



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

HÁBITOS DE CONSUMO DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN PÚBLICOS EN LA
CIUDAD DE RIOBAMBA DURANTE LA PANDEMIA POR COVID 19, AÑO 2020.

Trabajo de Titulación para optar al título de Licenciada en Comunicación.

Autora:

Apugllón Jácome, Margarita Verónica

Tutora:

Msc. María Alejandra Carpio Herrera

Riobamba, Ecuador.2023

DERECHOS DE AUTORÍA

Yo, **Apugllón Jácome Margarita Verónica**, con cédula de ciudadanía **0606238038**, autor (a) (s) del trabajo de investigación titulado **Hábitos de consumo de Medios de Comunicación Públicos en la Ciudad de Riobamba durante la pandemia por Covid19, Año 2020**, certifico que la producción, ideas, opiniones, criterios, contenidos y conclusiones expuestas son de mí exclusiva responsabilidad.

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

En Riobamba a, 29 de noviembre del 2023



Apugllon Jácome Margarita Verónica
C.I: 0606238038

DICTAMEN FAVORABLE DEL TUTOR

Riobamba , 29 de noviembre de 2023

INFORME DEL TUTOR

Yo, **Alejandra María Carpio Herrera**, en calidad de Tutor del Trabajo Investigativo titulado **“HÁBITOS DE CONSUMO DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN PÚBLICOS EN LA CIUDAD DE RIOBAMBA DURANTE LA PANDEMIA POR COVID, AÑO 2020”** luego de haber revisado el desarrollo de la investigación elaborada bajo la autoría de **Apugllón Jacome Margarita Verónica**, tengo el bien de informar que el trabajo cumple con los requisitos y méritos suficientes para ser sometido en la defensa publica y evaluado por el tribunal designado. Lo que se autoriza ejecutar los procesos legales para su sustentación; no teniendo más nada que observar.

Es todo cuanto puedo informar en conformidad a la normativa aplicable.

Atentamente,



Firmado electrónicamente por:
**ALEJANDRA MARIA
CARPIO HERRERA**

MSc. Alejandra Carpio
TUTORA

CERTIFICADO DE LOS MIEMBROS DEL TRIBUNAL

Quienes suscribimos, catedráticos designados Miembros del Tribunal de Grado para la evaluación del trabajo de investigación **Hábitos de consumo de Medios de Comunicación Públicos en la Ciudad de Riobamba durante la pandemia por Covid19, Año 2020** por **Apugllon Jácome Margarita Verónica**, con cédula de identidad número **0606238038**, bajo la tutoría de **MSc. Alejandra Carpio**; certificamos que recomendamos la APROBACIÓN de este con fines de titulación. Previamente se ha evaluado el trabajo de investigación y escuchada la sustentación por parte de su autor; no teniendo más nada que observar.

De conformidad a la normativa aplicable firmamos, en Riobamba el 07 de diciembre del 2023.

Mgs. Ramiro Rúaless
Presidente del Tribunal de Grado



Firmado electrónicamente por:
**RAMIRO GEOVANNY
RUALES PARRENO**

Mgs. Hernán Pillajo
Miembro del Tribunal de Grado



Firmado electrónicamente por:
**HERNAN PATRICIO
PILLAJO BORJA**

MSc. Galo Vásconez
Miembro del Tribunal de Grado



Firmado electrónicamente por:
**GALO XAVIER
VASCONEZ MERINO**

CERTIFICADO DE ANTIPLAGIO

Que, **APUGLLÓN JACOME MARGARITA VERONICA** con CC: **0606238038**, estudiante de la Carrera **COMUNICACIÓN**, Facultad de **CIENCIAS POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS**; ha trabajado bajo mi tutoría el trabajo de investigación titulado **“HÁBITOS DE CONSUMO DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN PÚBLICOS EN LA CIUDAD DE RIOBAMBA DURANTE LA PANDEMIA POR COVID 19, AÑO 2020”**, cumple con el 2%, de acuerdo al reporte del sistema Anti plagio **URKUND**, porcentaje aceptado de acuerdo a la reglamentación institucional, por consiguiente autorizo continuar con el proceso.

Riobamba, 28 de noviembre de 2023



Firmado electrónicamente por:
**ALEJANDRA MARIA
CARPIO HERRERA**

MSc. Alejandra Carpio
TUTORA

DEDICATORIA

Dedico el presente trabajo de investigación con todo mi amor y cariño, primero a Dios por darme la fuerza y sabiduría para continuar con mis estudios superiores, a mis padres, a mis hermanos/as quienes son mis verdaderos amigos, a mis sobrinos; David, Sebastián y Valentina y no podía faltar a mi querida Unach por abrirme las puertas.

Apugllón Jacome Margarita Verónica

AGRADECIMIENTO

Agradezco a mis padres: Verónica Jacome y Efrén Apugllón por haber confiado en mí y permitirme cumplir uno de mis sueños, por ese apoyo desinteresado, por ser mi inspiración para no rendirme además han sido un ejemplo que todo sacrificio y esfuerzo tiene su recompensa, gracias por brindarme su tiempo, sus consejos y bendiciones.

A mi compañero de vida Milton. A, por siempre confiar en mí y ser parte de este largo camino de esfuerzo y sacrificio.

A mis compañeros de clase y amigas/os por ser parte de este proceso que creímos que nunca llegaría.

A todos los docentes de la Carrera de Comunicación de la Universidad Nacional de Chimborazo gracias por su entrega, pasión, compromiso y orientación en el ámbito profesional.

Sin duda, también agradezco infinitamente a la MSc. Alejandra Carpio mi tutora de tesis, gracias por guiarme con su paciencia y ayudarme a elaborar mi trabajo de investigación.

Apugllón Jacome Margarita Verónica

ÍNDICE GENERAL

DERECHOS DE AUTORÍA	
DICTAMEN FAVORABLE DEL TUTOR	
CERTIFICADO DE LOS MIEMBROS DEL TRIBUNAL	
CERTIFICADO DE ANTIPLAGIO	
DEDICATORIA	
AGRADECIMIENTO	
ÍNDICE DE TABLAS	
ÍNDICE DE GRAFÍCOS	
RESUMEN	
1. INTRODUCCIÓN	14
CAPÍTULO I	15
1. MARCO REFERENCIAL	15
1.1. Planteamiento del Problema	15
1.2. Objetivos	15
CAPÍTULO II	16
2. Marco Teórico	16
CAPÍTULO III	28
3. Metodología.....	28
3.1 Método científico.....	28
3.2 Tipo de Investigación.....	28
3.3 Diseño de la investigación	28
3.4 Población y muestra.....	29
3.5 Técnicas e Instrumentos de recolección de datos	29
3.5.2 Instrumentos.....	30
CAPÍTULO IV	31
4. RESULTADOS Y DISCUSIÓN	31
4.1 RESULTADOS.....	31
4.1.2 Encuesta	31

4.2 Entrevistas semiestructuradas	46
4.3 Cuadro comparativo de los entrevistados	46
4.4 DISCUSIÓN	53
CAPITULO V.....	55
5. CONCLUSIONES y RECOMENDACIONES	55
5.1 Conclusiones	55
5.2 Recomendaciones	55
CAPITULO VI	57
6. PROPUESTA	57
BIBLIOGRAFÍA	59
ANEXOS	63
Anexo 1	63
Anexo 2	66
Anexo 3	68
Anexo 4	80

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Medios públicos.....	23
Tabla 2. Programación de los medios públicos	23
Tabla 3. Variables.....	26
Tabla 4. Perfil de los entrevistados.....	30
Tabla 5. Resultados pregunta N° 1	31
Tabla 6. Resultados pregunta N° 2.....	32
Tabla 7. Resultado pregunta N° 3.....	33
Tabla 8. Resultados pregunta N° 4.....	34
Tabla 9. Resultados pregunta N° 5.....	35
Tabla 10. Resultados pregunta N° 6.....	36
Tabla 11. Resultados pregunta N° 7	37
Tabla 12. Resultados pregunta N° 8.....	38
Tabla 13. Resultados pregunta N° 9.....	39
Tabla 14. Resultados pregunta N° 10.....	40
Tabla 15. Resultados pregunta N° 11	41
Tabla 16. Resultados pregunta N° 12.....	42
Tabla 17. Resultados pregunta N° 13.....	43
Tabla 18. Resultados pregunta N° 14.....	44
Tabla 19. Resultados pregunta N° 15.....	45
Tabla 20. Cuadro comparativo de las entrevistados	51

