

UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, GESTIÓN EMPRESARIAL E INFORMÁTICA

CARRERA DE COMUNICACIÓN

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADOS EN COMUNICACIÓN

TEMA:

"ANÁLISIS COMPARATIVO DEL TRATAMIENTO DE LA INFORMACIÓN POLÍTICA DE LA5PATA_EC Y LAPOSTAEC EN TIKTOK Y SU INFLUENCIA EN EL CONOCIMIENTO DE LOS ESTUDIANTES DE LA UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR, PERIODO NOVIEMBRE – DICIEMBRE 2023"

AUTORAS:

SILVIA PATRICIA GUALAN GUAILLAS

MISHELLE STEFANY QUINTERO ANGUASHA

DIRECTOR:

LIC. MARCELO BARRIGA

GUARANDA – ECUADOR

2024

UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, GESTIÓN EMPRESARIAL E INFORMÁTICA

CARRERA DE COMUNICACIÓN

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADOS EN COMUNICACIÓN

TEMA:

"ANÁLISIS COMPARATIVO DEL TRATAMIENTO DE LA INFORMACIÓN POLÍTICA DE LA5PATA_EC Y LAPOSTAEC EN TIKTOK Y SU INFLUENCIA EN EL CONOCIMIENTO DE LOS ESTUDIANTES DE LA UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR, PERIODO NOVIEMBRE – DICIEMBRE 2023"

AUTORAS:

SILVIA PATRICIA GUALAN GUAILLAS

MISHELLE STEFANY QUINTERO ANGUASHA

TUTOR:

LIC. MARCELO BARRIGA

PAR ACADÉMICO:

LIC. PILAR CHAVEZ

LIC. JOSÉ OLEAS

GUARANDA – ECUADOR

2024

TEMA DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

ANÁLISIS COMPARATIVO DEL TRATAMIENTO DE LA INFORMACIÓN POLÍTICA DE LA5PATA_EC Y LAPOSTAEC EN TIKTOK Y SU INFLUENCIA EN EL CONOCIMIENTO DE LOS ESTUDIANTES DE LA UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR, PERIODO NOVIEMBRE – DICIEMBRE 2023

AGRADECIMIENTO

Expreso mi agradecimiento a quienes han sido parte fundamental en la realización de este proyecto de investigación y en mi trayectoria académica.

A mis padres, cuya dedicación y esfuerzo en el campo hoy se ve reflejada. Sin ustedes, nada de esto habría sido posible.

A mi compañera de tesis y sueños Mishelle Quintero, con quien hemos compartido innumerables momentos de esfuerzo, alegría, frustración y un sinfín de experiencias que nos ha hecho celebrar cada pequeño triunfo y levantarnos de situaciones difíciles.

Y, finalmente, a todas aquellas personas que de una u otra manera han contribuido a mi desarrollo personal y académico.

A todos ustedes yupaychani.

Silvia Gualan Guaillas

Le agradezco a Dios en primer lugar por haberme permitido llegar hasta aquí, porque el transcurso no ha sido fácil; a mis abuelos que con mucho amor me criaron, me enseñaron todo lo bueno que ahora sé; un beso al cielo para ellos.

A mi mamá, por todo el esfuerzo que siempre ha hecho para que nada me faltara; nada de esto sería posible sin ella.

A mi familia y amigos, porque siguen enseñándome y hacen de mí una mejor persona.

Muchas gracias, los amo.

Mishelle Quintero Aguasha

DEDICATORIA

A la Virgen del Cisne, por darme sabiduría durante el transcurso de la carrera y mi vida profesional.

A mis padres Mercedes Guaillas y Antonio Gualan "mi equipo de tres" como suelo decir, quienes han moldeado y me han impulsado a alcanzar mis sueños, gracias a ustedes por inculcarme desde que tengo memoria las virtudes de disciplina y constancia.

A mis abuelitas Alejita y Nuta, que ahora están en el cielo, sus enseñanzas y cariño han dejado una huella imborrable en mi vida.

Familia querida, dedico este logro con inmensa gratitud por ser parte fundamental de mi vida.

Silvia Gualan Guaillas

A mi hermanito Benjamin, porque me ha regalado la dicha de sentir ternura y amor de formas inimaginables, me ha salvado sin saberlo; ojalá algún día lea esto y sepa que ha hecho por mí más de lo que yo he podido hacer por él.

A mi hermanito Adriel, aún recuerdo su sonrisa; una parte de mi corazón se fue con él; el cielo debe ser más lindo contigo allí.

Mishelle Quintero Anguasha

CERTIFICACIÓN DEL DIRECTOR Y PARES ACADÉMICOS

UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR

UNIDAD DE TITULACIÓN/UNIDAD DE INTEGRACIÓN CURRICULAR
CARRERA DE COMUNICACIÓN Y CARRERA COMUNICACIÓN
MODALIDAD HÍBRIDA

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, GESTIÓN EMPRESARIAL E INFORMÁTICA

CERTIFICADO DE VALIDACIÓN

Mgs. MARCELO BARRIGA, Mgs. PILAR CHAVEZ, Mgs. JOSÉ OLEAS, en su orden: Director y Pares Académicos del Trabajo de Titulación **"ANÁLISIS COMPARATIVO DEL TRATAMIENTO DE LA INFORMACIÓN POLÍTICA DE LA5PATA_EC Y LAPOSTAEC EN TIKTOK Y SU INFLUENCIA EN EL CONOCIMIENTO DE LOS ESTUDIANTES DE LA UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR, PERIODO NOVIEMBRE – DICIEMBRE 2023"** desarrollado por los estudiantes **SILVIA PATRICIA GUALAN GUAILLAS** y **MISHELLE STEFANY QUINTERO ANGUASHA.**

.

CERTIFICAN

Que, luego de revisado el Trabajo de Titulación en su totalidad, cumplen con las exigencias académicas de la **Carrera de Comunicación.**

Guaranda, septiembre 2024

Mgs. MARCELO BARRIGA
DIRECTOR

Mgs. PILAR CHAVEZ
Par Académico

Mgs. JOSÉ OLEAS
Par Académico

Dirección: Av. Ernesto Che Guevara y Gabriel Secaira
Guaranda-Ecuador
Teléfono: (593) 3220 6059
www.ueb.edu.ec

DERECHO DE AUTORÍA

UEB | UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLIVAR

BIBLIOTECA GENERAL

DERECHOS DE AUTOR

Nosotras Silvia Patricia Gualan Guaillas y Mishelle Stefany Quintero Anguasha portadores de la Cédula de Identidad No 1105134546 y 0803087667 en calidad de autoras y titulares de los derechos morales y patrimoniales del Trabajo de Titulación, **"ANÁLISIS COMPARATIVO DEL TRATAMIENTO DE LA INFORMACIÓN POLÍTICA DE LA5PATA_EC Y LAPOSTAEC EN TIKTOK Y SU INFLUENCIA EN EL CONOCIMIENTO DE LOS ESTUDIANTES DE LA UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR, PERIODO NOVIEMBRE – DICIEMBRE 2023"** de conformidad con el Art. 114 del CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN, concedemos a favor de la Universidad Estatal de Bolívar, una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra, con fines estrictamente académicos. Conservamos a nuestro favor todos los derechos de autor sobre la obra, establecidos en la normativa citada.

Así mismo, autorizamos a la Universidad Estatal de Bolívar, para que realice la digitalización y publicación de este trabajo de titulación en el Repositorio Digital, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Los autores declaran que la obra objeto de la presente autorización es original en su forma de expresión y no infringe el derecho de autor de terceros, asumiendo la responsabilidad por cualquier reclamación que pudiera presentarse por esta causa y liberando a la Universidad de toda responsabilidad.

Silvia Patricia Gualan Guaillas

Mishelle Stefany Quintero Anguasha

Dirección: Av. Ernesto Che Guevara y Gabriel Secaira
Guaranda-Ecuador
Teléfono: (593) 3220 6059
www.ueb.edu.ec

INDICE DE CONTENIDO

AGRADECIMIENTO ii

DEDICATORIA iii

CERTIFICACIÓN DEL DIRECTOR Y PARES ACADÉMICOS iv

DERECHO DE AUTORÍA v

ÍNDICE DE TABLAS viii

ÍNDICE DE FIGURAS ix

INTRODUCCIÓN 1

RESUMEN 2

ABSTRACT 3

CAPÍTULO I. 4

1. FORMULACIÓN GENERAL DEL PROYECTO 4

1.2 Descripción del problema 4

1.2 Formulación del problema 5

1.3 Preguntas de Investigación 5

1.4 Justificación 6

1.5 Objetivos: General y Específicos 7

1.6 Hipótesis 8

1.7 Variables 8

Operacionalización de variables 9

CAPÍTULO II 13

2. MARCO TEÓRICO 13

2.1 Antecedentes 13

2.2 Científico 18

2.3 Conceptual 23

2.4 Legal 36

2.5 Georreferencia 38

CAPÍTULO III 40

3. METODOLOGÍA 40

3.1 Tipo de investigación 40

3.2 Métodos de investigación 41

3.3 Técnicas e instrumentos de recopilación de datos 41

3.4 Universo, población y muestra 42
3.5 Procesamiento de la información 43
3.6 Metodología de Software empleada en el desarrollo de la aplicación 43
CAPÍTULO IV 44
4. RESULTADOS Y DISCUSIÓN 44
4.1 Análisis, interpretación y discusión de resultados. 44
Encuestas 44
Entrevistas 54
MATRIZ DE ANÁLISIS COMPARATIVO DEL TRATAMIENTO DE LA INFORMACIÓN POLÍTICA DE LA5PATA_EC Y LAPOSTAEC EN TIKTOK 64
CAPÍTULO V 122
5. PROPUESTA 122
5.1 CREACIÓN DE UN SEGMENTO DE INFORMACIÓN POLÍTICA EN EL CLUB DEL PERIODISMO. 122
5.2 ESTRUCTURA DE LA PROPUESTA 123
5.3 PLANIFICACIÓN DEL CONTENIDO: 125
5.4 CONCLUSIONES 143
5.5 RECOMENDACIONES 144
BIBLIOGRAFÍA 145
6. ANEXOS 150

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Operacionalización de variables 9
Tabla 2 Numero de estudiantes por facultad de la univeridades estal de Bolivar. 42
Tabla 3 Numero de muestra estudiantes a encuestar. 42
Tabla 4 De la siguiente lista, ¿en qué redes sociales usted posee una cuenta? Puede señalar más de una respuesta. 44
Tabla 5 De la siguiente lista, ¿en qué red social usted consume más contenidos? Señalé solo una respuesta. 45
Tabla 6 Escoja de la siguiente lista, ¿cuáles son los contenidos que usted sigue en mayor medida en redes sociales? 46
Tabla 7 ¿Con qué frecuencia usted consume o ha consumido información política en redes sociales? 47
Tabla 8 ¿Sigue usted algún medio digital con contenidos informativos políticos? 48
Tabla 9 Para conocer sobre información política, ¿podría señalar cual d los siguientes medios usa con mayor frecuencia? 49
Tabla 10 ¿Conoce usted los contenidos informativos que contiene LA Posta EC? 50
Tabla 11 ¿Conoce usted los contenidos informativos que contiene LA 5ta Pata? 51
Tabla 12 De las siguientes opciones, señale: ¿con qué frecuencia ha recibido usted publicidad política en redes sociales? 52
Tabla 13¿Considera usted que los medios de comunicación digitales configuran la opinión política de las personas? 53
Tabla 14 Entrevista a la Asistente de Comunicación Política en la Asamblea Nacional 54
Tabla 15 Entrevista al Creador de “El diario de Riobamba” un medio digital y docente de la UEB 57
Tabla 16 Entrevista al Comunicador independiente en gobiernos locales. 60
Tabla 17 Entrevista al Asesor del alcalde Inty Yumbay 62
Tabla 18 Tratamiento de la información política de La Posta, Noviembre. 64
Tabla 19 Tratamiento de la información política de La Posta, Diciembre. 83
Tabla 20 Tratamiento de la información política de La 5PATA, Noviembre. 98
Tabla 21 Tratamiento de la información política de La 5PATA, Diciembre. 107
Tabla 22 Formato de matriz, La Posta. 118
Tabla 23 Formato de matriz, La 5pata. 119

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Ubicación geografia de la UEB. 39
Figura 2 De la siguiente lista, ¿en qué redes sociales usted posee una cuenta? Puede señalar más de una respuesta. 44
Figura 3 De la siguiente lista, ¿en qué red social usted consume más contenidos? Señalé solo una respuesta. 45
Figura 4 Escoja de la siguiente lista, ¿cuáles son los contenidos que usted sigue en mayor medida en redes sociales?. 46
Figura 5 ¿Con qué frecuencia usted consume o ha consumido información política en redes sociales? 47
Figura 6 ¿Sigue usted algún medio digital con contenidos informativos políticos?. 48
Figura 7 Para conocer sobre información política, ¿podría señalar cual d los siguientes medios usa con mayor frecuencia?. 49
Figura 8 ¿Conoce usted los contenidos informativos que contiene LA Posta EC?..... 50
Figura 9 ¿Conoce usted los contenidos informativos que contiene LA 5ta Pata?..... 51
Figura 10 De las siguientes opciones, señale: ¿con qué frecuencia ha recibido usted publicidad política en redes sociales?..... 52
Figura 11 ¿Considera usted que los medios de comunicación digitales configuran la opinión política de las personas? 53

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de investigación se centra en realizar un análisis comparativo del tratamiento de la información política de dos cuentas prominentes en TikTok: @La5Pata_EC y @lapostaec durante el periodo de noviembre a diciembre de 2023. Ambas cuentas son reconocidas por su influencia y alcance en la plataforma.

El objetivo principal de esta investigación es examinar cómo estas cuentas abordan y presentan la información política en TikTok, evaluando el tipo de contenido, los enfoques discursivos utilizados y la forma en que este contenido puede influir en el conocimiento político de los estudiantes de la Universidad Estatal de Bolívar. Se buscará determinar si existe alguna diferencia significativa en la manera en que estas cuentas comunican la información política, así como su impacto en la percepción y el entendimiento de los estudiantes universitarios sobre los temas políticos locales y nacionales.

Este estudio es relevante debido a la creciente importancia de las redes sociales como plataformas de información y formación política entre los jóvenes, así como por la necesidad de comprender cómo estas plataformas moldean las percepciones y conocimientos de los estudiantes universitarios, quienes representan un sector crucial en la configuración del panorama político futuro del país.

La investigación se estructura en torno a un análisis exhaustivo y se distribuye de la siguiente manera:

Capítulo I: Formulación del problema, su descripción y justificación, además se detallan los objetivos.

Capítulo II: Referente al marco teórico en este se describen los antecedentes, la base científica, conceptual y legal que sustentan el tema planteado.

Capítulo III: Se describe la metodología usada para obtener los resultados del proyecto de investigación, siendo en este caso la mixta, así mismo se detallan las técnicas e instrumentos de recopilación de datos.

Capítulo IV: Se presenta de manera minuciosa el análisis, interpretación y discusión de resultados, además la matriz usada para el análisis comparativo del tratamiento de la información de @La5Pata_EC y @lapostaec.

Capítulo V: Se especifica la propuesta como la estructura, planificación y creación de los productos noticiosos, a este capítulo se suman las conclusiones y recomendaciones referente al proyecto investigativo.

RESUMEN

El presente proyecto de investigación propone analizar el tratamiento de la información política de la5pata_ec y lapostaec en TikTok y como estas influyen en el conocimiento de los estudiantes de la Universidad Estatal de Bolívar, la metodología aplicada en la ejecución del proyecto es mixta, encuestas a los estudiantes y entrevistas a expertos en área de comunicación y política, a la par se realizó una matriz de análisis de tratamiento de los contenidos publicados en noviembre y diciembre de 2023 por los medios digitales antes mencionados.

Se busca comprender el funcionamiento del periodismo político digital y si esta es o no favorable e influyente para el desarrollo critico de los estudiantes, mediante ello desarrollaremos productos audiovisuales que permitan demostrar una alternativa de contenido político digital para la Universidad Estatal de Bolívar.

Palabras Clave

Tratamiento de la información, conocimiento, política, medios digitales, periodismo político digital, productos audiovisuales.

ABSTRACT

The present research project proposes to analyze the treatment of the political information of la5pata_ec and lapostaec in TikTok and how these influence the knowledge of the students of the State University of Bolivar, the methodology applied in the execution of the project is mixed, surveys to the students and interviews to experts in the area of communication and politics, at the same time a matrix of analysis of treatment of the contents published in November and December of 2023 by the digital media mentioned above was carried out.

We seek to understand the functioning of digital political journalism and whether or not it is favorable and influential for the critical development of students, through this we will develop audiovisual products that will demonstrate an alternative of digital political content for the State University of Bolivar.

Key words

Information processing, knowledge, politics, digital media, digital political journalism, audiovisual products.

CAPÍTULO I.

1. FORMULACIÓN GENERAL DEL PROYECTO

1.2 Descripción del problema

Los medios digitales se han convertido en una plataforma donde las personas tienen la posibilidad de acceso a la información política. Esta información política es generada por actores políticos y por medios de comunicación, esto se ha vuelto en una forma de consumo de prensa y de información política para las audiencias (Serrano, Gonzálvez, & Viñarás, 2019).

Los medios digitales de información y su incidencia en redes sociales han sido analizados en otros escenarios, uno de estos es la creación de capital social y su participación política. De las redes sociales que más tienen influencia en la opinión política ha sido Facebook, que ha demostrado gran poder en la participación política de las poblaciones (Noriega & Izábal de la Garza, 2019). De la misma manera, se debe mencionar la popularidad de las redes sociales y los sitios web en el grupo etario de los jóvenes, pues son su fuente información (Piñeiro-Otero & Martínez, 2020).

En Ecuador, los medios digitales han sido documentados por CIESPAL en un estudio que data del año 2012, en el mismo se pudieron registrar 254 medios en formato digital de radio, prensa y televisión, al igual que unos nativos de internet (Rivera, 2013). No obstante, a la actualidad resulta insuficiente pues el estudio data de varios años atrás.

El tratamiento de la información política de la 5Pataec y la Postaec en TikTok es un fenómeno que ha ganado relevancia en los últimos años. Estas cuentas con miles de seguidores ofrecen contenidos informativos sobre la actualidad política ecuatoriana. Sin embargo, su influencia en el conocimiento de los estudiantes de la Universidad Estatal de Bolívar es aún un tema desconocido.

La presente investigación tiene como objetivo analizar comparativamente el tratamiento de la información política de la 5pata_ec y la Postaec en TikTok, para determinar cómo influye en el conocimiento de los estudiantes de la Universidad Estatal de Bolívar, en el periodo noviembre – diciembre 2023. Para ello, se analizarán las similitudes y diferencias

en el tratamiento de la información política de ambas cuentas, así como su impacto en la comprensión de la realidad política de los estudiantes, en la influencia y formación de opiniones y actitudes políticas.

Ya que la falta de verificación de datos de ambas cuentas digitales ha sido criticadas por publicar información conflictiva, con inclinaciones ideológicas, fuentes sin verificación y falta de veracidad de los datos, se ha acusado a La Posta y La 5ta Pata Ec de tener un sesgo político a favor de ciertas ideologías o figuras políticas. Esto puede limitar la exposición de los jóvenes a diferentes perspectivas políticas y afectar su desarrollo de un pensamiento crítico independiente.

Debido a estas causales tenemos como efecto que la información que difunden estos medios digitales puede generar confusión y desinformación entre los estudiantes, lo que podría afectar su capacidad para tomar decisiones informadas sobre temas políticos y sociales.

La investigación se realizará a través de un estudio cualitativo, con una metodología de análisis de contenido. Se recopilarán datos de los perfiles de TikTok de la 5pata_ec y la Postaec, así como de encuestas y entrevistas a estudiantes de la Universidad Estatal de Bolívar.

1.2 Formulación del problema

¿De qué forma, el tratamiento de contenidos políticos de los canales digitales 5PATA_EC y LAPOSTAEC en la red TikTok influye en el conocimiento de los Estudiantes de la UEB durante el periodo Noviembre - Diciembre 2023?

1.3 Preguntas de Investigación

- ¿Qué temas políticos son abordados por los dos medios?
- ¿Desde qué perspectivas se abordan los temas políticos?
- ¿Cuál es el enfoque de los contenidos informativos sobre política?
- ¿Cuál es el tono de los contenidos informativos sobre política?
- ¿En qué formatos se presentan los contenidos informativos sobre política?
- ¿De qué forma consume la información política la audiencia?

1.4 Justificación

La información política es esencial para que los ciudadanos puedan participar de manera informada en la vida democrática. Los jóvenes, como futuros ciudadanos, necesitan estar bien informados sobre los temas políticos para poder tomar decisiones acertadas. Estudios de este tipo de han realizado en el contexto regional, han analizado la infopolítica o información política durante periodos de elecciones. (Rodriguez & Fernández, 2017)

Las redes sociales han transformado la forma en que se consume y se difunde la información política y TikTok es una plataforma que permite a los usuarios crear y compartir videos cortos, lo que la hace ideal para difundir información política de forma rápida y atractiva. Esta interacción de información y beneficio para determinado candidato político ya había sido analizada en el contexto ecuatoriano en las elecciones políticas del periodo 2020-2021. (Cusot & Palacios, 2021)

La necesidad de analizar el tratamiento de la información política en TikTok es importante, para poder comprender como esta influye en la formación del conocimiento de los jóvenes. Es por esto que el presente proyecto de investigación tiene como objetivo analizar comparativamente el tratamiento de la información política de los medios digitales La5pata_EC y lapostaec en TikTok, y su influencia en el conocimiento de los estudiantes de la Universidad Estatal de Bolívar, periodo noviembre-diciembre de 2023.

Es pertinente este estudio debido que en la creciente importancia de las redes sociales en la difusión de información política. En este sentido, tiktok se ha convertido en una plataforma clave para el consumo de noticias y opiniones políticas, los jóvenes estudiantes consumen información de manera diferente a las generaciones anteriores, y esto incluye la forma en que se informan sobre temas de política.

Analizar como La Posta y La 5ta Pata Ec puede proporcionar información valiosa en los estudiantes sobre sus preferencias de consumo de información política y los factores que influyen en su acceso a la información, ya que esta puede ser utilizada para desarrollar estrategias más efectivas.

También creemos que una comunidad universitaria informada y comprometida es fundamental para el funcionamiento de una democracia saludable.
Si los jóvenes están siendo expuestos a información política falsa o sesgada, esto podría tener un impacto negativo en su participación en el proceso democrático y en su capacidad para tomar decisiones, un análisis del tratamiento de la información política en La Posta y La 5ta Pata Ec puede ayudar a identificar estos riesgos y tomar medidas periodísticas para educar e informar democráticamente.

En un mundo donde la información abunda, es más importante que nunca que los estudiantes, que algún día serán futuros profesionales tengan las habilidades para evaluar críticamente la información que encuentran, incluyendo la que proviene de medios digitales.

El estudio tiene el potencial de beneficiar directamente a los estudiantes de la universidad y de forma indirecta a los docentes, personal administrativo y comunidad en general, generando un impacto positivo en una amplia gama de personas, tanto dentro como fuera de la comunidad educativa.

1.5 Objetivos: General y Específicos

1.5.1 Objetivo general:

Analizar el tratamiento de la información política difundida a través de la5pata_ec y lapostaec en TikTok y su influencia en el conocimiento de los estudiantes de la Universidad Estatal de Bolívar, mediante el uso de técnicas de verificación de los contenidos informativos.

1.5.2 Objetivos específicos:

1. Identificar como es el enfoque de los contenidos informativos sobre política en la5pata_ec y lapostaec.
2. Medir la influencia de los contenidos informativos sobre política de la5pata_ec y lapostaec en el conocimiento de los estudiantes de la Universidad Estatal de Bolívar.

3. Evaluar la calidad de los contenidos informativos sobre política de la5pata_ec y lapostaec

1.6 Hipótesis

El tratamiento de la información política de la5pata_ec y lapostaec en TikTok, tiene una influencia sobre el conocimiento de los estudiantes de la Universidad Estatal de Bolívar, debido a que manejan un lenguaje y un formato atractivo para los jóvenes.

1.7 Variables

Variable independiente: Tratamiento de la información Política
Variable dependiente: Influencia en el conocimiento o Percepción de la información
Contexto: Estudiantes de la UEB
Sujeto: la5pata_ec y lapostaec

Tabla 1 *Operacionalización de variables*

Operacionalización de variables

VARIABLE INDEPENDIENTE	CONCEPTO	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS
Tratamiento de la información Política	El tratamiento de la información política se refiere al conjunto de actividades y procesos mediante los cuales se recopila, procesa, analiza y difunde información sobre la esfera política. Esta información puede incluir noticias sobre eventos políticos, discursos de figuras públicas, análisis de políticas públicas, encuestas de opinión pública, y más.	Precisión	- Información es precisa y veraz - Fuentes de verificación de la información antes de ser publicada	Entrevista ¿De dónde proviene esta información? ¿Cómo se respalda esta información? ¿Se citan fuentes? ¿Se proporcionan pruebas?
		Objetividad	- Presentación de información neutral e imparcial -Relevancia -Claridad	Encuesta ¿He evitado expresar mis propias opiniones o creencias personales? ¿He utilizado un lenguaje neutral y objetivo?

		Contexto	- Información con contexto adecuado - Información comprensible	Encuesta ¿La información que estoy presentando es relevante para el tema en cuestión? ¿Se proporcionan enlaces a información adicional? ¿He considerado todas las perspectivas sobre este tema?

VARIABLE DEPENDIENTE				
	La influencia sobre el conocimiento se refiere al grado en que los factores externos, como individuos, organizaciones o contextos sociales, impactan la adquisición, el procesamiento y la retención del conocimiento por parte de un individuo. Estos factores externos pueden influir en el	Fuente de influencia	-Medios digitales que influyen - Consumo de información	Encuesta ¿Qué medios digitales utilizan con más frecuencia para informarse? ¿Con qué frecuencia utilizan cada medio digital? ¿Qué tanta confianza tiene en la información que encuentran en cada medio digital?

Influencia en el conocimiento	conocimiento de una persona de varias maneras	Dirección	-Influencia positiva o negativa - Comprensión	Entrevista ¿En qué medida creen que los medios digitales influyen en sus opiniones y actitudes? ¿De qué manera los medios digitales pueden tener una influencia positiva en el consumo de información? ¿Qué estrategias pueden usar las personas para evaluar críticamente la información que encuentran en los medios digitales?
		Conocimiento	- Nivel de conocimiento - Interpretación de la información libre de sesgos	Encuesta ¿Cómo influyen los medios digitales en la diversidad de las fuentes de información a las que las personas están expuestas? ¿He presentado todos los lados del tema de manera justa y sin sesgos?

