posta.

Se utilizará la netnografía digital que es una síntesis analítica de la comunidad virtual en Internet – tecnología por la que se potencia la interactividad así como los canales de comunicación –; misma que es un fundamento de los espacios de sociabilidad (Ruiz Méndez & Aguirre Aguilar, 2015). Se observará el comportamiento de los dos medios digitales, su interrelación y comportamiento conociendo las experiencias vividas de los dos casos. De acuerdo con De Tezanos (1998), la etnografía tiene como propósito mirar el espacio inmediato de la

investigación; por lo tanto, abre la discusión en torno al rol que la objetividad juega en la producción de conocimiento.

Se realiza encuestas cerradas y online con el fin de lograr un resultado inmediato. Por otro lado, el muestreo a realizar es no probabilístico; es decir, se sectoriza a determinado grupo, que es el de la población estimada de Pichincha, comprendida entre los 18 y 45 años, entre hombres y mujeres. La información sobre las cifras de la población estimada de Pichincha se obtuvo a través de la base de datos del Instituto Nacional de Estadística y Censo (2020), que fija la población en 3.228,233. Después de la sectorización, se escogió una muestra de 375 personas. Según López y Fachelli (s.f.), la encuesta es una técnica de investigación social con el uso más extendido, especialmente en el campo sociológico; además, ya no exclusiva de la investigación científica sino que se ha convertido en una actividad presente en la vida cotidiana.

Resultados

Se realizó el monitoreo investigando en los diferentes medios de comunicación digitales de los temas como son: las Clínicas de Deshomosexualización de Wambra Radio y el Ministerio de La Muerte de La Posta, la investigación se llevó a cabo desde el 17 hasta el 21 de mayo del 2021; en las plataformas digitales se observó similitud en las noticias de los casos a tratar, así también como cada medio tiene criterio e información investigada.

Análisis de Monitoreo de Noticias

Lo que se encuentra en el (Anexo 1) es el resumen del monitoreo de cada medio de comunicación con divulgación digital respecto de los temas abarcados en los reportajes de La Posta y Wambra Radio. Para realizar el monitoreo, se clasificó el medio, la fecha, el titular y las palabras claves de cada noticia. En total se analizaron siete noticias de diferentes medios de comunicación con divulgación digital (es decir, que no son digitalmente nativos como en el caso de La Posta y Wambra Radio).

En 2012, el periódico de divulgación nacional de El Universo publicó una noticia con el titular *Ecuador investigará supuestas clínicas que ofrecen curar la homosexualidad*. En esta publicación se recorre lo concerniente al número de clínicas que podrían estar ofreciendo tratamientos de “deshomosexualización”. Es destacable el reportaje de El Universo ya que no solo es de las primeras publicaciones sobre la problemática, sino que proporciona información que otro tipo de reportajes monitoreados no mostró en su contenido. Específicamente, en cuanto al número aproximado de clínicas que estarían ofreciendo las terapias de conversión. Además, también es relevante que haga un énfasis sobre la investigación que Ecuador lleva a cabo sobre este tema; en especial, porque impone un precedente del tiempo que ha sido ignorado el problema.

El periódico de divulgación nacional de El Telégrafo publicó el 3 de enero de 2015 una noticia con el titular *Centros de deshomosexualización en Ecuador*. En ese reportaje, se resumía que

estos lugares son conocidos por internar a individuos en contra de su voluntad para “tratar” su homosexualidad. Lo que se sabe de este tipo de “centros de ayuda” es que realizan “terapias” basadas en la tortura y en la violencia física, que atentan contra los Derechos Humanos de las personas. A pesar de referirse a las terapias que se llevan a cabo, no se hace una alusión a las experiencias individuales vividas por cada una de las personas que han sido internadas en este tipo de lugares.

Dos años después de la publicación de la noticia por El Comercio, otro periódico de divulgación nacional divulgó el titular *Deshomosexualización* como parte de la columna de opinión denominada “Cartas”. No se ha registrado una cobertura posterior respecto a este tema por parte de El Comercio. Sin embargo, la opinión vertida en el artículo versa sobre la inconformidad y desaprobo de la existencia de este tipo de “clínicas” o “centros” en donde se realiza terapias de conversión.

Específicamente, la redacción de El Comercio se refiere a los traumas que generan esos mal llamados tratamientos, así como a la importancia de respetar la identidad de género. Es curioso que el medio de comunicación con mayor divulgación nacional y digital en Ecuador, El Comercio, sea el que menos énfasis le brindó a esta temática. De hecho, el tema de la deshomosexualización está abarcado como parte de un artículo de opinión. Si bien no se pretende desmerecer la legitimidad del contenido, el público que lee la sección de opinión no es tan significativo como el que consume otro tipo de noticias (Shearer & Gottfried, 2017).

El medio Informativos Ecuador publicó a finales de junio de 2018 una noticia con el titular “*Clínicas de deshomosexualización*”, un fenómeno conocido e impune en Ecuador. En el reportaje se cubre qué es lo que sucede dentro de este tipo de “centros de rehabilitación” y se detalla en qué consiste la terapia de conversión. Según el contenido, las prácticas llevadas a cabo en estos centros van desde “violaciones correctivas, hasta descargas eléctricas, privación de sueño, mala alimentación, humillaciones, así como tortura física y psicológica.

El reportaje “Ministerio de la Muerte” en La Posta tuvo una influencia mayor en los medios digitales, debido a que fue el primero en abordar el tema de la negligencia y mala administración por parte del Ministerio de la Salud. El contenido del reportaje fue difundido a mediados de 2019 y fue abordado por distintos medios de comunicación con divulgación digital. Lo más notable es que el contenido del reportaje fue tomado ya sea como fuente o como parte del titular de las noticias de medios de comunicación con divulgación nacional. Por ejemplo, Diario Correo publicó una noticia con el titular *EDITORIAL: Ministerio de la Muerte*, cuyo contenido alude a lo publicado por La Posta y los informes que presentó de ARCSA respecto a las pruebas de detección rápida de VIH que arrojaban falsos positivos y falsos negativos.

Tanto El Universo como La Hora publicaron contenido utilizando el mismo título que La Posta le asignó al reportaje. El Universo se refirió al despido de un funcionario que había demandado a La Posta. La Hora utilizó el mismo titular que La Posta sin referirse, en detalle, al contenido del medio; sin embargo, sí realiza un comentario sobre la falta de transparencia, así como en la responsabilidad del Estado para proteger la salud de las personas.

Netnografía

Se realizó una netnografía para comprender el alcance de los reportajes publicados por Wambra Radio en Facebook y YouTube que se encuentra recogida en la (Tabla 2). El caso de Wambra sobre el reportaje de las clínicas de deshomosexualización es mucho más personal y trascendental que las descripciones que otros medios de comunicación han realizado sobre el tema. En particular, porque es una entrevista con una persona que ha tratado de cerca con sobrevivientes de los abusos que se cometen en las clínicas. A pesar de ello, los likes en Facebook con los que cuenta el reportaje hasta el 18 de julio de 2021, no sobrepasaba de los veinte. Esto es preocupante debido a que, siendo un tema de interés público, no alcanzó suficiente impacto mediático en la red social de Facebook. La situación es similar para

YouTube, ya que el reportaje publicado tiene hasta el 18 de julio de 2021 treinta y dos visualizaciones y ningún like.

Probablemente, esto se puede deber a la duración del reportaje, ya que es cerca de una hora en la que se exponen los ejes principales de la investigación sobre las clínicas de deshomosexualización, así como su prohibición en virtud del Código de Salud. En una época donde se ha normalizado el consumo rápido de información, es claro que los medios de comunicación deben mantenerse actualizados para responder a los requerimientos de la globalización.

El caso de La Posta sobre el Ministerio de Salud y los kits de detección de VIH tiene un alcance muchísimo mayor que el de La Wambra. El reportaje estuvo publicado tanto en Facebook como YouTube. Lo que se desprende de la Tabla 1 es que los reportajes fueron publicados en formato video en ambas plataformas. En Facebook, se reporta 4,5 mil likes en un video de menos de diez minutos. Así como otros 1,8 mil likes en un video de menos de cinco minutos. En la actualidad, Facebook ofrece una opción para revisar diferente contenido en formato video; lo más atractivo de esto es que se puede reaccionar a la publicación e interactuar con ella. Lógicamente, este es uno de los mayores atractivos de Facebook y, por ello, tiene sentido que La Posta haya realizado sus primeras dos publicaciones en torno al reportaje en la plataforma.

Notoriamente, el usuario se engancha más rápido con un contenido dividido en episodios de poca duración. Además, la consecuencia lógica es que luego podrá interactuar con el resto de contenido ofrecido por el medio nativo digital. Esta es una estrategia inteligente por parte de La Posta y los resultados se evidencian en el alcance de likes de YouTube. En el canal del medio, se publicaron ocho videos relacionados con el tema del Ministerio de la Muerte. La mayoría de ellos no sobrepasa los diez minutos de duración, con excepción de dos videos de treinta minutos y una hora. El más extenso se corresponde con una entrevista realizada a David Salomón en la que reconoce que firmó los documentos con medicamentos erróneos y que ello

conlleva un mal manejo del sistema de salud ecuatoriano. El video de media hora, en cambio, reporta una denuncia de irregularidades y abuso sexual en el #Ministerio de la Muerte.

La cantidad de likes que se puede observar en los episodios publicados por La Posta difiere en gran manera de los conseguidos por Wambra Radio. Es posible que esto pueda deberse al manejo mediático, así como a la denominación del caso. La Posta tiene claro que los consumidores de contenido en Ecuador prefieren la farándula, la crónica roja y la información rápida. Lo último, como se ha venido discutiendo, tiene que ver con la normalización del consumo rápido de información; lo mismo que se equipara con el consumo desmedido de otro tipo de contenidos a gran velocidad. Por esa razón, se ha vuelto más atractivo para los medios, como para otro tipo de creadores de contenido, la publicación de videos más cortos.

No obstante, es realmente un reto poder comprimir el valor investigativo de un reportaje en un video de menos de quince segundos. Si bien la atención del consumidor se puede perder fácilmente después de que el video haya superado el minuto de duración, La Posta hace bien en manejar su reportaje a manera de episodios. En YouTube se evidencia que en diferentes videos publicados llegan a los 759, 489, 966, 287, 1103, 355, 311 y 453 likes. Curiosamente, el video que tiene mayor cantidad de likes es el de mayor duración, pues dura poco más de cincuenta y cuatro minutos. La Posta conoce a su público y sabe que le atrae lo que tenga que ver con la temática del momento; de una manera que raya en el morbo. En ese sentido, la entrevista con una persona que estuvo directamente involucrada en el conflicto, misma que se realiza sin los tradicionales filtros de otros medios de comunicación nacional, provoca interés en el usuario. De igual manera, el hecho de que La Posta haya publicado los reportajes en episodios cortos aumenta el interés de sus seguidores a seguir consumiendo más contenido publicado por el medio nativo digital.

Análisis de encuesta:

Se realizó una encuesta a la población de Pichincha entre 18 y 45 años, para obtener las respuestas se difundió a través de WhatsApp, Instagram y Facebook (la constancia se encuentra en el Anexo 6). Las preguntas de esta se encuentran contenidas en el (Anexo 3). Se obtuvieron 380 respuestas en total, donde más del ochenta por ciento provenían de personas de Quito. El 20% restante se distribuye en distintas ciudades de Ecuador. El 60% expuso que se identifica con el género femenino, mientras que el 30%, con el masculino; el porcentaje restante determinó que prefiere no decir su género. La edad comprendida entre la mayoría de los encuestados fue de 18 a 25 años, el segundo grupo más significativo se ubicaba en la edad de 26 a 30 años; el tercero, de 31 a 40 años y, el último, de 41 a 45 años. La mayoría de las personas encuestadas determinó que había recibido su formación académica superior en el sector privado. El estado civil de la mayoría de encuestados (62.4%) es soltero, el segundo grupo más significativo manifestó que se encontraba casado (26.6%); el tercero, divorciado (7.1%), y el último, en unión libre (3.9%).

Son un total de trece preguntas en las que se buscó conocer la opinión de los encuestados sobre los medios digitales y su conocimiento de La Posta o Wambra Radio. La mayoría de encuestados (48.9%) considera que los medios nativos digitales si dan mejor información que los medios tradicionales, el segundo grupo significativo (20.8%) expresó que tal vez; mientras que el tercero (17.4%) respondió que no sabe, y el último (12.9%), que no considera que los medios nativos digitales otorguen mejor información que los medios tradicionales. El porcentaje de personas que no considera que los medios digitales publiquen información más acertada que los medios tradicionales no es igual de significativa que quienes si consideran la afirmación como cierta. Esto tiene que ver con la mayor inclinación por utilizar los medios nativos digitales antes que los tradicionales. Más aún, por la aceleración del consumo de información en Internet, que es mucho más rápida que lo considerado tradicional.