ÍNDICE DE GRAFÍCOS

Gráfico 1.	Línea de tiempo de la empresa de los Medios de Comunicación	20
Gráfico 2.	Cobertura de Ecuador Tv año 2020.....	21
Gráfico 3.	Esquema Histórico del Diario el Telégrafo.....	22
Gráfico 4.	Resultados Pregunta N° 1.....	31
Gráfico 5.	Resultados Pregunta N° 2.....	32
Gráfico 6.	Resultados Pregunta N° 3.....	33
Gráfico 7.	Resultados Pregunta N° 4.....	34
Gráfico 8.	Resultados Pregunta N° 5.....	35
Gráfico 9.	Resultados Pregunta N° 6.....	36
Gráfico 10.	Resultados Pregunta N° 7.....	37
Gráfico 11.	Resultados Pregunta N° 8.....	38
Gráfico 12.	Resultados Pregunta N° 9.....	39
Gráfico 13.	Resultados Pregunta N° 10.....	40
Gráfico 14.	Resultados Pregunta N° 11.....	41
Gráfico 15.	Resultados Pregunta N° 12.....	42
Gráfico 16.	Resultados Pregunta N° 13.....	44
Gráfico 17.	Resultados Pregunta N° 14.....	45

RESUMEN

El presente estudio se enfoca en el análisis de los hábitos de consumo de los medios públicos en la ciudad de Riobamba durante la pandemia por Covid 19. Los medios seleccionados para la investigación son: Ecuador Tv, Televisión Legislativa (canal 42), Diario el Telégrafo y Radio Pública Fm (88.1). El desarrollo de este proyecto proporciona una visión integral de cómo las restricciones y el distanciamiento social afectaron las preferencias de las audiencias y cómo cambió el comportamiento de las personas. La metodología empleada fue de tipo cuantitativa y cualitativa. Se aplicó para el efecto una encuesta a 397 personas en torno a las preferencias de consumo, frecuencia de acceso, tipo de contenido consumido, calidad de la información y credibilidad en los medios públicos, mismas que fueron tabuladas y analizadas. Las encuestas incluyeron 15 preguntas. Además, se efectuaron entrevistas por una parte a un experto en comunicación, y al ex Jefe de Noticias de Ecuador Tv, las cuales se analizaron mediante un cuadro comparativo, dividido en cinco criterios. Se empleó como instrumento la guía de preguntas que contó con diez preguntas básicas. Entre los resultados obtenidos se determinó que, el acceso a los medios públicos se realizó especialmente a través de las redes sociales, con un incremento en el consumo de información, y un mayor interés por las noticias relacionadas con la emergencia sanitaria. Entre los medios más utilizados están, Ecuador Tv, al ser el canal oficial por parte del gobierno para informar al país sobre los diferentes acontecimientos, que cuenta con un amplio alcance y es accesible para aquellos que no tienen acceso a la internet, además de Diario el Telégrafo en su versión digital, que ofrece una conexión con la información en tiempo real. Se pudo determinar, sin embargo, que pese a tratarse de medios oficiales, los medios no contaban con la confianza del público.

Finalmente, y en base a los resultados obtenidos durante la investigación se elabora un artículo científico para difundir y dar a conocer los principales hallazgos sobre los hábitos de consumo de los medios públicos durante la epidemia por Covid 19.

Palabras claves: Medios. Públicos. Hábitos. Consumo.

ABSTRACT

The present study focuses on the analysis of consumption habits of public media in the city of Riobamba during the Covid 19 pandemic. The media selected for the investigation are EcuadorTv, Televisión Legislativa (channel 42), “Diario El Telégrafo” and Public Radio Fm (88.1). The development of this project provides a comprehensive view of how restrictions and social distancing will affect audiences' preferences and how people's behavior changed. The methodology used was quantitative and qualitative. For this purpose, a survey was applied to 397 people regarding consumption preferences, frequency of access, type of content consumed, quality of information and credibility in public media, which were tabulated and analyzed. The surveys included 15 questions. In addition, interviews were carried out on the one hand with a communication expert, and with the former News Chief of Ecuador TV, which were analyzed using a comparative table, divided into five criteria. The question guide, which had ten basic questions, was used as an instrument. Among the results obtained, it is determined that access to public media was carried out especially through social networks, with an increase in the consumption of information, and a greater interest in news related to the health emergency. Among the most used media are Ecuador TV, being the official channel by the government to inform the country about different events, which has a wide reach and is accessible to those who do not have access to the internet, in addition to “Diario El Telégrafo” its digital version, which offers a connection with information in real time. It was determined, despite being official media, the media did not have the public's trust.

Finally, and based on the results obtained during the research, a scientific article is prepared to disseminate and make known the main findings on the consumption habits of public media during the Covid 19 epidemic.

Keywords: Media, public, habits, consumption.



Firmado electrónicamente por:
JHON JAIRO
INCAGUERRERO

Reviewed by:

Msc. Jhon Inca Guerrero.

ENGLISH PROFESSOR

C.C. 0604136572

1. INTRODUCCIÓN

El siguiente proyecto de investigación se realiza con la finalidad de conocer los hábitos de consumo de los medios públicos (Ecuador TV, Radio Pública FM, Diario El Telégrafo y la Televisión Legislativa) en la ciudad de Riobamba, en el marco de la pandemia por Covid-19 que surgió en el Ecuador desde marzo del año 2020, la cual no solamente ha sido una emergencia sanitaria, sino que ha generado grandes cambios sociales.

Los medios públicos, así como los digitales han sido parte fundamental de la comunicación de masas, y con el confinamiento surgieron nuevos hábitos de consumo. Un medio público pertenece al estado desde su concepción, son espacios abiertos que permiten la participación de la ciudadana, aparece como una alternativa para la construcción de lo público y de libre acceso a su programación tiene varias frecuencias a nivel nacional.

El desarrollo de este trabajo se centra específicamente en el estudio de estos hábitos, que permitirán evaluar el incremento o disminución de interés y utilización de los cuatro medios públicos que corresponden al ámbito de la televisión, la radio y el diario digital. Para la obtención de los resultados se acudió a una investigación cuantitativa y cualitativa.

A continuación, se describe cada uno de los capítulos que se van a desarrollarse en la investigación:

CAPÍTULO I: Marco referencial. Se aborda el planteamiento del problema, y se determinan los objetivos, tanto el general como los específicos.

CAPÍTULO II: Marco teórico. Se abordan las cuestiones teóricas donde se sustenta la investigación, en base a varios autores.

CAPÍTULO III: Metodología. Se define el tipo de diseño de la investigación, la unidad de análisis, la población, la muestra, las técnicas a utilizar, las herramientas de recolección de datos, el análisis e interpretación de datos.

CAPÍTULO IV: Resultados y discusión. Correspondiente al análisis e interpretación de los resultados obtenidos Finalmente se exponen las conclusiones y recomendaciones de la investigación.

CAPÍTULO I

1. MARCO REFERENCIAL

1.1. Planteamiento del Problema

El año 2020, estuvo marcado por la pandemia por Covid-19 que rápidamente se extendió a todo el mundo, causando zozobra e incertidumbre ante un tema, hasta entonces desconocido, que comenzaba a cobrar vidas.

El papel de los medios de comunicación entonces fue vital, transmitiendo noticias e información oficial relacionada con el virus, buscaban sobre todo contribuir en la difusión de normas y medidas sociales y de salubridad para prevenir los contagios.

En Ecuador, el papel de los medios públicos fue clave para informar y orientar de mejor forma a la población, generando espacios para el tratamiento de los temas relacionados con el virus.

Por medio del presente trabajo se busca analizar a profundidad cuáles fueron los hábitos de consumo tanto en programación como en contenidos, de los medios públicos, durante esta primera etapa de la pandemia por Covid-19, como una manera de conocer si la respuesta ante los esfuerzos de los medios públicos por informar y transmitir noticias orientadoras sobre el virus fue debidamente acogida y receptada por la población.