Elaborado por: Silvia Gualan - Mishelle Quintero

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes

Los antecedentes que hemos usado para la presente investigación han sido cuatro tesis similares a nuestro tema, mismas que se detallan a continuación:

Vite y Alejandro de la Universidad Técnica de Cotopaxi en el año 2023 plantearon el tema Contenido informativo en la red social tiktok: estudio de caso La Quinta Pata @la5pata_ec; ellos mencionan que:

> "Los medios de comunicación han trasladado sus contenidos a redes sociales con la intención de ganar nuevas audiencias, lo que ha modificado los modelos comunicativos. Tal es el caso de la red social tiktok que inició siendo una plataforma netamente de entretenimiento, pero, la instalación de los medios en la red social china la modificó y ahora el contenido informativo también forma parte de ella. En tal sentido, se desarrolló una guía de estrategias de difusión informativa para medios de comunicación en tiktok tomando como base los contenidos del medio La Quinta Pata es un medio de comunicación digital ecuatoriano con más de 659 mil usuarios como "seguidores" y tienen alrededor de 36,4 millones de interacciones. Así, mediante un análisis de contenido se estudió las nuevas narrativas e identificó la interacción de los usuarios lo que llevó a diseñar estrategias orientadas al manejo de tiktok para medios de comunicación". (Vite, 2023).
>
> "Los principales resultados en tiktok predominan el contenido con formato vertical y de duración corta, se promedia entre 36 a 39 segundos como ideales para transitar la plataforma. Además, el entretenimiento es la temática con mayor interacción, a la inversa sucede con los tópicos política y economía que a pesar de tener su espacio son parte del grupo con menor respuesta de los usuarios. Cabe decir que las estrategias planteadas en este proyecto son un aporte para los medios con interés en difundir contenidos informativos en la plataforma china". Pág. 53

Carmona Brito, Guillén Burdett y Oswaldo Luis de la Universidad de Cuenca en el tema Tiktok: Como herramienta de innovación en la comunicación política ecuatoriana, describen que:

> "En la historia de la comunicación han existido varias ramas de estudio que han enfocado sus esfuerzos en expandir el objeto de estudio de tan hermosa ciencia, partiendo por los antiguos teóricos de Grecia y Roma, donde se empleaba la retórica para convencer al pueblo, hasta los fenómenos de las redes sociales y la hipermedialidad de hoy en día; la comunicación ha atravesado innumerables cambios a través del tiempo y ha evolucionado hasta convertirse en un objeto de análisis complejo, un ente vivo, polisémico y repleto de intriga y misterio. Este trabajo centra sus esfuerzos en torno a dos grandes ideas que son la comunicación política y las redes sociales emergentes, estos tópicos qué se combinan en una idea más revolucionaria y seductora, cómo lo es el tratamiento de la comunicación política ecuatoriana en la red social TikTok. Y es que la política en la sociedad ecuatoriana es a veces vista con desdén, como un discurso barato de líderes que no cambiarán la realidad del pueblo, sino la de sus propias vidas; pero hay que recordar que los tiempos han cambiado, qué la gente tiene acceso al conocimiento a través de la internet, en donde las redes sociales se han convertido en un nuevo escenario para el ejercicio de la política y la comunicación. Los invito a leer y adentrarse en este trabajo académico, qué pretende averiguar acerca de dos fenómenos que sucedieron en el período de febrero a abril año 2021 y que como consecuencia dieron la victoria del actual presidente de la república Guillermo Lasso, es así que sin más dilación, se averiguará sí TikTok es una herramienta de innovación en la comunicación política ecuatoriana" (Carmona Brito & Guillén Burdett, 2023).

Capelo Quezada y Helen Estefanía de la Universidad de Cuenca proponen el titulo Propaganda política en tiktok de Andrés Arauz y Guillermo Lasso durante su campaña electoral en segunda vuelta, en el que mencionan que:

> "Hoy en día, existen muchas investigaciones en cuanto a la red social TikTok y su repercusión dentro de las diversas áreas como son la salud, la educación, las

artes, el activismo, los deportes, la comunicación, marketing, etc. Pero, llegamos a la comunicación política y el margen de investigaciones y trabajos es sumamente reducido. De allí surge la motivación por el desarrollo del presente trabajo en donde se analizará la incidencia que tuvo la red social TikTok en las elecciones presidenciales del Ecuador en el año 2021, concretamente en la segunda vuelta electoral en donde participaron los candidatos Andrés Arauz y Guillermo Lasso, quien resultó ser electo presidente. En el trabajo se analizan las cifras a las que alcanzaron las publicaciones de cada candidato, así como un estudio comparativo. Sin embargo, el estudio de métricas es únicamente externo ya que no podemos contar con datos como retorno de inversión, generación de clientes potenciales etc. Dentro de ellas se incluye el "engagement", que viene a ser la habilitad o capacidad que tiene una marca para involucrar al público o audiencia llegando no sólo a tener una aceptación hacia los productos, sino que también a comprometerlos para influenciar en forma positiva, así como un compromiso hacia la empresa, marca, etc. En redes sociales esto se expresa con like, comentarios, descargas, veces que se comparte, etc." (Quezada, 2024).

Guerrero Marques Das Neves, Cristiane Castro Maridueña y Romina Lizbeth de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil plantearon el tema "TikTok como herramienta para el periodismo alternativo: caso de estudio Ac2ality en español, mencionaron lo siguiente:

"En los últimos tres años, especialmente en 2020 y 2021. Según estadísticas, creció significativamente Esta plataforma digital ha generado una iniciativa comunicacional que está cambiando la forma de hacer periodismo, involucrando contenidos interactivos, nuevas generaciones y procesos mediáticos convergentes e híbridos. Este medio digital alternativo, conocido en español como Ac2ality, tiene como objetivo transmitir noticias del mundo de manera objetiva, sencilla e intuitiva a una audiencia específica que quiere saber qué está pasando en minutos. Por lo tanto, este estudio considera la posibilidad de analizar las características de las noticias alternativas de la cuenta de noticias TikTok Ac2ality en español utilizando diferentes herramientas de investigación como encuestas, entrevistas a expertos y análisis de contenido. Los resultados muestran la presencia de funciones periodísticas alternativas en Ac2ality en español y la importancia del

> uso de la red social TikTok para distribuir este contenido. Se recomienda intensificar la investigación sobre TikTok como espacio informativo alternativo, continuar investigando sobre estos temas y utilizar la red para generar propuestas de posible distribución de noticias alternativas" (Neves & Maridueña, 2022).

En lo referente a los antecedentes investigativos, sobre las redes y la participación política Corrales Mejías (2015), realiza un análisis de los procesos electorales en Costa Rica. El papel activo de las redes en la configuración de las tendencias políticas y los resultados electorales. De esta manera:

> Las Tics como mecanismos para la difusión de la información y promoción de interacciones, deben ser aprovechadas, además, como instrumentos para ampliar la participación ciudadana. En este sentido, por tanto, el término de innovación democrática, debe trascender a lo meramente tecnológico-informativo, y verse más bien como un proceso de mayor inclusión ciudadana en la toma de decisiones, en roles fiscalizadores y evaluadores de políticas, en actores propulsores y ejecutores de soluciones, renovando la democracia para que se ajuste al contexto actual. Las condiciones que las TIC interpongan, deben ser ajustadas y aprovechadas para promover la participación ciudadana, pues por sí solas no son garantía de que ésta se dé. Teniendo consciencia de su importancia y uso en la sociedad de hoy, pueden ser usadas a favor de cambios y mejoras en el sistema democrático (Corrales Mejías, 2015, p. 49).

De la misma manera, los análisis no son exclusivos de un solo lugar o espacio. En el contexto colombiano sobre las consultas interpartidistas, se presenta un análisis sobre cómo actúa la red social TikTok en estos escenarios. De esta forma, Lozano (2022) concluye:

> (…) las estrategias de visualización se enmarcan en la construcción de videos en la red social TikTok, como medio ligado a los denominados *mass media* o medios de comunicación de masas, que han permitido la democratización de la información, no solamente accediendo a la recepción de mensajes, sino, además, la interacción y multifuncionalidad de los contenidos que ahora pueden ser acogidos en tiempo real. Otra estrategia la corrobora el desarrollo de la propaganda política, en coherencia con la propuesta de Walter Lippmann quién estudia la propaganda nazi, primer modelo empírico de la consagración de la

> opinión pública en los años veinte del siglo XX, partiendo de la difusión de los *mass media* (Lozano García, 2022, p. 170).

De la misma manera, en el contexto ecuatoriano, un análisis en función de la evolución de las campañas electorales de los encuentros presenciales hacia las redes sociales y su influencia en las generaciones más jóvenes. Boscán (2021) en su investigación destaca:

> Los usuarios de TikTok, sin la necesidad de que estos sean jóvenes, sí se vieron influenciados por el consumo del contenido político de TikTok. Si bien el porcentaje de influencia en los jóvenes votantes y usuarios de TikTok es bajo, se puede decir que aproximadamente 14 de cada 100 votantes se vieron influenciados, directa o indirectamente, por el contenido de los candidatos políticos en la nueva red social de la generación Z. (Boscán Pico, 2021, p. 50)

Asimismo, sobre la misma red social y como los partidos políticos inclinaron sus mensajes en TikTok las elecciones las elecciones presidenciales ecuatorianas, Ponce Camacho (2021) en su artículo señala:

> En conclusión, si se entiende la aplicación y sus reglas de comunicación, TikTok es una herramienta altamente eficaz para mostrarse al público joven y crear "engagemente" con sus usuarios y, a través de ellos, con sus familias, como se puede observar en el caso de Xavier Hervas que partió del 0.1% en las encuestas de diciembre y alcanzó una votación del 15.68%. También se debe tener en claro que la herramienta sirve mejor para conectar con la emocionalidad de los usuarios y generar una imagen positiva, sin embargo, no es la vía más adecuada para mostrar planes y políticas de gobierno, aunque si el mensaje es lo suficientemente creativo, tal vez sea posible captar su atención (Ponce Camacho, 2021, p. 2).

De la misma manera, sobre el tiktok y la comunicación política en Ecuador Gomezcoello, Asanza y Ávila-Carranza (2021), mencionan que, Durante la crisis sanitaria, tiktok experimentó un crecimiento significativo, alcanzando los 2000 millones de descargas a finales de febrero de 2020 (Mohsin, 2021). Esta red social es especialmente popular entre los jóvenes, con el 41% de sus usuarios entre 16 y 24 años (Beer, 2019). Estos eventos despertaron el interés de diversos sectores sociales como potencial mercado. Los políticos, por ejemplo, vieron la oportunidad de realizar campañas dirigidas a los jóvenes.

Así, candidatos como Xavier Hervas y Guillermo Lasso se enfocaron en redes sociales para atraer a estos votantes.

En Ecuador, las redes sociales, especialmente TikTok, han transformado significativamente los procesos electorales. Esta plataforma ha permitido a los candidatos conectar directamente con los votantes, especialmente los jóvenes, mediante contenido creativo y viral. TikTok, facilita la difusión rápida de mensajes políticos, promesas de campaña y ataques a candidatos oponentes. Los políticos han aprovechado los desafíos y tendencias de TikTok para humanizar su imagen y hacer que sus mensajes sean más atractivos. Sin embargo, también ha planteado desafíos, como la propagación de desinformación y noticias falsas que pueden influir negativamente en la percepción pública y las decisiones de los votantes. La velocidad y el alcance de TikTok hacen que la información, verdadera o no, se difunda rápidamente.

2.2 Científico

La corriente estructuralista

EL estructuralismo es un paradigma influyente dentro de las ciencias sociales que surgió a mediados del siglo XX. Su premisa central es que el significado de los elementos culturales y sociales se deriva de las relaciones subyacentes que mantienen entre sí, en lugar de sus características intrínsecas. Los estructuralistas sostienen que, para comprender verdaderamente un fenómeno, debemos analizar el sistema o estructura en el que se encuentra.

Como afirma, pionero del estructuralismo en lingüística, "en la lengua no hay más que diferencias. [...] El valor de las palabras se deriva únicamente de su oposición dentro de un sistema entero" (Saussure, 1916, p. 113). De manera similar, Claude Lévi-Strauss, un antropólogo estructuralista clave, propuso que el mito no debe interpretarse por el significado de elementos aislados, sino por las relaciones lógicas entre ellos.

(Quijano, 2016)

El estructuralismo ha allanado el camino para enfoques posteriores en los estudios de la comunicación, como el posestructuralismo y los estudios culturales, que han explorado más a fondo la naturaleza dinámica y contextual de la comunicación.

La teoría semántica/modelo de Ferdinand de Saussure

La teoría semántica de Ferdinand de Saussure, basada en el concepto del signo lingüístico, tiene una estrecha relación con la comunicación humana. El signo lingüístico, compuesto por significante (la imagen acústica) y significado (el concepto), es la unidad básica de la comunicación.

El signo lingüístico permite representar la realidad de manera simbólica. A través de la combinación de signos, podemos construir oraciones y discursos que describen, narran o explican el mundo que nos rodea.

La comunicación humana se basa en el intercambio de signos lingüísticos, al hablar o escribir, transmitimos información a nuestros interlocutores, quienes a su vez interpretan los signos y construyen su propio significado.

Esta teoría relacionada con la comunicación dice que solamente puede ser efectiva solamente con la existencia de significados compartidos entre los interlocutores. Esto significa que tanto el emisor como el receptor deben tener un entendimiento común de los signos lingüísticos que se utilizan.

Paradigma de los estudios culturales

Los estudios culturales, con su enfoque crítico y analítico, se convierten en un aliado fundamental. Los estudios culturales te brindan herramientas para cuestionar las narrativas hegemónicas presentes en la información política. Puedes explorar cómo **se** representan diversos grupos sociales, cómo se construyen agendas y cómo se legitiman o cuestionan estructuras de poder.

Stuart Hall (2004)presenta un modelo de comunicación que explora cómo se producen y reciben los mensajes televisivos. Hall argumenta que los mensajes mediáticos pasan por dos procesos esenciales: la codificación, realizada por los productores, y la descodificación, realizada por los espectadores.

El modelo de Hall es una herramienta valiosa para entender la comunicación en la era de las redes sociales, donde la producción y recepción de contenidos reflejan procesos dinámicos y diversos, adaptándose a nuevas formas de interacción y participación.

También, en relación al mensaje para Hall, la investigación no debe limitarse únicamente al análisis de contenido, sino reconocer que la forma discursiva del mensaje tiene una posición privilegiada en la comunicación. Los momentos de "codificación" y

"decodificación" son distintos pero interrelacionados dentro del proceso comunicativo. Un hecho histórico no puede transmitirse "en bruto" en un noticiero; debe ser interpretado a través del lenguaje audiovisual del discurso televisivo. Para convertirse en un evento comunicativo, un hecho debe transformarse en una "historia/relato", sometido a las reglas formales del lenguaje. Esta "forma mensaje" es la forma necesaria de aparición del evento entre la fuente y el receptor, y no es un proceso azaroso. La transposición dentro y fuera de esta "forma mensaje" es un momento determinado que debe integrarse en las relaciones sociales del proceso de comunicación (Delfino S. , 1980).

Evolución de los medios de comunicación

En este apartado resulta necesario entender como los medios de comunicación han ido evolucionando, tanto en su apartado tecnológico como en sus contenidos. En este sentido, se debe comprender como el concepto de medios se debe más su capacidad de transmitir mensajes y cada vez menos a su plataforma o característica técnica o tecnológica. Según Cremayer (2017):

> El habla, la escritura, los gestos, las expresiones faciales, el vestido, la actuación, la danza pueden considerarse medios de comunicación; todos tienen la capacidad de transmitir mensajes a través de uno o varios canales. En este sentido, el concepto de medios se emplea cada vez menos y se restringe cada vez más a los medios técnicos. Ocasionalmente se usa para designar a los medios de comunicación como la prensa, pero con regularidad induce a las formas técnicas en que esos medios se materializan igual que la radio, televisión, periódico, cine (Cremayer Mejía, 2017, p. 20).

En relación de la actuación de los medios y la época actual, el alcance de los medios, su presencia e influencia en los ciudadanos. Stein Velasco (2005), dice que, en la era moderna, los medios de comunicación masiva se han convertido en la principal fuente de información para la sociedad. A través de ellos, los mensajes y noticias alcanzan a un gran número de personas. Su influencia ha crecido a medida que su cobertura se ha ampliado. Hoy en día, los medios de comunicación, especialmente la radio y la televisión, juegan un papel crucial en la formación de la opinión pública sobre temas políticos. Los recursos que estos medios utilizan para lograr este objetivo son extraordinarios en términos de economía, tecnología, sofisticación e impacto. Esta capacidad les permite influir en diversas formas en el escenario político y en la construcción de la democracia,

en sus etapas de transición, fortalecimiento, consolidación y avance. Sin embargo, paradójicamente, también tienen el poder de limitar, erosionar e incluso destruir la democracia.

Participación política en la web

Existen varios estudios que hablan de la participación política en internet, existen varias particularidades que se describen en contextos regionales. En este sentido Delfino, Beramendi y Zubieta (2019) señalan:

> En el contexto latino-americano, Rottenbacher y Córdova (2014), en base a una muestra representativa de la ciudad de Lima, encontraron que la utilización de Internet, ya sea para discutir de política o participar políticamente, es aún incipiente. Para estos autores, no todas las personas se muestran dispuestas a deliberar políticamente en Internet. Aquellos con una orientación ideológica relacionada con la intolerancia a la ambigüedad y a la incertidumbre serían más propensos a exponerse en un ambiente tan diverso como Internet (Delfino, Beramendi, & Zubieta, 2019, p. 200).

En cuestiones sociales, como la participación política en años recientes, la participación de las nuevas generaciones ha visto un incremento significativo, lo cual es una tendencia que no parece disminuir, en palabras de García Calera et al (2014):

> Con la Web 2.0, cualquier individuo puede tener un impacto global en su diálogo, donde se enmarca precisamente el fenómeno del ciberactivismo (Tascón & Quintana, 2012), gracias al abanico de posibilidades que han abierto canales hoy tan populares como YouTube, Facebook o Twitter. Recordemos que el término Web 2.0 (O'Reilly, 2005) surgió para designar el fenómeno social basado en la interacción de diferentes aplicaciones Web centradas en el usuario que facilitan el intercambio de información, la colaboración e interactividad multimedia en tiempo real, lo que es indispensable para poder hablar de participación y activismo social en Internet (García-Galera, Hoyo Hurtado, & Fernandez-Muñoz, 2014, p. 36).

En lo referente a la participación de los colectivos juveniles en las dinámicas políticas presentes en la red, Palenzuela (2018) menciona:

> Puedo expresar que entender la participación social como 'forma' de acción colectiva en el terreno político; supone centrar la atención en el reconocimiento de diversas maneras de sociabilidad, nuevos escenarios de interacción y organización físico/digital; así como reconocer otros modos posibles de socializar -nuevas estrategias y códigos comunicacionales para hacerlas posibles/inteligibles en estos espacios donde la afectividad tiene un lugar central-. Este esfuerzo estético que implica activar otras sensibilidades en los análisis, se propone a su vez, romper con el mundo común que se ha instalado en el campo de las ciencias sociales con respecto a la investigación sobre participación, jóvenes e internet (Palenzuela, 2018, p. 25).

Democratización de la información y del conocimiento

Es interesante conocer que lo referente a la información y el conocimiento en las sociedades, posee un fuerte componente político. Es de interés público que la información sea de acceso público, en este contexto Segura (2014) señala:

> Las organizaciones de la sociedad civil de cada país hacen sus propuestas de reformas de las regulaciones nacionales de comunicación en condiciones que las limitan pero que al mismo tiempo las hacen posibles; condiciones como la concentrada configuración del sistema de medios en cada país, la inadecuación tecnológica y política de las leyes vigentes, gobiernos críticos del neoliberalismo y más proclives a una mayor participación estatal en la regulación y el control, el renovado impulso que tomaron los debates sobre el tema a nivel internacional en organismos multilaterales y gubernamentales, así como en ámbitos académicos y de la sociedad civil organizada (Segura, 2014, p. 68).

2.3 Conceptual

- **Comunicación Política**

En primera instancia es necesario comprender lo que abarca los términos “comunicación política”. Para Ribero y Pedreros (2018), comunicación política es:

> Se entiende como comunicación política todos los elementos que componen el modelo básico de comunicación, donde el emisor es un sujeto específico, iniciado en técnicas que le permiten convertirse en influyente dentro de ciertos sectores de la sociedad, gracias a la capacidad de construir cierto tipo de mensajes (Ribero & Pedreros, 2018, p. 18).

En relación a lo referente a los procesos de comunicación y los gobiernos, sus dinámicas y aproximaciones, Ridao (2016) señala:

> De ahí que, en la disciplina de la Comunicación política, con gran tradición en el mundo anglosajón, se estudia qué tipo de información transmitir a los medios, cuándo, a quién y cómo, procurando sacar ventaja tanto de los tiempos informativos como de la potencial «noticiabilidad» de la información, con el propósito de introducir en la sociedad elementos de conocimiento que les son favorables. En esta denodada tarea, como se verá, el lenguaje contribuye significativamente a forjar los marcos de discusión que buscan atraer simpatías o despertar animadversión hacia el contrario. Al igual que decisiva resulta la actitud y el talante exhibido por los actores políticos. Por lo demás, se observa cómo la pujanza de las nuevas tecnologías y las redes sociales coadyuva hoy en día al impacto de los procesos informativos y comunicativos descritos. (Ridao, 2016, p. 15)

Otra definición se enmarca en lo referente a lo político en relación del cambio de la democracia representativa al marketing electoral, en función de intentar captar la atención de los ciudadanos. De esta manera, para Gil Calvo (2018), el área académica que se ocupa de estos temas es la "comunicación política". Aunque su principal enfoque son las campañas electorales, donde se destina la mayor parte del financiamiento, este campo es mucho más amplio. A lo largo de nuestro estudio, veremos su variado conjunto de herramientas y aplicaciones prácticas, que son bastante diversas.

De la misma manera, en este contexto existe una reflexión de lo que implica el proceso de la comunicación política, según Aira Foix (2015), la comunicación política:

> La comunicación política vive un proceso acelerado, no tanto de cambio como de acentuación de las tendencias iniciadas en la ya veterana «era de la televisión» ›. La «ciberdemocracia» todavía es más un sueño que una realidad, pero tampoco hay que prescindir de ciertas experiencias e indicadores que apuntan a ello, aunque de lejos. Pero tampoco vale descalificar la comunicación y el conjunto de la política por objetivos no logrados como este, o por su frenético y poco reflexivo día a día. (Aira Foix, 2015, p. 29)

En complemento de las reflexiones sobre los procesos de comunicación política, se tienen en cuenta los factores sociales y de comunicación, de esta manera el proceso de comunicación política es:

> Entonces, la comunicación política es un proceso que requiere estudio desde todas las fases donde ha mostrado influencia, desde la elaboración de contenidos hasta la difusión o viralización de estos en las diferentes plataformas de información y conocimiento. Desde sus inicios, los estudios han referenciado grandes exponentes del discurso, la oratoria o la retórica, en el ámbito de la formación política. Esto ha permitido la exposición de temas o iniciativas que involucran directamente la cotidianidad de las personas (Aira Foix, 2015, pág. 19).

- **Análisis de contenidos cualitativos**

Las técnicas de análisis cualitativo son cada vez más importantes en las ciencias sociales, ya que se integran con la investigación para explicar fenómenos sociales complejos. No obstante, su uso independiente exige un profundo conocimiento de sus fundamentos epistemológicos y teórico-estratégicos. El análisis de contenido cualitativo se presenta como una propuesta intermedia, debido a su aplicación en contextos cuantitativos y cualitativos. Existen contribuciones y definiciones de esta técnica, y sus objetivos, combinando el análisis de contenido con otros métodos cualitativos, proporciona validez y confiabilidad. (Cáceres, 2003).

> Por análisis de datos cualitativos se entiende el proceso mediante el cual se organiza y manipula la información recogida por los investigadores para establecer relaciones, interpretar, extraer significados y conclusiones (Spradley, 1980, p. 70). El análisis de datos cualitativos se caracteriza, pues, por su forma cíclica y circular, frente a la posición lineal que adopta el análisis de datos cuantitativos (Rodriguez, Lorenzo, & Herrera, 2005, pág. 135).

Codificación

- **Producción del mensaje**: Los productores codifican mensajes con significados específicos, influenciados por su contexto socioeconómico y las ideologías dominantes.
- **Intenciones del productor**: Los mensajes buscan transmitir valores e ideas particulares.

Descodificación

- **Recepción del mensaje**: Los espectadores descodifican los mensajes según sus experiencias y contextos culturales.

Tres posiciones de descodificación:

- **Hegemónica dominante**: Los espectadores interpretan el mensaje tal como fue intencionado.
- **Negociada**: Los espectadores aceptan partes del mensaje y adaptan otras.
- **Oposicional**: Los espectadores entienden el mensaje, pero lo interpretan de forma contraria.

El modelo de Hall sigue siendo relevante en el contexto de los contenidos audiovisuales en redes sociales.

Codificación en redes sociales

- **Producción democratizada**: Cualquier usuario puede crear y codificar mensajes, a diferencia de la televisión tradicional.

- **Diversidad de intenciones**: Los creadores de contenido tienen objetivos variados, desde la promoción de productos hasta la movilización social.

Descodificación en redes sociales

- **Audiencias activas**: Los espectadores descodifican mensajes de forma activa, influenciados por sus propios contextos.
- **Interacción directa**: Las redes sociales permiten la retroalimentación entre productores y consumidores, afectando la descodificación y recodificación de mensajes.
- **Interpretaciones múltiples**: La diversidad de audiencias en redes sociales refleja las posiciones de descodificación de Hall, mostrando variabilidad en la interpretación de mensajes.

- **Medios Digitales**

Los medios digitales como parte de las Tecnologías de la Información y Comunicación, también llamadas TIC, se presentan como herramientas que han evolucionado la manera en cómo las sociedades acceden a la información y el conocimiento. Para Alvarado y Herrera (2020), los medios digitales son:

> Los medios digitales son aquellas herramientas tecnológicas que usualmente se muestran a través del internet, software, dispositivos móviles, redes sociales, archivos digitales, GPS, entre otras aplicaciones, que se utilizan para realizar múltiples actividades acopladas a la parte digital. (…) estas nos permiten agilizar el proceso de los trabajos, es decir hacer las actividades que antes tomaban mucho tiempo en realizarla, como, por ejemplo, consultar algún dato informativo, emitir un determinado mensaje hacia una persona a distancia, guardar información de mucha relevancia, todo esto se lo puede hacer hoy en día con un solo clic, haciéndolo de forma rápida y eficaz con el uso de la herramientas y plataformas que nos brindan los medios digitales (Alvarado Sánchez & Herrera Flores, 2020, p. 312).

De la misma manera, se debe mencionar como los medios digitales han reconfigurado las características de los medios de comunicación y estos se han visto obligados a adaptarse a las nuevas tecnologías.

> En la actualidad, la manera en que los medios digitales han transformado las características y propiedades de los medios anteriores, se realiza a partir de la entrada a un nuevo modelo postindustrial, donde la información es el eje de las actividades económicas, efectuando un cambio en la cotidianidad y las conductas y hábitos de los ciudadanos. (Escoto, Medrano, Ramírez, Ríos , & Balcázar, 2013, pág. 7)

- **Redes sociales**

Las TIC han proporcionado un nuevo espectro de interacciones comunicativas, de intercambio de información y un escenario donde se produce la interacción entre los productores y receptores de información, en el que de igual manera estos roles no son estáticos sino se alternan intermitentemente, estas interacciones en la actualidad se desarrollan en las redes sociales. Para entender la definición de red social:

> Por tanto, una red social es un conjunto de individuos dentro de una estructura de relaciones. Esa estructura es un soporte casi "virtual", un tejido un net que se origina entre los individuos interrelacionados por vínculos de amistad, de colaboración, o de otro tipo de interés. De aquí se pueden extraer sus elementos fundamentales. (Marqués-Sánchez & Muñoz-Doyague, 2015, pág. 22)

De la misma forma, sobre las posibilidades que brindan las redes sociales digitales, desde su irrupción han sido concebidas como espacios virtuales de interacción social. Para Ávalos (2022), las redes sociales son formas de interacción social, caracterizadas por el intercambio dinámico entre personas, grupos e instituciones. Las redes sociales en Internet permiten la interacción con desconocidos y se construyen a partir de las contribuciones de cada miembro. La red cambia cuando un miembro se va o se une, transformando al grupo en algo nuevo. Aunque los usos de las redes sociales digitales son variados, es crucial ser conscientes del poder de estas herramientas para mejorar nuestras vidas y buscar su aplicación en actividades solidarias.