La mayoría (56.3%) de encuestados considera que los medios nativos digitales sí están reemplazando a los medios tradicionales, el segundo grupo significativo (18.2%) expresó que no lo sabe; mientras que el tercero (15%) respondió que tal vez, y el último (10.5%), que no considera que los medios nativos digitales están reemplazando a los medios tradicionales. La naturaleza de estas respuestas tiene sentido si se toma en cuenta que la mayoría de los consumidores de información no tienen a la mano los datos que les permita corroborar si los medios nativos podrían reemplazar a los medios tradicionales. Además, también tiene relación con la interacción que existe con los medios tradicionales, ya que la mayoría de ellos no ha desaparecido o se ha ido actualizando según los requerimientos de la población.

La mayoría (54.5%) de encuestados identifica a La Posta y a Wambra Radio, el segundo grupo significativo (19.7%) expresó que no identifica a estos medios digitales; mientras que el tercero (16.8%) respondió que no lo sabe, y el último (8.9%), que tal vez. Esto es lógico ya que la mayoría de los consumidores no suele realizar consciencia sobre las fuentes de las que se informa; parecería que los porcentajes restantes no son significativos. Sin embargo, si se los suma, llegan a representar casi la mitad de las respuestas de los encuestados. Por ende, no está claro si, al referirse a medios digitales, los encuestados tenían en cuenta plataformas como Facebook, Instagram y YouTube; pues, de ser así, estos dos medios nativos no tienen, realmente, la suficiente presencia como se pensaría.

Esta afirmación va de la mano con que la mayoría (43.8%) de encuestados no conoce lo que es el Ministerio de la Muerte, el segundo grupo significativo (29.4%) expresó que si lo conocía; mientras que el tercero (18.6%) respondió que no lo sabe, y el último, que tal vez. Al equiparar el porcentaje de incertidumbre (las respuestas de tal vez y no lo sé), la cantidad de personas llega a ser casi la misma que la del segundo grupo significativo. El segundo grupo es el que expresa conocer lo que es el Ministerio de la Muerte, frente a más del 43.8% de personas que desconoce el tema. No obstante, si se unifica el porcentaje de desconocimiento con el de

incertidumbre de conocimiento, se obtiene una mayoría significativa de personas que no conocen, o no están seguras de conocer, lo que es el reportaje del Ministerio de la Muerte. Siendo así, el número de personas que logró responder en donde ha escuchado sobre el Ministerio de la Muerte se disminuyó; aun así, más del 70% de personas expresaron haber escuchado del tema en medios nativos digitales, radio y televisión (orden consecutivo).

En cambio, en el caso del tema de las clínicas de deshomosexualización, la mayoría (51.9%) de los encuestados ha escuchado hablar sobre ellas. Esto puede deberse a la cobertura de medios tradicionales como El Comercio, El Universo y otros parecidos. Como se mencionó anteriormente, estos medios han cubierto el tema sin hacer una mayor profundización. No deja de ser interesante que, a pesar de que el tema cubierto por Wambra Radio haya tenido menor impacto en redes, sea el tema del que los encuestados tenían mayor conocimiento. Pese a ello, lo que se desprende de la siguiente respuesta, es que la mayoría de los encuestados (53.8%) había escuchado de las clínicas de deshomosexualización en medios nativos digitales, televisión y radio (orden consecutivo).

Cuando se infiere sobre haber visto los temas de las clínicas de deshomosexualización el Ministerio de la Muerte, la mayoría de encuestados (39.5%) manifiesta no haber visto información sobre estos temas en otros medios que no sean La Posta y Wambra Radio. El segundo grupo significativo (30.5%) determinó que sí ha visto esos temas en otros medios; mientras que el tercero, no sabe, y el último, tal vez. No obstante, la mayoría (43.9%) si considera que estos medios nativos digitales han impactado en la agenda mediática, tanto como en la opinión pública; además, una cantidad significativa cree que los medios digitales con una buena fuente de información. Esto es por la facilidad de acceso, por no mantener la censura tradicional, o por la libertad de expresión, entre otras cosas. Respecto de la difusión de los reportajes, distintas respuestas determinan que son medios de comunicación algunas plataformas como TikTok, Twitter, Facebook, Instagram y YouTube. Esto evidencia que los

encuestados manifiestan que consideran como medio de comunicación a redes sociales; mismas que, realmente, son vías por las que se facilita la difusión digital, mas no son medios de comunicación como tal.

Análisis de Entrevista

Lo que se puede extraer de la entrevista con Ana Oquendo, recogida en el (Anexo 4), es que La Posta es un medio digital nativo que busca cambiar el paradigma de la manera de hacer periodismo. La Posta surge dentro de un espacio en el que ya se posicionó la informalidad. La informalidad vista desde un segmento protagonizado por uno de los fundadores. Como inicio de la libertad de expresión, pese a estar trabajando para medios tradicionales, deciden fundar un espacio en el que se informe de una manera distinta. Esa manera de informar difiere de los medios tradicionales debido al uso de lenguaje coloquial e, incluso, al tinte humorístico que lo caracteriza.

Esto, desde nuestra perspectiva de investigadores jóvenes, es atractivo no solo para quienes se encuentran en un rango de entre 18 y 25 años, sino para personas que no tienen una inclinación tan marcada por consumir noticias de la manera tradicional. Si bien antes era imperativo mantenerse al tanto del día a día, esperar al periódico diario, o al noticiero de la noche, hoy ya no es necesario esperar tanto tiempo. La información está al alcance de la mano de cualquier persona con acceso a Internet. El problema que fue observado por los fundadores de La Posta es que los medios tradicionales, básicamente, trasladaron el contenido de los periódicos a Internet y a las redes sociales.

Por lo tanto, no se podía hablar de un contenido digital, sino más bien de un contenido tradicional digitalizado. Por ello, el consumo de noticias se volvió mecánico y, básicamente, aburrido. El caso de La Posta evidencia que la tendencia del público es consumir un contenido más directo, irreverente, incluso con poca censura (Shearer & Gottfried, 2017). Eso es lo que les interesa a las nuevas generaciones, el poder encontrar contenido interesante, que vaya al

grano. No obstante, hay distintas formas en las que La Posta conserva la tradicionalidad de otros medios de comunicación. Específicamente, en torno a su financiamiento, que está basado en la publicidad y la venta de espacio en diferentes segmentos. Esto es algo que se evidencia tanto en los videos de YouTube, como en el contenido publicado en redes sociales como Instagram y Facebook.

De la entrevista con Ana Oquendo se puede desprender lo que es el trasfondo del reportaje del Ministerio de la Muerte y las decisiones tomadas para diseñar su difusión. Por el carácter de La Posta, que es más liberal y menos comprometido con la agenda mediática, se optó por tocar un tema del que ningún medio tradicional había hablado con anterioridad. Sin embargo, esa no fue la principal motivación del medio digital nativo; sino que, al tratarse de un tema de afectación a la salud pública, era parte de la ética de los investigadores ahondar en el asunto. Por lo tanto, parecería que es cuestionable que existan medios de comunicación que no hayan abarcado estos temas.

Finalmente, es claro que La Posta tiene claro que la difusión tiene un mayor impacto cuando es audiovisual para el usuario; pero, no solo tiene que ser visual, sino que debe ser resumida y compactada para que logre conseguir sus objetivos. Por ello, como afirma la entrevistada, Instagram es su red de mayor difusión. Aun así, la planificación mediática de La Posta está basada en las características de cada red social, debido a la divergencia entre Facebook, Twitter e Instagram (que son las redes en donde más se difunden los contenidos del medio nativo digital).

En cambio, en el caso de La Wambra, hay un origen poco más activista y, claramente, tienen una agenda mediática. Sin embargo, en comparación con medios tradicionales, su agenda es revolucionaria y vocera de los Derechos Humanos. Ahora bien, la diferencia con La Posta radica en que La Wambra tenía su espacio en un medio tradicional previo a la difusión digital. Por lo tanto, no se puede hablar de un medio digital totalmente nativo; sino, más bien, de un

hibrido. Se habla de un medio hibrido debido a que, en su origen, surgió como un espacio de un medio tradicional; pero no como un medio tradicional que se trasladó al espacio digital.

Además, el principal énfasis que realiza La Wambra es en todo lo que tenga que ver con temáticas relacionadas a los derechos de las mujeres, de los jóvenes y demás grupos de atención prioritaria. Esto se debe, en gran medida, a la filosofía feminista de las fundadoras y de la mayoría del equipo de la radio digital. A diferencia de otros medios, se sostienen con la gestión de la Fundación el Churo. Por lo tanto, es un medio nativo digital que diverge en gran medida de la manera de financiamiento de otros medios de comunicación. Incluso La Posta requiere de publicidad para mantenerse a flote, debido a la falta de gestión por parte de otro organismo.

No obstante, se debe destacar que la gestión de La Wambra no solo está basada en la Fundación el Churo, sino en otros proyectos y producciones para organizaciones sociales. Por lo tanto, se trata de un auto-financiamiento que otros medios digitales, probablemente, pongan en práctico debido a su factibilidad. Además, esta es una de las libertades que Wambra se puede tomar para garantizar la imparcialidad de su contenido, pues su contenido no se ve perjudicado por lo que pueda agrandar, o no, a sus auspiciantes o patrocinadores. En consecuencia, la libertad de Wambra se encuentra mucho menos comprometida que la de medios tradicionales como El Comercio, inclusive de medios digitales nativos como La Posta que si se valen del financiamiento de fuentes como patrocinadores y auspiciantes.

Ahora, sobre el tema de las clínicas de deshomosexualización, el tema surge por la discusión del Código Orgánico de la Salud, que se da el anterior año. La discusión estaba englobaba en el tema del aborto, de la educación sexual en las instituciones, en el acceso a métodos anticonceptivos y demás. Sin embargo, se dejaba de lado un tema que ha estado latente desde 2012; que se evidenció con la publicación del reportaje ya expuesto en el análisis del monitoreo de noticias. Wambra, por su carácter libre y feminista, se dedica a exponer los temas en torno a estos centros de los que poco se ha hablado. No obstante, como se ha venido mencionando,

el problema de la investigación radica en el abordaje de la publicación. Medios como La Posta planifican su contenido para que sea breve y tenga un mayor impacto. Sin embargo, Wambra comete el mismo error de medios tradicionales al digitalizar su contenido, en lugar de adaptarlo a las nuevas tendencias de acceso a la información. Por ello, pese a que el reportaje-entrevista publicado es relevante, no adquirió mayor difusión como en el caso del Ministerio de la Muerte.

Respecto al tema de esta investigación, el caso de La Posta es una ejemplificación de la imposición de agenda a los medios tradicionales. Esto se debe a que, después de la publicación del reportaje, surgieron distintas noticias de medios tradicionales que partieron de la investigación de La Posta para cubrir el tema de los kits de detección de VIH adquiridos por el Ministerio de Salud. Además, es impositivo debido a que, hasta antes de La Posta, no se había cubierto la noticia por ningún otro medio tradicional. De hecho, la imposición se evidencia, aún más, con la utilización del reportaje como fuente y fundamento para el juicio político emprendido en contra de Verónica Espinoza; mismo que si fue cubierto por medios tradicionales. En cambio, en el caso de Wambra, ya existía de antemano una agenda sobre el tema de las clínicas de deshomosexualización, sin embargo, Wambra implementa un nuevo enfoque que no se había evidenciado con anterioridad. Hasta antes de la investigación publicada por este medio, se había abarcado el tema con cierta desensibilización. En cambio, Wambra incluye narraciones reales de personas que han trabajado con sobrevivientes de las clínicas de deshomosexualización, con el fin de acercar al usuario a la realidad de estos lugares; así como para hacer un llamado de atención basado en la legitimidad de los derechos humanos violentados en las clínicas.

Conclusiones

En síntesis, existen diversas formas de entender a la estructura social, así como a la comunicación que se da entre los individuos. La comunicación se facilita a través del acceso a la información. La información y su divulgación han evolucionado a lo largo de la historia; pasó de la prensa escrita, hasta lo que hoy se conoce como periodismo digital. La relevancia de estudiar estas implicaciones está relacionada con los postulados de la Escuela de Chicago que determinan que el público y las masas definen las formas de comunicación que se aceptan en la estructura. La Escuela latinoamericana, a la par, establece que para que se pueda hablar de medios de comunicación, se requiere que estos vayan más allá de la información de los hechos. Además de informar, deben realizar críticas respecto del *status quo*, así como de los diversos temas que puedan surgir en torno a una problemática en específico. Por ejemplo, un caso hipotético, no solo se requiere que se informe la importancia de la vacunación; es necesario que se expliquen las connotaciones políticas y económicas de la vacunación. En el estudio de esta investigación, no solo se requiere que los medios informen sobre las condiciones del sistema de salud; se necesita una lupa crítica que ponga en evidencia las fallas de la estructura, para así generar cambios.

El tema del cambio se facilita, aún más, mediante las redes sociales. Espacios como Facebook están destinados, generalmente, al ocio y a la diversión; incluso, se podría decir que son medios de entretenimiento antes que medios digitales de información. Sin embargo, en años recientes, se ha puesto de manifiesto un incremento en el uso de este tipo de espacios debido a sus características prácticas y favorables. Es claro que las redes sociales son ámbitos en los que se garantiza la difusión de información (a pesar de los posibles peligros de las *fake news*, por ejemplo) y la interacción de los usuarios con el contenido. Esto es atractivo para los medios de comunicación tradicional, tanto como para otro tipo de medios que ha surgido como una nueva propuesta de hacer periodismo.