El estudio a efectuarse será de carácter cuantitativo y cualitativo, en base a la aplicación de encuestas y entrevistas que nos permitan obtener información valiosa y resultados relevantes, aspectos como la programación, las nuevas tendencias en contenidos, y los horarios de mayor sintonía, de acuerdo a los nuevos requerimientos de las audiencias.

1.2 Objetivos

1.2.1 Objetivo General

Determinar los hábitos de consumo de los medios públicos, en la ciudad de Riobamba durante la pandemia por Covid 19, durante el año 2020.

1.2.3 Objetivos Específicos

- Identificar los hábitos de consumo de los medios de comunicación públicos durante la pandemia de Covid-19, periodo 2020.
- Evaluar los hábitos de consumo de los medios de comunicación públicos en la ciudad de Riobamba durante la pandemia, período 2020.
- Elaborar un artículo científico a partir de los resultados obtenidos en la presente investigación.

CAPÍTULO II

2. Marco Teórico

Medios de comunicación: considerados como el cuarto poder

Los medios de comunicación han desempeñado un papel importante a lo largo de la historia en la sociedad en desarrollo. Los autores Begoña, Rodríguez, & Gallego (2010) creen que los medios de comunicación son contemplados como el “cuarto poder”, porque tienen una influencia en la toma de decisiones políticas y sociales dentro del mundo actual ya sea televisión, radio, periódicos, revistas o medios digitales, sin su presencia todos los acontecimientos que se vienen desarrollando, se podría decir, no existen.

Varias son las funciones que cumplen los medios de comunicación según su naturaleza, tipo y propósito basado en la ética y responsabilidad periodística. De acuerdo con Sanchez (2019) “son un instrumento empleados en la sociedad contemporánea para poder comunicar e informar mensajes en diferentes formatos textual, visual o audiovisual” (pág. 23). El trabajo responsable es esencial para mantener la credibilidad de su audiencia.

La información emitida por los medios de comunicación tiene un peso importante en la toma de decisiones de los gobiernos, legisladores y jueces, lo que publican o dicen los medios puede dañar la imagen o reputación de una institución gubernamental, situación que obliga a realizar un trabajo eficiente por parte de los mass media con información contrastada y verificada (Rincón & Avella, 2018).

2.1.1 Televisión

El inicio de la televisión a mediados del siglo XIX, después de varios intentos de los investigadores que experimentaron con la transmisión de imágenes vía ondas electromagnéticas las primeras emisiones públicas las efectuó la BBC en Inglaterra en 1927 y la CBS y NBC en Estados Unidos en 1930. Las emisiones programadas se interrumpieron durante la II Guerra Mundial, reanudándose cuando terminó.

Rodríguez y Ruiz (2005) mencionan a la televisión como un medio de comunicación importante que permite la difusión de contenidos con el objetivo de educar e informar a su audiencia además en algunas investigaciones realizadas en los últimos años han demostrado su influencia positiva.

La televisión ha tenido que adaptarse a las transformaciones tecnológicas a lo largo de los años, desde mediados del siglo XX ha sido un medio dominante que aun vive. Guadarrama (1998, pág. 30) indica “las nuevas tecnologías con el despegue de la internet, la televisión ocupa un lugar omnipresente en la vida cotidiana de las

familias”. Desde esta perspectiva actualmente la televisión puede ser analógica o digital, donde se distribuye contenido que trasmite conocimiento al televidente.

En los últimos años ha cambiado la manera de consumir contenidos en la TV esto debido al avance de la tecnología y la existencia de otras plataformas digitales que ofrece contenido variado, por esta razón varios canales de televisión en el Ecuador han tenido que adaptarse a las nuevas plataformas digitales. Alcazar (2020) indica estadísticas sobre el Estado Digital de Ecuador en el año 2020 “la televisión perdió su audiencia en un 50% a diferencia de los medios que tienen sus sitios web que tuvieron un aumento en su visita al mes” (pág. 1).

2.1.2 Radio

Es un medio de comunicación que ha experimentado una evolución significativa a lo largo de los años, su accesibilidad y capacidad para llegar hasta lugares recónditos hacen que aun siga vigente en la era digital. Según García (1980) en su publicación “La radio por dentro y por fuera”, considera un medio que tuvo un desarrollo rápido, el más oído y el más popular, pero su es deficiente el conocimiento que tiene la gente sobre su funcionamiento y su mecánica interna.

La proliferación de la plataformas digitales aún sigue siendo influyente en la sociedad, durante la pandemia jugó un papel importante proporcionando información actualizada, así como programas de entretenimiento y bienestar en una situación de incertidumbre y cambios a nivel mundial y dentro del país.

Rodero y Blanco (2020) indican en su investigación titulado: “El papel de la radio en situaciones de crisis”, analizan sobre alto nivel de credibilidad que tienen los oyentes en la radio, porque consideran que es más neutral además sirve como apoyo psicológico para muchas personas y su evolución en la era digital le ha permitido tener una interacción con su audiencia y mantener una presencia en línea.

2.1.3 Prensa

La prensa en este contexto se refiere a los medios impresos (periódicos y revistas) que abordan diferentes temas, desde noticias locales, nacionales hasta internacionales. Según Bilbao & Pillajo (2014, pág. 14) “En el año 1833 se crea el periódico El Quiteño, cuando Juan José Flores llega al poder, medios que menudo tenían una orientación política y eran utilizados para expresar opiniones y difundir información”.

La prensa ecuatoriana durante el siglo XX y principio del siglo XXI debido a la evolución tecnológica han tenido que adaptarse y crear sus versiones en línea. Durante la pandemia según (FUNDAMEDIOS, 2020) debido a las restricciones por el Covid 19 imposibilitó la venta normal del periódico (Diario La Hora) situación que obliga a suspender definitivamente la circulación e imprimir ejemplares, situaciones similares

se dieron en varios periódicos reconocidos a nivel nacional porque sus ingresos principales era la venta y publicidad.

El sitio web France24 (2020) señala la desaparición progresiva del periódico impreso se ha acelerado en el país actualmente, pero la audiencia digital de los periódicos ha tenido un crecimiento considerable generando una transacción hacia un futuro 100% digital

2.1.4 Medios Digitales

El avance desacelerado en los últimos años de la tecnología especialmente la expansión de la internet a medida que se volvió más accesible y rápida, se crearon nuevas oportunidades para la distribución de información. Como indican Punin, Martinez, & Reconret (2013, pág. 2) en su publicación “El escenario digital es un campo de posibilidades para la interacción a partir de imágenes, sonido y texto”.

A su vez podemos mencionar que los medios digitales abarcan una amplia gama de formatos y plataformas, desde sitios web de noticias hasta blogs, podcasts, canales de video en línea y redes sociales. Su nacimiento y evolución continúan en respuesta a las cambiantes tecnologías y preferencias del público.

Rivera (2015) asegura que, “son espacios nuevos que brotan de la iniciativa ciudadana o de periodistas de medios que buscan tener sus propios espacios de comunicación, algo impensable hace unos pocos años” (pág. 7).

2.2 Medios de comunicación públicos

Los medios de comunicación públicos son aquellos que cuentan con algún grado de financiamiento y control gubernamental, pero su objetivo es proporcionar información imparcial, diversa y educativa. De acuerdo con la publicación de Navarro y Villanueva (2010) los medios de servicio público deben operar con independencia editorial, porque con ello facultan la libertad de expresión y un periodismo independiente indispensable para el desarrollo sostenible en la sociedad.

Desde otra perspectiva se puede decir que un medio público intentan ser un servicio positivo de comunicación para la sociedad adaptándose a las nuevas tecnologías. Para Punin y Sanchez “la creación de un sistema público de medios en Ecuador ha servido para integrar a sectores excluidos, democratizar la comunicación y mejorar la práctica periodística” (pág. 7), de acuerdo con lo mencionado desde siempre se ha cuestionado en el país el trabajo de los medios públicos, porque no han cumplido con su objetivo principal.