- **TikTok**

En este contexto el surgimiento de la red social TikTok ha configurado nuevas dinámicas de interacción de información, la creación y consumo de contenidos. Para describir lo que es la red social TikTok, (Morejón-Llamas, 2023) indica:

> TikTok es una red social china, creada a partir de Musical.ly en 2018. Al tratarse de la primera plataforma nacida fuera de EE. UU., representa la lucha por la supremacía tecnológica entre China y Silicon Valley (Gray, 2021; Zhu, 2020), favoreciendo numerosos choques en un contexto geopolítico cada vez más controvertido (Jia y Liang, 2021). Caracterizada por la socialización y la autoexpresión de su comunidad (Zuo y Wang, 2019), el entretenimiento y la llamada a la acción mediante «challenges de baile, actuaciones, tutoriales» (Quiroz, 2020), es la tercera red social (77%) para la Generación Alpha (12-17 años), la sexta (45%) para la Generación Z (18-24 años) y la octava (29%) para los millennials (25-40 años) (IAB, 2022). Su triunfo se debe a las facilidades de la interfaz, que permite a las personas crear contenido pro- pio, aprovechando su smartphone. La duración de los videos se ha ampliado progresivamente desde los 15 segundos a los 10 minutos en 2022, lo que posibilita la creación de video tutoriales, que requieren mayor extensión (Morejón-Llamas, 2023, p. 240).

- **Comunicación persuasión y conocimiento**

Para Lopez Jimenez (2006), el conocimiento y la comunicación se han convertido en elementos cruciales para la estructura y el funcionamiento de la sociedad contemporánea. En la era de la información, el conocimiento es un recurso estratégico que impulsa el desarrollo económico y social. La producción, distribución y acceso al conocimiento son esenciales para la competitividad y el progreso. La comunicación, por su parte, actúa como el medio a través del cual el conocimiento se comparte y se difunde. Las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) han transformado la manera en que interactuamos, permitiendo una circulación rápida y eficiente de información. La importancia de las TIC en la creación de redes de conocimiento, que facilitan la colaboración y la innovación. Son necesarias, políticas que garanticen el acceso equitativo a la información y la educación, para evitar la brecha digital y asegurar que todos los sectores de la sociedad puedan beneficiarse de los avances tecnológicos. De esta forma, el conocimiento y la comunicación son fundamentales para el desarrollo de una

sociedad de la información inclusiva y equitativa. La capacidad de gestionar y utilizar la información de manera efectiva es crucial para el bienestar y el progreso de las sociedades modernas.

Según Martínez-Fresneda (2010) las diversas técnicas utilizadas para influir y convencer a los destinatarios de un mensaje. La persuasión es una herramienta fundamental en la comunicación, se emplea en distintos contextos, como la publicidad, la política y las relaciones públicas. Existen varias estrategias persuasivas clave, incluyendo el uso de argumentos lógicos (logos), apelaciones emocionales (pathos) y la credibilidad del emisor (ethos). La combinación efectiva de estos elementos puede aumentar significativamente el impacto del mensaje. También es necesario el conocimiento del público objetivo, ya que una estrategia persuasiva debe adaptarse a las características, necesidades y expectativas del receptor para ser efectiva. Asimismo, la manipulación de la información y la creación de narrativas convincentes, técnicas persuasivas, como la repetición de mensajes y el uso de imágenes impactantes pueden reforzar la persuasión. Se debe hacer énfasis en la ética en el uso de la persuasión, pues el potencial de estas técnicas para manipular y distorsionar la realidad es alto. De esta manera, las estrategias persuasivas son esenciales en la comunicación moderna y deben utilizarse de manera responsable para influir de forma positiva y ética en la audiencia, evitando la manipulación y promoviendo la transparencia y la veracidad.

La persuasión puede influir en la modificación de creencias y actitudes. El autor describe la persuasión como un proceso comunicativo que busca provocar cambios en la audiencia mediante argumentos, emociones y la credibilidad del emisor. La importancia de entender al público objetivo para diseñar mensajes efectivos. Existen varias teorías de la persuasión, incluyendo la teoría de la respuesta cognitiva y la teoría de la acción razonada, que explican cómo y por qué las personas cambian sus opiniones en respuesta a la comunicación persuasiva. También están presentes las técnicas clave para la persuasión efectiva, como la apelación emocional, la narrativa convincente y la presentación de evidencia sólida. Es importante la relevancia de la credibilidad del emisor y la consistencia del mensaje para lograr un cambio duradero en las opiniones. También existen desafíos éticos de la persuasión, pues el uso de tácticas manipuladoras que pueden distorsionar la realidad y engañar a la audiencia. La persuasión debe utilizarse de manera ética, promoviendo la transparencia y el respeto por el receptor. Así pues, la

comunicación persuasiva es una herramienta poderosa para el cambio de opiniones, siempre que se utilice con responsabilidad y respeto hacia la audiencia, fomentando un diálogo honesto y constructivo. (González Reyna, 2018)

- **Medios de comunicación e ideología**

Sánchez y Bódalo (2010) examinan cómo los medios de comunicación influyen en las percepciones y actitudes de las personas respecto al tiempo y la ideología. Señalan que los medios desempeñan un papel crucial en la construcción de la realidad social de esta población, afectando sus valores y creencias. Las personas mayores tienden a consumir más medios tradicionales, como la televisión y la radio, en comparación con los medios digitales. Este consumo mediático influye en su visión del mundo, ya que los contenidos a menudo reflejan y refuerzan ideologías dominantes. Se encuentra presente cómo los medios presentan temas relacionados con la madurez, el tiempo libre y la participación social, a menudo perpetuando estereotipos y prejuicios sobre la edad avanzada. Además, se enfatiza la importancia de la representación mediática de las personas mayores y cómo esta puede impactar en su autoimagen y en la percepción pública. De esta forma se presenta la necesidad de una reflexión crítica sobre el papel de los medios en la vida de las personas mayores, destacando la influencia significativa que tienen en sus percepciones del tiempo y la ideología, y llamando a una representación más equitativa y respetuosa en los medios de comunicación.

Tarín Sanz (2018) estudia cómo la propaganda influye en la difusión de ideologías y en la consolidación del poder. El autor compara dos teorías principales: la Teoría de la Propaganda Intencional, que sostiene que la propaganda es un proceso deliberado y controlado por élites para manipular a las masas, y la Teoría de la Reproducción Espontánea de la Propaganda, que propone que la propaganda se genera de manera más natural y refleja las estructuras de poder existentes sin una dirección centralizada. Existen casos históricos y contemporáneos para ilustrar cómo estas teorías se aplican en la práctica. Se presenta la importancia de la alfabetización mediática y la capacidad crítica del público para identificar y resistir las influencias propagandísticas. Además, existe la necesidad de un debate continuo sobre el impacto de la propaganda en la democracia y la autonomía individual. Es necesaria una reflexión profunda sobre las interrelaciones entre comunicación, ideología y poder, para entender cómo la propaganda que puede ser tanto

un instrumento de control como un reflejo del contexto sociopolítico en el que se desarrolla.

- **Libertar de expresión: Un derecho fundamental**

La libertad de expresión es un derecho humano fundamental que permite a las personas compartir sus ideas, opiniones y creencias sin temor a la censura o represalias. Este derecho se encuentra consagrado en la Declaración Universal de Derechos Humanos y en las constituciones de la mayoría de los países democráticos.

La libertad de expresión es esencial para una sociedad libre y justa. Permite el debate abierto, el intercambio de ideas y la crítica del poder. También protege la diversidad de pensamiento y la creatividad individual. Sin libertad de expresión, las personas no pueden participar plenamente en la vida pública ni defender sus derechos.

Sin embargo, la libertad de expresión no es absoluta. Existen algunas restricciones legítimas a este derecho, como la protección de la seguridad nacional, el orden público y la reputación de las personas. Es importante encontrar un equilibrio entre la libertad de expresión y otros valores importantes.

En un mundo cada vez más interconectado, la libertad de expresión enfrenta nuevos desafíos. El auge de las redes sociales ha facilitado la difusión de información y opiniones, pero también ha creado nuevas oportunidades para el acoso, la intimidación y la desinformación. Es importante defender la libertad de expresión en línea y promover el uso responsable de las tecnologías de la comunicación.

En definitiva, la libertad de expresión es un derecho fundamental que nos permite ser libres, participar en la sociedad y construir un mundo más justo y democrático. Es nuestra responsabilidad proteger este derecho y utilizarlo de manera responsable.

- **Democracia: Un sistema de gobierno para el pueblo**

La democracia es un sistema de gobierno en el que el poder reside en el pueblo. Los ciudadanos tienen la capacidad de participar en la toma de decisiones políticas, ya sea directamente o a través de representantes elegidos. Este sistema se basa en principios como la igualdad, la libertad y la participación.

Existen diferentes formas de democracia, pero todas ellas comparten algunos elementos esenciales. En primer lugar, la democracia implica elecciones libres y justas, en las que todos los ciudadanos tienen la oportunidad de elegir a sus representantes. En segundo lugar, la democracia garantiza la libertad de expresión, de reunión y de asociación. Esto permite a los ciudadanos expresar sus opiniones y participar en la vida pública sin temor a represalias. En tercer lugar, la democracia se basa en el imperio de la ley, que significa que todos, incluidos los gobernantes, están sujetos a la ley.

La democracia no es un sistema perfecto, y enfrenta diversos desafíos en la actualidad. Sin embargo, sigue siendo el mejor sistema de gobierno que conocemos para garantizar los derechos y libertades de las personas, y para promover la paz, la justicia y el desarrollo.

Es importante que todos los ciudadanos participen activamente en la democracia, no solo votando en las elecciones, sino también informándose sobre los asuntos públicos, expresando sus opiniones y exigiendo rendición de cuentas a sus representantes. La democracia es un proceso continuo que requiere del compromiso y la participación de todos.

En definitiva, la democracia es un sistema de gobierno que nos permite vivir en libertad, igualdad y dignidad. Es nuestra responsabilidad defender y fortalecer la democracia para las generaciones futuras.

- **Opinión Pública**

La opinión pública es la expresión colectiva de las ideas, creencias y actitudes que prevalecen en una sociedad sobre un tema de interés público. Se manifiesta a través de diversas formas, como encuestas, debates, protestas, movimientos sociales y la cobertura mediática.

La opinión pública es un fenómeno complejo y dinámico que está en constante cambio. Se ve influenciada por una variedad de factores, como los eventos actuales, las condiciones socioeconómicas, los valores culturales y los medios de comunicación.

La opinión pública juega un papel crucial en las sociedades democráticas. Es un indicador del estado de ánimo del pueblo y puede influir en las decisiones que toman los gobiernos y otras instituciones. También puede servir como mecanismo de control social, exigiendo rendición de cuentas a los líderes y promoviendo la transparencia.

Sin embargo, la opinión pública no siempre es precisa o confiable. Puede ser manipulada por intereses especiales o por la desinformación. Es importante que los ciudadanos sean críticos con la información que reciben y que formen sus propias opiniones basadas en hechos y evidencia.

En definitiva, la opinión pública es una herramienta poderosa que puede utilizarse para promover el cambio positivo en la sociedad. Es nuestra responsabilidad participar en el debate público y expresar nuestras opiniones de manera respetuosa y constructiva.

- **Manipulación mediática**

La manipulación mediática es una práctica que busca distorsionar o sesgar la información con el objetivo de influir en la opinión pública, las actitudes o el comportamiento de las personas. Esta práctica se puede llevar a cabo de diversas maneras, como:

Selección tendenciosa de la información: Se escogen y presentan solo aquellos hechos o noticias que refuerzan una narrativa específica, mientras que se omiten o minimizan aquellos que la contradicen.

Enmarcado de la información: Se utiliza un lenguaje y una presentación visual que sugieren una interpretación particular de los eventos, orientando la percepción del público hacia una visión específica.

Uso de emociones y lenguaje persuasivo: Se apela a las emociones del público a través de imágenes impactantes, música dramática o un lenguaje cargado de adjetivos y expresiones que buscan generar una reacción emocional específica.

Ocultación de información: Se omite información crucial o se presentan datos de manera incompleta o engañosa, privando al público de una comprensión completa de los hechos.

Repetición y amplificación: Se repiten constantemente ciertos mensajes o ideas con el fin de que se graben en la memoria del público y se acepten como verdades absolutas.

Erosionar la confianza en las instituciones: Cuando la información se manipula, las personas pierden la confianza en los medios de comunicación y en las instituciones que representan.

Promover la polarización y el divisionismo: Al presentar una visión sesgada de la realidad, se fomenta la división entre grupos sociales y se dificulta el diálogo constructivo.

- **Verificación de datos: Buscando la verdad en la era de la información**

La verificación de datos, también conocida como fact-checking, es un proceso riguroso que busca verificar la exactitud de la información, especialmente aquella que se difunde en línea o en los medios de comunicación. Es una herramienta fundamental para combatir la desinformación, las noticias falsas y el contenido engañoso que prolifera en la era digital.

El proceso de verificación de datos implica una serie de pasos sistemáticos:

1. **Identificación:** Se identifica la información que se desea verificar, la cual puede ser una noticia, una publicación en redes sociales, una declaración de un político o cualquier otra forma de contenido.
2. **Investigación:** Se realiza una investigación exhaustiva para encontrar fuentes confiables y relevantes que apoyen o refuten la información en cuestión. Esto puede incluir consultar artículos científicos, informes oficiales, bases de datos, entrevistas con expertos y el análisis de datos.
3. **Análisis:** Se analizan las fuentes recopiladas de manera crítica, evaluando su credibilidad, imparcialidad y relevancia para el tema en cuestión. Se identifican posibles sesgos o agendas ocultas en las fuentes.
4. **Veredicto:** Se emite un veredicto sobre la veracidad de la información, clasificándola como verdadera, falsa, engañosa, parcialmente cierta o sin suficiente evidencia para determinar su veracidad.

5. **Publicación:** Se publica el resultado de la verificación de datos, incluyendo la información verificada, las fuentes utilizadas y la metodología empleada. Se debe utilizar un lenguaje claro, conciso y accesible para el público.

La verificación de datos es una tarea esencial para garantizar la circulación de información precisa y confiable en la sociedad. Permite a los ciudadanos tomar decisiones informadas, combatir la desinformación y protegerse de la manipulación mediática.

- **Fuentes de información**

Las fuentes de información son aquellos recursos que nos proporcionan datos, ideas y conocimientos sobre un tema determinado. Funcionan como ventanas que nos permiten acceder a la realidad y comprender el mundo que nos rodea. Existen diversas fuentes de información, cada una con sus propias características y niveles de confiabilidad.

Fuentes primarias: Son aquellas que contienen información original y no han sido procesadas o interpretadas por terceros. Ejemplos: libros académicos, artículos científicos, documentos históricos, entrevistas a expertos, testimonios de testigos presenciales.

Fuentes secundarias: Son aquellas que analizan, interpretan o sintetizan información proveniente de fuentes primarias. Ejemplos: libros de texto, artículos de divulgación científica, reportajes periodísticos, documentales, análisis de expertos.

Fuentes terciarias: Son aquellas que compilan, resumen o reorganizan información de fuentes primarias y secundarias. Ejemplos: enciclopedias, diccionarios, manuales, guías, bases de datos.

Citar las fuentes correctamente: Cuando se utiliza información de otras fuentes, es fundamental citarlas de manera adecuada para reconocer el trabajo de los demás y evitar el plagio.

Verificar la información: Antes de compartir o difundir información, es importante verificar su veracidad y confiabilidad.

Evitar la desinformación: No se debe compartir información falsa o engañosa, ya que esto puede tener consecuencias negativas para otras personas.

Promover el uso responsable de la tecnología: Es importante utilizar las tecnologías de la información y la comunicación de manera responsable y ética, evitando la difusión de contenido dañino o perjudicial.

En definitiva, las fuentes de información son herramientas esenciales para el aprendizaje, la investigación y la toma de decisiones. Al utilizarlas de manera crítica y responsable, podemos convertirnos en consumidores informados y contribuir a la construcción de una sociedad más justa y equitativa.

- **Audiencia**

La audiencia, en el contexto de la comunicación, se refiere al grupo de personas al que se dirige un mensaje o contenido específico. Esta audiencia puede ser diversa y abarcar a individuos con diferentes características, como edad, género, nivel educativo, intereses, necesidades y expectativas.

Comprender a la audiencia es fundamental para cualquier proceso comunicativo efectivo. Esto implica conocer sus características, necesidades, intereses y expectativas, así como los canales y formatos de comunicación que prefieren. Con base en esta comprensión, se puede desarrollar un mensaje o contenido relevante, atractivo y adaptado a las características específicas de la audiencia.

2.4 Legal

CONSTITUCIÓN DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR

La Constitución de la República del Ecuador (LEXISFINDER, 2021) dice que:

> **"Art. 16.-** Todas las personas, en forma individual o colectiva, tienen derecho a:
>
> 1. Una comunicación libre, intercultural, incluyente, diversa y participativa, en todos los ámbitos de la interacción social, por cualquier medio y forma, en su propia lengua y con sus propios símbolos.
> 2. El acceso universal a las tecnologías de información y comunicación.
> 3. La creación de medios de comunicación social, y al acceso en igualdad de condiciones al uso de las frecuencias del espectro radioeléctrico para la gestión de estaciones de radio y televisión públicas, privadas y comunitarias, y a bandas libres para la explotación de redes inalámbricas.

4. El acceso y uso de todas las formas de comunicación visual, auditiva, sensorial y a otras que permitan la inclusión de personas con discapacidad.

5. Integrar los espacios de participación previstos en la Constitución en el campo de la comunicación.

Art. 18.- Todas las personas, en forma individual o colectiva, tienen derecho a:

1. Buscar, recibir, intercambiar, producir y difundir información veraz, verificada, oportuna, contextualizada, plural, sin censura previa acerca de los hechos, acontecimientos y procesos de interés general, y con responsabilidad ulterior." (LEXISFINDER, 2021)

LEY ORGÁNICA DE COMUNICACIÓN

El presente trabajo de investigación se fundamenta en el cumplimiento de los preceptos legales de la República del Ecuador, asentados en la LEY ORGÁNICA DE COMUNICACIÓN del año 2013 y su última modificación en febrero del 2019. (Asamblea Nacional, 2019)

Art. 11.- Censura previa por omisión. - La omisión deliberada y recurrente de información de interés público se configura como censura previa cuando dicho ocultamiento se hace con el fin de obtener de forma ilegítima un beneficio propio, favorecer a una tercera persona y/o perjudicar a un tercero. (Asamblea Nacional, 2019)

Art. 16.- Principio de transparencia. - Los medios de comunicación social difundirán sus políticas editoriales e informativas y su código deontológico en portales web o en un instrumento a disposición del público. (Asamblea Nacional, 2019)

Art. 18.- Todas las personas, en forma individual o colectiva, tienen derecho a:

1. Buscar, recibir, intercambiar, producir y difundir información veraz, verificada, oportuna, contextualizada, plural, sin censura previa acerca de los hechos, acontecimientos y procesos de interés general, y con responsabilidad ulterior.

2. Acceder libremente a la información generada en entidades públicas, o en las privadas que manejen fondos del Estado o realicen funciones públicas. No existirá reserva de información excepto en los casos expresamente establecidos en la ley.

> En caso de violación a los derechos humanos, ninguna entidad pública negará la información. (Asamblea Nacional, 2019)

2.5 Georreferencia

En referencia a los medios digitales que entran en el análisis del presente proyecto, laposta. López y Chávez (2020), mencionan que La Posta es un medio de comunicación online fundado por Anderson Boscán y Luis Eduardo Vivanco, ambos con amplia experiencia en periodismo escrito. Creado con la visión de ofrecer un periodismo distinto y cautivador, La Posta se ha consolidado como una plataforma de alta credibilidad. Se enfoca principalmente en noticias políticas, económicas, sociales y ecológicas, utilizando redes sociales como Twitter, Facebook e Instagram para su difusión. Además, cuenta con un canal de YouTube donde suben sus entrevistas, ampliando su alcance y accesibilidad.

También, en su página web se puede encontrar como el medio de comunicación se autodefine hacia sus audiencias:

> ¿Somos un medio de comunicación? Sí, pero más que eso. No solo damos noticias y entretenimiento, somos una plataforma digital donde nuestras audiencias se encuentran, comparten, disfrutan y se informan.
>
> ¿Somos una página web? Sí, pero no. Somos un medio de comunicación que entrega su contenido en redes sociales, libres de fishing. Esperamos que nuestros públicos disfruten de nuestro trabajo en las redes, donde la pasan tan a gusto y es allá a donde llevamos a las marcas que confían en nosotros.
>
> ¿Somos una plataforma publicitaria? También. Estamos conscientes de que la publicidad es la mejor herramienta para financiar el periodismo y lo hacemos de frente y lo hacemos bien. Incluimos a las marcas en nuestros contenidos de manera natural, dinámica y con valor. No vendemos espacios, vendemos creatividad e impactos, lo único que no vendemos, es la conciencia. (La Posta, 2024)

Por otra parte, La Quinta Pata es un medio de comunicación digital ecuatoriano fundado el 16 de octubre de 2021, dirigido por jóvenes y enfocado en ofrecer noticias para un público joven. Con un equipo de diez comunicadores y periodistas, la mayoría mujeres, el medio se financia mediante auspicios, anuncios y la monetización de redes sociales. En TikTok, La Quinta Pata (@la5pata_ec) cuenta con más de 659 mil seguidores y 36.4

millones de 'me gusta', ofreciendo contenido informativo breve. En Instagram, tiene cerca de 19.4 mil seguidores, donde difunden contenido audiovisual e imágenes informativas. En Facebook, suman más de 25 mil 'me gusta' y 26 mil seguidores, publicando noticias con imágenes cromáticas y textos descriptivos. En youtube, alcanzan aproximadamente 1290 suscriptores, usando el formato 'Shorts' para videos informativos breves. (Flores Vite, 2023)

Figura 1 *Ubicación geográfica de la UEB.*



Nota. Este grafico fue tomado de google maps

En la Parroquia Guanujo, Cantón Guaranda perteneciente a la Provincia de Bolívar está ubicada la Universidad Estatal de Bolívar.

> La Universidad Estatal de Bolívar está encaminada a ser una institución de Educación Superior más humana, social, participativa, intercultural, tecnológica, dinámica y abierta a los modelos de innovación educativa como el conectivismo, la ecología de saberes, la complejidad sistémica y el humanismo. Para el efecto, se incluye la voz de todos los actores y estamentos que son parte de la comunidad educativa universitaria. (Universidad Estatl de Bolivar, 20124)

Matriz: Av. Ernesto Che Guevara s/n y Av. Gabriel Secaira.

CAPÍTULO III

3. METODOLOGÍA

3.1 Tipo de investigación

La presente investigación es de tipo exploratoria, "(…) se realizan cuando el objetivo es examinar un tema o problema de investigación poco estudiado, del cual se tienen muchas dudas o no se ha abordado antes." (Hernández, Fernández, & Baptista, 2010, pág. 79), pues pretende mostrar la manera en la información es tratada y difundida por parte de los medios de comunicación digital y la manera en los estudiantes universitarios la reciben la información en una muestra de alumnos de la UEB, y el criterio de expertos docentes sobre la comunicación

Enfoque de la investigación

El enfoque de la investigación es de carácter mixto, cuantitativo y cualitativo (Hernández, Fernández, & Baptista, 2010, pág. 546). De esta manera, se puede abordar el estudio de una forma más completa, en virtud de recopilar información cuantitativa en los estudiantes sobre sus percepciones en referencia a la información dentro de los medios digitales, La 5ta Pata_EC y La Posta en la plataforma tiktok. Asimismo, mediante el apartado cualitativo se pretende obtener el criterio de expertos en comunicación sobre la influencia que tienen los medios digitales y las redes sociales en las poblaciones de estudiantes universitarios.

Análisis de contenidos

Observar un sistema de medios de comunicación requiere decisiones metodológicas clave, ya que es imposible abarcar todo lo relacionado con el sistema. Como un fotógrafo ajusta su lente, el observador debe definir el alcance de su estudio. Es recomendable que los observadores determinen su objeto de estudio. Los sistemas de comunicación se entienden como conjuntos de medios (prensa, radio, televisión y medios digitales) que operan en el mismo tiempo histórico y están unidos por condiciones geográficas y estructurales similares (económicas, políticas y jurídicas). Estos sistemas pueden analizarse desde diversos ángulos, incluyendo históricos, políticos, económicos, culturales, tecnológicos y de contenido. (Paláu Cardona & Larrosa-Fuentes, 2014, pág. 24)

3.2 Métodos de investigación

Método inductivo

El presente estudio emplea el enfoque cualitativo por lo mismo es inductivo (Hernández, Fernández, & Baptista, 2010), va de lo general a lo específico para llegar a una conclusión. La presente investigación se desarrolla mediante el desarrollo de entrevistas cualitativas y la observación de contenidos en plataformas digitales.

Método deductivo

También, aplica el enfoque cuantitativo (Hernández, Fernández, & Baptista, 2010), el mismo se entiende como deductivo, pues mediante la medición objetiva de datos numéricos se puede deducir y generalizar los resultados obtenidos. En el caso de la observación de contenidos de los dos medios digitales se puede generalizar los contenidos que estos poseen.

Entre los métodos de investigación se encuentra el análisis de contenido cuantitativo cualitativo (Hernández, Fernández, & Baptista, 2010, pág. 260). Asimismo, se pretende usar la entrevista cualitativa como método de investigación (Hernández, Fernández, & Baptista, 2010, pág. 418).

El método de investigación mixto con enfoque cuantitativo-cualitativo en el análisis de contenido se perfila como una herramienta sólida y adecuada para abordar los objetivos de la tesis. Este enfoque nos permitirá realizar un análisis riguroso, sistemático y multifacético del tratamiento de la información política en TikTok y su influencia en el conocimiento de los estudiantes de la Universidad Estatal de Bolívar.

3.3 Técnicas e instrumentos de recopilación de datos

Para la recopilación de datos cuantitativos se utilizará encuestas con cuestionarios de preguntas cerradas, dicotómicas, opción múltiple y de escalas de valoración, para que su tabulación sea práctica y matrices de análisis comparativo de contenido.

En el apartado cualitativo, el instrumento a utilizar será la entrevista. Mediante entrevistas estructuradas a expertos en comunicación, con preguntas abiertas se proyecta obtener

información de cómo actúan las redes sociales en la comunicación de contenidos políticos en la actualidad.