Los medios de comunicación tradicional son los que se han ido adaptando a las nuevas tecnologías a lo largo del tiempo. En Ecuador, por ejemplo, El Comercio, Diario Hoy, La Hora y otros, se han ido adaptando a las nuevas modalidades digitales desde finales del siglo pasado. No obstante, la forma de hacer periodismo de estos medios es la conocida de siempre, imparcial, veraz, objetiva, con espacios de opinión que no representan la ideología del medio. Si bien esta es una forma legítima de proporcionar información, el caso es que no facilita la discusión en la sociedad y, por ende, la generación de un cambio en la estructura. Además, por la agenda mediática, suele dificultarse la interacción del usuario con el contenido del medio tradicional; ya que, generalmente, estos medios cumplen con una agenda más neutral, menos política y problemática.

Como respuesta, surgen los medios nativos de comunicación digital que se pueden definir como aquellos espacios que tienen como propósito informar, investigar y divulgar. Además, que tienen un tinte característico en sus publicaciones que los diferencie del resto de medios de comunicación tradicional; particularmente, porque aceptan tener una agenda mediática sobre temas de los que quieren hablar y discutir a como dé lugar. Estas implicaciones no conllevan una postura totalitaria, ni el ánimo de imponer los temas de discusión para el periodismo. En realidad, pretenden facilitar el ejercicio de la libertad de expresión mediante opiniones claras que vienen desde personas reales; con quienes, adicionalmente, el público se logra identificar y les motive a seguir consumiendo el contenido divulgado. Cabe aclarar que el público se inclina por el contenido y la opinión expresada, mas no por la persona que la emite en sí.

Ejemplos de medios de comunicación digital nativos son La Posta y Wambra Radio. La Posta es un medio que se caracteriza por su tinte humorístico y crítico. Si bien se encontró que discuten temas variados, es claro que su mayor compromiso es con proporcionar información al público. De la entrevista se extrajo que La Posta es mucho más que un medio, es un lugar de encuentro para aquellas personas que ya no confían, lo suficiente, en medios de comunicación

tradicional. Para lo mismo en el caso de Wambra Radio que es un espacio de encuentro para quienes lucha por los derechos de las mujeres, feministas, comunidades indígenas, y demás. Es decir, que ambos medios tienen claro su tinte y estilo; por lo que pueden ser fácilmente identificados. Así mismo, esto es una ventaja ya que, en comparación a los medios de comunicación tradicional, no deben regirse bajo un solo tipo de abordaje para ahondar sobre un tema.

En este caso de estudio, se encontró que La Posta logró tener influencia en medios de comunicación tradicional debido al impacto de sus investigaciones. Tanto es así que fue utilizada como fuente o como cita directa en el contenido periodístico de otros medios. Ahora, lo más relevante es que no solo influyó en los medios, sino en la sociedad como tal; ya que despertó el ánimo de una funcionaria del poder legislativo para emprender un juicio político en contra de la exministra de salud. En cambio, Wambra Radio no logró tener el mismo impacto, sin embargo, si realiza un abordaje diferente al acostumbrado por los medios tradicionales en torno a las clínicas de deshomosexualización. Mientras que los primeros se remitían a escribir números y estimaciones, Wambra sacó un reportaje lleno de emoción y experiencias individuales.

Finalmente, debido a la limitación de esta investigación, no fue posible abarcar otros temas que surgieron a lo largo de este trabajo. Por lo que, para futuras investigaciones, se recomienda ahondar en otros medios nativos digitales e, incluso, de organizaciones sociales que se comunican únicamente a través de redes sociales como Instagram. No fue posible ahondar en el tema de otras redes sociales que han ido adquiriendo relevancia en los últimos años; por lo que, en el futuro, se recomienda evaluar el rol de redes sociales como TikTok o YouTube, así como espacios en donde se divulga información mediática como Spotify Podcasts.

Referencias

- Acevedo Ibáñez, A., & López M, A. (2004). *El proceso de la entrevista: conceptos y modelos*. Editorial Limusa.
- Acosta, C. (2018). *Medios digitales: herramientas útiles para el crecimiento de las empresas*. Obtenido de Entreperiodistas: https://www.puce.edu.ec/sitios/documentos_DGA/13_J01_0902_2011-02_13306_1713627071_P_1.pdf
- Acurio, M. (13 de 02 de 2011). *TIC's aplicadas al Derecho*. Obtenido de Pontificia Universidad Católica del Ecuador: https://www.puce.edu.ec/sitios/documentos_DGA/13_J01_0902_2011-02_13306_1713627071_P_1.pdf
- Albán, A. (22 de mayo de 2019). *Ministerio de salud o de la muerte*. Obtenido de La Hora: <https://lahora.com.ec/noticia/1102245141/ministerio-de-salud-o-de-la-muerte>
- Alfaro, R. (1996). *Culturas populares y comunicación participativa* (18 ed.). Lima.
- Alvídrez, N. (7 de Marzo de 2016). *Historia del Periodismo Digital*. Obtenido de <https://es.slideshare.net/marinaalvidrez1/historia-del-periodismo-digital-59224343>
- Boczkowski, P. (2006). *Digitalizar las noticias*. Buenos Aires: Manantial.
- Cabero, J. (1998). Impacto de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación en las organizaciones educativas. . En M. Lorenzo, *Enfoques en la organización y dirección de instituciones educativas formales y no formales* (págs. 197-206). Granada.
- Cabral, B. (2019). *Recursos y medios digitales de información: elementos teóricos y su uso desde la bibliotecnología*. Instituto de Investigación Bibliotecológicas y de la Información de la Universidad Nacional Autónoma de México.

- Cabrera, M. (2010). *Evolución tecnológica y cibermedios*. Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.
- Campo, R. (2007). El periodismo digital. Una nueva etapa del periodismo moderno. *Revista Lasallista de Investigación*, 4(1), 67 - 73. Obtenido de <http://www.redalyc.org/html/695/69540110/>
- Cardoso, J. (2020). Entre la pretérita iconoclasia y la contemporánea red: la relación con la imagen de Black Live Matter. *Socio Debate Revista de Ciencias Sociales*, 6(9), 110 - 125. Obtenido de <http://www.feej.org/index.php/revista-sociodebate>
- Cardoso, J. (2020). Entre la pretérita iconoclasia y la contemporánea red: la relación con la imagen de Black Lives Matter. *Socio Debate Revista de Ciencias Sociales*, 6(9), 110 - 125. Obtenido de <http://www.feej.org/index.php/revista-sociodebate>
- Clavijo, L., & Ramírez, E. (2021). *Videoreportaje sobre protocolos digitales de búsqueda para personas desaparecidas en la red social Facebook. Estudio de caso "Carolina"*. (Tesis de grado, Universidad Politécnica Salesiana).
- D'Adamo, O. (2007). *Medios de comunicación y opinión pública*. Madrid: McGraw-Hill.
- De Tezanos, A. (1998). *Una etnografía de la etnografía. Aproximaciones metodológicas para la enseñanza del enfoque cualitativo*. Editorial Antropos.
- Diario Correo. (9 de mayo de 2019). *EDITORIAL: Ministerio de la Muerte*. Obtenido de Diario Correo: <https://www.diariocorreo.com.ec/28781/opinion/editorial-ministerio-de-la-muerte>
- El Comercio. (2 de diciembre de 2017). *Deshomosexualización*. Obtenido de El Comercio: <https://www.elcomercio.com/cartas/deshomosexualizacion-cartas-opinion.html>

El Universo. (26 de enero de 2012). *Ecuador investigará supuestas clínicas que ofrecen curar la homosexualidad.* Obtenido de El Universo:

<https://www.eluniverso.com/2012/01/26/1/1447/ecuador-investigara-supuestas-clinicas-ofrecen-curar-homosexualidad.html/>

El Universo. (17 de mayo de 2019). *Presidente Lenín Moreno despidió a funcionario que demandó a medio digital La Posta.* Obtenido de El Universo:

<https://www.eluniverso.com/noticias/2019/05/17/nota/7335083/presidente-lenin-moreno-despidio-funcionario-que-demando-medio>

Guzñay Sasnalema, M. (2019). *dspace.uce.edu.ec.* Obtenido de dspace.uce.edu.ec:

<http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/19dspace.uce.edu.ec893/1/T-UCE-0009-CSO-219.pdf>

Instituto Nacional de Estadística y Censo. (2020). *Proyecciones Poblacionales.* Obtenido de INEC: <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/proyecciones-poblacionales>

La Nación. (7 de mayo de 2019). *La Posta: Ministerio de Salud compró kits para detección de VIH que no sirvieron.* Obtenido de La Nación: <https://lanacion.com.ec/la-posta-ministerio-de-salud-compro-kits-para-deteccion-de-vih-que-no-sirvieron/>

La Posta. (4 de junio de 2019). *Denuncia de irregularidades y abuso sexual en el #Ministeriodelamuerte.* Obtenido de YouTube: https://www.youtube.com/watch?v=43-HTwDtYHs&list=PLmVLtjMuIPAuRTqh9JuPwT-TQKTCJYtSJ&index=8&ab_channel=LaPosta

La Posta. (20 de mayo de 2019). *Entrevista exclusiva.* Obtenido de YouTube: https://www.youtube.com/watch?v=tVH_HIR1vUU&list=PLmVLtjMuIPAuRTqh9JuPwT-TQKTCJYtSJ&index=5&ab_channel=LaPosta

La Posta. (8 de mayo de 2019). *Ministerio de la muerte*. Obtenido de Facebook:
https://fb.watch/6jobR4_avw/

La Posta. (6 de mayo de 2019). *Ministerio de la Muerte*. Obtenido de Facebook:
<https://fb.watch/6jnW15-JKM/>

La Posta. (13 de mayo de 2019). *Ministerio de la muerte: desinfectante contaminado con patógenos*. Obtenido de YouTube:
https://www.youtube.com/watch?v=T4HfQ11xOi8&list=PLmVLtjMuIPAuRTqh9JuPwT-TQKTCJYtSJ&index=2&ab_channel=LaPosta

La Posta. (6 de mayo de 2019). *Ministerio de la muerte: Kits de VIH*. Obtenido de YouTube:
https://www.youtube.com/watch?v=VppimJc5-J0&list=PLmVLtjMuIPAuRTqh9JuPwT-TQKTCJYtSJ&ab_channel=LaPosta

La Posta. (27 de mayo de 2019). *Ministerio de la muerte: laboratorios inmundos*. Obtenido de YouTube:
https://www.youtube.com/watch?v=kADTvLwRV2Y&list=PLmVLtjMuIPAuRTqh9JuPwT-TQKTCJYtSJ&index=6&ab_channel=LaPosta

La Posta. (3 de junio de 2019). *Ministerio de la muerte: neonatos en riesgo*. Obtenido de YouTube:
https://www.youtube.com/watch?v=26Q_oQ5NIys&list=PLmVLtjMuIPAuRTqh9JuPwT-TQKTCJYtSJ&index=7&ab_channel=LaPosta

La Posta. (20 de mayo de 2019). *Paracetamol infectado*. Obtenido de YouTube:
https://www.youtube.com/watch?v=fnNCOuyTqSA&list=PLmVLtjMuIPAuRTqh9JuPwT-TQKTCJYtSJ&index=5&ab_channel=LaPosta

La Posta. (20 de mayo de 2019). *Respuestas del Ministerio de Salud ante investigación paracetamol infectado*. Obtenido de YouTube:

[watch?v=tkdKcGiZbuM&list=PLmVLtjMuIPAuRTqh9JuPwT-TQKTCJYtSJ&index=4&ab_channel=LaPosta](https://www.youtube.com/watch?v=tkdKcGiZbuM&list=PLmVLtjMuIPAuRTqh9JuPwT-TQKTCJYtSJ&index=4&ab_channel=LaPosta)

La República. (5 de junio de 2019). *Fiscalía allana Ministerio de Salud por pruebas de VIH vencidas*. Obtenido de La República EC:

<https://www.larepublica.ec/blog/2019/06/05/fiscalia-allana-ministerio-de-salud-por-pruebas-de-vih-vencidas/>

La Wambra Radio. (16 de septiembre de 2020). *Clínicas de deshomosexualización formas de tortura en el siglo XXI*. Obtenido de YouTube:

<https://www.youtube.com/watch?v=uFsyviY8WS4>

La Wambra Radio. (4 de septiembre de 2020). *Clínicas deshomosexualización formas de tortura en el siglo XXI*. Obtenido de Facebook:

<https://www.facebook.com/WambraEC/videos/2011417652328227>

Lippman, W. (1922). *Public opinion*. Dover Publications.