Por su parte Vasconez (2018, pág. 6) indica que, “en los medios públicos se deben crear espacios abiertos a la diversidad y de participación integral de la sociedad”. Es importante mencionar que el financiamiento de los medios públicos puede provenir de

tres fuentes: recursos del estado, venta de publicidad y comercialización de productos comunicacionales y, finalmente, donaciones.

2.3 Medios de Comunicación Públicos en el Ecuador, una alternativa para la democracia

En Latinoamérica aparecieron gobiernos denominados “progresistas” fue ahí donde surgió el debate de la democratización de la comunicación donde se analizaron que políticas públicas pueden normar y regular la comunicación. Macaroff (2010) en su tesis “¿Es posible democratizar la comunicación?” hace referencia a la historia de los medios públicos en el Ecuador es reciente existe un medio estatal con más de 50 años de historia llamado Radio Nacional Ecuador que estuvo muy ligado a los gobiernos de turno.

En el 2006 llega a Carondelet Rafael Correa con su proyecto político “Revolución Ciudadana”, desde el inicio su gestión pretendía romper esa línea neoliberal que durante años había regido en el país, fue así que propuso una reforma política constitucional con el 82% de aprobación, propuso la nueva Constitución que fue aprobada en el 2008.

La constitución del 2008 en el Capítulo primero, Título VII, séptima sección menciona al Estado como la institución encargada de la creación de la política pública concerniente a la comunicación social.

Art. 384.- El Estado formulará la política pública de comunicación, con respeto irrestricto de la libertad de expresión y de los derechos de la comunicación consagrados en la Constitución y los instrumentos internacionales de derechos humanos, así como la ley definirá su organización, funcionamiento y las formas de participación ciudadana. (Asamblea Constituyente, 2008, pág. 173)

En el 2013 se aprobó la Ley Orgánica de Comunicación con el objetivo de que exista un reparto equitativo del espectro radioeléctrico de los medios en todo el Ecuador (Público, Privado y Comunitario) a pesar de ser cuestionado por varios periodistas y organismos internacionales asegurando que es un atentado contra la libertad de expresión. Fue así como surgieron los medios públicos en el Ecuador. (Vasconez, 2018) en su tesis menciona cuales son los medio públicos que Actualmente se encuentran en funcionamiento: “Ecuador TV, Radio Pública del Ecuador, Agencia Andes y El Telégrafo” (p.46).

Con la promulgación de la Ley Orgánica de Comunicación, que estipula lo siguiente: Los medios públicos de comunicación social son personas jurídicas de derecho público. Se crearán a través de decreto, ordenanza o resolución según corresponda a la naturaleza de la entidad pública que los crea, puesto que:

Los medios públicos pueden constituirse también como empresas públicas al tenor de lo establecido en la Ley Orgánica de Empresas Públicas, sin embargo, la estructura de los medios públicos siempre contará con un consejo editorial y un consejo ciudadano, salvo

el caso de los medios públicos de carácter oficial además se garantizará su autonomía editorial. (Ley organica de comunicación, 2013, pág. 20)

Gráfico N° 1 : Línea de tiempo de la empresa de los Medios de Comunicación Públicos



Fuente: Medios Público del Ecuador. Rendición de Cuentas 2017

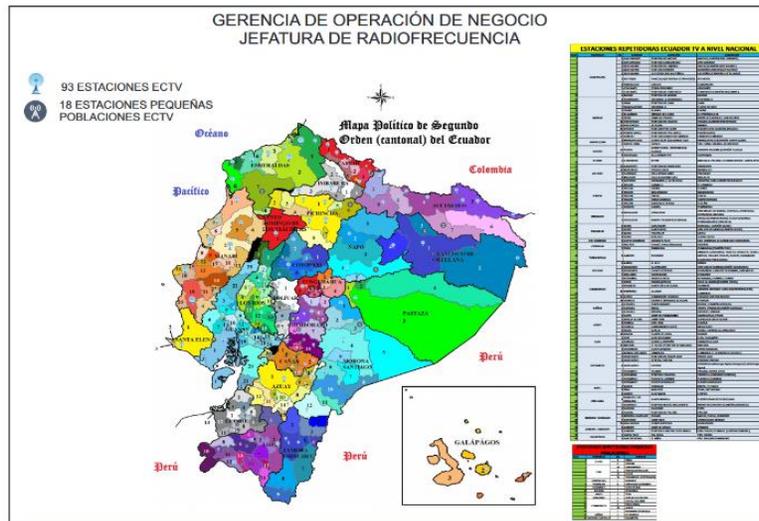
2.3.1 Ecuador TV

El primer medio televisivo público fue ECUADOR TV, han pasado 15 años desde su creación. El gobierno invirtió 5 millones de dólares que fue financiado a través de un préstamo por el banco de Desarrollo Económico y Social (Bandes) de Venezuela, la primera transmisión oficial fue el 01 de abril del 2008 (Molina, 2020).

Actualmente, según el Informe de Rendición de Cuentas de los Medios Públicos E.P. 2019 (2020), Ecuador TV cuenta con un total de 99 estaciones repetidoras en 24 provincias a nivel del país. Desde sus inicios ha desempeñado un papel importante con su parrilla de programación priorizando contenido educativo, cultural, de participación, el debate público, transmisión de enlaces, Ecuador y el ciudadano, Ecuador ama la vida como era de esperarse existía una gran ausencia de programas de farándula y crónica roja.

Molina (2020, pág. 39) nos dice “en el 2012 empiezan aparecer en la parrilla Educa y Veo Veo, programas de contenido educativo, ambas producciones mantienen una transmisión sostenida durante un tiempo considerable”, con el objetivo de educar a sus televidentes en diferentes ámbitos.

Gráfico N° 2 : Cobertura de Ecuador Tv año 2020



Fuente: Radio Pichincha 95.3 FM.2020

Pero después de tantos años al aire en el 2020 durante el mandato de Lenin Moreno se informe que el medio cierra operaciones además se prepara la venta de activos valorado en 117 millones. De acuerdo a la publicación de Radio Pichincha 95.3 FM (2020) el medio de comunicación al aire, pero sin la programación habitual el canal está entrando en su proceso de extinción debido a la falta de recursos de la empresa de los Medios Publico además la pandemia golpeo fuertemente a varios medios de comunicación generando despidos y atrasos en los pagos a los periodistas.

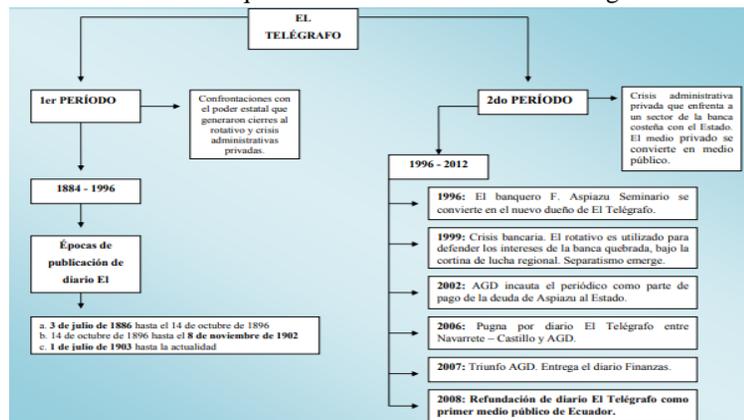
2.3.2 Radio Pública FM

En el Ecuador, durante los años 30 inicio a funcionar en AM como Radio Pública, la Radio Nacional del Ecuador, pero dejó de salir al aire en el 2010. Con la llegada del presidente Rafael Correa en el año 2007 propuesto una radio que fuera parte del estado fue así como nació la Radio Pública del Ecuador, comenzó sus emisiones el 18 de agosto del 2008 después de 9 años el 14 de noviembre 2017 cambio su nombre a Publica FM como parte de un proceso de renovación de todos los medios públicos. Autores como Moncada (2013) recalcan que los medios públicos no compiten por sus audiencias, tampoco por la espectacularidad su lógica es diferente, sus contenidos van enfocados en; servir a la comunidad, promover la información imparcial, fomentar la participación ciudadana, todo lo mencionado enfocado en informar, educar y entretener realizados en distintos formatos.