3.4 Universo, población y muestra

El universo y población se proyecta preguntar a los estudiantes universitarios de la carrera de la UEB. El universo se puede obtener de la rendición de cuentas de la administración de la (Universidad Estatal de Bolivar, 2023, pág. 17), que señala que al año 2022, la población estudiantil de la UEB es:

Población: 10.698 estudiantes

Tabla 2 *Número de estudiantes por facultad de la Universidad Estatal de Bolívar.*

Facultad	Número de estudiantes	Porcentaje
Ciencias Administrativas	2876	27%
Ciencias de la Salud	2415	23%
Jurisprudencia	448	4%
Ciencias Agropecuarias	2404	22%
Ciencias de la Educación	2556	24%
TOTAL	10.698	100%

Nota. Elaboración propia

Muestra: 372

Tabla 3 *Numero de muestra estudiantes a encuestar.*

Facultad	Número de estudiantes	%Muestra
Administrativas	86	27%
Salud	73	23%
Jurisprudencia	13	4%
Agropecuarias	70	22%

Educación	76	24%
Total	372	100%

Nota. Elaboración propia

La muestra se determina por el criterio de muestreo probabilístico por racimo, cluster o conglomerados (Hernández, Fernández, & Baptista, 2010, pág. 182), de estudiantes de la Universidad Estatal de Bolívar.

El muestreo por conglomerados o racimo nos permite que al seleccionar grupos o conglomerados de estudiantes; Por ejemplo, cursos, carreras y secciones facilitan la recolección de datos, especialmente cuando la población está geográficamente dispersa.

3.5 Procesamiento de la información

La información cuantitativa se procesará en relación a la tabulación de resultados de las encuestas a la muestra de estudiantes de UEB, presentadas en gráficos de pastel y tablas de frecuencias y porcentajes.

3.6 Metodología de Software empleada en el desarrollo de la aplicación

Se utilizará la herramienta Google Forms para ejecutar las encuestas con direcciones electrónicas para que los estudiantes de la UEB, puedan llenar las preguntas de la encuesta. La herramienta realiza gráficos automáticos de particiones en pastel, barras, particiones entre otros.

CAPÍTULO IV

4. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1 Análisis, interpretación y discusión de resultados.

Encuestas

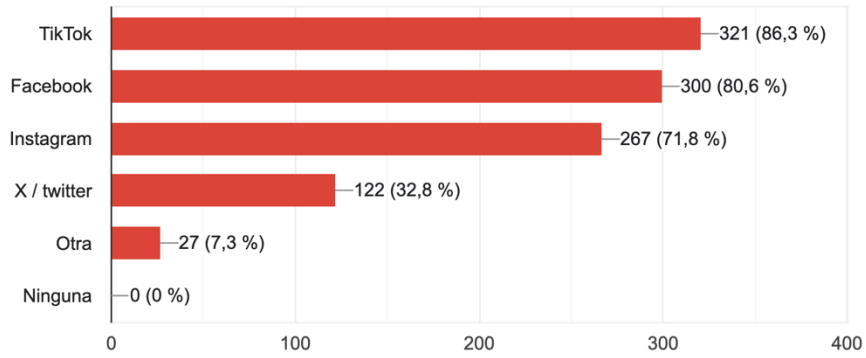
Tabla 4 *De la siguiente lista, ¿en qué redes sociales usted posee una cuenta? Puede señalar más de una respuesta.*

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Tiktok	321	86,3 %
Facebook	300	80 %
Instagram	267	71,8 %
X/ Twitter	122	32,8 %
Otra	27	7,3 %
Ninguna	0	0 %
Total	372	

Nota: Estudiantes de la UEB

Elaborado por: Silvia Gualan - Mishelle Quintero

Figura 2 *De la siguiente lista, ¿en qué redes sociales usted posee una cuenta? Puede señalar más de una respuesta*



Análisis:

Segun los resultados, el 86,3% de los estudiantes ocupan la red social TikTok, el 80,6% es para Facebook, el 71,8% la red social instagram, en cuarto lugar, X/Twitter con un 32,8%, el 7,3% ocupa otra red social, de es aforma a travez de la encuesta se ha demostrado que todos los estudiantes ocupan por lo minimo una red social.

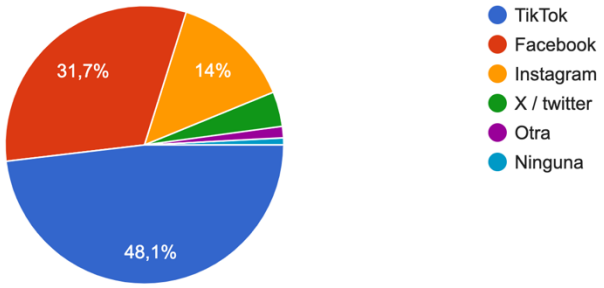
Tabla 5 *De la siguiente lista, ¿en qué red social usted consume más contenidos? Señale solo una respuesta.*

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Tiktok	179	48,1 %
Facebook	118	31,7 %
Instagram	52	14 %
X/ Twitter	15	4 %
Otra	5	1,3 %
Ninguna	3	0,8 %
Total	372	100 %

Nota: Estudiantes de la UEB

Elaborado por: Silvia Gualan - Mishelle Quintero

Figura 3 *De la siguiente lista, ¿en qué red social usted consume más contenidos? Señalé solo una respuesta.*



Análisis:

Según los resultados de la encuesta TikTok es la red social más utilizada con un 48,1% de los encuestados, se debe al formato de videos cortos y dinámicos, le prosigue Facebook una red social con más trayectoria con un 31,7% de los encuestados, Instagram con un 14% de los encuestados, X o Twitter es utilizada solamente por un 4% de los encuestados, es una red social menos popular entre los estudiantes. Un 1,3% de los encuestados utiliza otras redes sociales para consumir contenidos, tales pueden ser youtube, Snapchat, etc, y solo el 0,8% de los encuestados no consume contenidos en ninguna red social.

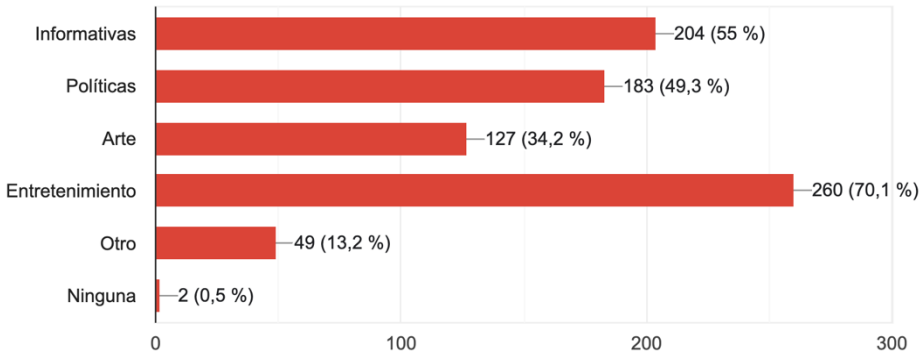
Tabla 6 *Escoja de la siguiente lista, ¿cuáles son los contenidos que usted sigue en mayor medida en redes sociales?*

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Informativas	204	55 %
Políticas	183	49,3%
Arte	127	34,2%
Entretenimiento	260	70,1%
Otra	49	13,2%
Ninguna	2	0,5%
Total	372	

Nota: Estudiantes de la UEB

Elaborado por: Silvia Gualan - Mishelle Quintero

Figura 4 *Escoja de la siguiente lista, ¿cuáles son los contenidos que usted sigue en mayor medida en redes sociales?.*



Análisis:

Segun los datos, el 70,1% de los estudiantes consumen contenido de entretenimiento, el 55% contenido informativo, el 49,3% de contenido politico, el 34,2% contenido sobre arte, el 13,2% ocupa otro tipo de contenido y el 0,5% ninguna.

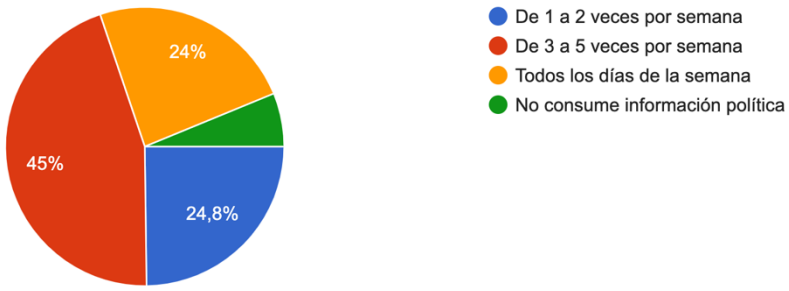
Tabla 7 *¿Con qué frecuencia usted consume o ha consumido información política en redes sociales?*

Opción	Frecuencia	Porcentaje
De 1 a 2 veces por semana	76	24 %
De 3 a 5 veces por semana	157	49,5 %
Todos los días de la semana	64	20,2 %
No consume información política	29	6,3 %
Total	372	100 %

Nota: Estudiantes de la UEB

Elaborado por: Silvia Gualan - Mishelle Quintero

Figura 5 *¿Con qué frecuencia usted consume o ha consumido información política en redes sociales?*



Análisis:

Según los resultados de la encuesta de 1 a 2 veces por semana representa al 24,8% de encuestados que consumen información política en redes sociales con poca frecuencia. De 3 a 5 veces por semana representa a la una mayoría con el 45% de estudiantes encuestados que consumen información política en redes sociales con cierta regularidad. Todos los días de la semana representa un 24% de encuestados, esta categoría es un grupo minoritario de estudiantes que consumen información política en redes sociales con mucha frecuencia. Y finalmente el 6,3% de los encuestados no consume información política, esta categoría representa un pequeño grupo de estudiantes que no consumen información política en redes sociales.

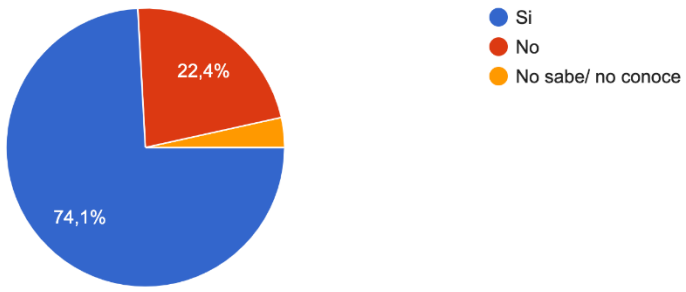
Tabla 8 *¿Sigue usted algún medio digital con contenidos informativos políticos?*

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Si	235	74,1 %
No	71	22,4 %
No sabe/ no conoce	11	3,5 %
Total	372	100 %

Nota: Estudiantes de la UEB

Elaborado por: Silvia Gualan - Mishelle Quintero

Figura 6 *¿Sigue usted algún medio digital con contenidos informativos políticos?.*



Análisis:

Los resultados de la encuesta muestran que las redes sociales son una fuente popular de información política para los estudiantes de la UEB. Un 74,1% de los encuestados siguen al menos un medio digital con contenido de noticias políticas. Esto sugiere que las redes sociales son una herramienta valiosa para involucrar a los estudiantes en ámbitos democráticos. Sin embargo, también es importante señalar que una minoría significativa que es el 22,4% de encuestados no sigue ningún medio digital con contenido de noticias políticas, esto sugiere que es necesario llegar a estos estudiantes y brindarles oportunidades para aprender sobre política de otras maneras.

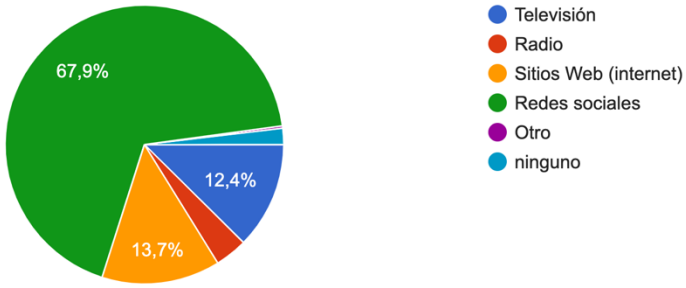
Tabla 9 *Para conocer sobre información política, ¿podría señalar cuál de los siguientes medios usa con mayor frecuencia?*

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Televisión	40	12,6 %
Radio	11	3,5 %
Sitios Web (internet)	44	13,9 %
Redes sociales	214	67,5 %
Otro	1	0,3 %
Ninguno	7	2,2 %
Total	372	100 %

Nota: Estudiantes de la UEB

Elaborado por: Silvia Gualan - Mishelle Quintero

Figura 7 *Para conocer sobre información política, ¿podría señalar cual d los siguientes medios usa con mayor frecuencia?.*



Análisis:

Los resultados muestran que los estudiantes que siguen redes sociales con contenidos informativos políticos es del 67,9%. El porcentaje de estudiantes que siguen sitios web con contenidos de información política es del 13,7%, en tercer lugar, está la televisión con el 12,4% de los encuestados que la televisión sigue siendo un medio importante para informarse sobre política, radio tiene el porcentaje del 3,5%, posicionándose como es el medio menos utilizado para informarse sobre política. Estudiantes que siguen otros medios digitales con contenidos informativos políticos es del 0,3% y el 2,2% de encuestados no se informa sobre política a través de ningún medio.

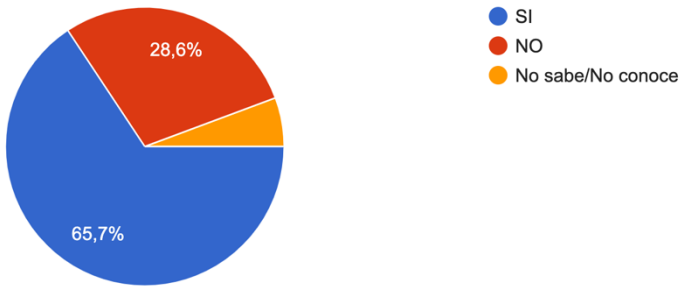
Tabla 10 *¿Conoce usted los contenidos informativos que contiene LA Posta EC?*

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Si	243	65,7 %
No	106	28,6 %
No sabe/ no conoce	21	5,7 %
Total	372	100 %

Nota: Estudiantes de la UEB

Elaborado por: Silvia Gualan - Mishelle Quintero

Figura 8 *¿Conoce usted los contenidos informativos que contiene LA Posta EC?.*



Análisis:

Los resultados de la encuesta muestran que el 65,7% de los estudiantes encuestados de la UEB están familiarizados con los contenidos informativos de LA Posta EC. Esto sugiere que el medio de comunicación tiene un impacto significativo en la comunidad estudiantil. Sin embargo, también se destaca que un porcentaje de 28,6% d estudiantes encuestados no conoce los contenidos informativos de LA Posta EC. Esto podría deberse a diversos factores, como la falta de acceso al medio de comunicación o la falta de interés en sus contenidos.

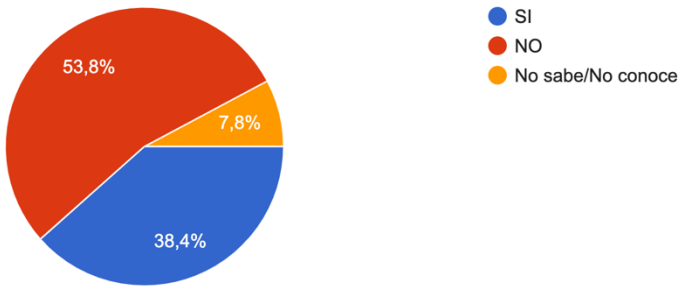
Tabla 11 *¿Conoce usted los contenidos informativos que contiene LA 5ta Pata?*

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Si	143	38,4 %
No	200	53,8 %
No sabe/ no conoce	29	7,8 %
Total	372	100 %

Nota: Estudiantes de la UEB

Elaborado por: Silvia Gualan - Mishelle Quintero

Figura 9 *¿Conoce usted los contenidos informativos que contiene LA 5ta Pata?*



Análisis:

La encuesta revela que el 38,4% de los estudiantes sí conoce los contenidos informativos que se publican en LA 5ta Pata, mientras que el 53,8% desconoce los contenidos informativos del medio digital y el 7,8% no sabe o no los conoce.

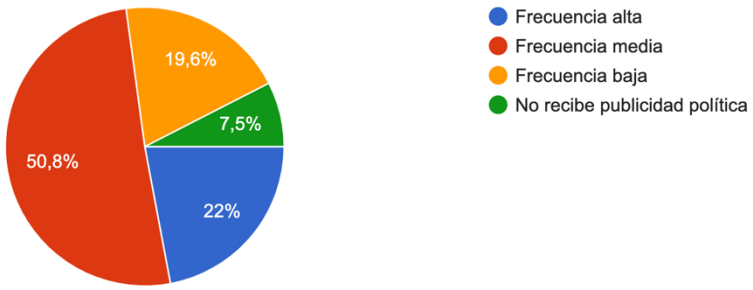
Tabla 12 *De las siguientes opciones, señale: ¿con qué frecuencia ha recibido usted publicidad política en redes sociales?*

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Frecuencia alta	82	22 %
Frecuencia media	189	50,8 %
Frecuencia baja	73	19,6 %
No recibe publicidad política	28	7,5 %
Total	372	100 %

Nota: Estudiantes de la UEB

Elaborado por: Silvia Gualan - Mishelle Quintero

Figura 10 *De las siguientes opciones, señale: ¿con qué frecuencia ha recibido usted publicidad política en redes sociales?*



Análisis:

A partir de los resultados de la encuesta, se demuestra que el 22% de los estudiantes han recibido publicidad política en redes sociales con frecuencia alta. Estos estudiantes han sido expuestos a una gran cantidad de publicidad política en sus redes sociales.

El 50,8% de los estudiantes han recibido publicidad política en redes sociales con frecuencia media, han sido expuestos a una cantidad moderada de publicidad política. Con el 19,6% de los estudiantes encuestados han recibido publicidad política en redes sociales con frecuencia baja, han sido expuestos a una pequeña cantidad de publicidad política en sus redes sociales.

Y no recibe publicidad política el 7,5% de los estudiantes, esto significa que estos estudiantes no han sido expuestos a ninguna publicidad política en sus redes sociales.

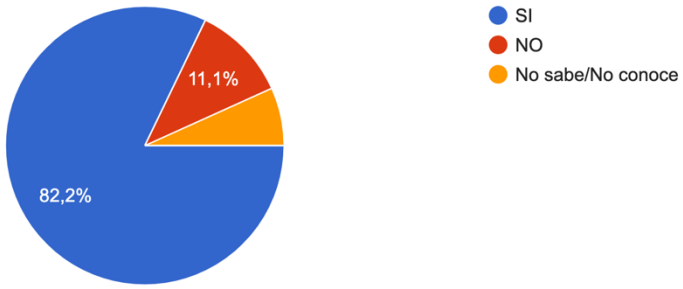
Tabla 13*¿Considera usted que los medios de comunicación digitales configuran la opinión política de las personas?*

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Si	304	82,2 %
No	41	11,1 %
No sabe/ no conoce	25	6,8 %
Total	372	100%

Nota: Estudiantes de la UEB

Elaborado por: Silvia Gualan - Mishelle Quintero

Figura 11 *¿Considera usted que los medios de comunicación digitales configuran la opinión política de las personas?*



Análisis:

Según los resultados de la encuesta el 82,2% de los encuestados considera que los medios de comunicación digitales configuran la opinión política de las personas, el 11,1% de los encuestados considera que los medios de comunicación digitales no configuran la opinión política de las personas y el 6,8% de los encuestados no sabe o no conoce la respuesta. Los resultados de la encuesta muestran una clara tendencia a considerar que los medios de comunicación digitales tienen una influencia en la opinión política del alumnado.

Entrevistas

Tabla 14 *Entrevista a la asistente de comunicación política en la Asamblea Nacional*

Nombre de la Entrevistada: María Belén Mayorga Tufino		
Observación: Ayudará a comprender mejor las dinámicas del mundo político y cómo estas influyen en el tratamiento de la información en los medios digitales, también creemos que tendremos una visión crítica que nos permitirá contrastar la teoría con la práctica, identificando posibles sesgos o manipulaciones en la información política.		
	PREGUNTAS	**RESPUESTAS**
1	**En el desarrollo de estrategias de comunicación política para personas e instituciones, ¿cuál es la importancia de los medios digitales?**	En la actualidad, el uso de los medios digitales se ha convertido en el principal canal de comunicación. Se usan de manera constante para informar sobre el quehacer de la institución o el actor. Aunque no se descarta el contacto cara a cara, el cual sigue siendo vital en el caso de los actores que se alimentan de ese tipo de agenda. Es decir, una reunión, o actividad colectiva permite generar contenido para exponerlo en medios digitales.
2	**Desde la gestión de comunicación de instituciones públicas ¿se elaboran comunicados específicos para medios tradicionales y digitales, o son comunicaciones generales?**	Los comunicados son construidos de acuerdo al medio a través del cual se difundirá. Normalmente se parte de un boletín, donde el contenido tiene más información y se distribuye a los medios tradicionales. A la par, se realiza material comunicativo priorizando lo más importante del boletín y de acuerdo a las especificaciones de cada plataforma digital.

3	**Desde la perspectiva institucional en la actualidad, ¿a qué medios de comunicación se les da mayor prioridad, los medios tradicionales o digitales?**	En Ecuador, los medios tradicionales siguen siendo un canal que aún marca agenda de temas políticos, sociales y de interés para los ciudadanos. Los medios digitales complementan la información. En la agenda del actor o representantes/vocero institucional se plantean varios tipos de información que se distribuyen canales de acuerdo al contenido. En nuestro país aún existen cierta resistencia en abordar cierto contenido "serio" en plataformas como Tiktok, debido a la imagen oficial que debe transmitir el vocero, pero poco a poco esa barrera se va desdibujando y cada vez son más los que deciden apostar por los nuevos canales de comunicación.
4	**¿Las comunicaciones institucionales producidas en las instituciones públicas, consideran públicos objetivos o son comunicaciones generales?**	De acuerdo con el artículo 18 de la Constitución Política de la República del Ecuador, todas las personas, en forma individual o colectiva, en forma tienen derecho a acceder libremente a la información generada en entidades públicas, o en las privadas que manejen fondos del Estado o realicen funciones públicas, por lo tanto los comunicados institucionales son en su mayoría generales, aunque en el caso de las carteras de estado tienen múltiples públicos objetivos, como por ejemplo el Ministerio de Turismo, Agricultura y Pesca o de Producción como bien lo describen sus nombres tienen un sector el cual tendría mayor interés por su contenido que otro.
5	**¿Existe algún procedimiento para la gestión de contenidos comunicacionales para medios digitales?**	En el procedimiento para la gestión de contenido para medios digitales juega un papel importante el tiempo. Compartir la información de manera inmediata y en tiempo real, es vital. Por lo que se agilita el proceso a través de unas líneas editoriales y esquemas

		que ya se han manejado con anterioridad, para evitar generar errores. Se realiza una batería de posibles materiales que pueden estar dentro del plan de comunicación y que se distribuye previo a una agenda acordada. Y las que se generan en el momento, las cuales no respetan ciertos protocolos, sino se generan de acuerdo a la coyuntura.
ANÁLISIS:		Las respuestas de la Mgs. María Belén Mayorga nos ofrecen una perspectiva valiosa sobre las estrategias de comunicación política en medios digitales en Ecuador. Se destaca la importancia de estos medios, la necesidad de adaptar los mensajes a cada plataforma y la coexistencia de medios tradicionales y digitales en la agenda informativa. Se observa la cautela institucional en el uso de algunas plataformas y la tendencia a comunicados generales, con algunas excepciones. La inmediatez y la adaptación a la coyuntura son aspectos clave en la comunicación política digital.

Tabla 15 *Entrevista al creador de "El diario de Riobamba" un medio digital y docente de la UEB.*

Nombre del Entrevistada: Danilo Villarroel		
Observación: Nos brindará una visión interna del funcionamiento de las plataformas digitales, sus estrategias y desafíos, también su experiencia como docente de comunicación nos dará acceso a una perspectiva valiosa sobre cómo los estudiantes interactúan con la información política en los medios digitales y cómo esta puede influir en sus opiniones		
	PREGUNTAS	**RESPUESTAS**
1	**En relación de los medios de comunicación tradicionales y los medios digitales ¿cuál considera que es la principal diferencia?**	La principal diferencia es el tratamiento de la información, toda la base teórica que trabajamos hacia los medios tradicionales, no siempre es adaptable a los medios digitales. Los medios digitales nacieron con una nueva narrativa, con nuevas formas de hacer periodismo, comunicación, por lo tanto, creo que ahí radica precisamente una de las principales importancias de este tema.
2	**Sobre los medios digitales ¿qué tan complicado es la creación de un medio de comunicación digital?**	Desde el punto de vista tecnológico, nada complicado, desde el punto de vista de la imagen y la comunicación corporativa del medio, nada complicado, desde la organización y desde la parte visual creativa de redacción y de distribución de funciones dentro de un medio de comunicación, nada complicado. Más bien lo complicado es darle forma legal a este medio. Recordemos que en el ecuador la ley orgánica de comunicación no estipula que existan medios de comunicación digital, estipulaba antes que existan medios sobre plataformas de internet, que es algo muy diferente. Para lograr tener un medio de comunicación efectivamente hay que trabajar en procesos estrictamente de constitución de una compañía, eso dice la ley, una compañía

		comunicacional, y esta compañía obviamente puede ser de compañía de comunicación. La compañía limitada o puede ser de acciones simplificadas. Esta compañía lo que hace es justamente darle la figura legal para que usted pueda operar tanto en el sistema del SRI a través del RUC, tanto en el sistema de compras públicas a través del RUP y también en la bolsa de valores en el mercado competitivo ecuatoriano. Pero por la parte comunicacional no hay problema, pero la parte legal, la parte tributaria, la parte de contabilidad y de legalidad de un medio de comunicación es lo complejo.
3	**En su rol de docente ¿considera usted que es importante que los estudiantes de comunicación, desarrollen una opinión política?**	La información política como una ala del periodismo especializado debe ser parte del accionar de los periodistas, de los comunicadores, ya que básicamente cuando uno sale a la profesión se encuentra al 100% con políticos, quién administra la ciudad, quién administra la junta parroquial, quién administra la provincia, el país, todos ellos son actores políticos y sociales que tienen cierta relevancia y por ello es que un periodista debe estar todo el tiempo debidamente informado sobre qué hace esa organización, esa institución o ese personaje, y obviamente también sobre los roles y funciones que debe existir en el país, la comunicación política es parte importante y debemos estar todos los días debidamente informados pero bien informados con las fuentes primarias.
4	**Sobre la configuración de la percepción y opinión política ¿cuál es papel de los medios**	El papel o rol fundamental de los medios digitales de un espacio de un canal de comunicación es justamente orientar, educar, entretener y dentro de esa orientación estable, orientación ciudadana, orientación participativa, es decir la misión sigue siendo

	digitales en la construcción de percepciones?	la misma del periodismo tradicional con la única diferencia que en los medios tradicionales lo podemos hacer en determinado horario y en los digitales lo podemos hacer todo el tiempo, lo que si se requiere es justamente que el periodista enfoque su accionar hacia las actividades informativas éticamente a la sociedad.
ANÁLISIS:		La entrevista con el Licenciado Danilo Villarroel nos ofreció datos relevantes sobre la evolución del periodismo en la era digital, los desafíos legales, la importancia de la formación en comunicación política y el rol de los medios digitales en la construcción de la percepción de opinión pública, demostrando que son temas cruciales para el futuro del periodismo. Se destaco en que es necesario que los profesionales de la comunicación se adapten a las nuevas realidades mediáticas y asuman la responsabilidad de informar de manera ética y responsable a la sociedad.