López Roldán, P., & Fachelli, S. (s.f.). *ddd.uab.cat*. Obtenido de ddd.uab.cat:

https://ddd.uab.cat/pub/caplli/2016/163567/metinvsocua_a2016_cap2-3.pdfddd.uab.cat

Lutkevich, B. (Febrero de 2020). *HTML (Hypertext Markup Language)*. Obtenido de The Server Side: <https://www.theserverside.com/definition/HTML-Hypertext-Markup-Language>

Medina, L. (2020). El análisis sociológico de la comunicación: de la Escuela de Chicago a la Mediatización digital. *Espacio abierto*, 29(3), 10 - 27.

- Morales, K. (1 de marzo de 2015). *Centros de deshomosexualización en Ecuador*. Obtenido de El Telegrafo: <https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/columnistas/1/centros-de-deshomosexualizacion-en-ecuador>
- Morejón, R., & Zamora, B. (2019). Historia, evolución y desafíos del periodismo digital en Ecuador. *Textos y contextos*(18), 11 - 24. doi:<https://doi.org/10.29166/tyc.v0i18.1752>
- Morga Rodriguez, L. (2012). *Teoría y técnica de la entrevista*. Red Tercer Milenio. Obtenido de biblioteca.udgvirtual.udg.mx/.
- Muñoz, J. (2019). Una nueva ola feminista, más allá de #MeToo: Irrupción, legado y desafíos. *Políticas Públicas para la Equidad Social*, 2, 178 - 189. Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/334481151_Una_nueva_ola_feminista_mas_alla_de_MeToo_Irrupcion_legado_y_desafios.
- Muñoz, J. (2019). Una nuevaola feminista, más allá de #MeToo: Irrupción, legado y desafíos. *Políticas Públicas para la Equidad Social*, 2, 178 - 189.
- Organización Mundial de la Salud. (s.f.). *HIV/AIDS*. Obtenido de WHO: https://www.who.int/health-topics/hiv-aids#tab=tab_1
- Pross, H. (1972). *Medio de comunicación*. Obtenido de Medio de comunicación: <file:///C:/Users/HP%20CORE%20I5/Downloads/11635-Texto%20del%20art%C3%ADculo-42174-1-10-20141216.pdf>
- Rivera Costales, J. (2013). Medios digitales en Ecuador, cuántos son y qué hacen. *Chasqui Revista Latinoamericana de Comunicación*, 122, 111 - 117. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/160/16057409017.pdf>
- Rueda, J., Galán, E., & Rubio, L. (2014). *Historia de los medios de comunicación*. Grupo Anaya Comercial.

- Ruiz Méndez, M., & Aguirre Aguilar, G. (2015). Etnografía virtual, un acercamiento al método y a sus aplicaciones. *Estudios sobre las culturas contemporáneas*, 21(41), 67 - 96 .
Obtenido de Redalyc.Etnografía virtual, un acercamiento al método y a sus aplicaciones: <https://www.redalyc.org/pdf/316/31639397004.pdf>
- Salverría, & P. (2009). *Periodismo Digital: definiciones y características*.
- Shearer, E., & Gottfried, J. (2017). *News Use Across Social Media Platforms 2017*. Obtenido de Pew Research Center: https://assets.pewresearch.org/wp-content/uploads/sites/13/2017/09/13163032/PJ_17.08.23_socialMediaUpdate_FINAL.pdf
- Statista Research Department. (2021). *Active users on Facebook, Twitter and Instagram - June 2021*. Obtenido de Statista: <https://www.statista.com/markets/424/topic/540/social-media-user-generated-content/#overview>
- Tankovska, H. (2021). *Most used social media 2021*. Obtenido de Statista: <https://www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-number-of-users/>
- Torres, J. (2019). *Los medios de comunicación y su injerencia en la sociedad estadounidense como causantes de la islamización del terrorismo en EEUU del 2001 al 2003*. Obtenido de Tesis de grado, Pontificia Universidad Católica del Ecuador: <http://repositorio.puce.edu.ec/handle/22000/17140>
- Wirth, L. (1928). *The Ghetto. Chicago*. University of Chicago Press.

Anexos

Anexo 1: Monitoreo de noticias

- **Monitoreo de Noticias**

Se realizó el monitoreo investigando en los diferentes medios de comunicación digitales de los temas como son: las Clínicas de Deshomosexualización de Wambra Radio y el Ministerio de la Muerte de La Posta, la investigación se llevó a cabo desde el 17 hasta el 21 de mayo del presente año 2021 en las plataformas digitales se observó similitud en las noticias de los casos a tratar, así también como cada medio tiene criterio e información investigada.

Tabla 1. Monitoreo de noticias

Monitoreo de noticias publicadas sobre el reportaje “Clínicas de Deshomosexualización” en Wambra medio digital comunitario

No	Medio	Fecha	Titular	Palabras claves
1	El Telégrafo Centros de deshomosexualización en Ecuador https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/columnistas/1/centros-de-deshomosexualizacion-en-ecuador	01/03/2015	Centros de deshomosexualización en Ecuador	Las Clínicas o Centros de Deshomosexualización, como se las conoce, son lugares en los que se interna a seres humanos en contra de su voluntad para ofrecerles “tratamientos” que “curan” la homosexualidad. (Morales, 2015)
2	El Comercio 'Deshomosexualización' https://www.elcomercio.com/cartas/deshomosexualizacion-cartas-opinion.html	03/12/2017	Deshomosexualización	Los traumas que esto genera en muchas personas nunca van a ser solucionados por más tratamientos psiquiátricos especializados; la identidad de género no es una enfermedad por lo tanto no se cura. (El Comercio, 2017)
3	El Universo	26/01/2012	Ecuador investigará supuestas	Alrededor de 200 clínicas ofrecen tratamientos para las adicciones, aunque no se conoce el número de aquellas que incluyen tratamientos de

<p>Ecuador investigará supuestas clínicas que ofrecen curar la homosexualidad</p> <p>https://www.eluniverso.com/2012/01/26/1/1447/ecuador-investigara-supuestas-clinicas-ofrecen-curar-homosexualidad.html/</p>	<p>clínicas que ofrecen curar la homosexualidad</p> <p>deshomosexualización. (El Universo, 2012)</p>
<p>4 ELABORADO POR:</p>	<p>ANDREA MANTILLA, CRISTINA SÁNCHEZ</p>

Tabla 2. Monitoreo de noticias

Monitoreo de noticias publicadas sobre el reportaje “Ministerio de la Muerte” en La Posta

No	Medio	Fecha	Titular	Palabras claves
1	<p>Diario correo</p> <p>EDITORIAL: Ministerio de la Muerte</p> <p>https://www.diariocorreo.com.ec/28781/opinion/editorial-ministerio-de-la-muerte</p>	09/04/2019	EDITORIAL : Ministerio de la Muerte	<p>En ese informe hace alusión al proceso que emprendió el Ministerio de Salud para la adquisición de kits de detección rápida de VIH desde 2017, contratadas mediante régimen especial por cerca de \$ 3 millones. No obstante, La Posta exhibe informes de Arcsa que revelan que estas pruebas de cuarta generación.</p> <p>(Diario Correo, 2019)</p>
2	<p>El Universo</p> <p>Presidente Lenín Moreno despidió a funcionario que demandó a medio digital La Posta</p> <p>https://www.eluniverso.com/noticias/2019/05/17/noticia/7335083/presidente-lenin-moreno-despidio-funcionario-que-demando-medio/</p>	17/05/2019	Presidente Lenín Moreno despidió a funcionario que demandó a medio	<p>Galarza interpuso una acción penal contra el equipo periodístico por “injurias”. <i>La Posta</i> ha publicado una investigación periodística sobre el Ministerio de Salud al que denominó 'Ministerio de la Muerte'. Allí reveló presuntas irregularidades en la compra de kits de VIH, entregados por el Ministerio de Salud. (El Universo, 2019)</p>

			digital	La	
			Posta		
3	La Hora Ministerio de salud o de la muerte https://lahora.com.ec/noticia/1102245141/ministerio-de-salud-o-de-la-muerte	22/05/2019	Ministerio de salud o de la muerte		En Ecuador no existe justicia, las autoridades son los principales involucrados en crímenes y sobre todo en jugar con la salud de las personas. (Albán, 2019)
4	La República Fiscalía allana Ministerio de Salud por pruebas de VIH vencidas https://www.larepublica.ec/blog/2019/06/05/fiscalia-allana-ministerio-de-salud-por-pruebas-de-vih-vencidas/	05/06/2019	Fiscalía allana Ministerio de Salud por pruebas de VIH vencidas		Se hallaron varias dependencias del Ministerio de Salud en el marco de las investigaciones que lleva adelante por las supuestas irregularidades en la contratación y uso del test de diagnóstico rápido del Virus de Inmunodeficiencia Humana (VIH). (La República, 2019)
5	La Nación La Posta: Ministerio de Salud compró kits para detección de VIH que no sirvieron https://lanacion.com.ec/la-posta-ministerio-de-salud-compro-kits-para-deteccion-de-vih-que-no-sirvieron/	07/05/2019	La Posta: Ministerio de Salud compró kits para detección de VIH que no sirvieron		“La Posta” presentó un reportaje en el que revela presuntas irregularidades en la compra de kits de VIH, entregados por el Ministerio de Salud, como parte de la campaña en contra del sida. Según esta investigación, desde el 2017, el MSP ha convocado a licitaciones de régimen especial, con procesos de adquisición cercanos a los USD \$3 millones para dotar al país de estos kits de detección VIH de cuarta generación. (La Nación, 2019)
6	ELABORADO POR:				ANDREA MANTILLA, CRISTINA SÁNCHEZ

Anexo 2: Netnografía

Tabla 1. Reportaje Ministerio de la Muerte

FACEBOOK

TITULO	Fecha	Duración de reportaje	Quienes aparecen en el reportaje	Eje principal del reportaje	Desde que fecha empezamos a revisar los reportajes	Cuantos likes tienen en sus plataformas los reportajes	Cuantos dislike	Link
MINISTERIO DE LA MUERTE	6 de mayo de 2019	9:32	-Ana Oquendo -Mónica Velásquez -Gabriela Yépez - Jenny Navarro	Esta es la primera entrega del #MinisterioDeLaMuerte, una recolección de distintos casos de negligencias en el #MinisterioDeSalud. Hoy te contamos sobre los kits de #VIH que se usaron en la campaña de dicho ministerio contra el #SIDA (La Posta, 2019)	Viernes 18 de junio del 2021	4,5 mil	1 mil	https://fb.watch/6jnW15-JKM/

MINISTERIO DE LA MUERTE	8 de mayo de 2019	4:06	-Gabriela Yépez -Mónica Velásquez	La ministra de Salud, Verónica Espinosa ayer armó una rueda de prensa para hablar y cuestionar nuestro reportaje de los kits de VIH. Pero nosotros le tenemos más respuestas (La Posta, 2019).	Viernes 18 de junio del 2021	1,8 mil	160	https://fb.watch/6jobR4_a_vw/
--------------------------------	-------------------	------	--------------------------------------	--	------------------------------	---------	-----	---

YOUTUBE

TITULO	Fecha	Duración de reportaje	Quienes aparecen en el reportaje	Eje principal del reportaje	Desde que fecha empezamos a revisar los reportajes	Cuantos likes tienen en sus plataformas los reportajes	Cuantos dislike	Link
MINISTERIO DE LA MUERTE : KITS DE VIH	6 mayo 2019	9:31	-Gabriela Yépez -Mónica Velásquez - Andersson Boscán -Luis Eduardo Vivanco	El Ministerio de Salud ha adquirido Kits de pruebas de VIH, pero la efectividad es falsa y tiene errores (La Posta, 2019).	Viernes 18 de junio del 2021	759	83	https://www.youtube.com/watch?v=VppimJc5-J0&list=PLmVLtjMuIPAUuRTqh9JuPwT-TQKTCJYtSJ&ab_channel=LaPosta

MINISTERIO DE LA MUERTE : DESINFECTANTE CONTAMINADO CON PATÓGENOS	13 mayo 2019	10:32	-Ana Oquendo -Mónica Velásquez - Andersson Boscán -Luis Eduardo Vivanco	El Ministerio de salud adquirió un desinfectante contaminado con patógenos, y en los hospitales se operaba con esto, es decir estaba contaminando 100 % más de lo que permite la norma (La Posta, 2019).	Viernes 18 de junio del 2021	489	41	https://www.youtube.com/watch?v=T4HfQ1lxOi8&list=PLmVLtjMuIPAuRTqh9JuPwT-TQKTCJYtSJ&index=2&ab_channel=LaPosta
PARACE TAMOL INFECTADO	20 mayo 2019	9:22	-Ana Oquendo -Mónica Velásquez - Andersson Boscán -Luis Eduardo Vivanco	El Ministerio de la Muerte compró paracetamol inyectable de la India, pero al poco tiempo el Hospital de San Francisco de Quito del Iess reportó partículas dentro de los frascos, y aun así la ministra de salud no retiró el producto (La Posta, 2019).	Viernes 18 de junio del 2021	966	108	https://www.youtube.com/watch?v=fnNCOuyTqSA&list=PLmVLtjMuIPAuRTqh9JuPwT-TQKTCJYtSJ&index=5&ab_channel=LaPosta
RESPUESTAS DEL MINISTERIO DE SALUD	20 mayo 2019	4:46	-Gabriela Yépez	Tras la investigación de La Posta acerca del Paracetamol infectado el	Viernes 18 de junio del 2021	287	25	https://www.youtube.com/watch?v=tkdKcGiZbuM&list=PLmVLtjMuIPAuRTqh9JuPwT-