2.3.3 El Telégrafo, de lo privado a lo público

Diario el Telégrafo es un medio fundado el 16 de febrero de 1884 por Juan Murillo durante varios años fue considerado como un Diario Privado, circulo de manera interrumpida hasta el 3 de julio de 1886 pero dejo de hacerlo esto debido a los acosos recibidos por parte del gobierno Plácido Caamaño. En 1898 el ambateño José Abel Castillo realiza la compra total del periódico. Después de pasar por varios dueños. En 1996 el diario es comprado por el banquero Fernando Aspiazu Seminario, pero en 1999 año en donde el país se encontraba en un feriado bancario razón por la cual en el 2002 fue incautado por el Estado Ecuatoriano.

Gráfico N° 3: Esquema Histórico del Diario el Telégrafo



Fuente: (Aulestia, 2014)

Es importante mencionar que después de seis años de ser incautado el 17 de mayo del 2008 se publica oficialmente como un Medio Público, luego de ser entregado todas sus acciones al ministro de Finanzas. En palabras de Aulestia (2014) “Diario El Telégrafo tiene 138 años de existencia divididos en dos etapas: 124 años como medio privado y 14 años como medio público” (pág. 56).

El telégrafo tuvo varios años de buena reputación y crecimiento además recibió varios premios internacionales fue así que se lo consideraba como uno de los medios impresos más importantes del país. Pero en el 2016 empezó la crisis económica por varios factores para el 2018 se despidieron a varios colaboradores entre periodistas, fotógrafos, diseñadores, vendedores etc. Según información emitida por la Radio Pichincha 95.3 FM (2020) solo en diciembre de 2019 salieron 205 trabajadores por la falta de recursos de parte el gobierno quien dejo de destinar recursos para los Medios Públicos, como parte de una optimización en la economía.

El Universo (2020) en su publicación menciona que “El Telégrafo dejará de circular en su edición impresa y será solo digital” (pág. 2) , con lo mencionado lo que busca el Estado es ahorrar dinero y solo se creará una plataforma multimedia que será manejada por lo colaboradores que quedan y no será necesario de periodistas y productores. Actualmente el Telégrafo ha desarrollado un sitio web y ha participado

en la difusión noticias a través de las redes adaptándose a los cambios en el ámbito de la comunicación.

2.3.4 Televisión Legislativa TVL

El 7 de mayo del 2011 se realizó una consulta popular sobre temas relacionados a la comunicación para su regulación, ya que, en el Ecuador aún se puede ver que la mayoría de los medios se encuentran en manos privadas, lo cual es parte de la dinámica comercial.

Basado en ello la Secretaría Nacional de Comunicación (2013, pág. 5) anuncia que “La Televisión Legislativa TVL, canal público de la Asamblea Nacional, inicia sus transmisiones en marzo de 2013 a nivel nacional, en los canales 42 en Quito, 22 en Guayaquil y 27 en la ciudad de Cuenca”.

El objetivo principal de la TVL es tener una audiencia masiva en todo el país donde se trasmite sesiones y actividades, para informar a la ciudadanía sobre la gestión y rendición de cuentas de la función ejecutiva, porque actualmente no existe un medio oficial que abarque todas las actividades que realice la función de estado.

2.4 Descripción de los medios públicos en estudio

A continuación, se presentan 2 cuadros con datos específicos de los medios públicos, así como la programación durante la pandemia.

Tabla N° 1 :Medios públicos

Nombre del medio	Fecha de creación	Constitución
Ecuador Tv	26 de noviembre del 2007	Pública
El Telégrafo	17 de mayo del 2008	Pública
La Radio Pública FM	4 de octubre del 2016	Pública
Televisión Legislativa	Marzo del 2013	Publica

Fuente: Medio Públicos. Elaboración Propia

Tabla N° 2: Programación de los medios públicos

Medio Publico	Nombre del programa	Horario de Programación	Tipo de programa de acuerdo a los parámetros (infomar,entretener y educar)
	Noticias 7	7 am	Informar
	Los reyes de tus mañanas Mi propio jefe	1.30 am a 12.00 pm.	Entretener y educar Educar Entretenimiento

Tv	Ecuador	Fanático	16.00 pm 21.00 pm	
Radio Pública FM (88.1)		Pública Noticias Somos familia Desde cero En tu oído Fanático:	6:00, 12:00 y 19:00. 9:00 a 11:00	Informar Entretener y educar Educar Entretenimiento
El Telegrafo		Noticias (Nacionales e Internacionales) Deportes Opinión	Medio Digital	Informar Entretener y Educar Informar y Educar
Televisión Legislativa TVL				Informar Entretener y educar Educar Entretenimiento

Fuente: Canales de televisión. Elaboración Propia

2.5 La Pandemia y los Medios de Comunicación

En el Ecuador el 29 de febrero del 2020 se confirmó el primer caso de coronavirus, esta emergencia sanitaria obligo que la economía del país se paralice y a partir del 17 de marzo comenzó la cuarentena obligada para evitar que el virus se siga propagando. A pesar de las restricciones puestas por parte del gobierno a la población, para el 21 de noviembre ya eran más de 186.000 contagiados en las ciudades de Guayaquil y Quito existía un crecimiento acelerado (Vivas, 2021).

El confinamiento por el Covid 19 causo incertidumbre en la ciudadanía, situación que obligo a reconfigurar sus hábitos de consumo en diferentes ámbitos; en la forma en la que acceden a la información, el entretenimiento y realizar sus compras. De acuerdo con; Montaña, Ollé, & Lavilla (2020) “durante la pandemia la ciudadanía disponía de mucho tiempo para informarse y entretenerse por distintos medios y plataformas digitales” (pág. 3).

La pandemia trajo consigo varios cambios y retos para los medios de comunicación que tuvieron que adaptarse a la nueva forma de producir, consumir y gestionar los contenidos, porque ahora el entorno ha cambiado. Según Navarro (2020) asegura que “La televisión y redes sociales ha sido el principal medio para informarse de las novedades sobre la pandemia, seguido de internet, sobre todo prensa digital” (pág. 14). El punto anterior nos permite afirmar que durante la emergencia sanitaria los medios de comunicación por medio de sus sitios web oficiales tuvieron un gran desafío frente a las redes sociales (Tik Tok, Instagram, Twitter, WhatsApp o Facebook) fueron

plataformas importantes en donde la gente consumía gran parte de la información y desinformación diariamente.

La situación para los medios de comunicación fue insostenible que se realizaron varios despidos masivos y periodistas y surgieron varios medios digitales. Según estadísticas del INEC hasta finales de 2020, el 53,2 % de los hogares del Ecuador tenía Internet, mientras que el 70,7 % de las personas utilizan este servicio a escala nacional; además, el 51,5 % de la población disponía de un teléfono inteligente, datos que nos permiten ver crecimiento y acceso de las personas al mundo digital.

2.6 Hábitos de consumo: el comportamiento del consumidor frente a los mass media

En el ámbito de la comunicación se refiere a los patrones y comportamientos que tienen las personas para consumir contenidos y programas (entretenimiento, deportes, noticias, novelas etc.) que transmiten los medios masivos. Para Andrade (2015) los hábitos de consumo son las actividades que pueden cambiar con el tiempo debido a la evolución y nuevas tendencias sociales y a partir de aquello se acostumbran a consumir. Existen varios estudios sobre el comportamiento del consumidor. Para Oswaldo & Rios (2016) “las audiencias poseen características muy distintas, dependiendo su situación socioeconómica, cultura, edad o etnia” (pág. 4). Desde esta perspectiva es importante que los medios de comunicación realicen un estudio, para comprender a que publico va dirigido su contenido, porque existen diferentes factores internos (motivación, experiencia actitudes etc.) y externos (cultura, clase social, contexto etc.) que influyen en el comportamiento de las personas.

Actualmente ha evolucionado el comportamiento de las personas al momento de consumir la información de los medios, esto debido al avance de la tecnología. Hoy el 79% de las personas miran la televisión con un teléfono inteligente en la mano, mientras escuchan la radio al mismo tiempo pueden revisar sus redes sociales, ya no es necesario comprar el periódico para conocer lo que sucede en nuestro alrededor.

3. VARIABLES

3.1 Variables Dependiente:

Hábitos de consumo.