Tabla 16 *Entrevista al comunicador independiente en gobiernos locales.*

Nombre del Entrevistado: Luis Guaquipana		
Observación: Se obtendrá información sobre las estrategias utilizadas en los medios municipales y públicos para influir o direccionar la opinión pública, incluyendo el uso de medios digitales, descubriendo estrategias, herramientas y técnicas que se utilizan para comunicar mensajes políticos, para la audiencia universitaria.		
	PREGUNTAS	**RESPUESTAS**
1	**¿Cuáles son los procesos que siguen los departamentos de comunicación institucional para la producción de comunicados de la alcaldía?**	Los procesos que siguen los departamentos de comunicación institucional para la producción de comunicados de la alcaldía en el periodo en el que laboraba en el GAD GUARANDA por lo general, primero definíamos el objetivo y público objetivo; luego pasamos a la recopilar información, seguido de la redacción, revisión y finalmente la aprobación.
2	**¿Cuáles son los procedimientos para la generación de información para los medios digitales?**	Nosotros como institución hemos usado las siguientes etapas: • Definición de objetivos y público objetivo, • Investigación y recopilación de información, • Creación de contenido, • Publicación
3	**Para la gestión de contenidos en los medios digitales ¿se consideran a los jóvenes**	Sí, los públicos de jóvenes universitarios son considerados en la gestión de contenidos en los medios digitales, ya que este grupo demográfico es altamente activo en línea y consume información de diversas fuentes digitales.

	universitarios como públicos objetivo en la gestión de contenidos y canales de difusión?	
4	**¿Consideran la comunicación institucional a las audiencias de los jóvenes universitarios, hay mensajes específicos para estos públicos?**	Sí, la comunicación institucional considera a las audiencias de jóvenes universitarios y adapta los mensajes para este público, debido a que son un grupo demográfico importante para las instituciones, es crucial que las instituciones se comuniquen con este público de manera efectiva para construir relaciones positivas y duraderas.
5	**¿Cuál es el proceso de gestión de perfiles particulares de las autoridades (alcalde, directores, coordinadores) para medios digitales?**	La gestión de perfiles de autoridades en medios digitales implica un proceso integral que abarca desde la creación y configuración hasta la producción y publicación de contenido, pasando por la interacción con la audiencia y el análisis de resultados
ANÁLISIS:		La comunicación institucional es fundamental para el funcionamiento efectivo de cualquier entidad gubernamental. Según Luis Guaquipana, para la producción de comunicados y contenidos, los departamentos de comunicación de una institución pública siguen un proceso, lo cual permite tener claro; el objetivo, publico y el tipo de contenido a difundirse, con la intención de ofrecer una visión clara de cómo se gestiona la información y su relación con los ciudadanos.

Tabla 17 *Entrevista al asesor del alcalde Inty Yumbay*

Nombre del Entrevistada: Diego Lara		
Observación: Se obtendrá información sobre las estrategias utilizadas para influir en la opinión pública, incluyendo el uso de medios digitales, podremos descubrir las herramientas y técnicas que se utilizan para comunicar mensajes políticos y explicar cómo se adaptan los mensajes a las diferentes audiencias, incluyendo a los estudiantes.		
	PREGUNTAS	**RESPUESTAS**
1	**¿Cuáles son los procesos que siguen los departamentos de comunicación institucional para la producción de comunicados de la alcaldía?**	Para emitir un comunicado que venga desde nuestra institución el departamento encargado, en este caso el de comunicación debe constatar que el escrito sea transparente, objetivo y veras.
2	**¿Cuáles son los procedimientos para la generación de información para los medios digitales?**	En la alcaldía seguimos un esquema: • ¿Qué queremos informar? • ¿Para quién? Está dirigido • El mensaje • La publicación
3	**Para la gestión de contenidos en los medios digitales ¿se consideran a los jóvenes universitarios como públicos objetivo en la gestión de contenidos y canales de difusión?**	Efectivamente y existen tres razones por los que les consideramos. • Son nativos digitales • Acuden información oportuna • Influyen en la sociedad

4	**¿Consideran la comunicación institucional a las audiencias de los jóvenes universitarios, hay mensajes específicos para estos públicos?**	Los jóvenes universitarios representan un grupo demográfico importante para los municipios, ya que son residentes, contribuyentes, líderes y ciudadanos activos, por lo tanto, los comunicados son elaborados pensando en este nicho.
5	**¿Cuál es el proceso de gestión de perfiles particulares de las autoridades (alcalde, directores, coordinadores) para medios digitales?**	El proceso es completo, iniciando de la preproducción, producción y postproducción; debido a que es importante mantener una presencia activa y constante en las redes sociales, además, es necesario estar atentos a las tendencias y novedades en el ámbito de la comunicación digital.
ANÁLISIS:		Según las respuestas emitidas por el Abogado Diego Lara el Municipio de Guaranda cuenta con una estructura de comunicación institucional bien establecida, es preciso señalar que utiliza diversos canales para llegar a su público objetivo. Sin embargo, siempre hay espacio para mejorar. Es necesario enfocarse en la interactividad y la frecuencia de comunicación, este establecimiento gubernamental debe fortalecer aún más su relación con la comunidad y asegurar una comunicación efectiva y transparente con los guarandeños.

MATRIZ DE ANÁLISIS COMPARATIVO DEL TRATAMIENTO DE LA INFORMACIÓN POLÍTICA DE LA5PATA_EC Y LAPOSTAEC EN TIKTOK

Tabla 18 *Tratamiento de la información política de La Posta, Noviembre.*

LA POSTA (NOVIEMBRE)								
Contenido	**Àmbito**	**Cobertura Geogràfica**	**Fuente**	**Seguimiento**	**Tiempo**	**Formato**	**Visualizaciones**	**Link**
¿Guillermo Lasso podría tener problemas legales?	Político	Nacional	Multifuentista	No	1min	Opinión	30.1 mil	https://www.tiktok.com/@lapostaec/video/7302973726780378374?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7148473146604930565
Javier Mileies el nuevo presidente de Argentina	Político	Internacional	Imagen	Si	30”	Imagen	71,3 mil	https://www.tiktok.com/@lapostaec/photo/7303323089851518213?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7148473146604930565
¡No diré nada, pero habrá señales!	Político	Nacional	Unifuentista	No	1min 35”	Extracto Entrevista	100.1 mil	https://www.tiktok.com/@lapostaec/video/73033362

Guillermo Lasso dice que se lanzará a la reelección en 2025.								30509481221?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7148473146604930565
Estas son las primeras palabras que se mandó Milei, como presidente electo de Argentina.	Político	Internacional	Unifuentista	Si	1min 44”	Discurso	86.6 mil	https://www.tiktok.com/@lapostaec/video/7303502044013317381?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7148473146604930565
Paola Cabezas, presidenta de la comisión de Garantías Constitucionales de la Asamblea, explica que está esperando una nueva fecha para comparar ante Fiscalía por el caso de Soledad Padilla. Cabezas asegura que no	Político	Nacional	Unifuentista	No	2min 34”	Extracto Entrevista	89.3 mil	https://www.tiktok.com/@lapostaec/video/7303607764755041541?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7148473146604930565

asistió porque estaba enferma.								
Estas reacciones han saltado después de la investigación de presunta corrupción en el Ministerio del Deporte y el Cumbayá FC.	Político	Nacional	Unifuentista Federaciòn Postera	Si	1min17”	Denuncia pùblica	150.5 mil	https://www.tiktok.com/@lapostaec/video/7303649188720495878?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7148473146604930565
Guillermo Lasso estrena documental, a horas de lanzar su libro. Aunque no lo creas, ninguno de los dos es comedia, pero nosotros decidimos ponerle los capítulos que le faltaron a sus 900 días de embarradas.	Político	Nacional	Unifuentista	Si	1min45”	Extracto Entrevista	86.8 mil	https://www.tiktok.com/@lapostaec/video/7303692807833783558?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7148473146604930565
Don Guille se nos va, pero sus lapsus brutus jamás.	Político	Nacional	Unifuentista	No	2min5”	Capsula informativa	33.8 mil	https://www.tiktok.com/@lapostaec/video/7303707207177178374?is_

								from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7148473146604930565
¿Què buscan las fuerzas políticas en las mesas legislativas?	Político	Nacional	Unifuentista	No	2min5”	Capsula informativa	32.7 mil	https://www.tiktok.com/@lapostaec/video/7303715963201916166?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7148473146604930565
El primo que pedía $80.000 por trámites en el Ministerio del Deporte no goza de la confianza ciega de Sebastián Palacios.	Político	Nacional	Unifuentista	Si	06”	Extracto Entrevista	30.3 mil	https://www.tiktok.com/@lapostaec/video/7303975098426395910?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7148473146604930565
La desgracia de dejó Lasso, en cifras.	Político	Nacional	Unifuentista	No	3min4”	Opiniòn	163 mil	https://www.tiktok.com/@lapostaec/video/7303994379943906565?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7148

								47314660493056 5
Guillermo Lasso lanzó su libro 900 días. Sí nosotros tampoco sabemos con qué rellenó las 463 páginas, pero te mostramos lo que dijo el presidente.	Político	Nacional	Entrevista ciudadana	Si	2min51”	Capsula informativa	88.4mil	https://www.tiktok.com/@lapostaec/video/7304044652741643525?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7148473146604930565
Guillermo Lasso arruina la posesión.	Político	Nacional	Exponen un chat.	No	33”	Exponen un chat.	14.1 mil	https://www.tiktok.com/@lapostaec/video/7304089348960439557?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7148473146604930565
Ni para ti, ni para mí! El contrato para el cambio de mando se firma por $553.805,00. Sí, no se le dio chance ni a los $600.000 que había presupuesto Lasso, ni a los	Político	Nacional	Unifuentista	No	1min47”	Capsula informativa	87.8mil	https://www.tiktok.com/@lapostaec/video/7304101001106099462?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7148473146604930565

$300.000 que había pedido Noboa. Solo bajaron alrededor de $47.000. ¡Qué ofertón!								
Ramiro Vela, asambleísta y miembro de la Comisión de Fiscalización dice que hay que cachar bien que esta Asamblea es de transición y que por eso deben conocer que los que deciden qué juicio sigue o no es el Pleno.	Político	Nacional	Unifuentista	No	1min32”	Extracto entrevista	80 mil	https://www.tiktok.com/@lapostaec/video/7304329467474775302?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7148473146604930565
¿Y el ministro de economía? ¿Y los demás? Por esta razón, Daniel Noboa no competa su gabinete. Además, hay	Político	Nacional	Unifuentista	No	52”	Capsula informativa	6 mil	https://www.tiktok.com/@lapostaec/video/7304444217399561478?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7148473146604930565

sorpresa para el lunes.								
Esta es la lista de invitados a la posesión presidencial de mañana.	Político	Nacional	Unifuentista	No	1min21”	Capsula informativa	88.3 mil	https://www.tiktok.com/@lapostaec/video/7304466851914845445?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7148473146604930565
Aquí está la banda presidencial que vacilará a Daniel Noboa. ¿Sabías que tiene hilos de oro?	Político	Nacional	Unifuentista	No	56”	Capsula informativa	10.6 mil	https://www.tiktok.com/@lapostaec/video/7304501615971618053?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7148473146604930565
Ya van llegando algunos. Diana Salazar, Valentina Centeno, Luis Almeida, Isabel Noboa, Wilma Andrade y Miguel Ángel	Político	Nacional	Unifuentista	No	1min22”	Capsula informativa	111mil	https://www.tiktok.com/@lapostaec/video/7304673087281302790?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7148473146604930565

Loor pasaron por la alfombra de la Asamblea. ¿Qué dijeron?								
Y no, no lo dijo de chiste. Guillermo Lasso dijo en su último acto oficial que se retira por la puerta grande. ¿Será?	Político	Nacional	Unifuentista	No	45”	Extracto cadena nacional	17.8 mil	https://www.tiktok.com/@lapostaec/video/7304678669820218630?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7148473146604930565
¿Un nuevo Ecuador? Ahora sí, es oficial. Daniel Noboa asumió el cargo de presidente de la República del Ecuador.	Político	Nacional	Unifuentista	No	2”	Imagen	9,400 mil	https://www.tiktok.com/@lapostaec/video/7304711962271681798?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7148473146604930565
Estas fueron las caras y gestos de Guillermo Lasso, en sus últimos instantes como presidente del Ecuador.	Político	Nacional	Unifuentista	No	1min18”	Extracto cadena nacional	306 mil	https://www.tiktok.com/@lapostaec/video/7304735523640331526?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7148

								47314660493056 5
El exministro de economía, Mauricio Pozo, asegura que Lasso deja al país en peores condiciones de las que recibió pues el riesgo país aumentó y las finanzas están eco de pedazos.	Político	Nacional	Unifuentista	No	1min02”	Extracto entrevista	91.3mil	https://www.tiktok.com/@lapostaec/video/7304747234640416006?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7148473146604930565
¿Cómo a pesar de la voz del pueblo a ¿Guillermo Lasso?	Político	Nacional	Multifuentista	No	2min02”	Opinión ciudadana	103.4mil	https://www.tiktok.com/@lapostaec/video/7304767554319371525?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7148473146604930565
Un día humilde para el expresidente Lasso. ¿Por qué?	Político	Nacional	Unifuentista	No	1min28”	Capsula informativa	150.3mil	https://www.tiktok.com/@lapostaec/video/7304796644380265733?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7148

								47314660493056 5
Lasso dijo que se va por la puerta grande, pero Juan José Albánte muestra que las cifras de pobreza y desempleo solo subieron en su mandato.	Político	Nacional	Unifuentista	No	1min16”	Capsula informativa	88.8mil	https://www.tiktok.com/@lapostaec/video/7304811511736831237?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7148473146604930565
Así quedó el Gabinete ministerial del Gobierno de Daniel Noboa	Político	Nacional	Unifuentista	No	1min16”	Capsula informativa	124.8min	https://www.tiktok.com/@lapostaec/video/7304844528920382726?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7148473146604930565
Según Antonio Ricaurte, Guillermo Lasso Quiso llevar la banda presidencial para "llenar vacíos" y por vanidad pura.	Político	Nacional	Multifuentista	No	1min58”	Opinión	23.8mil	https://www.tiktok.com/@lapostaec/video/7304850711815130373?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7148473146604930565

Humberto Plaza, ministro de Vivienda, recibió su primera pregunta incómoda y aclaró qué mismo con los tweets polémicos que supuestamente venían de su cuenta.	Político	Nacional	Unifuentista Humberto Plaza	No	1min4”	Extracto entrevista	80.2mil	https://www.tiktok.com/@lapostaec/video/7305091807472340229?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7148473146604930565
Un hombre que supera cualquier “obstáculo”. El presidente Daniel Noboa le puso una tarea fundamental a su vice, Verónica Abad: viajar a Israel a ver si llueve, perdón, a ver si hay paz.	Político	Nacional	Unifuentista	No	26”	Animación (imagen y texto)	91.9 mil	https://www.tiktok.com/@lapostaec/video/7305164582862064902?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7148473146604930565
¿Pabel Muñoz señalado por supuesta infracción electoral?	Político	Nacional	Unifuentista	No	45”	Capsula informativa	16.3 mil	https://www.tiktok.com/@lapostaec/video/7305173912499817734?is_from_webapp=1&sender_device=

								pc&web_id=7148473146604930565
Fiscalía retomo los casos León de Troya y Encuentro este viernes.	Político	Nacional	Unifuentista	No	1min39”	Capsula informativa	85.8mil	https://www.tiktok.com/@lapostaec/video/7305196088254893317?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7148473146604930565
Danilo Carrera, el cuñado de Lasso tiene arresto domiciliario por el Caso Encuentro. Esto pasó en la audiencia.	Político	Nacional	Unifuentista	No	1min12”	Capsula informativa	1.7millones	https://www.tiktok.com/@lapostaec/video/7305210912791645445?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7148473146604930565
¡Ya no te van a explotar! La ministra de Trabajo, Ivonne Núñez, le dio de baja a los acuerdos ministeriales que podían hacer	Político	Nacional	Unifuentista	No	1min39”	Capsula informativa	203.2mil	https://www.tiktok.com/@lapostaec/video/7305223245115051269?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7148473146604930565

camellar a la gente por 12 horas y otras movidas más.								
Hoy es el primer día de trabajo del presidente y de sus Ministros, ¿qué anda haciendo cada uno? Aquí su agenda.	Político	Nacional	Unifuentista	No	1min43”	Capsula informativa	32.5mil	https://www.tiktok.com/@lapostaec/video/7305249060213050630?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7148473146604930565
Para Antonio Ricaurte, el sentir de la gente es “odio por la política” y como la Asamblea es política, también le acaban tachando.	Político	Nacional	Multifuentista Antonio Ricaurte	No	1min45”	Opinión	9.440mil	https://www.tiktok.com/@lapostaec/video/7305458186901916934?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7148473146604930565
El asambleísta por el PSC, Jorge Acaiturri, confesó en el Castigo Divino que años atrás formó parte del gobierno de	Político	Nacional	Multifuentista Pierina Correa	No	57”	Extracto entrevista	103.7mil	https://www.tiktok.com/@lapostaec/video/7305555667933220101?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7148

Rafael Correa, pero dio un paso al costado cuando ya no le gustaron las cosas.								47314660493056 5
Poco después de que la RC5 presente el juicio político contra la fiscal Diana Salazar, el asambleísta por ADN y miembro del CAL, Diego Matovelle, dijo en Café la Posta que su bancada no respaldará la persecución política de ningún funcionario.	Político	Nacional	Unifuentista	No	32”	Extracto entrevista	8.500mil	https://www.tiktok.com/@lapostaec/video/7306197653304462598?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7148473146604930565
Dime qué juicio político prefieres y te diré quién eres.	Político	Nacional	Unifuentista	No	2min8”	Capsula informativa	83.4mil	https://www.tiktok.com/@lapostaec/video/7306297154136509701?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7148

								47314660493056 5
¿Qué dicen los juristas sobre el decreto de Daniel Noboa ¿Qué elimina la tabla de drogas?	Político	Nacional	Unifuentista	No	1min19”	Capsula informativa	102.05mil	https://www.tiktok.com/@lapostaec/video/7306304426497592581?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7148473146604930565
Daniel Noboa ha firmado decretos completos en sus primeros días. Juanjo Albán te cuenta cuántos y cuáles.	Político	Nacional	Unifuentista	No	1min49”	Capsula informativa	249.5mil	https://www.tiktok.com/@lapostaec/video/7306319596892589317?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7148473146604930565
El presidente Daniel Noboa mandó a reestructurar la Vicepresidencia, tras asignar una única función a Verónica Abad.	Político	Nacional	Unifuentista	Si	1min19”	Capsula informativa	97mil	https://www.tiktok.com/@lapostaec/video/7306338093492161798?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7148473146604930565

El asambleísta Lucio Gutiérrez contó en el Castigo Divino que habló con Construye para unir fuerzas en la Asamblea, pero las cosas no se dieron.	Político	Nacional	Multifuentista	No	33”	Extracto entrevista	12.7mil	https://www.tiktok.com/@lapostaec/video/7306358767862435077?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7148473146604930565
Verónica Abad habló sobre los "bloqueos" por parte del equipo de trabajo del presidente, Daniel Noboa. También aclaró sobre los fondos destinados del CNE para su campaña y sus próximos trabajos en Tel Aviv.	Político	Nacional	Unifuentista Veronia Abad	Si	4min11”	Rueda de prensa	219.9mil	https://www.tiktok.com/@lapostaec/video/7306564505675336966?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7148473146604930565
Guido Vargas, asambleísta que llegó por el PSC y el PSP, explicó, en Café la Posta,	Político	Nacional	Unifuentista	No	3min15”	Extracto entrevista	87mil	https://www.tiktok.com/@lapostaec/video/7306592032313625862?is_from_webapp=1

que, a pesar de pertenecer durante tantos años al partido de Lucio Gutiérrez, ahora está en el PSC por una alianza unilateral del expresidente.								&sender_device=pc&web_id=7148473146604930565
Verónica Abad habló y tenemos sus mejores frases.	Político	Nacional	Unifuentista	Si	2min46”	Rueda de prensa	101.07mil	https://www.tiktok.com/@lapostaec/video/7306652167186795781?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7148473146604930565
¡Hasta para llevar! Hoy la vicepresidenta, Verónica Abad, criticó desde los acuerdos legislativos hasta cómo la han aislado de la agenda.	Político	Nacional	Unifuentista	Si	1min35”	Capsula informativa	50.4mil	https://www.tiktok.com/@lapostaec/video/7306671290285296902?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7148473146604930565
Malta nos cuenta las indirectas que	Político	Nacional	Multifuentista	Si	1min41”	-Extracto entrevista	90.1mil	https://www.tiktok.com/@lapostae

se ha mandado la vicepresidenta, Verónica Abad, y el exasambleísta, Esteban Torres.						-Rueda de prensa		c/video/7306722730072788230?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7148473146604930565
Ni bien se fue Lasso, la Asamblea le volvió a 'cantar' el juicio político en su contra. Es más, mañana se reanuda la sesión a las 16:00 ¿Pero todos los asambleístas están un favor?	Político	Nacional	Multifuentista Viviana Veloz Pedro Velasco	No	1min47	Capsula informativa	90.2mil	https://www.tiktok.com/@lapostaec/video/7306730004476333318?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7148473146604930565
La asambleísta Pierina Correa contó, en el Castigo Divino, cómo surgió la alianza entre el PSC, ADN Y RC5. Además, confesó que lo mantuvieron en sigilo porque	Político	Nacional	Unifuentista	No	1min23	Extracto entrevista	78.3mil	https://www.tiktok.com/@lapostaec/video/7306740171750329606?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7148473146604930565

existían fuerzas políticas que querían boicotearlos.								
¿Será mejor darle a la gente lo que quiere o darles lo que no sabían que querían?	Político	Nacional	Unifuentista	No	3min59”	Opinion	81.8mil	https://www.tiktok.com/@lapostaec/video/7306962752650644741?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7148473146604930565
Si eres parte de las primeras 100 llamadas podrás ser parte del mega concurso edición Carondelet.	Político	Nacional	Unifuentista	No	1min54”	Capsula informativa	83.7mil	https://www.tiktok.com/@lapostaec/video/7307410412109040901?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7148473146604930565

Fuente: TikTok
Realizado por: Mishelle Quintero, Silvia Gualan.

Tabla 19 *Tratamiento de la información política de La Posta, Diciembre.*

LA POSTA (DICIEMBRE)								
Contenido	**Àmbito**	**Cobertura Geográfica**	**Fuente**	**Seguimiento**	**Tiempo**	**Formato**	**Visualizaciones**	**Link**
Los fiscales correistas eran mas joyas que Salazar?	Político	Nacional	Unifuentista.	No	2min 30s	Entrevista	74,6mil	https://www.tiktok.com/@lapostaec/video/7307683064249928965?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7304910923063002630
¿Cuál es la influencia de Danilo Carrera con expresidente Guillermo Lasso? (El gran padrino)	Político	Nacional	Multifientista Andersson Boscan y Monica Velasquez	Si	0min 26s	Grabación	20,9mil	https://www.tiktok.com/@lapostaec/video/7307805247626398981?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7304910923063002630

Noboa y Vega sabian en lo que sometían "hemos estado peor"	Político	Nacional	Multifuentista Ecom. Luis espinosa Goded.	Si	0min 49s	Entrevista	29,1mil	https://www.tiktok.com/@lapostaec/video/7307837501207612677?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7304910923063002630
Abad ya esta haciendo campaña para 2025?	Político	Nacional	Unifuentista Felipe Leon	Si	2min	Entrevista	49,7mil	https://www.tiktok.com/@lapostaec/video/7308054440093764870?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7304910923063002630
La inseguridad es el pan de cada día en Ecuador. ¿Cómo salir de ese problema, y encima, estando chiros?	Político	Nacional	Unifuentista	No	1min 03s	Entrevista	75,7mil	https://www.tiktok.com/@lapostaec/video/7308107602007772421?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7304910923063002630

Ambientalistas: "queremos diesel barato" Also ambientalistas: "cierren el bloque 43"	Político	Nacional	Economista Mauricio Pozo	No	0min 51s	Entrevista	8590	https://www.tiktok.com/@lapostaec/video/7308152323837070597?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7304910923063002630
Conoce la historia de un gobierno que hizo todo... para caerse	Político	Nacional	Multifuentista Andersson Boscán, Mónica Velásquez y Luis Eduardo Vivanco	No	1min 40s	Video y Fotos	111,1mil	https://www.tiktok.com/@lapostaec/video/7308793076112231686?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7304910923063002630
¿Qué viaje la reunión de los vecinos guayacos?	Político	Nacional	Melisa Camana Alcalde Aquiles Álvarez y el gobernador del Guayas Alberto Molina.	No	1min 21s	Video	108,5mil	https://www.tiktok.com/@lapostaec/video/7308924712153844998?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7304910923063002630

El Estado debe controlar sus gastos? "Yo quiero pagar menos impuestos"	Político	Nacional	Economista Luis E. Goded	Si	1min 04s	Entrevista	107,9mil	https://www.tiktok.com/@lapostaec/video/7308934172880555270?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7304910923063002630
Para que investigar el caso Villavicencio en la Asamblea si lo tiene el FBI?	Político	Nacional	Asambleísta Adrián Castro	No	1min 07s	Entrevista	12,6mil	https://www.tiktok.com/@lapostaec/video/7309159334007557382?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7304910923063002630
Faltan 5 dias para que la vicepresidenta Veronica Abad coja sus maletas y se vaya a Tel Aviv	Político	Nacional		Si	1min 34s	Video	110,8mil	https://www.tiktok.com/@lapostaec/video/7309249375522262277?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7304910923063002630

La muerte cruzada le gustó a algunitos, pero a la Asamblea le dejó por los suelos.	Político	Nacional	Multifuentista	No	1min 09s	Video	113mil	https://www.tiktok.com/@lapostaec/video/7309272826282921222?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7304910923063002630
Pabel reacciona al comunicado de la RC y el Metro	Político	Nacional	Pabel Muñoz	No	2min 26s	Entrevista	140,4mil	https://www.tiktok.com/@lapostaec/video/7309562694800067845?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7304910923063002630
Junio conta Diana Salazar avanza	Político	Nacional	Consejo de administración legislativa CAL	Si	0min 42s	Video	111,1mil	https://www.tiktok.com/@lapostaec/video/7309899476179668229?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7304910923063002630

La Asamblea Nacional va 'camellando' 20 días, ¿qué han hecho los padres de la Patria en este tiempo?	Político	Nacional	Ale Perez	No	1min 25s	Video	110,4mil	https://www.tiktok.com/@lapostaec/video/7309938072228056325?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7304910923063002630
El presidente del Consejo de la Judicatura, Wilman Terán tuvo una terapia para cerrar ciclos laborales	Político	Nacional	Multifuentista	No	1min 19s	Video	105mil	https://www.tiktok.com/@lapostaec/video/7309979513549556997?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7304910923063002630