ANTE INVESTIGACIÓN PARACE TAMOL INFECTADO				Ministerio de salud respondió, pero indicando que no tenían conocimiento, tiempo después suspendieron la circulación del medicamento (La Posta, 2019).				TQKTCJYtSJ&index=4&ab_channel=LaPosta
ENTREVISTA EXCLUSIVA		55:40	- Andersson Boscán -Luis Eduardo Vivanco - David Salomón	David Salomón reconoce que firmó los documentos con medicamentos erróneos. David reconoce que fue un error que cometió al firmar documentos del mal manejo del sistema de salud (La Posta, 2019).	Viernes 18 de junio del 2021	1103	59	https://www.youtube.com/watch?v=tVH_HIR1vUU&list=PLmVLtjMuIPAuRTqh9JuPwT-TQKTCJYtSJ&index=5&ab_channel=LaPosta
MINISTERIO DE LA MUERTE : LABORATORIOS INMUNDOS	27 mayo 2019	7:25	-Ana Oquendo -Mónica Velásquez -Gabriela Yépez - Jenny Navarro	El Laboratorio Gutiérrez, productor de medicamentos tenía permiso de funcionamiento que en el 2017 fue sometido a revisión, lamentablemente la ARSA descubrió que no había	Viernes 18 de junio del 2021	355	42	https://www.youtube.com/watch?v=kADTvLwRV2Y&list=PLmVLtjMuIPAuRTqh9JuPwT-TQKTCJYtSJ&index=6&ab_channel=LaPosta

				limpieza en su maquinaria y procedimiento y así producían medicamentos para personas con cáncer (La Posta, 2019).				
MINISTERIO DE LA MUERTE : NEONATOS EN RIESGO	3 junio 2019	7:11	-Ana Oquendo -Mónica Velásquez -Gabriela Yépez -Jenny Navarro	El Ministerio de salud no tiene control, ni orden, hay varios centros de salud y hospitales que no tienen la limpieza adecuada, La Posta ingreso a la maternidad Isidro Ayora y se encontró hasta heces fecales cerca del área de los Neonatos, esto debería tener un control (La Posta, 2019).	Viernes 18 de junio del 2021	311	34	https://www.youtube.com/watch?v=26Q_oQ5NIys&list=PLmVLtjMuIPAuRTqh9JuPwT-TQKTCJYtSJ&index=7&ab_channel=LaPosta
DENUNCIAS DE IRREGULARIDADES Y ABUSO SEXUAL EN EL	4 junio 2019	34:41	- Andersson Boscán	Rosario denuncia que no hay agua caliente, que la maternidad no tiene dinero para el mantenimiento del lugar, pero si para medicamentos,	Viernes 18 de junio del 2021	453	39	https://www.youtube.com/watch?v=43-HTwDtYHs&list=PLmVLtjMuIPAuRTqh9JuPwT-TQKTCJYtSJ&index=8&ab_channel=LaPosta

#MINISTERIO DE LA MUERTE

adicional indica que la les prohibían hablar de todas las irregularidades dentro del lugar (La Posta, 2019).

ELABORADO POR: ANDREA MANTILLA, CRISTINA SÁNCHEZ

La Posta realizó el reportaje llamado el Ministerio de la Muerte, publicado en Facebook y YouTube en el año 2019, una serie de episodios donde hablan de todas las irregularidades del Ministerio de Salud y varias adquisiciones realizadas de medicamentos en mal estado, también denuncian violaciones y la Exministra de Salud Verónica Espinoza protege al victimario y hasta la actualidad toda la información es evadida, a partir de la investigación realizada por La Posta, medios de comunicación tradicionales como Ecuavisa y Teleamazonas también hablaron de las denuncias realizadas en centros de salud, por otro lado la prensa escrita en sus plataformas digitales también hablaron del reportaje realizado por La Posta, la similitud de las noticias es alta, debido a que muchas de la cosas que se nombra en La Posta indicaron los otros medios, es decir, por parte de los otros medios no existe investigación.

Wambra medio digital comunitario: TEMA LAS CLÍNICAS DE DESHOMOSEXUALIZACIÓN

Tabla 2. Reportaje Clínicas de Deshomosexualización

Facebook								
Titulo	Fecha	Duración de reportaje	Quienes aparecen en el reportaje	Eje principal del reportaje	Desde que fecha se empezamos a revisar los reportajes	Cuantos likes tienen en sus plataformas los reportajes	Cuanto s dislikes	Link
Clínicas de Deshomosexualización formas	4-septiem	54:16	Sinchi Gómez	El Código de Salud plantea la prohibición de las	18-06-2021	18 likes	3 dislikes	https://www.facebook.com/WambraEC/videos/2011417652328227

de tortura en el siglo XXI	bre-2020		Cayetana Salao	clínicas de deshomosexualización. Centros donde las familias ingresan en contra de su voluntad a personas que deciden expresar su identidad de género diversa, y dónde según varios estudios se ha demostrado se tortura a las personas (La Wambra Radio, 2020).				
YouTube								
Título	Fecha	Duración de reportaje	Quienes aparecen en el reportaje	Eje principal del reportaje	Desde que fecha se empezamos a revisar los reportajes	Cuantos likes y visitas tienen en sus plataformas los reportajes	Cuanto dislike	Link
Clínicas de Deshomosexualización formas de tortura en el siglo XXI	16-septiembre-2020	54:16	Sinchi Gómez Cayetana Salao	El Código de Salud plantea la prohibición de las clínicas de deshomosexualización. Centros	18-06-2021	0 likes 32 visitas	0 disliks	https://www.youtube.com/watch?v=uFsyviY8WS4

				<p>donde las familias ingresan en contra de su voluntad a personas que deciden expresar su identidad de género diversa, y dónde según varios estudios se ha demostrado se tortura a las personas (La Wambra Radio, 2020).</p>				
<p>ELABORADO POR: ANDREA MANTILLA, CRISTINA SÁNCHEZ</p>								

La plataforma digital conocida también como Wambra medio digital comunitario realizó un reportaje sobre el tema de las Clínicas de Deshomosexualización donde fueron publicadas en sus redes sociales en Facebook el 4 de septiembre del 2020 y en YouTube el 16 de septiembre del 2020, este tema también fue sonado en la agenda mediática como en Teleamazonas que fue realizado el 16 de julio del 2013 donde se habla que existía clínicas clandestinas de deshomosexualización y torturaban a las personas gays, lesbianas y poder cambiar su orientación sexual, se puede reflejar una similitud de información sobre a que se dedican estas clínicas en ambos reportajes.

Anexo 3: Encuestas

Objetivo:

Obtener información sobre el impacto que tuvo los medios nativos digitales en los medios tradicionales, en los casos de la Posta “Ministerio de la Muerte” y La Wambra medio digital comunitario “Las clínicas de deshomosexualización”

1. Cree usted que los medios nativos digitales dan mejor información que los medios tradicionales

Si ()

No ()

Tal vez ()

No sé ()

2. ¿Considera usted que los medios nativos están reemplazando los medios tradicionales?

Si ()

No ()

Tal vez ()

No sé ()

3. ¿Usted identifica a La Posta y a La Wambra Radio?

Si ()

No ()

Tal vez ()

No sé ()

4. ¿Conoce usted qué es el Ministerio de la Muerte?

Si ()

No ()

Tal vez ()

No sé ()

5. ¿En qué medio de comunicación ha escuchado el Ministerio de la Muerte?

Radio ()

Televisión ()

Medios nativos digitales ()

6. ¿Ha escuchado hablar sobre las clínicas de deshomosexualización?

Si ()

No ()

Tal vez ()

No sé ()

7. ¿En qué medio de comunicación ha escuchado las clínicas de deshomosexualización?

Radio ()

Televisión ()

Medios nativos digitales ()

8. ¿Has visto estos dos temas en otros medios de comunicación que no sea La Posta y La Wambra Radio?

Si ()

No ()

Tal vez ()

No sé ()

9. ¿En qué medios de comunicación vieron los reportajes realizados de La Posta y La Wambra Radio?

.....
.....

10. ¿Considera usted que la Posta y La Wambra Radio impactaron en la agenda mediática?

Si ()

No ()

Tal vez ()

No sé ()

11. ¿Cree usted que los medios nativos digitales son una buena fuente de información? ¿Si, No? ¿Por qué?

.....
.....

12. ¿Cree usted que estos temas influenciaron en la opinión pública?

Si ()

No ()

Tal vez ()

No sé ()

13. ¿Qué es lo que más le llamo la atención del reportaje del Ministerio de la Muerte?

.....
.....
.....
.....

14. ¿Conoce, usted a La Posta y a La Wambra Radio?

Si ()

No ()

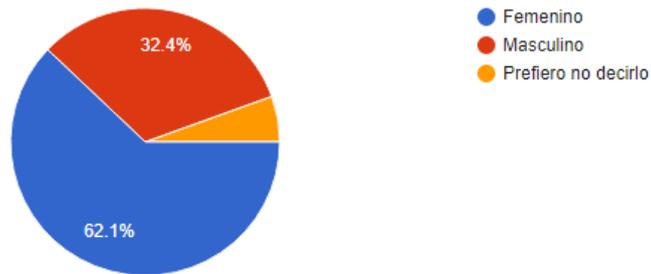
Tal vez ()

No sé ()

Anexo 4: Resultados encuesta

Género:

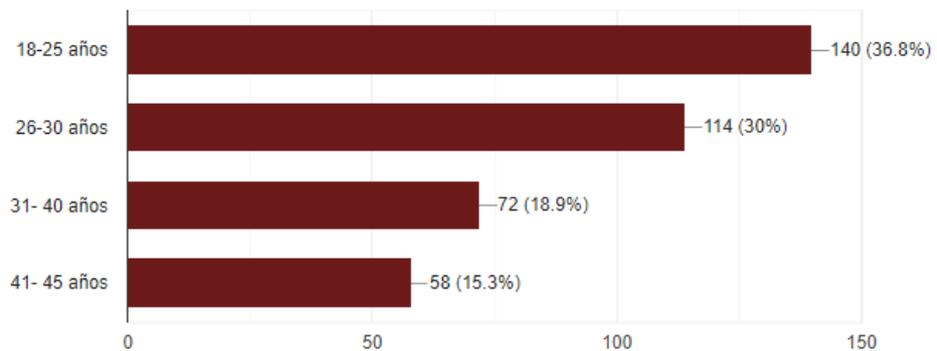
380 responses



Elaborado: Andrea Mantilla- Cristina Sánchez

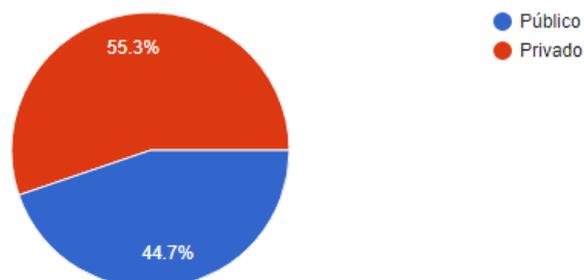
Edad:

380 responses



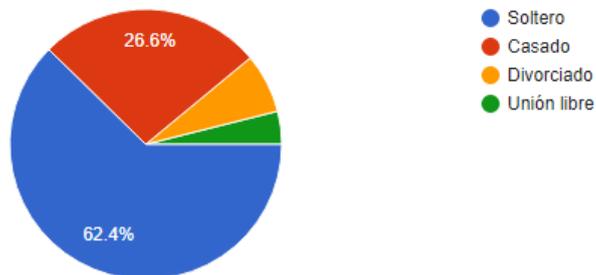
Formación Académica Superior

380 responses



Elaborado: Andrea Mantilla- Cristina Sánchez

Estado civil
380 respuestas

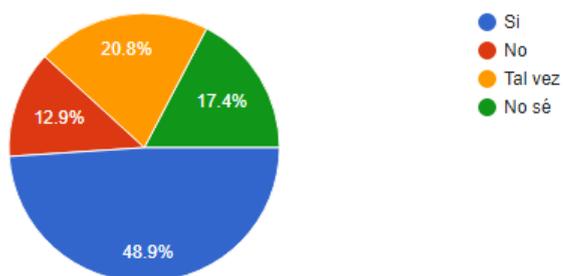


Elaborado: Andrea Mantilla- Cristina Sánchez

Sección 2. Preguntas abiertas y cerradas

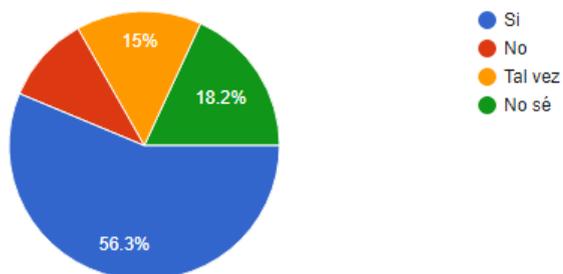
1. Cree usted que los medios nativos digitales dan mejor información que los medios tradicionales

380 respuestas



2. ¿Considera usted que los medios nativos están reemplazando los medios tradicionales?