2.2 Variables Independiente

Programación de los medios públicos, durante la pandemia

Tabla N° 3: Variables

VARIABLE	DEFINICIÓN	CATEGORÍA	INDICADORES	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS
<p>Variable Independiente: Programación de los medios públicos durante la pandemia</p>	<p>“La programación en los medios públicos deben tener un enfoque en función de mejorar el nivel educativo infantil y, en consecuencia, mejorar el nivel reflexivo, consciente, cívico e identitario de la sociedad” (Buitrón, 2021,p.1).</p>	<p>Tipos de medios de comunicación</p> <p>Programas.</p> <p>Frecuencia de emisión</p> <p>Franja horaria</p>	<p>Medios de televisión</p> <p>Medios radiales</p> <p>Medios impresos</p> <p>Medios digitales</p> <p>¿Qué tipos de programas hay en los medios público?</p> <p>Frecuencia de la programación de los medios públicos.</p>	<p>Técnica: Entrevista Consulta de datos</p> <p>Instrumento: Guía de preguntas Ficha de recolección de datos.</p>

<p>Variable Dependiente : Hábitos de consumo</p>	<p>“Los hábitos de consumo hacen referencia al comportamiento del consumidor en distintas etapas e influencia de la sociedad de consumo de estos” (Vera, 2001,p.3).</p>	<p>Públicos Horarios Rating</p>	<p>Grupos Etarios Nivel Socioeconómico Nivel Educativo Horarios con mayor audiencia Programas con mayor rating</p>	<p>Técnica: Encuesta Análisis de datos Instrumento: Cuestionario Matriz de análisis de datos</p>
---	---	---	--	--

Fuente: Elaboración propia

CAPÍTULO III

3. Metodología

3.1 Método científico

Este estudio utilizó el método científico, porque a partir de una pregunta o hipótesis se llevó a cabo la investigación y el análisis de los datos que se recopilaron. Además, permitió analizar el aporte y perspectivas de otros autores en la revisión bibliográfica. Para Castán (2016) con el método científico se puede alcanzar un conocimiento objetivo de la realidad mediante un proceso sistemático y controlado que busca dar respuesta a preguntas específicas.

3.2 Tipo de Investigación

3.2.1 Sincrónica: La presente investigación busca conocer cuáles son los hábitos de consumo de los medios públicos (Ecuador TV, Radio Pública FM, Diario el Telégrafo y la Televisión Legislativa), dentro de un momento determinado que corresponde en el año 2020.

3.2.2 Microsociológico: La investigación se basará en los hábitos de consumo en la población de local, en la ciudad de Riobamba en el contexto de la pandemia, período 2020.

3.2.3 Explicativa: La investigación es explicativa ya que analiza un fenómeno social actual y sus causas, a raíz de la pandemia del Covid-19.

3.2.4 Cuantitativa: La investigación generará importantes datos cuantitativos por medio de la aplicación de una encuesta que nos permitirá conocer cuáles son los hábitos de consumo mediante una importante muestra de la población de Riobamba.

3.2.5 Cualitativa: La investigación incluirá la realización de entrevistas que permitirá obtener información desde los propios sujetos que son objetos de investigación.

3.2.6 Primarias: Se utilizará datos e información de primera mano de autoría propia.

3.3 Diseño de la investigación

3.3.1 Investigación no experimental

La investigación será no experimental, porque no será llevada a la práctica, sino se basará en la bibliografía, estadísticas, entrevistas, datos y registros que existan para intentar demostrar cuales son los hábitos de los medios públicos (Ecuador TV, Radio Pública FM, Diario el Telégrafo y la Televisión Legislativa) en la ciudad de Riobamba, período 2020.

3.4 Población y muestra

La población objetivo para la presente investigación corresponde a los habitantes de la ciudad de Riobamba. Para determinar la muestra a analizar de la población se ha aplicado la siguiente fórmula;

Fórmula aplicada:

$$n = \frac{N}{e^2(N-1)+1}$$
$$n = \frac{264.048}{0.005^2(264.48-1)+1}$$
$$n = \frac{264.048}{0.005^2(264.047)+1}$$
$$n = \frac{264.048}{661.12}$$
$$n = 397$$

Por medio de la aplicación de la fórmula matemática se ha determinado, que el total de la población de la ciudad de Riobamba que es de 264.048, se aplicará la encuesta a 397 personas.

3.5 Técnicas e Instrumentos de recolección de datos

3.5.1 Técnicas de recolección de datos

3.5.1.1 Entrevistas

(Bravo, 2019) “La entrevista es una técnica de gran utilidad en la investigación cualitativa para recabar datos; se define como una conversación que se propone un fin determinado distinto al simple hecho de conversar”. (p.47)

Se aplicaron entrevistas : MSc.Carlos Larrea docente investigador de la carrera de comunicación de la UNACH y al Lcdo. Fabricio Cevallos ex Jefe de noticias de Ecuador TV, entrevistados que

tienen relación con el objeto de estudio, sus aportes fueron importantes, porque se recabo información oportuna y necesaria para la determinación de los resultados.

Tabla N° 4: Perfil de los entrevistados

Perfil de periodistas a entrevistar:	
Área en el que se desempeña	Experto en comunicación/ Periodista de un medio público.
Identidad Étnica	Mestizo, indígena, afrodescendiente.
Genero	Mujer/Hombre/Otro
Institución pública a la que pertenece	Periodista de un medio público/ Director de la EP.

Fuente: Elaboración Propia

3.5.1.2 Encuestas

Esta técnica nos permite examinar los resultados obtenidos en la encuesta con el objetivo de identificar información útil para establecer conclusiones y recomendaciones en base al objeto de estudio. Es un técnica que se utiliza con frecuencia en las investigaciones, porque permite obtener datos de varios temas mediante un cuestionario de forma rápida y eficaz (Casas, 2003). Se aplicaron 397 encuestas de forma aleatoria a las personas que viven en la ciudad de Riobamba que corresponde a una muestra significativa de toda la población, con el objetivo de recolectar datos que nos permitirán realizar un análisis sobre los hábitos de consumo de los medios públicos durante la pandemia por Covid 19, en el año 2020.

3.5.2 Instrumentos

3.5.2.1 Guía de preguntas

Se realizó una guía de 10 preguntas para cada entrevistado en torno al tema de investigación.

3.5.2.2 Cuestionario

El cuestionario tendrá de 8 a 10 preguntas cerradas para recoger información sobre los hábitos de consumo de los medios públicos (Ecuador TV, Televisión Legislativa, Radio Publica FM y Diario el Telégrafo) en la ciudad de Riobamba durante la pandemia por Covid, Año 2020.

CAPÍTULO IV

4. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1 RESULTADOS

Los resultados que se presentan en el presente apartado se establecen luego de haberse aplicado la encuesta en la ciudad de Riobamba a 397 personas sobre los hábitos de consumo de los medios públicos (Ecuador TV, Televisión Legislativa, Radio Pública FM y Diario el Telégrafo) en la ciudad de Riobamba año 2020. Además, la entrevista semiestructurada.

4.1.2 Encuesta

Resultados de las encuestas aplicadas a las 397 personas en la ciudad de Riobamba, de los cuales se obtuvo los siguientes resultados.

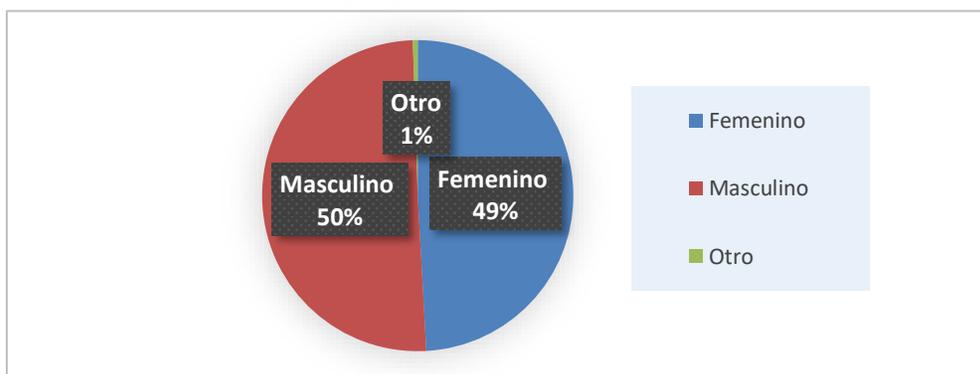
1. Género

Tabla N° 5 Resultados pregunta N° 1

Indicador	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	200	50%
Femenino	195	49%
Otro	2	1%
Total	397	100%

Fuente: Elaboración Propia

Gráfico N° 4 Resultados pregunta N°1



Fuente:
Elaboración

Propia

Interpretación: El 50% de las personas encuestadas para la presente investigación, son de género masculino, el 49% de género femenino y el 1% pertenece a otro género.