¡No hay dinero! Con las justas, el Gobierno logró pagar sueldos en noviembre, pero ¿cómo los rayos pagarán a los funcionarios en diciembre?	Político	Nacional	Multifuentista	No	0min 59s	Video	4075	https://www.tiktok.com/@lapostaec/video/7310349537942490373?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7304910923063002630
Javier Milei en su posesión presidencial.	Político	Internacional	Multifuentista	No	2min 01s	Video	126,4mil	https://www.tiktok.com/@lapostaec/video/7311539917815926022?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7304910923063002630
¡Dalo Bucaram dijo que fue usado por Lenín Moreno! Así como lo lees	Político	Nacional	Multifuentista	No	0min 54s	Fotos y videos	19,7mil	https://www.tiktok.com/@lapostaec/video/7311812482035748102?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7304910923063002630

Todos andan hablando del arresto del duro de la Judicatura,Wilman Terán. Pero, ¿quién es y cómo llegó ahí?	Político	Nacional	Multifuentista	Si	1min 22s	Video	116,5mil	https://www.tiktok.com/@lapostaec/video/7312591967978884357?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7304910923063002630
5 datos sobre el billete del Wilman Terán.	Político	Nacional	Multifuentista	Si	1min 06s	Video	87,4mil	https://www.tiktok.com/@lapostaec/video/7312607359719787782?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7304910923063002630
Así fue como inició el CasoMetástasis	Político	Nacional	Multifuentista	Si	1min 41s	Video	137,2mil	https://www.tiktok.com/@lapostaec/video/7312628719355546885?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7304910923063002630

Correa se anticipo al operativo metastasis. ¿Cómo lo hace?	Político	Nacional	Multifuentista	Si	1min	Video	254,5mil	https://www.tiktok.com/@lapostaec/video/7312634970789399814?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7304910923063002630
El peso argentino se devaluó esta semana y Javier Milei quiere sacar a Argentina de los números rojos. ¿Lo logrará?	Político	Internacional	Multifuentista	No	0min 55s	Video	17,3mil	https://www.tiktok.com/@lapostaec/video/7312976409410964742?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7304910923063002630
Sabemos que el país está en la masa	Político	Nacional	Unifuentista Ministro de Economía, Juan Carlos Vega	No	2min 05s	Video	113,7mil	https://www.tiktok.com/@lapostaec/video/7314089623787998469?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7304910923063002630

Qué ha Pasado con las broncas diplomáticas que ha tenido Ecuador con algunos países, por culpa del correísmo ?	Político	Nacional e Internacional	Multifuentista	Si	1min 23s	Video y fotos	103,5mil	https://www.tiktok.com/@lapostaec/video/7314105235167841541?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7304910923063002630
La bancada oficialista hizo un arreglo por aquí, otro por allá para que los asambleístas apoyen La ley de Eficiencia Económica	Político	Nacional	Multifuentista	No	1min 08s	Video	112,2mil	https://www.tiktok.com/@lapostaec/video/7314452216390110470?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7304910923063002630
Que hace Las en la embajada de Mexico?	Político	Nacional e Internacional	Multifuentista	Si	1min 23s	Video	107,7mil	https://www.tiktok.com/@lapostaec/video/7314469078855322885?is_from_webapp=1&sender_device=

								pc&web_id=7304910923063002630
Triste Navidad para Danilo Carrera	Político	Nacional	Unifuentista	No	0min 47s	Video	38,7mil	https://www.tiktok.com/@lapostaec/video/7314790171625458950?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7304910923063002630
El Consejo de la Judicatura tiene un nuevo mandamás y su nombre es Álvaro Román. ¿Se vienen cositas?	Político	Nacional	Multifuentista	No	0min 55s	Video	38mil	https://www.tiktok.com/@lapostaec/video/7314836688574893317?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7304910923063002630

De qué se trata la nueva Ley Energética que ya mismo llegaría a la Asamblea?	Político	Nacional	Unifuentista Asamblea	No	1min 13s	Video	112,3mil	https://www.tiktok.com/@lapostaec/video/7314839749909302534?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7304910923063002630
Se salva o no Jorge Glas del juicio penal?	Político	Nacional	Multifuentista Asambleístas	Si	1min 38s	Entrevista	135,3mil	https://www.tiktok.com/@lapostaec/video/7315137963443195142?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7304910923063002630

Ya sabrán que estamos en la inmunda, por eso el Ministro de Finanzas quiere vender cierta parte de las reservas de oro que tiene el país para generar más dinero.	Político	Nacional	Unifuentista	No	1min 07s	Video	107,5mil	https://www.tiktok.com/@lapostaec/video/7315559843773877509?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7304910923063002630
Los 12 regalos de la política ecuatoriana	Político	Nacional	Multifuentista	No	0min 14s	Video y Fotos	19,1mil	https://www.tiktok.com/@lapostaec/video/7316554022565973253?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7304910923063002630

El Presidente Daniel Noboa necesita plata, pero como es Navidady ya le debemos hasta el vecino, le pidió ayuda a Papá Noel.	Político	Nacional	Multifuentista	Si	3min 53s	Video	141,2mil	https://www.tiktok.com/@lapostaec/video/7316686569929346309?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7304910923063002630
Eliminar los subsidios? Esto quiere Noboa	Político	Nacional	Multifuentista	No	1min 40s	Video y Fotos	151,4mil	https://www.tiktok.com/@lapostaec/video/7317439955579616518?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7304910923063002630
La consulta popular del Yasuni valió carpeta?	Político	Nacional	Exgerente de Petroecuador Reinaldo Armijos	No	1min 01s	Entrevista	17,2mil	https://www.tiktok.com/@lapostaec/video/7318078749507996933?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7304910923063002630

playlist de cañonazos 2023	Político	Nacional	Multifuentista	No	2min 47s	Video	104,4mil	https://www.tiktok.com/@lapostaec/video/7318859590722997510?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7304910923063002630
Noboa le quito la seguridad a Abad	Político	Nacional e Internacional	Multifuentista	Si	0min 56s	Entrevista	24,9mil	https://www.tiktok.com/@lapostaec/video/7318921432656776454?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7304910923063002630

Fuente: TikTok
Realizado por: Mishelle Quintero, Silvia Gualan.

Tabla 20 *Tratamiento de la información política de La 5PATA, Noviembre.*

LA 5 PATA (NOVIEMBRE)								
Contenido	**Àmbito**	**Cobertura Geogràfica**	**Fuente**	**Seguimiento**	**Tiempo**	**Formato**	**Visualizaciones**	**Link**
Los bienes del loco que ama en venta	Político	Nacional	Unifuentista	No	31”	Capsula informativa	674.4mil	https://www.tiktok.com/@la5pata_ec/video/7296645560973495558?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7148473146604930565
Noboa no apoyará el Juicio Político a la Fiscal Diana Salazar	Político	Nacional	Unifuentista	No	34”	Capsula informativa	59.7mil	https://www.tiktok.com/@la5pata_ec/video/7298795950863125765?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7148473146604930565
¿Noboa no subirá impuestos?	Político	Nacional	Unifuentista	No	40”	Capsula informativa	51.9mil	https://www.tiktok.com/@la5pata_ec/video/7298830300551990533?is

								_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7148473146604930565
Más mujeres lideran el gabinete, en la historia del país	Político	Nacional	Unifuentista	No	30”	Capsula informativa	18mil	https://www.tiktok.com/@la5pata_ec/video/7299464226601471238?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7148473146604930565
Soledad Padilla se pronuncia	Político	Nacional	Unifuentista	No	3min52”	Pronuncionamiento	17.1mil	https://www.tiktok.com/@la5pata_ec/video/7300968355471658246?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7148473146604930565
¿Cuándo se instala la Nueva Asamblea?	Político	Nacional	Unifuentista	No	302”	Capsula informativa	4 mil	https://www.tiktok.com/@la5pata_ec/video/7301348916019088645?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7148

								47314660493056 5
FBI tiene el celular de Fernando Villavicencio	Político	Nacional	Unifuentista	No	22”	Capsula informativa	763mil	https://www.tiktok.com/@la5pata_ec/video/7301742035126586629?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7148 47314660493056 5
Daniel Noboa y Verónica Abad recibieron sus credenciales	Político	Nacional	Unifuentista	No	44”	Capsula informativa	15mil	https://www.tiktok.com/@la5pata_ec/video/7301799928043408645?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7148 47314660493056 5
¿Qué dice el gobierno sobre sus 900 días en el poder?	Político	Nacional	Unifuentista	No	39”	Capsula informativa	5mil	https://www.tiktok.com/@la5pata_ec/video/7302466962767088902?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7148 47314660493056 5

¿Cuáles son las funciones de la Asamblea Nacional?	Político	Nacional	Unifuentista	No	31”	Capsula informativa	3mil	https://www.tiktok.com/@la5pata_ec/video/7302486151989021958?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7148473146604930565
Milei privatizará los medios públicos	Político	Internacional	Unifuentista	No	35”	Capsula informativa	53mil	https://www.tiktok.com/@la5pata_ec/video/7303566903115533574?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7148473146604930565
Noboa se queda sin ministra de Economía	Político	Nacional	Unifuentista	No	28”	Capsula informativa	3mil	https://www.tiktok.com/@la5pata_ec/video/7303917612629495045?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7148473146604930565
Daniel Noboa se posesiona	Político	Nacional	Unifuentista	No	28”	Capsula informativa	31.6mil	https://www.tiktok.com/@la5pata_ec/video/7304737

								014006435077?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7148473146604930565
Guillermo Lasso dona 4 meses de su sueldo	Político	Nacional	Unifuentista	No	23”	Capsula informativa	105.2mil	https://www.tiktok.com/@la5pata_ec/video/7304750128064236805?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7148473146604930565
¿Qué hace la Asamblea?	Político	Nacional	Unifuentista	No	7”	Fotos	4600mil	https://www.tiktok.com/@la5pata_ec/photo/7305056605136112901?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7148473146604930565
Noboa declaró su patrimonio	Político	Nacional	Unifuentista	No	47”	Capsula informativa	855mil	https://www.tiktok.com/@la5pata_ec/video/7305143434564603142?is_from_webapp=1&sender_device=

								pc&web_id=7148473146604930565
Solicitud de juicio contra Diana Salazar carece de Fundamentos	Político	Nacional	Multifuentista Asamblea nacional Fiscalía	No	28”	Capsula informativa	7 mil	https://www.tiktok.com/@la5pata_ec/video/7306230493656222982?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7148473146604930565
¡Asamblea haciendo de las suyas otra vez!	Político	Nacional	Unifuentista	No	39”	Capsula informativa	73mil	https://www.tiktok.com/@la5pata_ec/video/7306295158922841349?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7148473146604930565
Verónica Abad se va a Israel	Político	Nacional	Unifuentista	No	38”	Capsula informativa	24.5mil	https://www.tiktok.com/@la5pata_ec/video/7306570148234726662?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7148473146604930565

Abad pidió hablar con Noboa tras decir que sufre bloqueo en el Gobierno	Político	Nacional	Unifuentista	No	40”	Capsula informativa	203mil	https://www.tiktok.com/@la5pata_ec/video/7306891231114661125?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7148473146604930565
¿Retomar el juicio político en estas condiciones es procedente?	Político	Nacional	Unifuentista	No	1min8”	Capsula informativa	75mil	https://www.tiktok.com/@la5pata_ec/video/7306935966185327878?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7148473146604930565
Audiencia para el caso de Jorge Glas	Político	Nacional	Unifuentista	No	55”	Capsula informativa	5mil	https://www.tiktok.com/@la5pata_ec/video/7306941789435333893?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7148473146604930565
¿Pacto con el Correísmo?	Político	Nacional	Unifuentista	No	32”	Capsula informativa	92mil	https://www.tiktok.com/@la5pata_ec/video/7306953

								366557445381?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7148473146604930565
¡Asambleístas se juegan el pellejo hoy!	Político	Nacional	Unifuentista	No	45”	Capsula informativa	26mil	https://www.tiktok.com/@la5pata_ec/video/7306981778852531462?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7148473146604930565
No se puede censurar a Lasso, según PSC	Político	Nacional	Unifuentista	No	21”	Capsula informativa	7mil	https://www.tiktok.com/@la5pata_ec/video/7307332637717286149?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7148473146604930565
Pedidos de la Vice para Israel	Político	Nacional	Unifuentista	No	44”	Capsula informativa	140mil	https://www.tiktok.com/@la5pata_ec/video/7307357732472900870?is_from_webapp=1&sender_device=

								pc&web_id=7148473146604930565
No hubo censura para Lasso en la Asamblea	Político	Nacional	Unifuentista	No	18”	Capsula informativa	20mil	https://www.tiktok.com/@la5pata_ec/video/7307375823839874309?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7148473146604930565

Fuente: TikTok
Realizado por: Mishelle Quintero, Silvia Gualan.

Tabla 21 *Tratamiento de la información política de La 5PATA, Diciembre.*

LA 5TA PATA (DICIEMBRE)								
Contenido	**Ambito**	**Cobertura geográfica**	**Fuente**	**Seguimiento**	**Tiempo**	**Formato**	**Visualizaciones**	**Link**
Lasso donará su pensión vitalicia	Político	Nacional	Multifuentista	No	0min 37s	Video y fotos Capsula informativa	95,8mil	https://www.tiktok.com/@la5pata_ec/video/7308748607908351238?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7304910923063002630
¿Quién no recibe el décimo tercer sueldo?	Político	Nacional	Unifuentista	No	0min 32s	Video Capsula informativa	489,7mil	https://www.tiktok.com/@la5pata_ec/video/7308897467007765765?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7304910923063002630

¿Se acepta carpeta para ser gobernador?	Político	Nacional	Miltifuentista	No	1min 07s	Video Capsula informativa	180,6mil	https://www.tiktok.com/@la5pata_ec/video/7308904021702511878?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7304910923063002630
¿ Cargos contra ex alcalde de Cayambe por abuso de poder ?	Político	Nacional	Miltifuentista	No	0min 31s	Video Capsula informativa	39,3mil	https://www.tiktok.com/@la5pata_ec/video/7309218461266300166?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7304910923063002630
Verónica Abad declara un patrimonio de $1620	Político	Nacional	Multifuentista Contraloría	Si	0min 18s	Fotos	20,4mil	https://www.tiktok.com/@la5pata_ec/video/7309640076030446853?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7304910923063002630

¿Quién es Fujimori?	Político	Internacional	Miltifuentista	No	2min 27s	Video Capsula informativa	288,1mil	https://www.tiktok.com/@la5pata_ec/video/7309948669787163909?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7304910923063002630
¿Todo es un Show?	Político	Nacional	Multifuentista	Si	0min 18s	Video y fotos	70,6mil	https://www.tiktok.com/@la5pata_ec/video/7309961769911340294?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7304910923063002630
Fuertes declaraciones del embajador Michael Fitzpatrick	Político	Nacional e Internacional	Multifuentista	No	0min 44s	Video Capsula informativa	37mil	https://www.tiktok.com/@la5pata_ec/video/7310030885141662982?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7304910923063002630

“Hoy comienza una nueva era”	Político	Internacional	Miltifuentista	Si	0min 49s	Video	6312	https://www.tiktok.com/@la5pata_ec/video/7311047015817907461?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7304910923063002630
¿9 ministerios menos?	Político	Internacional	Miltifuentista	No	0min 47s	Video	7152	https://www.tiktok.com/@la5pata_ec/video/7311401695504813317?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7304910923063002630
¿Se acercan movilizaciones?	Político	Nacional	Miltifuentista	No	0min 54s	Video	36,3mil	https://www.tiktok.com/@la5pata_ec/video/7312166003968855301?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7304910923063002630

Nuevo movimiento inspirado en Fernando Villavicencio	Político	Nacional	Miltifuentista	No	0min 27s	Video	14,2mil	https://www.tiktok.com/@la5pata_ec/video/7312460328023903493?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7304910923063002630
¿Broncas en la Asamblea?	Político	Nacional	Miltifuentista	No	0min 46s	Video	172,3mil	https://www.tiktok.com/@la5pata_ec/video/7312837868995628294?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7304910923063002630
Explicación caso Metástasis	Politico	Nacional	Miltifuentista	Si	2min 59s	Video	879,4mil	https://www.tiktok.com/@la5pata_ec/video/7312876837707762949?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7304910923063002630

Pierina Correa dice que es irresponsable publicar información del patrimonio de los asambleístas	Político	Nacional	Miltifuentista	No	0min 29s	Video	103,4mil	https://www.tiktok.com/@la5pata_ec/video/7312899162972933381?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7304910923063002630
¿Escondido o refugiado?	Político	Nacional	Miltifuentista	Si	0min 41s	Video	166,9mil	https://www.tiktok.com/@la5pata_ec/video/7313712578209844485?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7304910923063002630
Medios de comunicación suplicaban info a Leandro Norero	Político	Nacional	Miltifuentista Fiscal Diana Salazar	Si	1min 09s	Video	113,9mil	https://www.tiktok.com/@la5pata_ec/video/7313952235543612678?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7304910923063002630

¿Por qué se llama "Caso Metástasis"?	Político	Nacional	Miltifuentista	Si	0min 54s	Video	426,7mil	https://www.tiktok.com/@la5pata_ec/video/7314021868992744709?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7304910923063002630
¿Norero perseguía a Fernando Villavicencio?	Político	Nacional	Miltifuentista	Si	0min 24s	Video	423,7mil	https://www.tiktok.com/@la5pata_ec/video/7314033943060172037?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7304910923063002630
Fiscalía publica chats de Caso Metástasis	Político	Nacional	Miltifuentista	Si	0min 52s	Video	285mil	https://www.tiktok.com/@la5pata_ec/video/7314067308152917253?

¿Alcaldesa involucrada en Caso Metástasis?	Político	Nacional	Miltifuentista	Si	0min 33s	Video	657,6mil	https://www.tiktok.com/@la5pata_ec/video/7314077499007257861?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7304910923063002630
Asamblea Nacional apoya a Diana Salazar	Político	Nacional	Miltifuentista	No	0m 24s	Video	20,3mil	https://www.tiktok.com/@la5pata_ec/video/7314305435127827717?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7304910923063002630
Ex abogado de Glas y Norero confesaría todo a cambio de una pena reducida	Político	Nacional	Miltifuentista	No	0min 34s	Video	745,8mil	https://www.tiktok.com/@la5pata_ec/video/7314684397674941702?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7304910923063002630

Wilman Terán continuará detenido	Político	Nacional	Miltifuentista	Si	0min 31s	Video	11,1mil	https://www.tiktok.com/@la5pata_ec/video/7314699357159361797?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7304910923063002630
Mónica Palacios votó sí a lo que se llamó "Ley evasora"	Político	Nacional	Miltifuentista	No	0min 27s	Video	87,1mil	https://www.tiktok.com/@la5pata_ec/video/7314713357418810630?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7304910923063002630
¿A Lasso no le aprobaron ya Noboa sí?	Político	Nacional	Miltifuentista	No	0min 35s	Video	474,1mil	https://www.tiktok.com/@la5pata_ec/video/7315141925030464773?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7304910923063002630

Glas pidió asilo formalmente a México	Político	Nacional	Miltifuentista	Si	0min 39s	Video	48,9mil	https://www.tiktok.com/@la5pata_ec/video/7315459670687223046?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7304910923063002630
Audiencia de Prelibertad de Jorge Glas estará online	Político	Nacional	Miltifuentista	Si	0min 30s	Video	6194	https://www.tiktok.com/@la5pata_ec/video/7316953452582587654?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7304910923063002630
Expresidentes de Ecuador respaldan a Diana Salazar	Político	Nacional	Miltifuentista	No	0min 46s	Video	46,8mil	https://www.tiktok.com/@la5pata_ec/video/7316993981294890245?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7304910923063002630

Noboa suspende seguridad militar a la vicepresidenta Verónica Abad	Político	Nacional	Miltifuentista	No	0min 36s	Video Capsula informativa	79,3mil	https://www.tiktok.com/@la5pata_ec/video/7317301551679196421?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7304910923063002630
Piden prisión preventiva contra Wilman Terán	Político	Nacional	Miltifuentista	No	0min 54s	Video Capsula informativa	15mil	https://www.tiktok.com/@la5pata_ec/video/7317383894536375558?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7304910923063002630
6 hechos que marcaron el 2023	Político	Nacional	Miltifuentista	No	0min 45s	Video Capsula informativa	199,9mil	https://www.tiktok.com/@la5pata_ec/video/7318410329543691526?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7304910923063002630

Fuente: TikTok
Realizado por: Mishelle Quintero, Silvia Gualan.

Tabla 22 *Formato de matriz, La Posta.*

LA POSTA								
Contenido	**Ámbito**	**Cobertura Geográfica**	**Fuente**	**Seguimiento**	**Tiempo**	**Formato**	**Visualizaciones**	**Link**

LA POSTA EC: La Posta es un medio que ha tenido un impacto significativo en el panorama de la comunicación política en Ecuador, los millones de visualizaciones lo evidencian y la interacción de los usuarios lo posesionan como uno de los destacados y más criticados.

- En los aspectos que más destaca e influyen es el uso de un enfoque irreverente y crítico en los contenidos sobre denuncia de actos de corrupción y el seguimiento sobre las acciones políticas importantes del país.
- Sin embargo, es importante ser consciente de sus limitaciones, como la falta de verificación de información, el sesgo político y el uso de lenguaje incendiario, a este último nos referimos a que manejan un discurso grotesco y de odio que es poco ético en el ámbito periodístico.
- Es necesario que el medio se esfuerce por mejorar su rigor informativo y su transparencia para consolidarse como una fuente confiable de información política en el país.

Tabla 23 *Formato de matriz, La 5pata.*

LA 5TA PATA								
Contenido	**Ámbito**	**Cobertura Geográfica**	**Fuente**	**Seguimiento**	**Tiempo**	**Formato**	**Visualizaciones**	**Link**

LA5PATA_EC: La 5 Pata es un medio digital que ofrece contenido informativo y análisis sobre temas políticos en el país.

- El medio intentar presentar información veraz y contextualizada, hemos identificado que la mayoría de los contenidos de La 5 Pata presentan una tendencia a favor de una determinada corriente política, se observa una falta de diversidad en las fuentes primarias de información, privilegiando aquellas que coinciden con la línea editorial del medio.
- En algunos casos, se detectan sesgos en la presentación de los hechos y en el uso del lenguaje, sin embargo la mayoría de los contenidos de La 5 Pata se basan en fuentes confiables y verificables, ya que el medio cita las fuentes de información de manera adecuada, se observa un esfuerzo por verificar la información antes de ser publicada y pese a que las visualizaciones son inferiores a las de la Posta, y su edición más simple, las interacciones de los usuarios son más positivas gracias a que proporcionan suficiente contexto para comprender los hechos y acontecimientos políticos, analizan las causas y consecuencias de los mismos, usando un lenguaje claro y comprensible para la mayoría de la audiencia.

Discusión de resultados

Los hallazgos obtenidos en la investigación sobre el tratamiento de la información política en La5Pata_EC y lapostaec en TikTok y su influencia en el conocimiento de los estudiantes de la Universidad Estatal de Bolívar, durante el período noviembre-diciembre 2023. Se analizaron los aportes de las entrevistas realizadas a expertos en el área de comunicación y política, así como la información obtenida sobre La Posta y La 5 Pata.

Las estrategias de comunicación política en medios digitales en Ecuador. Se destaca la importancia de estos medios, la necesidad de adaptar los mensajes a cada plataforma y la coexistencia de medios tradicionales y digitales en la agenda informativa. Se observa la cautela institucional en el uso de algunas plataformas y la tendencia a comunicados generales, con algunas excepciones. La inmediatez y la adaptación a la coyuntura son aspectos clave en la comunicación política digital.

También abordó la evolución del periodismo en la era digital. Se identificaron los desafíos legales que enfrentan los periodistas en este contexto, la importancia de la formación en comunicación política y el rol de los medios digitales en la construcción de la percepción de opinión pública. Se destaca la necesidad de que los profesionales de la comunicación se adapten a las nuevas realidades mediáticas y asuman la responsabilidad de informar de manera ética y responsable a la sociedad.

El análisis de La Posta y La 5 Pata reveló diferencias significativas en su enfoque y tratamiento de la información política. La Posta se caracteriza por un estilo irreverente y crítico, con un enfoque en la denuncia de actos de corrupción y el seguimiento de las acciones políticas del país. Sin embargo, también presenta limitaciones como la falta de verificación de información, el sesgo político y el uso de lenguaje incendiario. Por su parte, La 5 Pata ofrece contenido informativo y análisis sobre temas políticos, con un esfuerzo por presentar información veraz y contextualizada. Sin embargo, se detectó una tendencia a favor de una determinada corriente política y una falta de diversidad en las fuentes primarias de información.

El estudio sobre la influencia de La5Pata_EC y lapostaec en el conocimiento de los estudiantes de la Universidad Estatal de Bolívar reveló que ambos medios tienen un impacto significativo en la percepción de la información política entre los estudiantes. Sin embargo, se observaron diferencias en la calidad y profundidad del conocimiento

adquirido. La 5 Pata, con su enfoque en la información veraz y contextualizada, contribuyó a un conocimiento más profundo y crítico de los temas políticos. Por otro lado, La Posta, con su estilo irreverente y crítico, generó un mayor impacto emocional, pero no siempre proporcionó información precisa y completa.

La elección de uno u otro medio como fuente de información puede afectar positivamente la calidad y profundidad del conocimiento adquirido. Es importante que los estudiantes sean conscientes de las limitaciones de ambos medios y busquen fuentes de información confiables y diversas para complementar su formación en temas políticos.

CAPÍTULO V

5. PROPUESTA

5.1 CREACIÓN DE UN SEGMENTO DE INFORMACIÓN POLÍTICA EN EL CLUB DEL PERIODISMO.

Visión:

Ser el medio digital de referencia en la Universidad Estatal de Bolívar, reconocido por su información veraz, objetiva y oportuna sobre temas políticos locales, nacionales e internacionales, contribuyendo a la formación de una ciudadanía crítica, participativa y comprometida con el desarrollo democrático del país.

Misión:

Informar de manera rigurosa y transparente sobre los acontecimientos políticos, fomentando el análisis crítico y la reflexión sobre los temas de interés público, a través de un medio digital accesible, inclusivo y comprometido con los valores democráticos y la ética periodística.

Valores:

- **Veracidad:** Comprometidos con la exactitud y la fidelidad de la información que publicamos.
- **Objetividad:** Presentamos los hechos de manera neutral y sin sesgos, dejando que la audiencia saque sus propias conclusiones.
- **Análisis:** Ofrecemos análisis profundos y contextualizados de los hechos políticos.
- **Responsabilidad:** Asumimos la responsabilidad de la información que publicamos y de su impacto en la sociedad.
- **Ética:** Actuamos con ética y profesionalismo en todas nuestras labores periodísticas.
- **Accesibilidad:** Nos esforzamos por hacer nuestro contenido accesible a toda la comunidad universitaria.

Objetivo comunicacional general:

Generar un pensamiento crítico en la población universitaria, mediante datos reales y constatación de fuentes.

Objetivo comunicacional específicos:

Informar mediante contenido audiovisual en la plataforma TikTok, sobre política local, nacional e internacional.

Educar mediante el contenido publicado para generar un pensamiento crítico en la comunidad universitaria.

Promover la participación ciudadana y ser una herramienta al servicio de la comunidad universitaria

Audiencia:

Estudiantes, profesores, personal administrativo, comunidad en general.