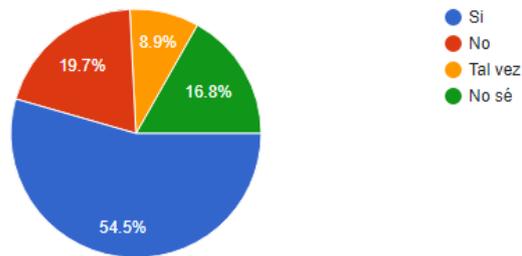
380 respuestas



Elaborado: Andrea Mantilla- Cristina Sánchez

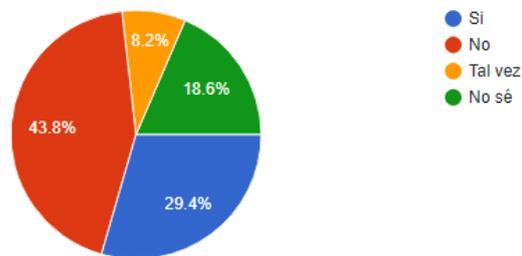
3. ¿Usted identifica a La Posta y a la Wambra Radio?

380 responses



4. ¿Conoce usted qué es el Ministerio de la Muerte?

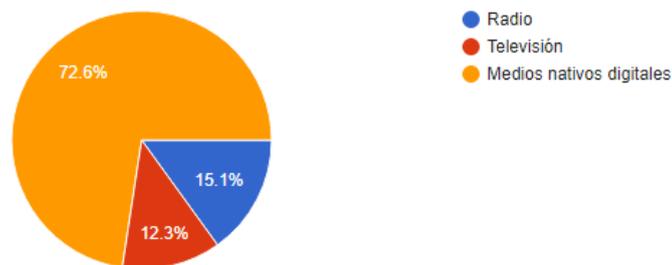
377 responses



Elaborado: Andrea Mantilla- Cristina Sánchez

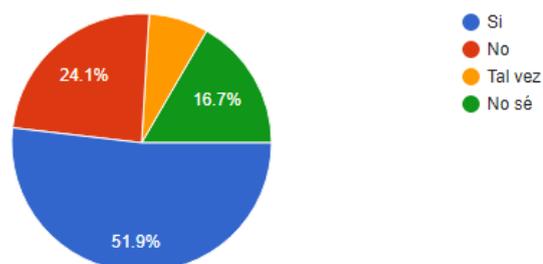
5. ¿En qué medio de comunicación ha escuchado del Ministerio de la Muerte?

252 responses



6. ¿Ha escuchado hablar sobre las clínicas de deshomosexualización?

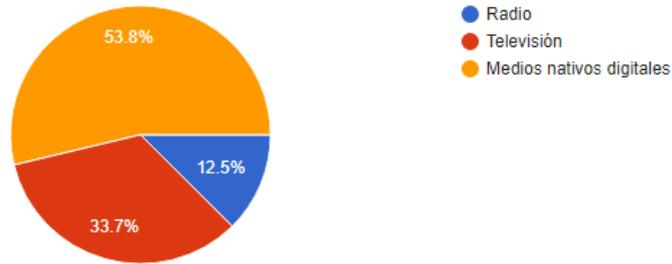
378 responses



Elaborado: Andrea Mantilla- Cristina Sánchez

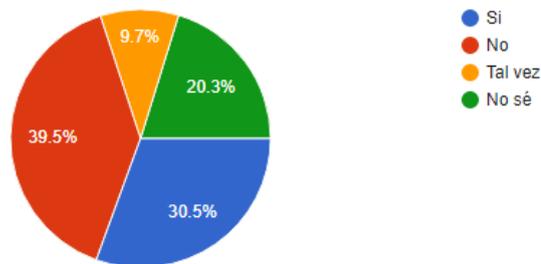
7. ¿En qué medio de comunicación ha escuchado las clínicas de deshomosexualización?

279 respuestas



8. ¿Has visto estos dos temas en otros medios de comunicación que no sean La Posta y La Wambra Radio?

380 respuestas



Elaborado: Andrea Mantilla- Cristina Sánchez

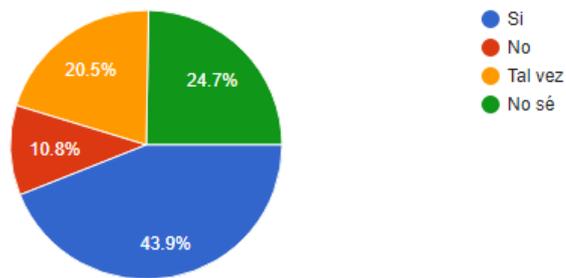
9. ¿En que medios de comunicación vieron los reportajes realizados por La Posta y La Wambra Radio?

380 respuestas

No sé
Desconozco
Youtube
No
En ninguno
No he visto
no escuchado
En ningún medio
Tv

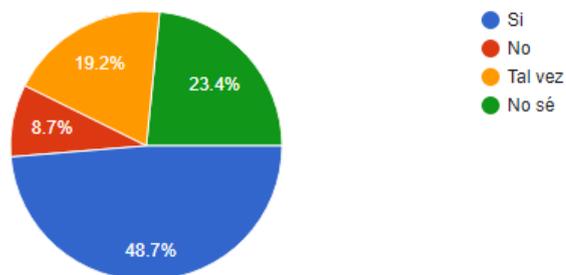
10. ¿Considera usted que La Posta y la Wambra Radio impactaron en la agenda mediática?

380 responses



11. ¿Cree usted que estos temas influenciaron en la opinión pública?

380 responses



Elaborado: Andrea Mantilla- Cristina Sánchez

12. ¿Cree usted que los medios nativos digitales son una buena fuente de información? ¿Si, No?
¿Por qué?

380 responses

Nose
Si
No
Si
Nose
No, porque mejor información dan los tradicionales
Ni idea
Si, porque son de fácil acceso
Si, principalmente debemos aprender a discernir la información y validad si es verídica o no.

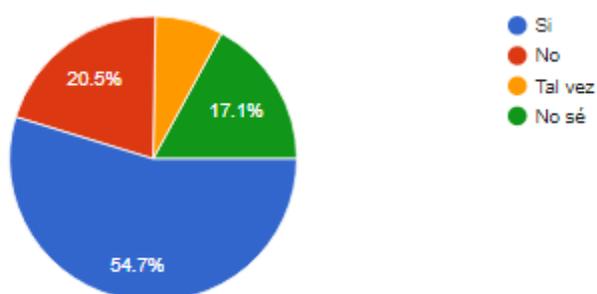
13. ¿Qué es lo que más le llamó la atención del reportaje del Ministerio de la Muerte?

380 responses

Nose
Nada
Las vacunas erróneas
No he visto
Las pruebas falsas
No lo he visto
Nose
No he visto
Desconozco

14. ¿Conoce, usted a La Posta y a la Wambra Radio?

380 responses



Elaborado: Andrea Mantilla- Cristina Sánchez

Anexo 5: Entrevista: La Posta- Ana Oquendo

Hola, nosotras somos Cristina Sánchez y Andrea Mantilla. La información que nos brinda será utilizada únicamente como base para realizar nuestro análisis y uso de forma exclusiva.

Cualquier tema o pregunta que usted no quiera y/o no pueda contestar será omitida. Usted tiene el derecho de terminar la conversación en el momento que lo desee.

Vamos a conversar sobre los siguientes temas:

Sección 1. Conocimiento general de la Posta “Ministerio de la Muerte” y La Wambra Radio “Clínicas de Deshomosexualización”

Sección 1. Conocimiento general de la Posta y la Guambra Radio

Entrevista realizada el día 7 de Julio del 2021 a Ana Oquendo de La Posta

1. ¿Cómo se creó La Posta?

La Posta, como tal, nace por Luis Eduardo Vivanco y Anderson Bossacan. Los dos, por varios encuentros, varias reuniones y también un poco cansados de la forma de pensar del periodismo tradicional en las que estaban. En el caso de Anderson, él trabajaba en el Expresso y en el caso de Luis trabajaba en la Hora. Se dan cuenta que quieren hacer algo saliendo un poquito de lo tradicional, para ese momento Luis ya tenía este segmento del Castigo Divino bastante tiempo bien posicionado a través de YouTube. Entonces fue como que le dieron por ahí una alternativa de hacer periodismo con el estilo con el que se presentaba el Castigo Divino que es un formato de entrevista, pero más irreverente, un poco más saliendo de la formalidad, saliendo de los límites topando temas que en una entrevista formal no te lo topan. Se dieron cuenta que podían llevar ese tipo de formato y contenidos, [por lo que] desean unirse.

Fundaron la Posta en octubre, el inicio era de 4 personas y 2 pasantes y luego ya desean ampliar un poquito más de equipo, habrían pasado ya unos dos meses y en eso entre justamente yo, entra otro compañero y con eso se sigue conciliando el equipo. Bueno ahí se sigue levantando efectivamente se vio este tipo de contenidos un poquito desenfadados. A la gente también le llama la atención, a la gente también se cansa de lo formal el súper serio, etc. Es importante que puedan escoger el estilo de periodismo que le guste. En esos

inicios que se pudo visibilizar que la gente también buscaba una alternativa diferente; que te lo digan de manera sencilla, corta, chistosa. Se dio la posibilidad se vio que hubo un espacio vacío en especial a través de las redes sociales, que hasta ese monto lo que hacían los medios tradicionales [era]: [tomar] [y] adaptar sus contenidos a una página web o lo mismo que subían a la página web compartirla en su red y no hacían nada más. En cambio, lo que quiso demostrar la Posta desde un inicio es que los contenidos se puedan difundir únicamente a través de redes sociales, no necesitas una plataforma más de las que derives. Se tenía una página web que se decidió cerrarla ahora es una *landing page* que manda los enlaces a las redes sociales. Por ahí se fue visibilizando la factibilidad del proyecto y ahora vemos que es un proyecto que da para mucho entre cosas buenas o cosas malas que pueden cometerse, pero es un proyecto que ha tenido éxito.

2. **¿Actual mente cuantas personas pertenecen a La Posta?**

[...] ya llegamos a unas 23 personas en total, entre periodistas, productores, equipo comercial, administrativo [...].

3. **¿Cómo se sostiene económicamente La Posta?**

Como lo han hecho los medios hace muchísimo tiempo, con publicidad. Lastimosamente, en un entorno como el ecuatoriano [...], es muy difícil conseguir [...] apoyo de organizaciones no gubernamentales, organizaciones sociales. Tú mismo debes recaudar fondos, la verdad esos modelos pueden funcionar a un nivel, pero tu sigues. Pero si tu empresa sigue creciendo tiene que poder seguir pagando sueldos, tiene que poder dar servicios y te das cuenta de que de verdad por más que uno no lo vea, lo puede llegar a cuestionar. [...] El modelo de La Posta se guía bajo ese mismo modelo venta de publicidad, [la] venta de espacio en diferentes segmentos. [...]. Como te digo, es muy difícil salir de ese modelo, yo al menos no lo veo posible y la mayoría de los medios incluso más pequeños que he podido ver, todos en algún momento tienen que ver con un espacio publicitario. Si no lo haces lo puedes hacer a través de una página web.

Mira el caso de El Comercio tu entras y lo único que falta es un video publicitario, entonces no estas vendiendo un contenido en un lugar publicitario, [...] pero lo estás haciendo dentro de tu página y es lo que pasa con la mayoría de los medios grandes, pequeños. Ahora, lo malo de La Posta también camina por ese mismo sentido, lo que me parece bastante interesante en La Posta [es] lo que he podido ver. La factibilidad de empresarios pequeños para emprendedores, de entrar y pautar sus productos así sea por [un] contrato súper pequeño es algo bastante llamativo. Tal vez, en un medio más grande no pasaría porque [se] tiene un parámetro de ventas y tú sabes a que empresas llega, pero en este caso se trabaja con publicidad [de] empresas grandes, pequeñas hasta emprendedores y bueno por ahí se mantiene el proyecto.

4. **¿Por qué decidieron realizar este reportaje del Ministerio de la Muerte?**

Creo que todo partió de algunas denuncias. La verdad es que la exministra Verónica Espinoza pasaba bien desapercibida, [...] no se habla de su gestión casi nada y lo que se decía casi siempre era dando buenas luces. Luego empezaron a llenar denuncias las cuales uno no tiende [a] parar mucha atención porque son denuncias y todo mundo puede denunciar cosas. Pero dentro de esas denuncias comenzaron a aparecer casos relevantes como esto de las pruebas de VIH que tenían falsos positivos y negativos.

Al ser un tema tan sensible [...], no puedes no pararle atención porque te das cuenta de que es algo muy grave, es algo por el que se puede morir alguien, por el que puede estar infectada gente entonces ahí se empezó a parar bola al tema. Como te digo era una ministra que pasaba totalmente desapercibida, luego se consiguió la documentación y

efectivamente se consto que había cosas irregulares. No solo en materia de pruebas del VIH sino también en insumos y [...] otras cosas más que se fueron encontrando en el desarrollo del reportaje.