Análisis: De acuerdo con los datos de la encuesta indica que la mayoría de los encuestados son género masculino y el resto son femeninos u otro.

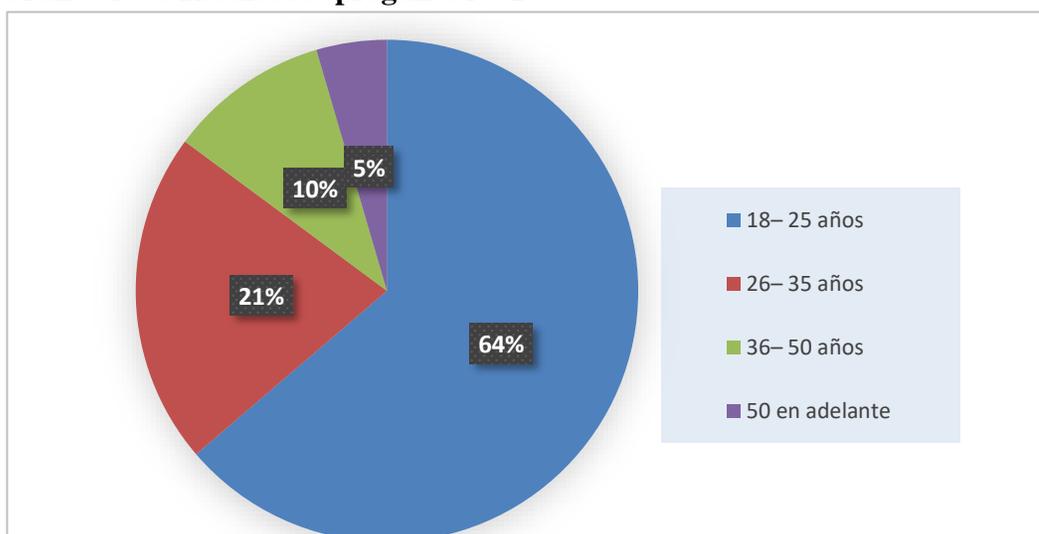
2. Edad

Tabla N° 6 Resultado pregunta N° 2

Indicador	Frecuencia	Porcentaje
18-25 años	253	64%
26- 35 años	85	21%
35-50 años	41	10%
50 en adelante	18	5%
Total	397	100%

Fuente: Elaboración Propia

Gráfico N° 5 Resultados pregunta N° 2



Fuente: Elaboración Propia

Interpretación: El 64% de las personas encuestadas para la presente investigación, están en un rango de edad de 18 a 25 años, el 21% de 26 a 35 años, el 10% de 35 a 50 años y el porcentaje restante son de 50 en adelante.

Análisis: Esto indica que la mayoría de las personas encuestadas tienen un rango de edad que va desde los 18 a 25 años.

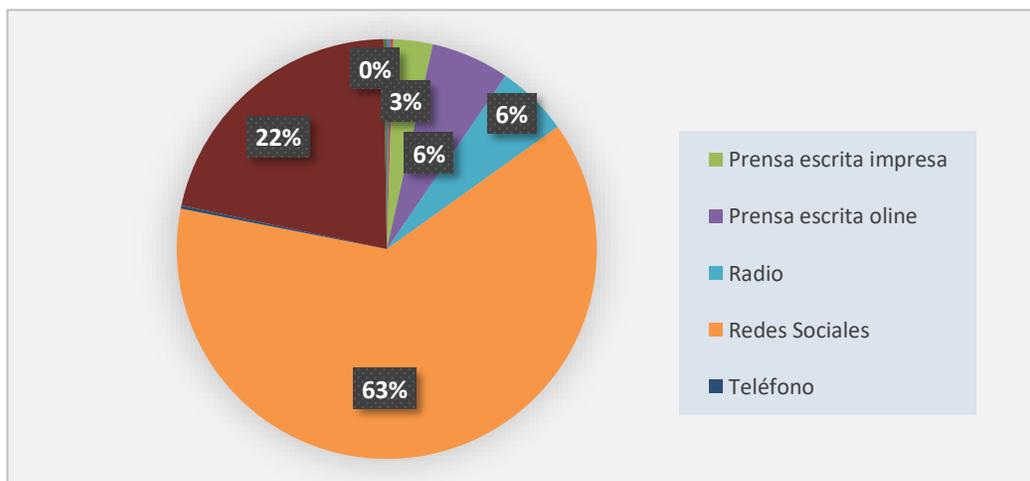
3. ¿Cuál de estos medios de comunicación es el que más utilizo durante la pandemia (año 2020)?

Tabla N° 7 Resultado pregunta N° 3

Indicador	Frecuencia	Porcentaje
Televisión	85	22 %
Radio	22	6%
Prensa impresa	12	3%
Prensa escrita online	24	6%
Redes Sociales	250	63%
Otro	4	0%
Total	397	100%

Fuente: Elaboración Propia

Gráfico N° 6 Resultados pregunta N° 3



Fuente: Elaboración Propia

Interpretación: El 63% de las personas encuestadas para la presente investigación, dijeron que el medio de comunicación que más utilizaron fueron las redes sociales, el 22% indicaron la televisión, el 6% usaron prensa escrita impresa y prensa escrita online y otro (teléfono, YouTube y celular).

Análisis: La mayoría de los encuestas se encontraron en un rango de 18-25 años por lo que tienen conocimiento de las nuevas tecnologías ,por lo tanto, esto quiere decir que al estar más tiempo encerrados en la casa aumento el consumo de las redes sociales como un medio de comunicación y lo que menos se utilizo fue la radio, la prensa escrita impresa y prensa escrita online.

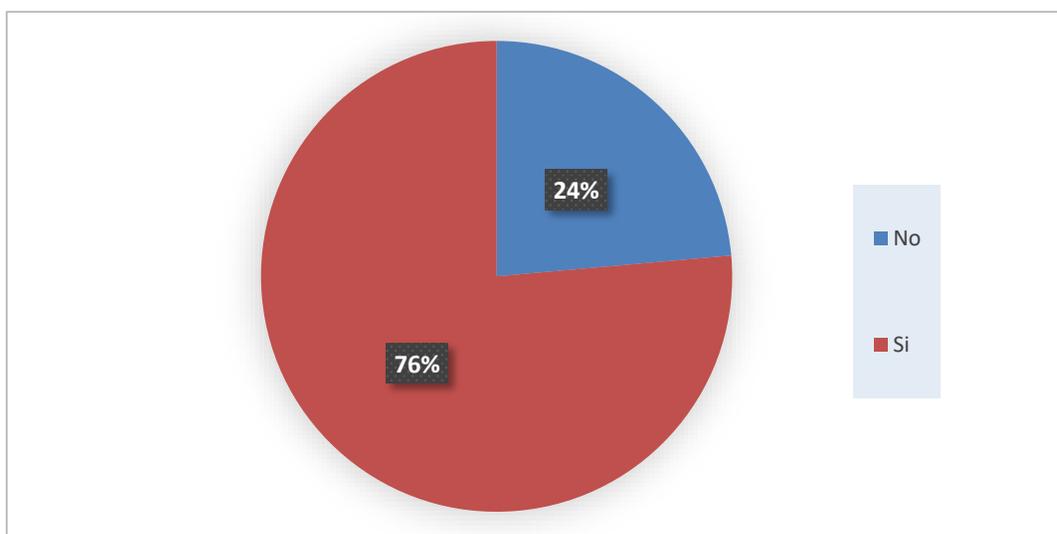
4. Conoce usted, ¿Cuáles son los medios de comunicación públicos que existen en el Ecuador?