5.2 ESTRUCTURA DE LA PROPUESTA

DESARROLLO DEL CONCEPTO E IDENTIDAD CON BASE A LA LÍNEA GRÀFICA DEL CLUB DE PERIODISMO - CARRERA DE COMUNICACIÓN:

Nombre:

Contextos.ueb

Logotipo y diseño:

Imagen visual



Colores

#DB3F1D

#004AAD

#FFFFFF

Tipografía



"Lilit one"

UEB

"Quicksand"

Línea editorial: Objetiva, informativa.

5.3 PLANIFICACIÓN DEL CONTENIDO:

Tipo de contenido: videos cortos de máximo 120 seg, en formato vertical.
Frecuencia de publicación: Dos veces por semana
Temas: Política local, nacional, internacional
Plataforma: TikTok

GUIONES

VIDEO 1
Guion Literario

Posesión del Presi Daniel Noboa

Fuentes: Fanpage de la Asamblea Nacional del Ecuador.

Introducción

(Video de la posesión del presidente)

Desarrollo

Así es.

Daniel Noboa recibe un país sumido en una violencia récord y con enormes desafíos económicos. En su discurso de posesión, el flamante mandatario reconoció que le espera "una tarea dura y difícil y los días son pocos"

Pero esto no es todo, también destacó que está dispuesto a romper el ciclo de revanchas políticas y se definió como un hombre "libre de prejuicios y políticamente distinto"

Noboa, de 35 años, ganó la presidencia en octubre con la promesa de restablecer la seguridad y crear empleos en el país sudamericano, que ha enfrentado retos económicos los últimos años.

Cierre

Le quedan algunos meses a nuestro presi para cumplir con su promesa, ¿ustedes creen que lo logre? Los leemos los comentarios.

Guion técnico

Escena	Contenido	Plano	Àngulo	Sonido	Texto	Tiempo
	Intro			Instrumental	Logo animado	2 seg
1	Video de transmisión de la posesión del presidente	Primer plano	Normal	(presidente hablando)	Banner (tema y fuente)	12 seg
2	Periodista	Americano	Normal	Así es. Daniel Noboa recibe un país sumido en una violencia récord y con enormes desafíos económicos. En su discurso de posesión, el flamante mandatario reconoció que le espera “una tarea dura y difícil y los días son pocos	Mihelle Quintero Periodista	12 seg
3	Video del presidente hablando	Primer plano	Normal	(presidente hablando)	Banner (tema y fuente)	23 seg
				Pero esto no es todo, también…		9 seg

4	Periodista	Plano entero	Normal	Destacó que está dispuesto a romper el ciclo de revanchas políticas y se definió como un hombre “libre de prejuicios y políticamente distinto”		
6	Video del presidente hablando	Primer plano	Normal	(presidente hablando)		10 seg
7	Periodista	Plano entero	Normal	Noboa, de 35 años, ganó la presidencia en octubre con la promesa de restablecer la seguridad y crear empleos en el país sudamericano Le quedan algunos meses a nuestro presi para cumplir con su promesa, ¿ustedes creen que lo logre? Les leemos los comentarios.		13 seg
Cierre						2 seg
Tiempo Total						83 seg

VIDEO 2

Guion Literario

Noboa y Abad

Introducción

Acaso el presi Noboa, ¿le quiere lejos a Abad?

Puesssss

Déjame decirte que le delegó una extraña misión a su compañera de fórmula.

(Imagen del decreto)

Desarrollo

Según el decreto, Abad estará físicamente en la Embajada de Ecuador en Israel. Allí tiene por encargo "precautelar el buen uso del gasto público".

(Imagenes)
Si bien la Constitución ordena que el vicepresidente debe desempeñar las funciones que le asigne el presidente, o reemplazarlo en caso de ausencia, nadie puede obligar a Verónica Abad a viajar a Israel.

Cierre

Sin embargo, al estar decretadas sus funciones, si Abad no las acata, puede ser destituida por incumplimiento.
Bueno es cuestión de meses para ver qué pasa …

Guion técnico

Escena	Contenido	Plano	Àngulo	Sonido	Texto	Tiempo
	Intro			Instrumental	Logo animado	2 seg
1	Periodista	Medio	Normal	Acaso el presi Novoa, la quiere lejos a Abad. Puesssss Déjame decirte que le delegó una extraña misión a su compañera de fórmula. Según el decreto, Abad estará físicamente en la Embajada de Ecuador en Israel	Silvia Gual Periodista	13 seg
3	Imagen del decreto			Allí tiene por encargo "precautelar el buen uso del gasto público". **Vox en off**		10 seg
4	Periodista	Medio	Normal	Si bien la Constitución ordena que el vicepresidente debe desempeñar las funciones que le asigne el presidente, o reemplazarlo en caso de ausencia, nadie puede obligar a Verónica Abad a viajar a Israel.		23 seg

				Sin embargo, al estar decretadas sus funciones, si Abad no las acata, puede ser destituida por incumplimiento. Bueno es cuestión de meses para ver qué pasa		
Cierre				Instrumental	Logo animado	2 seg
Tiempo Total						50 seg

VIDEO 3

Guion Literario

La distancia entre Noboa y Abad

Introducción

La distancia entre Noboa y Abad fueron muy evidentes

Así es amigos, todo fue más que indudable

Desarrollo

Por ejemplo, durante la campaña presidencial, la última vez que se los vio juntos públicamente fue en junio. Y la separación fue notoria en distintos momentos:

- Abad no acompañó a Noboa en ninguno de los debates presidenciales.
- Tampoco estuvo cuando la alianza ADN recibió los resultados de ambas vueltas electorales, primero en Guayaquil y después en Olón.
- La vicepresidenta electa no participó en ninguna de las reuniones iniciales que tuvo Noboa con otras autoridades.
- Abad mantuvo su propia agenda antes y después de la posesión.
- Finalmente, no estuvo en el almuerzo protocolar una vez que asumieron el poder.

Cierre

La cosa se está poniendo candente en Carondelet, pero más candente está el sol de los últimos días, así que no olvides usar bloqueador solar.

Escena	Contenido	Plano	Àngulo	Sonido	Texto	Tiempo
	Intro			Instrumental	Logo animado	2 seg
1	Periodista		Normal	La distancia entre Noboa y Abad fueron muy evidentes Así es amigos, todo fue más que indudable	Silvia Gual Periodista	8 seg
2	Periodista		Normal	Por ejemplo, durante la campaña presidencial, la última vez que se los vio juntos públicamente fue en junio. Y la separación fue notoria en distintos momentos: • Abad no acompañó a Noboa en ninguno de los debates presidenciales. • Tampoco estuvo cuando la alianza ADN recibió los resultados de ambas vueltas electorales, primero en Guayaquil y después en Olón.		48 seg

				• La vicepresidenta electa no participó en ninguna de las reuniones iniciales que tuvo Noboa con otras autoridades. • Abad mantuvo su propia agenda antes y después de la posesión. • Finalmente, no estuvo en el almuerzo protocolar una vez que asumieron el poder.		
3	Periodista		Normal	La cosa se está poniendo candente en Carondelet, pero más candente está el sol de los últimos días, así que no olvides usar bloqueador solar.		6 seg
Cierre						2 seg
Tiempo Total						66 seg

VIDEO 4

Guion Literario

Caso Metástasis

Fuentes:

FISCALÍA GENERAL DEL ESTADO: https://www.fiscalia.gob.ec/caso-metastasis/

CNN en español: https://cnnespanol.cnn.com/2023/12/15/juez-ecuador-dicta-prision-preventiva-delincuencia-organizada-caso-metastasis-orix/

Introducción

"El caso Metástasis no es solo un caso de corrupción, es una radiografía del cáncer que carcomía al Estado ecuatoriano".

En contexto en diciembre de 2023, la fiscalía general destapa una red de corrupción que involucraba a altos funcionarios públicos con el narcotráfico.

Desarrollo

- A raíz del asesinato de Leandro Norero en el Centro de Rehabilitación Social de Cotopaxi, la investigación de la fiscalía general del Estado permitió obtener varias evidencias tras la incautación de 15 teléfonos celulares en la celda de Norero, donde se encontraron pruebas de la red de sobornos y favores y esto fue lo que dijo la fiscal Diana Salazar
- (Video de Diana)

Cierre

Y esto no termina aquí porque

Guion técnico

Escena	Contenido	Plano	Àngulo	Sonido	Texto	Tiempo
	Intro			Instrumental	Logo animado	2 seg
1	Periodista	Americano	Normal	"El caso Metástasis no es solo un caso de corrupción, es una radiografía del cáncer que carcomía al Estado ecuatoriano".	Mihelle Quintero Periodista	8 seg
2	Video de la Fiscal general	Medio	Normal	Fiscal Diana Salazar hablando	Banner (tema y fuente)	22 seg
3	Imágenes sobre noticias del asesinato de Leandro Norero.			Voff en off		15 seg
4	Video de la Fiscal general	Medio	Normal	Fiscal Diana Salazar hablando	Banner (tema y fuente)	43 seg

5	Periodista	Americano	Normal	Y esto no termina aquí, es solo el comienzo		3 seg
Cierre						2 seg
Tiempo Total						95 seg

VIDEO 5

Guion Literario

Chats del caso Metástasis

Fuente:

FISCALÍA GENERAL DEL ESTADO: https://www.fiscalia.gob.ec/los-chats-caso-metastasis/

FISCALÍA GENERAL DEL ESTADO: https://www.fiscalia.gob.ec/caso-metastasis/

Introducción

¿Te acuerdas del caso Metástasis? ¿Y qué incautaron unos 15 teléfonos?

En contexto Pues, la fiscalía hizo público estos chats que revelaron una red oscura de corrupción que operaba dentro del sistema judicial ecuatoriano.

Desarrollo

¡Y salieron a la luz unos chats que revelan unos detalles escabrosos!

Puedes leerlos detalladamente en este link: https://www.fiscalia.gob.ec/los-chats-caso-metastasis/

Cierre

Pero en resumen los chats mencionan:

- Jueces vendiendo fallos a cambio de dinero y favores.
- Funcionarios judiciales liberando a presos peligrosos.
- Narcotraficantes y delincuentes pagando por protección.
- Un sistema judicial podrido hasta la médula.

Guion técnico

Escena	Contenido	Plano	Àngulo	Sonido	Texto	Tiempo
	Intro			Instrumental	Logo animado	2 seg
1	Periodista	Medio	Normal	¿Te acuerdas del caso Metástasis? ¿Y qué incautaron unos 15 teléfonos?	Silvia Gual Periodista	7 seg
2	Periodista	Medio	Normal	En contexto Pues, la fiscalía hizo público estos chats que revelaron una red oscura de corrupción que operaba dentro del sistema judicial ecuatoriano.		10 seg
3	Video de lectura de chat	Medio	Normal	Lectura de chat	Chat	20 seg
				Pero en resumen los chats mencionan:		15 seg

4	Periodista	Medio	Normal	Jueces vendiendo fallos a cambio de dinero y favores. Funcionarios judiciales liberando a presos peligrosos. Narcotraficantes y delincuentes pagando por protección. Un sistema judicial podrido hasta la médula.		
Cierre						2 seg
Tiempo Total						56 seg

VIDEO 6

Guion Literario

5 datos Importantes sobre el Caso Metástasis en diciembre de 2023:

Fuente:

FISCALÍA GENERAL DEL ESTADO: https://www.fiscalia.gob.ec/los-chats-caso-metastasis/

FISCALÍA GENERAL DEL ESTADO: https://www.fiscalia.gob.ec/caso-metastasis/

Introducción,

Estos son los 5 Datos Importantes sobre el Caso Metástasis en diciembre de 2023

Desarrollo:

1. La fiscalía general del Estado realizo un mega operativo que resulta en la detención de varias personas, incluyendo funcionarios judiciales, carcelarios y empresarios. Se presume que estas personas forman parte de la red de corrupción

2. Un juez de la Corte Nacional de Justicia dicta prisión preventiva para varios detenidos en el caso Metástasis, por el delito de delincuencia organizada.

3. Los personajes más destacados en este escándalo de corrupción son el presidente del consejo de la judicatura Wilman Teran y el general Pablo Ramírez, quien estuvo frente a la policía de antinarcóticos y el SNAI.

4. La Asamblea Nacional aprobó con 74 votos una resolución de apoyo al trabajo de la fiscal general, Diana Salazar, y su equipo, la única bancada que no apoyó la resolución fue la Revolución Ciudadana con 46 de sus legisladores se votaron en contra.

5. Fiscalía hace público todos los chats del caso metástasis en su página oficial www.fiscalia.gob.ec

Cierre (1:00 - 1:30)

Así despedimos diciembre, pero no al caso Metástasis

Guion técnico

Escena	Contenido	Plano	Àngulo	Sonido	Texto	Tiempo
	Intro			Instrumental		2 seg
1	Periodista	Medio	Normal	5 datos Importantes sobre el Caso Metástasis en Diciembre de 2023:	Mihelle Quintero Periodista	7 seg
2	Imagenes y videos			Voz en off: La fiscalía general del Estado realizo un mega operativo que resulta en la detención de varias personas, incluyendo funcionarios judiciales, carcelarios y empresarios.		11 seg
3	Imagenes y videos			Un juez de la Corte Nacional de Justicia dicta prisión preventiva para varios detenidos en el caso Metástasis, por el delito de delincuencia organizada.		9 seg

4	Imagenes y videos			Los personajes más destacados en este escándalo de corrupción son el presidente del consejo de la judicatura Wilman Teran y el general Pablo Ramírez, quien estuvo frente a la policía de antinarcóticos y el snai		9 seg
5	Imagenes y videos			La Asamblea Nacional aprobó con 74 votos una resolución de apoyo al trabajo de la fiscal general, Diana Salazar, y su equipo, la única bancada que no apoyó la resolución fue la Revolución Ciudadana		14 seg
6	Imagenes y videos			Fiscalía hace público todos los chats del caso metástasis en su página oficial www.fiscalia.gob.ec		9 seg
7	Periodista	Medio	Normal	Así despedimos diciembre, pero no al caso Metástasis		2 seg
Cierre						2 seg
Tiempo Total						65 seg

5.4 CONCLUSIONES

- Se comprobó que tanto La5pata_ec como lapostaec influyen significativamente en el conocimiento político de los estudiantes de la Universidad Estatal de Bolívar durante el período noviembre-diciembre de 2023. La influencia de estos medios digitales se evidencia en el nivel de interacción con el contenido sobre temas políticos relevantes, existe una actitud participativa en asuntos de interés público, teniendo o no la información completa, correcta y concreta.

- El estudio también corroborò la existencia de una transición en el consumo de información política, de los medios tradicionales hacia los digitales. Los estudiantes prefieren informarse a través de TikTok por su accesibilidad, dinamismo y facilidad de uso, esta transición se debe a la mayor familiaridad de los estudiantes con las plataformas digitales, su capacidad para compartir y discutir información en estas plataformas.

- El análisis del contenido de La5pata_ec y lapostaec en TikTok revelò que estos medios utilizan formatos audiovisuales atractivos y dinámicos, como videos cortos, infografías y memes, para captar la atención de la audiencia, por ello se destaca el uso de un lenguaje sencillo y coloquial, cercano a la realidad de los estudiantes, lo que facilita la comprensión de los mensajes políticos. Además, se observò la incorporación de elementos sarcásticos, humorísticos y creativos que hacen que el contenido sea más entretenido.

- Los hallazgos del estudio resaltaron la importancia de considerar a los medios digitales como herramientas valiosas para la educación política de los jóvenes y se hace necesario desarrollar estrategias educativas que aprovechen el potencial de las plataformas digitales para promover el conocimiento político, la participación ciudadana y el pensamiento crítico. Las universidades y las instituciones educativas deben adaptarse a las nuevas formas de consumo de información y utilizar las herramientas digitales para conectar con los estudiantes y fomentar su interés en la política, mediante medios digitales que no tengan ninguna postura política o intereses particulares que se reflejen en los contenidos y mantener la correcta postura neutral del periodismo.

5.5 RECOMENDACIONES

- Implementar estrategias de educación política en la Universidad Estatal de Bolívar, hacer uso de las plataformas digitales, las redes sociales para compartir noticias, eventos y recursos relacionados con la educación política. Estos canales pueden servir para difundir información y fomentar la reflexión crítica entre los estudiantes.
- Crear talleres o cursos sobre alfabetización mediática en los medios digitales para enseñar a los estudiantes cómo identificar y evaluar información falsa o engañosa, de esa manera se tendrán resultados democráticos, ya que los estudiantes estarán capacitados para tomar decisiones políticas.
- Fomentar el pensamiento crítico y la alfabetización mediática para educar a los estudiantes sobre el consumo crítico de información en medios digitales. Es importante desarrollar habilidades de pensamiento crítico para que los estudiantes puedan evaluar la veracidad y la confiabilidad de la información.
- Promover la diversidad de fuentes de información para evitar la polarización y el sesgo informativo, es fundamental fomentar la participación activa de los estudiantes en la vida política, como ciudadanos responsables y críticos.

BIBLIOGRAFÍA

Serrano, F., Gonzálvez, J. E., & Viñarás, M. (2019). La gestón de las redes sociales en la comunicación política y su influencia en la prensa. *index.comunicación*, 173-195.

Noriega, E. I., & Izábal de la Garza, E. J. (2019). Influencia de las redes sociales en la participación política en línea. *Tsafiqui, Revista Científica en Ciencias Sociales*, 106-117.

Piñeiro-Otero, T., & Martínez, X. (2020). Para comprender la política digital – principios y acciones. *Vivat Academia. Revista de Comunicación*, 19-48.

Rivera, J. (2013). Medios digitales en Ecuador, cuántos son y qué hacen. *Chasqui*, 111-117.

Rodriguez, J., & Fernández, C. B. (2017). Infopolítica en campañas críticas: el caso de Argentina, España y Venezuela en 2015. *Comunicación y Hombre. Revista interdisciplinar de Ciencias de la Comunicación y Humanidades*, 85-102.

Cusot, G. R., & Palacios, I. C. (2021). Tik Tok y su Rol Predominante en la Campaña Presidencial de Xavier Hervas. *Revista Enfoques de la Comunicación*, 65-96.

Corrales Mejías, R. (2015). Impacto de las Redes Sociales sobre la Participación Ciudadana en Procesos Electorales y la Democracia: Caso de Costa Rica. *Biblioteca Clacso*. Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales (CLACSO).

Lozano García, M. A. (2022). Comunicación política en la red social TikTok: experiencia consultas interpartidistas presidenciales en Colombia 2022. *Correspondencias & Análisis*, 159-177.

Boscán Pico, A. A. (2021). De la tarima al TikTok: Análisis del impacto de las campañas políticas en la red social de la generación Z en el Ecuador. *Examen Complexivo*. Universidad Tecnológica ECOTEC Facultad de Marketing y Comunicación.

Ponce Camacho, V. E. (2021). TikTok como herramienta de comunicación política: una mirada a las elecciones presidenciales en Ecuador 2021. *Máster Universitario en Periodismo y Comunicación Digital: Datos y Nuevas Narrativas*. Universidad Oberta de Catalunya.

Gomezcoello, J., Asanza, J., & Ávila-Carranza, I. (2021). TikTok en la comunicación política: caso elecciones del Ecuador 2021. En Á. Torres-Toukoumidis, A. De-Santis Diego , & D. Vintimilla-León, *Tik Tok. Más allá de la hipermedialidad* (págs. 75-96). Editorial ABYA-YALA .

Ribero, F. A., & Pedreros, J. C. (2018). *Comunicación política: una aproximación al modelo de análisis de la comunicación política en redes sociales desde la publicidad.* Universidad Sergio Arboleda.

Ridao, J. (2016). *Comunicación política y gobierno de coalición.* Editorial UOC.

Gil Calvo, E. (2018). *Comunicación política: caja de herramientas.* Los libros de la Catarata.

Aira Foix, T. (2015). *La comunicación política.* Editorial UOC.

Cremayer Mejía, L. (2017). *Los medios de comunicación y sus transformaciones.* Editorial Parmenia, Universidad La Salle México.

Stein Velasco, J. L. (2005). *Democracia y medios de comunicación.* Instituto de Investigaciones Jurídicas - UNAM.

Delfino, G., Beramendi, M., & Zubieta, E. (2019). Participación social y política en Internet y brecha generacional. *Revista de Psicología*, 195-216.

García-Galera, M. C., Hoyo Hurtado, M. d., & Fernandez-Muñoz, C. (2014). Jóvenes comprometidos en la Red: El papel de las redes sociales en la participación social activa. *Comunicar*, 35-43.

Palenzuela, Y. (2018). PARTICIPACIÓN SOCIAL, JUVENTUDES, Y REDES SOCIALES VIRTUALES: RUTAS TRANSITADAS, RUTAS POSIBLES. *ÚLTIMA DÉCADA*, 3-34.

Segura, M. S. (2014). Las organizaciones de la sociedad civil de cada país hacen sus propuestas de reformas de las regulaciones nacionales de comunicación en condiciones que las limitan pero que al mismo tiempo las hacen posibles; condiciones como la concentrada configuración. *Íconos. Revista de Ciencias Sociales*, 65-80.

Cáceres, P. (2003). ANÁLISIS CUALITATIVO DE CONTENIDO: UNA ALTERNATIVA METODOLÓGICA ALCANZABLE. *P sicoperspectivas*, 53 - 82.

Rodriguez, C., Lorenzo, O., & Herrera, L. (2005). Teoría y práctica del análisis de datos cualitativos. Proceso general y criterios de calidad. *Revista Internacional de Ciencias Sociales y Humanidades, SOCIOTAM*, 133-154.

Hall, S. (2004). Codificación y descodificación en el discurso televisivo. *CIC. Cuadernos de Información y Comunicación*, 215-236.

Delfino, S. (24 de junio de 1980). *Stuart Hall Codificar y Decodificar.* Obtenido de Pontificia Universidad Católica del Perú.: https://red.pucp.edu.pe/wp-content/uploads/biblioteca/72.pdf

Alvarado Sánchez, R. C., & Herrera Flores, A. E. (2020). LOS MEDIOS COMUNICACIÓN DIGITALES Y JÓVENES BABAHOYENSES EN TIEMPOS DE PANDEMIA. *REVISTA MAGAZINES DE LAS CIENCIA*, 309-323.

Escoto, V., Medrano, D., Ramírez, N., Ríos , L. A., & Balcázar, M. A. (2013). El uso de medios digitales en internet en estudiantes universitarios. *novaRua revista universitaria de administración*, 6-10.

Marqués-Sánchez, P., & Muñoz-Doyague, M. F. (2015). Análisis de redes sociales: definición y conceptos básicos. En M. d. Fresno, P. Marques, & D. S. Paunero, *Conectados por redes sociales: introducción al análisis de redes sociales y casos prácticos* (págs. 21-55). Editorial UOC.

Avalos, M. (2022). *Alfabetización en medios digitales de comunicación y colaboración.* Ediciones del Aula Taller.

Lopez Jimenez, D. (2006). El conocimiento y la comunicación: dos pilares fundamentales de la organización de la sociedad de la información. *Palabra Clave*, 91-109.

Martínez-Fresneda Osorio, H. (2010). Estrategias persuasivas en la Comunicación. *Comunicación y Hombre*, 21-22.

González Reyna, S. (2018). La comunicación persuasiva como instrumento para el cambio de opiniones. *Revista Mexicana de Opinión Pública*, 185-193.

Sánchez Vera, P., & Bódalo Lozano, E. (2010). Tiempo, ideología y medios de comunicación en la población mayor. En J. Giró Miranda, *Envejecimiento, conocimiento y experiencia* (págs. 191-214). Universidad de La Rioja.

Tarín Sanz, A. (2018). Comunicación, ideología y poder: Anotaciones para el debate entre la Teoría de la Propaganda Intencional y la Teoría de la Reproducción Espontánea de la Propaganda. *Comunicación y Sociedad*, 191-209.

Asamblea Nacional. (2019). *LEY ORGANICA DE COMUNICACION.* Obtenido de https://www.telecomunicaciones.gob.ec/wp-content/uploads/2020/01/Ley-Organica-de-Comunicación.pdf

Asamblea Nacional. (2019). *LEY ORGANICA DE COMUNICACION.* Obtenido de https://www.telecomunicaciones.gob.ec/wp-content/uploads/2020/01/Ley-Organica-de-Comunicación.pdf

López Cedeño, K., & Chávez, A. (2020). "LA POSTA" Y SU INCIDENCIA EN LA CONSTRUCCIÓN DE TENDENCIAS POLÍTICAS EN LOS JÓVENES DE GUAYAQUIL. *Alternativas*, 16-24. DOI: http://dx.doi.org/10.23878/alternativas.v21i3.324.

La Posta. (20 de junio de 2024). *Quienes somos*. Obtenido de La Posta: https://www.laposta.ec

Flores Vite, A. A. (2023). Contenido informativo en la red social TikTok: estudio de caso La Quinta Pata @la5pata_ec. *Tesis - Maestría en Comunicación Digital*. UTC.

Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, M. d. (2010). *Metodología de la investigación.* McGraw Hill.

Universidad Estatal de Bolivar. (mayo de 2023). *https://www.ueb.edu.ec/.* Obtenido de RENDICIÓN DE CUENTAS 2022 UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR: https://www.ueb.edu.ec/images/Rendicion-de-cuentas-2022/RENDICIN_DE_CUENTAS_2022_martes_09.pdf

Paláu Cardona, M. S., & Larrosa-Fuentes, J. (2014). *Manual para la observación de medios.* Instituto Tecnológico y de Estudiso Superiores de Occidente ITESO.

Universidad Estatl de Bolivar. (24 de Junio de 20124). *Mi Universidad 2.0*. Obtenido de Mi UEB: https://www.ueb.edu.ec/index.php/mi-ueb/quienes-somos

Morejón-Llamas, N. (2023). Política española en TikTok: Del aterrizaje a la consolidación de la estrategia comunicativa. *Prisma Social* .

Quijano, C. M. (2016). *Lingüística general de Ferdinand de Saussure.* Colombia.

LEXISFINDER. (2021). *CONSTITUCIÓN DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR*. Obtenido de https://www.defensa.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2021/02/Constitucion-de-la-Republica-del-Ecuador_act_ene-2021.pdf

Vite, A. A. (2023). *Contenido informativo en la red social TikTok: estudio de caso La Quinta Pata @la5pata_ec.* Obtenido de https://repositorio.utc.edu.ec/handle/27000/10796

Carmona Brito, P. D., & Guillén Burdett, O. L. (2023). *Tiktok: Como herramienta de innovación en la comunicación política ecuatoriana.* Obtenido de https://dspace.ucuenca.edu.ec/handle/123456789/41443

Quezada, E. H. (2024). *Propaganda política en TikTok de Andrés Arauz y Guillermo Lasso durante su campaña electoral en segunda vuelta.* Obtenido de https://dspace.ucuenca.edu.ec/handle/123456789/44557

Neves, C. G., & Maridueña, R. L. (2022). *TikTok como herramienta para el periodismo alternativo : caso de estudio Ac2ality en español.* Obtenido de http://repositorio.ucsg.edu.ec/handle/3317/17767

6. ANEXOS

Anexo 1 Certificado de Turnitin

Reporte de similitud

NOMBRE DEL TRABAJO

Tesis corregida SM - Final.pdf

AUTOR

Silvia Gualán y Mishelle Quint Silvia Gual án y Mishelle Quintero

RECUENTO DE PALABRAS

19613 Words

RECUENTO DE CARACTERES

108094 Characters

RECUENTO DE PÁGINAS

94 Pages

TAMAÑO DEL ARCHIVO

1.3MB

FECHA DE ENTREGA

Jul 9, 2024 1:24 PM GMT-5

FECHA DEL INFORME

Jul 9, 2024 1:26 PM GMT-5

6% de similitud general

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para cada base de datos.