Ahí también nos dimos cuenta que esta ministra había sido por un buen tiempo de cierta forma una protegida del gobierno [...]. Entonces, nos dimos cuenta que hubo una posibilidad muy grande de primero topar un tema de que nadie le hacía caso, pasaba totalmente desapercibido, que la gente no se le cruzaba por la cabeza hablar de temas sobre pruebas de VIH y además de topar a una persona que era una protegida totalmente. [...] vimos las repercusiones que tenía el tema más cuando vimos testimonios de personas que efectivamente tenían estos resultados falsos. [...] ahí dijimos que no es algo que se debe de exponer y al final es muchísima falta de organización, planificación de una cartera de Estado que es importante y de una ministra que está en el cargo debería cumplir con toda la formalidad, cuáles eran sus tareas, no se puede pasar por alto algo tan grave. Entonces, más o menos por ahí es que decidimos levantar, que no sea uno que había varias irregularidades y muchas denuncias no solo de la ministra sino en general del sistema de salud y por eso dijimos “vamos hagámoslo” porque no solo estaba enfocado la parte política sino también humana [...].

5. ¿Cree que La Posta influyó en el despido de la ex Ministra Verónica Espinoza?

Si totalmente, porque de hecho el juicio político que se levantó a ella [por] la asambleísta Mae Montaña [...], fue basado en la denuncia que se hizo a través de los reportajes. Se acogió como principal las pruebas de VIH, pero era una muestra evidente después de una serie de reportajes que había mucha diligencia y por parte de la ministra. Entonces, yo creo que sí tuvo total relevancia, impacto y fue un buen motivante para que se decida tomar acciones. La Posta es el único medio que dio a conocer e informó que hay algo raro y se investigó.

6. ¿Por qué el reportaje lo hicieron audiovisual y no fotográfico?

La Posta tiene mucho ADN por hacer cosas audiovisuales, el video es el fuerte, se sabe que tiene más impacto. [...] La fotografía tiene mucho impacto, pero todo lo que se tenía que narrar, todo lo que había que contar, no se podía contar con fotografía. Si tienes testimonios, si tienes muchos detalles, si tienes una cantidad enorme de información, [...] englobarlo en un solo reportaje fotográfico se hacía muy difícil o exponerlo solo a través de diseños, laminas era muy difícil. [...] era querer sintetizar un tema que merecía ser tratado a profundidad. Entonces se decidió que tenía que ser una serie de videos y contábamos con un equipo de producción muy bueno, algunos de ellos siguen y otros no. El video es el formato clave para el reportaje, ya que era un contenido largo.

7. ¿Qué reportaje tuvo mayor impacto en La Posta?

El más relevante ha sido el Ministerio de la Muerte, hemos hecho otros reportajes de distintos temas. Luis y Andersson hicieron uno sobre José Serrano por eso hasta les montaron persecución por un tiempo, ellos andaban con seguridad y todo. Pero creo que, a nivel de impacto y desencadenamiento de situaciones, [...] la salida de una Ministra el Ministerio de la Muerte fue el más relevante.

8. ¿Cuál es el proceso de producción periodística y cuáles son sus estrategias de difusión?

Para la producción periodística hay muchas formas, tenemos un flujo de trabajo, pero la forma en que llega la información es muy variada. Como envían denuncias, uno mismo realiza monitoreo y encuentra la noticia. Independientemente de la forma en que llega

[...] lo que hacemos es recoger la toda la información, ver toda la data alrededor del tema, se estructura una idea, hay temas que son muy simples, que con lo que encuentras y dice el gobierno que dice el implicado y ahí es buscar las otras versiones e ir uniendo con toda la data o información recogida, Se define un formato, que en si es para diseño, para video y dependiendo [de ello] se elabora un guion. Si es diseño se estructura como va cada lamina y que información va en cada una, mucho más sintetizado que en un video, hay que saber escoger que es relevante y que no, que merece ser profundizado y que puedes darle más suave. Luego pasa a producción, ellos elaboran lo que sea necesario.

Ya para la difusión hemos tratado muchas veces de dividir que va para Facebook y que va a Instagram, o Twitter, pero nos hemos dado cuenta que la mayoría de contenido si merece ser compartido en las tres redes a menos que sea un caso específico de un video de 8 min que sabemos que no va a Twitter porque primero la plataforma no lo permite y segundo es una red más rápida, corta. En el caso de Instagram y Facebook la mayor parte de contenido si se comparte en ambas, la estrategia de difusión es de acuerdo a lo que permite las redes, tenemos un CM, quien nos guía si es solo diseño, y en que redes se difunde, o si es una galería fotográfica que solo estará en Twitter e Instagram y a la gente le gusta más ese tipo de contenido. Pero la mayoría de las veces tratamos que los contenidos se difundan en las tres redes. Hay algunas que tienen más impacto que otras, Instagram es nuestra mayor red de difusión y luego Facebook y esto nos da las pautas para ir definiendo formatos y como delinear cada contenido que se genera.

9. ¿Cómo realizan para que los contenidos lleguen a los medios tradicionales?

Es objetivo general de La Posta es enfocarse en desarrollar el contenido para tu red y esperar que le vaya bien, ya sea un periódico o alguien que se mueva solo por redes sociales o televisión, el tema llego a los medios tradicionales más que nada porque fue un tema relevante, un tema bien seleccionado, muy bien elaborado con implicaciones muy grandes. Era topar a una Ministra que nadie había topado, era un tema muy sensible para un medio tradicional o para cualquier otro medio, era inevitable hablar de ello. No topar el tema habría sido de irresponsabilidad, porque la cartera de salud es una de las más importantes del país [...].

[...] Buscar llegar a un medio con ese tema no es lo relevante, no es el enfoque, uno no está pensando en quiero que también lo publiquen en Teleamazonas o Ecuavisa o en el Comercio, no estamos pensando en eso. Simplemente es un tema lo suficientemente relevante y en este caso es un tema muy visible, lleno de denuncias, quejas del sistema en general, era inevitable que otros medios también se hagan eco del tema. Algunos podían estar a favor y otros en contra; [a] algunos les pudieron gustar el formato a otros no. Les pudo molestar hasta el nombre del reportaje, pero era inevitable toparlo. Entonces, los otros medios que tuvieron que hacer, replicar y empezar a dar seguimiento por fue un tema que después conllevó a un juicio político, que conllevó a una destitución y era inevitable, tenían que mencionarlo sí o sí.

10. ¿Tal vez tuvieron miedo de alguna represaría por parte del gobierno?

Miedo no, porque cuando te comprometes con lo que estas llevando a cabo en este caso con el tema y más que nada después de conocer los testimonios de las personas que fueron afectadas, te das cuenta que no puedes tener miedo. [...] más bien es dar a conocer la realidad a luz y defender la realidad porque sabes que son cien por ciento ciertas. Tener miedo no, más bien incertidumbre sobre que pasara, cuando sin temas más relevantes siempre hay esa incertidumbre de que pasará, será que toman una acción, será que me demandan.

11. ¿Qué consejo les daría a los futuros periodistas?

Primero, que no se limiten al sueño o a la idea de llegar a un medio tradicional a un medio formado. Hay muchos espacios para hacer periodismo, es poder mirar hacia otros lados. [Recomiendo] que no se limiten a los temas de siempre, porque los periodistas en Ecuador se ciñen a lo de siempre, a política a justicia. Pero tú puedes hacer maravillas con temas como economía y hay mucho que hablar de ese tema; también seguridad, al menos en un país como el nuestro en que la crisis de seguridad es cada vez es más grande y del tema de habla poco o a la vez nada. Uno se entera del asesinato del robo, pero qué hay detrás de la situación de las cárceles uno no menciona nunca. [Recomiendo] tratar de mirar hacia esos otros temas que casi siempre se deja fuera de la agenda mediática. Finalmente, no tener miedo, hacer su trabajo contrastando con la información necesaria y no buscar hacer lo más básico, hay que ser abierto de mente, no tener miedo a tocar temas tabúes.

Anexo 6: Entrevista Gabriela Gómez

Entrevista realizada el día 5 de julio del 2021 a Ana Acosta de La Wambra medio digital comunitario

1. ¿Cómo se creó La Wambra medio digital comunitario?

Wambra parte de la necesidad de tener una voz de las diferentes colectividades que hay y que necesitan para ejercer su ejercicio de hecho a la comunicación. Nace en un contexto político social en el que hay un cambio de gobierno y varias administraciones en ciertos espacios como, por ejemplo; las radios. Para contarles tengo que remontarme un poquito a los orígenes de cómo nace como llegamos hacer El Wambra medio digital comunitario.

Aproximadamente [hace] unos 14 o 15 años empiezan mis compañeros a realizar un programa de radio La Luna en ese momento era una radio popular, disidente que tenía en su contenido digamos varios sectores sociales como: jóvenes de culturas urbanas, ambientalistas, de mujeres que tenían voz a través de esta radio. Había un programa de radio no lapsos, a partir de eso digamos se genera un movimiento social de jóvenes. Se constituye el colectivo wambra se empieza a generar a partir de la radio se genera el movimiento social de jóvenes, luego radio La Luna cambia su línea editorial y dejan este espacio, estos grupos sociales que estábamos conformando esta parrilla. Entonces pasa a tener una línea más ligada al estado más ligado también a los intereses estatales como por ejemplo que es el tema minero y pues ahí van saliendo las organizaciones y nosotros también.

Después de un tiempo, estamos motivados en la necesidad de tener un espacio y pasamos a la radio pública de Quito. En ese espacio, finalmente, sucede algo similar estos grupos. [...] Pasamos a ser parte de esta programación, podemos participar en los espacios. Sin embargo, después hay un cambio de la línea editorial a una cuestión mucho más comercial y después salen los espacios que estábamos produciendo en estos sectores. Pero más allá de eso, nosotros siempre hemos pensado que la comunicación comunitaria, la autogestión, el trabajo autónomo pues es un pilar fundamental para nuestro trabajo de nuestra práctica política. En ese sentido se comienza a construir ya Wambra Radio en ese momento en una radio digital, con una cabina que se hizo en minga, trabajada por quienes conformábamos parte de este espacio comunitario que necesitaba seguir hablando de temáticas que nos interesaban como los derechos de las mujeres, jóvenes, preocupación de los espacios públicos, el derecho a la comunicación es así que se va conformando Wambra Radio y que finalmente hasta este momento nos hemos mantenido en hacer crecer a nuestro medio digital. Pasamos de ser una producción radial a ser una radio multimedia en la que efectivamente te puedes encontrar con contenidos no solamente

escritos sino aquí también en la cabina puedes encontrar programas con jóvenes, mujeres, personas de diferentes sectores sociales, indígenas, ambientalistas, activistas, políticos, músicos y culturales [...]. Pero por otro lado también nos encontramos ya haciendo como equipo y como manera más sostenida reportajes a profundidad que tienen que ver con temáticas de los derechos de las mujeres, derechos sexuales y reproductivos, derecho al decidir y que se convierta en una agenda permanente en el medio. Además de ser un medio de manera política [...], somos un medio comunitario, la lógica de lo comunitario transforma bastante la cuenta de lo que hacemos y nuestros intereses. Nos nombramos también como feministas quienes conformamos este colectivo o la organización que es el churo de donde nace La Wambra.

2. ¿Actual mente cuantas personas pertenecen a La Posta?

[...] aproximadamente 6 o 7 personas somos quienes estamos trabajando permanentemente en los reportajes a profundidad, estamos haciendo los contenidos, edición, investigación. [...] Por ahora, somos mayoritariamente mujeres.

3. ¿Cómo se sostiene económicamente La Wambra medio digital comunitario?

[...] Tenemos dos líneas [...] de gestión más que financiamiento. [...] Wambra es parte de los proyectos de la Fundación el Churo, de ahí nosotras hacemos cine comunitario, hacemos producciones de contenidos audiovisuales esa una forma de gestionar recursos para Wambra. La Wambra no tiene en la actualidad un recurso específico, no tenemos un pauta, patrocinadores, pero nosotras lo sostenemos con el trabajo que hacemos en otros ámbitos que tienen que ver con la producción para otras organizaciones sociales y esa es otra forma.

Fundación el Churo realiza varios proyectos sociales con organizaciones nacionales e internacionales y pues eso permite que sostengamos este espacio y que sostengamos La Wambra y por ahora pues un espacio autónomo que no tiene un pauta externo.

4. ¿Cómo surgió el tema de las clínicas de deshomosexualización?

Primero esta fue una entrevista que realice a Cayetana Salao que es una activista, decídate de género que es artista también y que tiene una vocería a este tema por las investigaciones que ella ha realizado con el taller de comunicación y con otras organizaciones y también porque le afecta directamente a ella. [...] Es una entrevista que se realizó en el marco de la producción del programa que semanalmente se realiza que es un programa editorial que se da en Wambra medio digital comunitario, [...] pero también tiene que ver con el debate del Código Orgánico de Salud, porque era pertinentemente hablar de esto cuando finalmente siempre se [ha] estado hablando de esta temática, nosotros como un medio digital comunitario feminista, fue por las mujeres, activistas siempre estarán presentes en nuestra agenda [...]. Entre esas [temáticas abordadas por la discusión del Código Orgánico de la Salud], estaba las clínicas de deshomosexualización [...] y se preveía poder elevar lo que ahora estaba como acuerdo ministerial; que las clínicas de deshomosexualización estaban prohibidas y que en la práctica eso no sucedía. En la práctica había tratos crueles e inhumanos para las personas de diversidad sexo genética en los que paraban en clínica de rehabilitación de adicciones, por ejemplo. Escondidas atrás de eso que a pesar de este acuerdo ministerial no sea efectivo, que las autoridades impidan estos espacios entonces se volvió prioritario que se coloque en la gente que este Código de Salud que incluía y elevaba la categoría de ley de parte de este acuerdo, la prohibición de estos centros y ya en la ley con una legislación con un mayor rango ya se hizo posible esos derechos, en base a los derechos humanos debíamos abordar ese tema.

Cayetana nos explicaba un poco de lo que había sido esta investigación que realizaron y contaban que efectivamente cuales son las circunstancias a las que se enfrentan como violaciones, maltratos y forma de prohibición de libertad que era obligatoria por parte de familiares que llevaban a sus hijos, hijas e hijxs a este tipo de espacios para que sean tratados o cambiados en su identidad de género. Por eso era relevante tratar en ese tiempo en Septiembre del 2020, pues como medio hicimos visibilizar a lo que estaba en el Código de Salud a diferencia en otros medios que lo que estaban haciendo era mirar el Código de Salud como un riesgo, los grupos anti derechos que tienen vocería, los medios tradicionales decían que iban a permitir el aborto, los padres pedían la posibilidad de cuidar de sus hijos, temas de educación sexual y reproductiva que en este caso habían varias reformas que permitían. Por ejemplo, que las adolescentes tengan métodos anticonceptivos sin la necesidad que tengan un permiso legal de sus padres, esto alargó a los grupos que están permanentemente en contra a los derechos de las mujeres, están trabajando a que no haya progresión de estos derechos pero que además lo hacen desde argumentos moralistas, anticientíficos cargados de varios dogmas y de perjuicios y éticas totalmente personales y colocadas en las políticas públicas y la legislación.

Entonces frente a eso como medio de comunicación teníamos esa responsabilidad de hacer una agenda para ese periodo en la que se pueda contar efectivamente de que trataba este Código de Salud, entonces en ese marco se da este reportaje.

5. ¿Recuerda el mes y el año en que se dio a conocer el reportaje de las clínicas de deshomosexualización?

[...] No fue un reportaje es una entrevista en vivo, fue realizada [...] en septiembre del 2020 [...] en la página de Facebook Wambra [...].

6. ¿Qué es lo que más le impacto sobre este reportaje?

Es un tema que está dentro de nuestra agenda, la violencia de género es algo que nos involucra desde hace mucho tiempo. Recuerdo que mi primer reportaje con Cayetana [...] fue como hace 11 o 12 años, cuando ya estábamos hablando de estos temas y es parte de una puesta política como medio. Nuestro medio tiene una posición de acuerdo a este tema, si algo nos enseñan en la escuela de comunicación es la objetividad. Pero finalmente los medios tradicionales siempre levantan una agenda hegemónica, una agenda ligada a los poderes económicos, políticos que permanentemente están discriminando, reforzando imaginarios socioculturales, que tiene que ver con el machismo, el clasismo con el patriarcado y que la agenda es legitimada hace muchos años, y nosotros hablamos de feminismos de comunidades, no discriminatorios para personas de la comunidad LGBTQ. No somos transodiantes, somos una comunidad transincluyentes y hablar de esto [...] es colocar en la agenda lo que antes no se hablaba [...]. Son temas que nos interesan hablar, nuestra audiencia es muy diversa; [es] de sectores populares, indígenas, de personas de organizaciones sociales, culturas urbanas, es un público diverso, con opiniones diversas.

7. ¿Cuál es el proceso de producción periódico y cuáles son sus estrategias de difusión?

Ayuda a tener esta agenda de vida [y] política. Algo que los feminismos dicen es [que] la vida es política y esto hace que este en la agenda. Nosotros estamos cercanas a las organizaciones sociales, activistas y gente que está haciendo este trabajo de buscar la ampliación de derechos y haciendo incidencia política, publica. En el espacio público, en las instituciones del estado; [...] siempre estamos permanentemente escuchándolas, volviendo la mirada, estando acompañando y esto hace que estemos informadas y cercano

a esto y que no sea algo lejano para la construcción de nuestra agenda de manera interna tenemos varios espacios que se aborda, se hace contenidos específicos de estas temáticas. Como, por ejemplo, el *Pócima crítica*, que es una revista informativa que aborda temáticas relacionadas a la violencia de género, a las diversidades sexo genéricas y que se enfoca directamente a esas temáticas. También tenemos otros programas que es *Voces y propuestas*, que trabaja estos temas, pero también con otras temáticas de la coyuntura política, económica, social que ya no es tan específica [...].

La agenda se va construyendo con una mirada un poco proyectada de qué es lo que queremos abordar, pero que esta agenda pueda cambiar, hablar en estas tres semanas del Código de salud. Pero ¿qué tal si ya hay algo mucho más emergente y requiere hablar de ese tema? Se puede introducir la temática, pero si se tiene una planificación de que se quiere hacer. Por ejemplo, por temporadas, por periodos [...] y luego se va modificando de acuerdo a coyunturas más específicas y más urgentes.

Eso como la parte técnica, pero también la parte técnica va muy ligada a nuestra parte política. Nosotros hacemos periodismo desde una ética feminista, eso implica que nuestras vocerías no son hegemónicas, sino son vocerías de mujeres independientes, mujeres indígenas, jóvenes, persona de la diversidad sexo genérico, es así como en la parte técnica de investigación hemos encontrado una metodología de investigación, reportaría, de entrevistas que no sean revictimizarte. Por ejemplo, el reportaje de *Niñas invisibles* que habla sobre la maternidad forzada en niñas, que se realizó en las casas de acogidas de Lago Agrio, en la Amazonia que fue un aprendizaje grande. Sabiendo que a las víctimas no se les victimiza y para el ejercicio periodístico es una práctica que no solo debería ser solo del periodismo feminista sino de todos los periodistas, porque nos acostumbramos a ver como en otros reportajes se les pregunta a las víctimas y le dolió y como fue cuéntenos como lo vivió y porque no denuncio antes, preguntas de ese tipo que revictimizan a quienes son nuestras fuentes principales.

La producción está ligada a una postura política de cómo se hacen las cosas en respeto a quienes estamos trabajando para hacer un ejercicio periodístico mucho más riguroso, mucho más profundo que puede conectar con otras historias de otras maneras, el periodismo debería ser feminista y tener una postura mínimamente con un enfoque de género.

En el equipo trabajamos varias personas, como también somos un medio multimedia, no solo se queda en la parte escrita, sino también en la audiovisual, en la producción radial, eso hace que se piense en los guiones técnicos con esta postura, esta perspectiva de cómo se elaboran los guiones, la comunicación comunica todo. Por ejemplo, si voy a contar sobre maternidad infantil, no vamos a poner barrigas como otros medios lo hacen, vamos a ver las formas de contar esas historias, en buscar esas imágenes para que sea una construcción rigurosa. Nosotros cambiamos los roles, comúnmente los hombres hacen producción y mujeres están frente a la cámara eso también cambiamos nosotros porque todos cumplimos diferentes roles, son metodologías de trabajo que finalmente nos conectan con la misma comunidad de Wambra.

8. ¿Cómo realizan para que los contenidos lleguen a los medios tradicionales?

Nosotros no tenemos ningún tipo de vínculo con los medios tradicionales, al contrario ellos siempre han sido como muy, un poco deslegitimando el trabajo que se hace precisamente porque nos nombramos como un medio feministas, a es que no soy periodistas sino activistas, nosotros realizamos un trabajo riguroso pero con una frontalidad, porque los medios tradicional dicen hacemos periodismo imparcial pero si

responden a una agenda, pero no la dicen, entonces nosotros somos frontales en decir si tenemos una agenda de derechos humanos, de derechos de las mujeres y que queremos informar en toda la amplia y profunda dimensión de lo que implica ser rigurosa, esta es nuestra labor, y no tenemos una cercanía directa a los medios tradicionales, si a los medios comunitarios, medios indígenas, medios campesinos, medios que están en la selva y replican nuestros contenidos, forman parte de procesos de formación que realizamos para comunicadores y comunicadoras comunitarias, forman parte de los procesos de cine comunitario, donde se analizan contenidos para medios de comunicación y con enfoque de género feminista, esas son nuestras alianzas más cercanas y con quien si conversamos, pero de los medios tradicionales responde a que hay una audiencia que si le interesa hablar de esas temáticas y hay argumentos que hemos posicionado en varios medios digitales a nivel regional, en que ponemos argumentos de justicia social, salud pública sustentado en fuentes oficiales como el Ministerio de Salud pública, la Judicatura, la fiscalía, el INEC, EL Ecu 911 y se dan cuenta que hay una realidad que contar y la gente comienza hablar y dar su opinión, y muestran que hay una realidad que contar, es como los medios de comunicación que estuvieron poniendo de lado estas agendas o tratando de manera no adecuada en un enfoque moral y religioso, las organizaciones de mujeres han estado incidiendo de forma política y pública y los feminismos en Ecuador han crecido, ya no son una vocería específicas, son mujeres de diversos sectores y de diversidades sexo genéricas totalmente ampliadas que hacen que los medios hablen de estas temáticas. Hacemos que las autoridades hablen, se pronuncien que las colectivas tengan argumentos y que los medios tradicionales a ver que tantas personas hablan de ellos lo coloquen en su agenda, por eso es importante tener una agenda de derechos humanos que finalmente te saca de los lugares comunes que es lo que estaban acostumbrados hablar, ahí llegamos nosotros con nuevos enfoques.

9. ¿Qué recomendaciones daría a los futuros periodistas o comunicadores para que estos reportajes tengan un mayor impacto?

Más allá del impacto del incremento de seguidores o un impacto en la imagen personal de quienes hacen el ejercicio periodístico, yo creo que podemos buscar un impacto social, la transformación de los patrones socioculturales, porque finalmente los medios están construyendo una realidad y muchas veces los medios nos han dicho como ser, como sentir, como vivir, como es ser madre, los medios son la herramienta del sistema, por algo se le dice el cuarto poder, sostener la coloneidad, sostener el racismo, como sostener el patriarcado, sostener el clasismo, no son nada inocentes los contenidos que los medios de comunicación realizan, ahí está el pensarnos a nosotres mismos, que queremos decir y que queremos hacer con nuestro ejercicio periodístico, buscar que es lo que quiero hacer y cuál es mi objetivo, eso es fundamental, tener un público a lo que largo del trabajo periodístico sea agradecido y entienda la lucha, y el impacto más grande que tiene que ver con los derechos, hacer un ejercicio previo con los derechos humanos.

Anexo 7. Capturas de pantalla constancia de difusión de encuesta



5 jul. 8:48 a. m.

Hola mi tati porfa ayúdame con una encuesta

<https://forms.gle/Sdhc4JYZEUiEEwUt8>



Influencia de los medios de comunicación nativos digitales en los medios de comunicación tradicionales ecuatorianos.

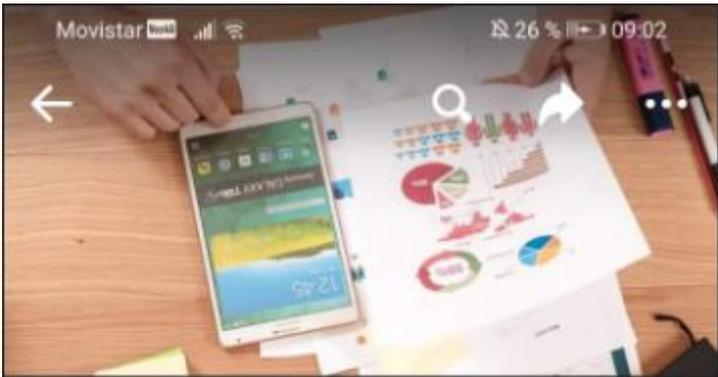
El Internet cambió la manera de comunicarse, ya que permitió el acceso a diferentes plataformas con más facilidad y una comunicación inmediata con los usuarios, a corto tiempo y redujo las distancias de contacto. Así también, los medios de comunicación tradicionales con la finalidad de adaptarse al cambio, deben pasar primero al traslado al entorno digital, a la par aparecen los medios de comunicación nativos digitales, que no tienen experiencia previa.

Influencia de los medios de comunicación nativos digitales en lo...

El Internet cambió la manera de comunicarse, ya que permitió el acceso a diferentes plataformas con más facilidad...

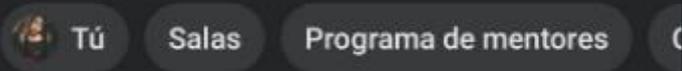
Visto





Encuestas y estudios de mercado >

🔒 Grupo privado · 1.821 miembros







Comunicados ⓘ



Si sugieres que solo responderás las encuestas