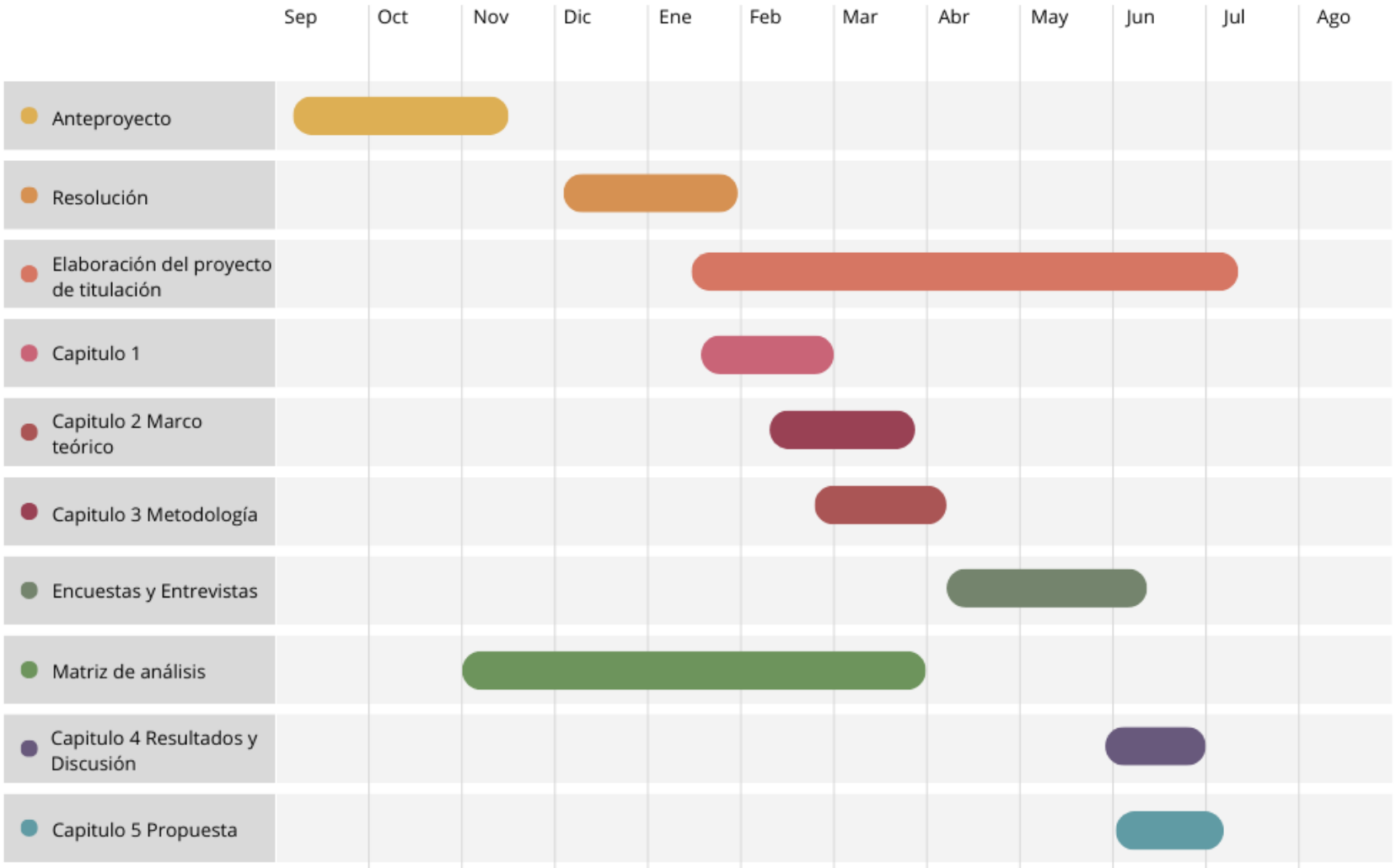
- 5% Base de datos de Internet
- Base de datos de Crossref
- 3% Base de datos de trabajos entregados
- 0% Base de datos de publicaciones
- Base de datos de contenido publicado de Crossref

Excluir del Reporte de Similitud

- Material bibliográfico
- Material citado
- Material citado
- Coincidencia baja (menos de 12 palabras)

Resumen

Anexo 2 Cronograma de Gantt



Anexo 3 Presupuesto ejecutado

Cantidad	Descripción	Unidad	Total
2	Computadora	$300	$600
2	Celular	$260	$529
7 meses	Internet	$25	$175
Varias	Impresiones	$45	$45
Total			**$1309**

Anexo 4 Instrumentos de recopilación de datos

CUESTIONARIO:

Banco de preguntas cuantitativas para estudiantes de la UEB

Gracias por acceder a este cuestionario de investigación

Autores: Silvia Patricia Gualan Guaillas, Mishelle Stefany Quintero Anguasha

1. **De la siguiente lista ¿en qué redes sociales usted posee una cuenta? Puede señalar más de una respuesta.**

   - TikTok
   - Facebook
   - YouTube
   - X / twitter
   - Otra
   - Ninguna

2. **De la siguiente lista ¿en qué red social usted consume más contenidos? Señale solo una respuesta.**

   - TikTok
   - Facebook

- YouTube
- X / Twitter
- Otra
- Ninguna

3. **Escoja de la siguiente lista, cuáles son los contenidos que usted sigue en mayor medida en redes sociales.**

    - Informativas
    - Políticas
    - Arte
    - Ficción
    - Otro
    - Ninguna

4. **¿Con que frecuencia usted consume o ha consumido información política en redes sociales?**

    - De 1 a 2 veces por semana
    - De 3 a 5 veces por semana
    - Todos los días de la semana
    - No consume información política

5. **Sigue usted algún medio digital con contenidos informativos políticos**

    - Si
    - No
    - No sabe/ no conoce

6. **Para conocer sobre información política ¿Podría señalar cuál de los siguientes medios usa con mayor frecuencia?**

    - Televisión
    - Radio

- Sitios Web (internet)
- Redes sociales
- Otro
- ninguno

7. **¿Conoce usted los contenidos informativos que contiene LA Posta EC?**

    - SI
    - NO
    - No sabe/No conoce

8. **¿Conoce usted los contenidos informativos que contiene LA 5ta Pata?**

    - SI
    - NO
    - No sabe/No conoce

9. **De las siguientes opciones, señale ¿con que frecuencia ha recibido usted publicidades políticas en redes sociales?**

    - Frecuencia alta
    - Frecuencia media
    - Frecuencia baja
    - No recibe publicidad política

10. **¿Considera usted que los medios de comunicación digitales configuran la opinión política de las personas?**
    - SI
    - NO
    - No sabe/No conoce

GUION DE ENTREVISTA:

Entrevistados	Titulo	Cargo	Observación	Preguntas entrevista estructurada
María Belén Mayorga Tufino	Magister es Estudios de la Cultura y Licenciada en Comunicación Social	Asistente de Comunicación Política en la Asamblea Nacional	Ayudará a comprender mejor las dinámicas del mundo político y cómo estas influyen en el tratamiento de la información en los medios digitales, también creemos que tendremos una visión critica que nos permitirá contrastar la teoría con la práctica, identificando posibles sesgos o manipulaciones en la información política.	• En el desarrollo de estrategias de comunicación política para personas e instituciones, ¿cuál es la importancia de los medios digitales? • Desde la gestión de comunicación de instituciones públicas ¿se elaboran comunicados específicos para medios tradicionales y digitales, o son comunicaciones generales? • Desde la perspectiva institucional en la actualidad, ¿a qué medios de comunicación se les da mayor prioridad, los medios tradicionales o digitales?

				• ¿Las comunicaciones institucionales producidas en las instituciones públicas, consideran públicos objetivos o son comunicaciones generales? ¿existe algún procedimiento para la gestión de contenidos comunicacionales para medios digitales?
Diego Lara Flor	Abogado	Asesor del alcalde Inty Yumbay	Se obtendrá información sobre las estrategias utilizadas para influir en la opinión pública, incluyendo el uso de medios digitales, podremos descubrir las herramientas y técnicas que se utilizan para comunicar mensajes políticos y explicar cómo se adaptan los mensajes a las	• ¿Cuáles son los procesos que siguen los departamentos de comunicación institucional para la producción de comunicados de la alcaldía? • ¿Cuáles son los procedimientos para la generación de información para los medios digitales?

			diferentes audiencias, incluyendo a los estudiantes	• Para la gestión de contenidos en los medios digitales ¿se consideran a los públicos de los jóvenes universitarios en la gestión de contenidos y canales de difusión? • ¿consideran la comunicación institucional a las audiencias de los jóvenes universitarios, hay mensajes específicos para estos públicos? ¿Cuál es el proceso de gestión de perfiles particulares de las autoridades (alcalde, directores, coordinadores) para medios digitales?
Danilo Villarroel	Licenciado en Comunicación	Creador de " El diario de Riobamba" un medio digital, docente de la UEB	Nos brindará una visión interna del funcionamiento de este tipo de plataformas, sus estrategias y desafíos, también su	• En relación de los medios de comunicación tradicionales y los medios digitales ¿cuál

			experiencia como docente de comunicación nos dará acceso a una perspectiva valiosa sobre cómo los estudiantes interactúan con la información política en los medios digitales y cómo esta puede influir en sus opiniones.	considera que es la principal diferencia? • Sobre los medios digitales ¿qué tan complicado es la creación de un medio de comunicación digital? • En su rol de docente, ¿considera usted que es importante que los estudiantes de comunicación desarrollen una opinión política? • Sobre la configuración de la percepción y opinión política, ¿cuál es papel de los medios digitales en la construcción de percepciones? En los medios tradicionales se habla de que la pauta direcciona los contenidos y en consecuencia las opiniones, ¿considera usted que

				sucede lo mismo en los medios digitales?
Luis Guaquipana				• ¿Cuáles son los procesos que siguen los departamentos de comunicación institucional para la producción de comunicados de la alcaldía? • ¿Cuáles son los procedimientos para la generación de información para los medios digitales? • Para la gestión de contenidos en los medios digitales ¿se consideran a los públicos de los jóvenes universitarios en la gestión de contenidos y canales de difusión? • ¿consideran la comunicación institucional a las audiencias de los jóvenes universitarios,

				hay mensajes específicos para estos públicos? ¿Cuál es el proceso de gestión de perfiles particulares de las autoridades (alcalde, directores, coordinadores) para medios digitales?

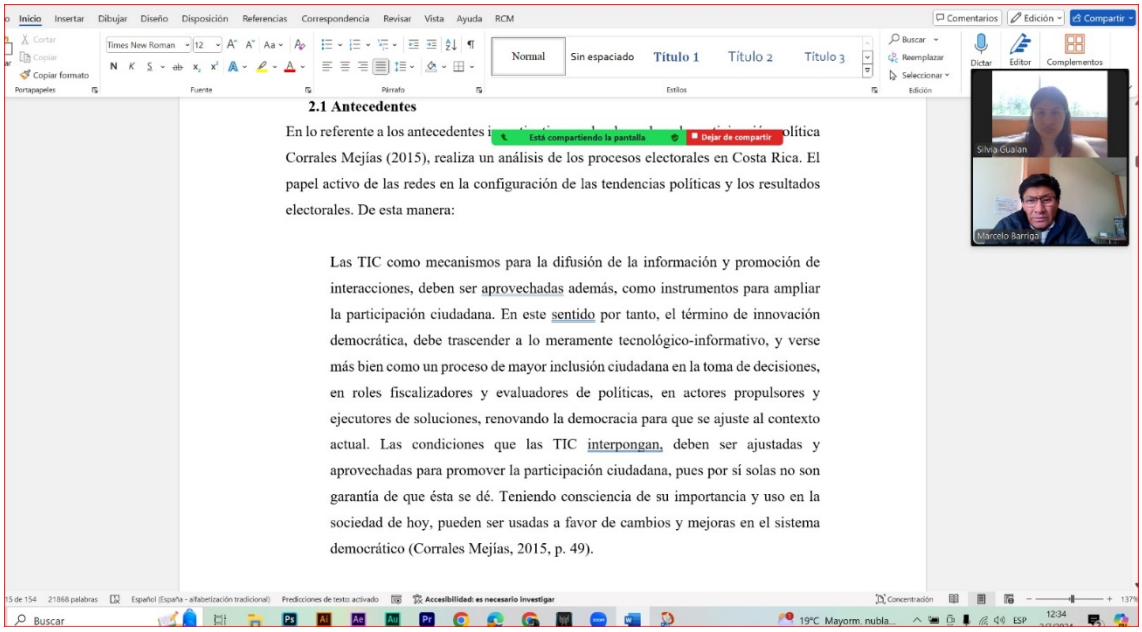
Anexo 5 Evidencias fotográficas







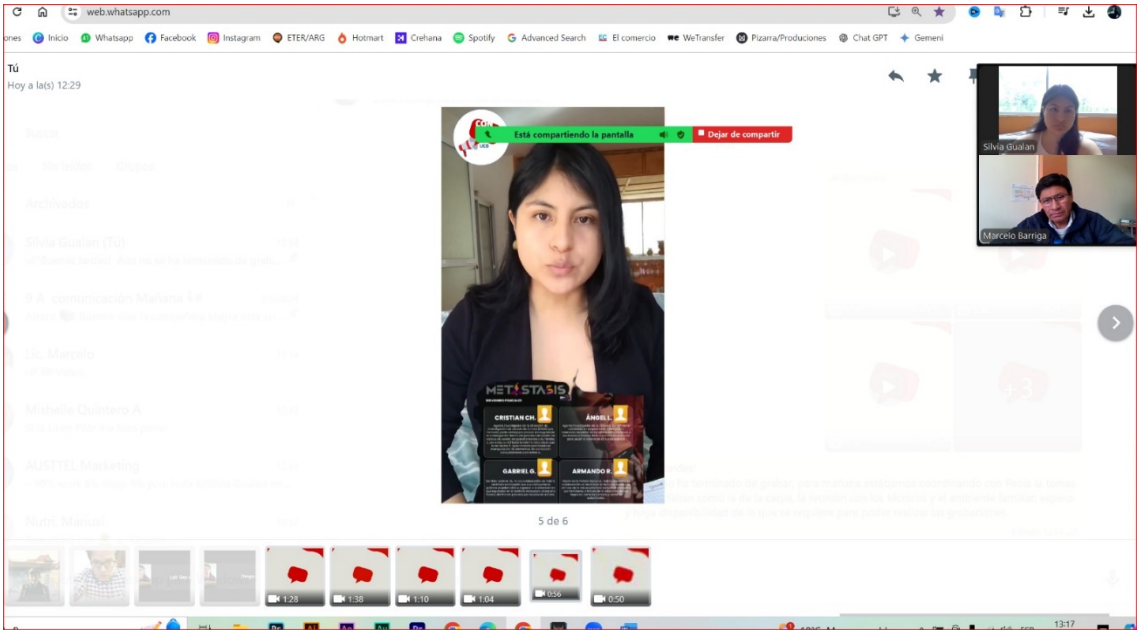


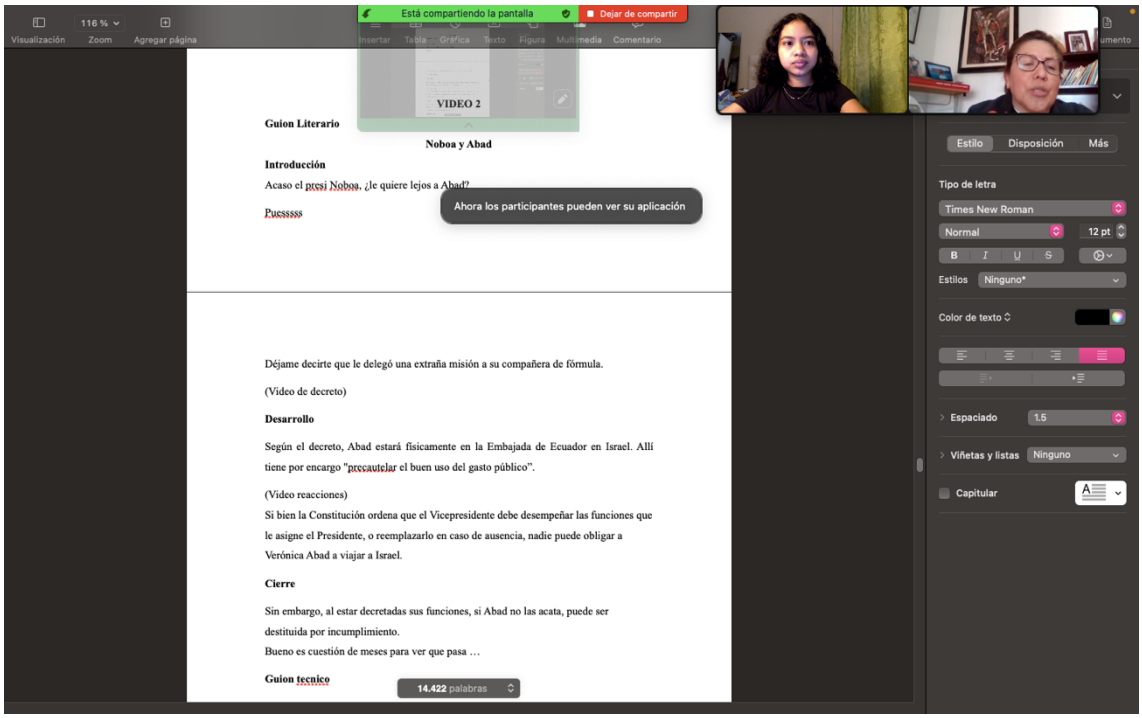


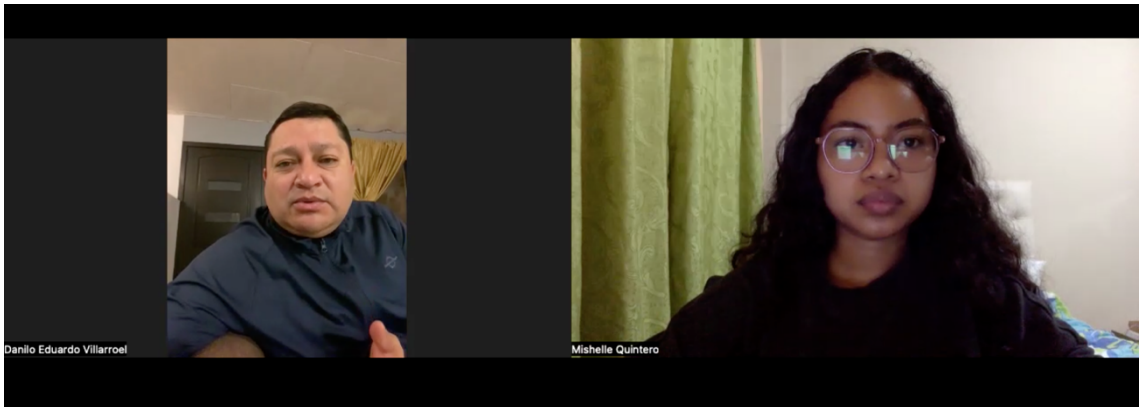
2.1 Antecedentes

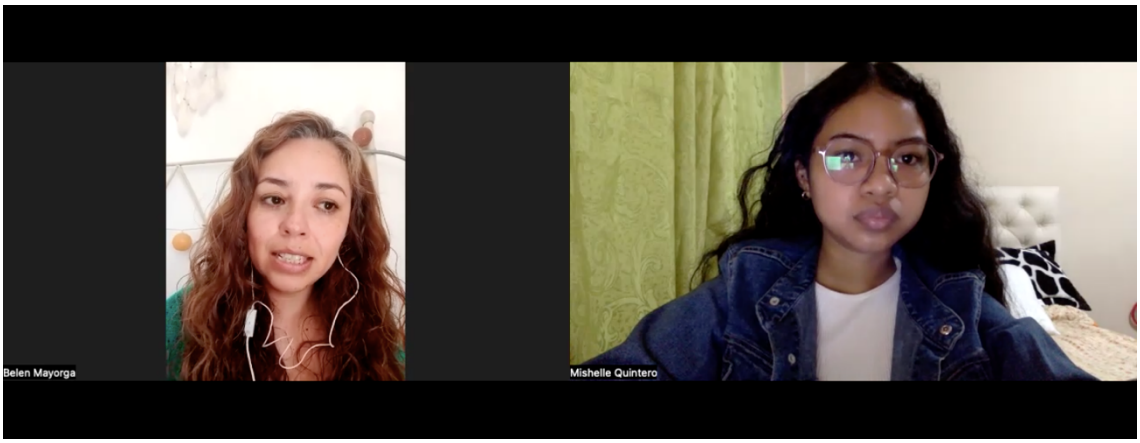
En lo referente a los antecedentes i[illegible] política Corrales Mejías (2015), realiza un análisis de los procesos electorales en Costa Rica. El papel activo de las redes en la configuración de las tendencias políticas y los resultados electorales. De esta manera:

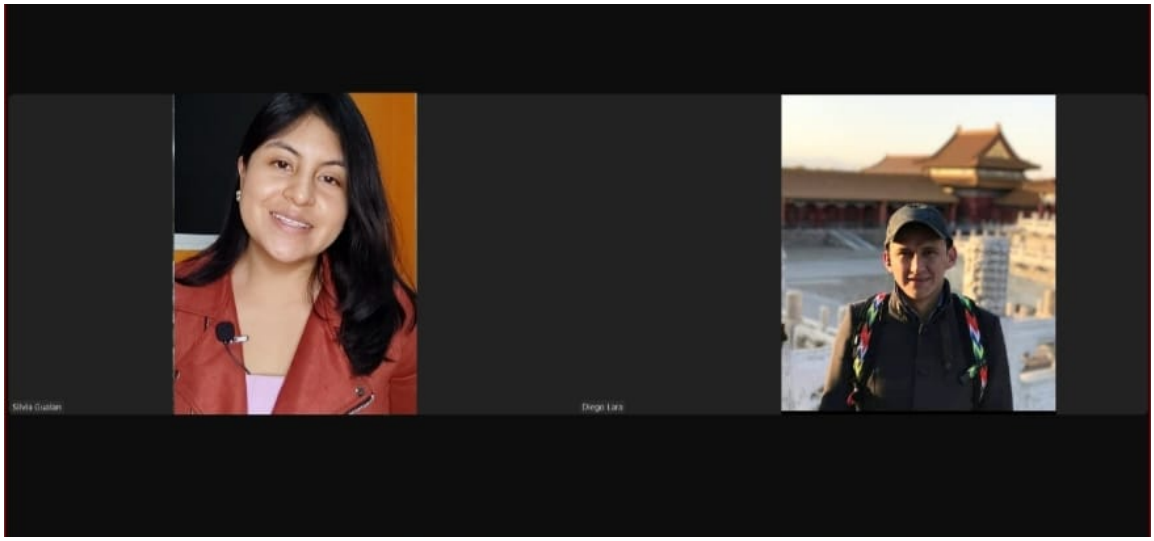
> Las TIC como mecanismos para la difusión de la información y promoción de interacciones, deben ser aprovechadas además, como instrumentos para ampliar la participación ciudadana. En este sentido por tanto, el término de innovación democrática, debe trascender a lo meramente tecnológico-informativo, y verse más bien como un proceso de mayor inclusión ciudadana en la toma de decisiones, en roles fiscalizadores y evaluadores de políticas, en actores propulsores y ejecutores de soluciones, renovando la democracia para que se ajuste al contexto actual. Las condiciones que las TIC interpongan, deben ser ajustadas y aprovechadas para promover la participación ciudadana, pues por sí solas no son garantía de que ésta se dé. Teniendo consciencia de su importancia y uso en la sociedad de hoy, pueden ser usadas a favor de cambios y mejoras en el sistema democrático (Corrales Mejías, 2015, p. 49).

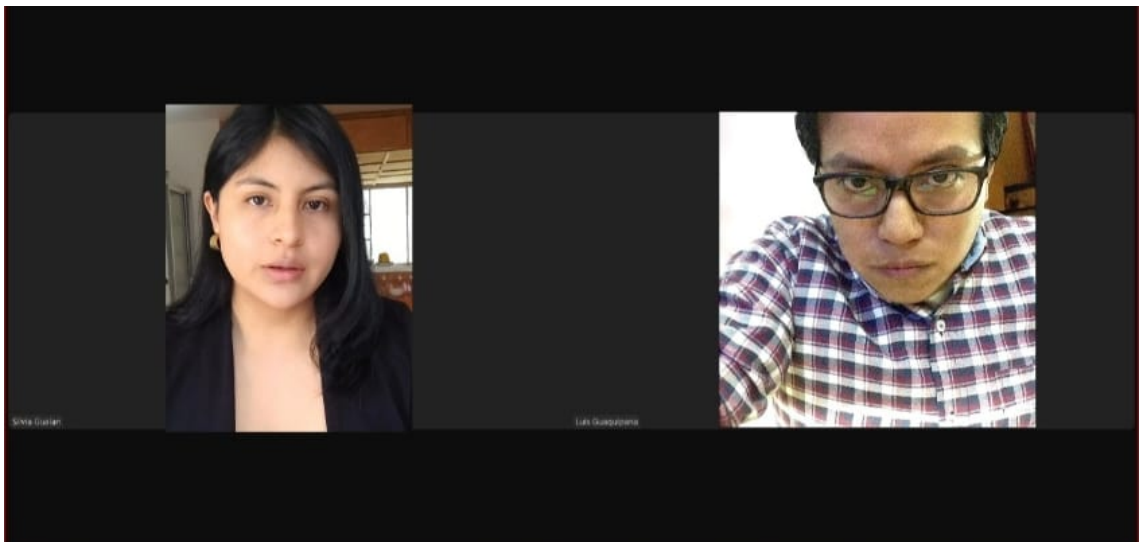



Está compartiendo la pantalla
Dejar de compartir
VIDEO 2
Guion Literario
Noboa y Abad
Introducción
Acaso el presi Noboa, ¿le quiere lejos a Abad?
Puesssss
Ahora los participantes pueden ver su aplicación
Déjame decirte que le delegó una extraña misión a su compañera de fórmula.
(Video de decreto)
Desarrollo
Según el decreto, Abad estará físicamente en la Embajada de Ecuador en Israel. Allí tiene por encargo "precautelar el buen uso del gasto público".
(Video reacciones)
Si bien la Constitución ordena que el Vicepresidente debe desempeñar las funciones que le asigne el Presidente, o reemplazarlo en caso de ausencia, nadie puede obligar a Verónica Abad a viajar a Israel.
Cierre
Sin embargo, al estar decretadas sus funciones, si Abad no las acata, puede ser destituida por incumplimiento.
Bueno es cuestión de meses para ver que pasa …
Guion tecnico
14.422 palabras
Estilo
Disposición
Más
Tipo de letra
Times New Roman
Normal
12 pt
Estilos
Ninguno*
Color de texto
Espaciado
1.5
Viñetas y listas
Ninguno
Capitular


Danilo Eduardo Villarroel
Mishelle Quintero


Belen Mayorga
Mishelle Quintero


Silvia Gustan
Diego Lara


Silvia Gustan
Luis Guaquipana

Anexo 6 Productos