Tabla N° 8 Resultados pregunta N° 4

Indicador	Frecuencia	Porcentaje
Si	298	76%
No	99	24%
Total	397	100%

Fuente: Elaboración Propia

Gráfico N° 7 Resultados Pregunta N° 4



Fuente: Elaboración Propia

Interpretación: El 74% de los encuestados conoce cuales son los medios públicos que existen en el país mientras que el 24% no conoce.

Análisis: Los datos indican que la mayoría de las personas encuestadas identifican o conocen a un medio público.

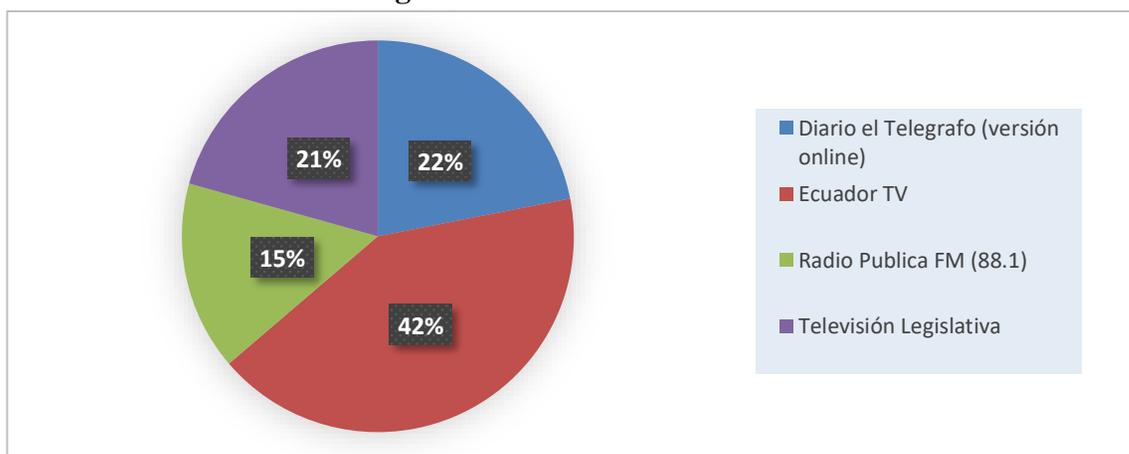
5. De estos medios de comunicación públicos. ¿Cuál es el que utilizó más durante la pandemia (año 2020)?

Tabla N° 9 Resultados pregunta N° 5

Indicador	Frecuencia	Porcentaje
Ecuador TV	166	42%
Radio Pública FM (88.1)	62	16%
Diario el Telégrafo (versión online)	87	22%
Televisión Legislativa (canal 42)	82	21%
Total	397	100%

Fuente: Elaboración Propia

Gráfico N° 8 Resultados Pregunta N° 5



Fuente: Elaboración Propia

Interpretación: El 43% de las personas encuestadas para la presente investigación, dijeron que el medio de comunicación público que más utilizaron fueron Ecuador TV, el 22% indicaron el Diario el Telégrafo en su versión online, el 21 % Televisión Legislativa y el porcentaje restante la Radio Pública (FM 88.1).

Análisis: Lo que significa que durante la pandemia no se dejó de utilizar la televisión tradicional y las redes sociales con fines informativos, pero la radio es el medio de comunicación menos usado en ese periodo según los encuestados.

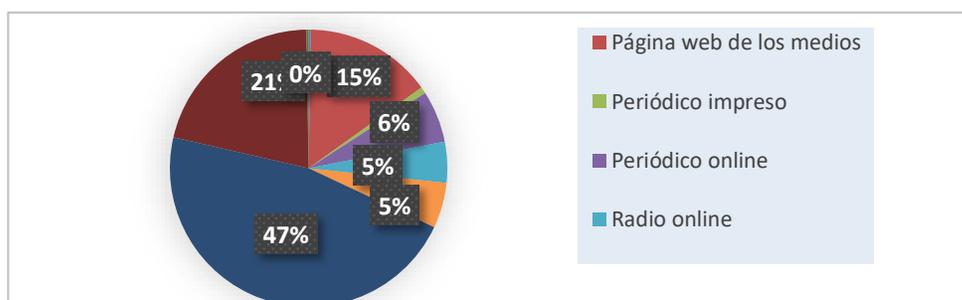
6. ¿De qué forma accedió usted a los contenidos de los medios públicos (Ecuador TV, TV Legislativa, Radio Pública FM y Diario el Telégrafo) durante la pandemia (año 2020)?

Tabla N° 10 Resultado pregunta N° 6

Indicador	Frecuencia	Porcentaje
Televisión Tradicional	84	21%
Radio Tradicional	21	5%
Radio Online	19	5%
Periódico Impreso	3	1%
Periódico Online	24	6%
Redes sociales de los medios	185	47%
Página web de los medios	59	15%
Otro	2	0%
Total	397	100%

Fuente: Elaboración Propia

Gráfico N° 9 Resultados Pregunta N° 6



Fuente: Elaboración Propia

Interpretación: El 47% de las personas encuestadas hicieron uso de las redes sociales para acceder a los contenidos de los medios públicos, el 21% televisión tradicional, el 15% página web de los medios, el 6% periódico online, el 5% radio tradicional y radio online, mientras que, el porcentaje restante equivale al 1% utilizaron periódico impreso.

Análisis: Esto significa que durante la pandemia creció el uso de la internet, los datos obtenidos reflejan que la mayoría de las personas durante ese periodo utilizó más las redes sociales para acceder a los contenidos de los medios, la televisión tradicional aún se sigue manteniendo en vigencia, pero el uso de la radio tradicional y el periódico impreso ha ido en descenso.

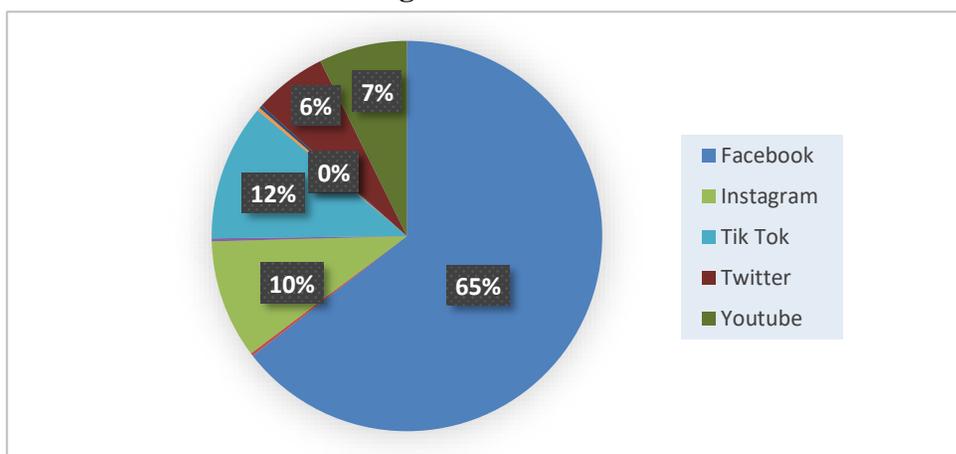
7. ¿Cuáles son las redes sociales de los medios públicos (Ecuador TV, TV Legislativa, Radio Pública FM y Diario el Telégrafo) que más utilizó durante la pandemia (año 2020)?

Tabla N° 11 Resultados pregunta N° 7

Indicador	Frecuencia	Porcentaje
Facebook	256	65%
Instagram	39	10%
TikTok	45	12%
Twitter	24	6%
YouTube	29	7%
Otro	4	0%
Total	397	100%

Fuente: Elaboración Propia

Gráfico N° 10 Resultados Pregunta N° 7



Fuente: Elaboración Propia

Interpretación: El 65% de las personas encuestadas indican que utilizaron Facebook, el 12% Tik Tok, el 10% Instagram, el 7% YouTube y el porcentaje restante equivale al 6% usaron Twitter.

Análisis: Esta información indica que de las cinco redes sociales de los medios públicos el más usado durante ese periodo fue Facebook seguido de Tik Tok, YouTube e Instagram, pero a pesar de que las personas utilizaron las redes sociales el menos usado durante la pandemia fue Twitter.

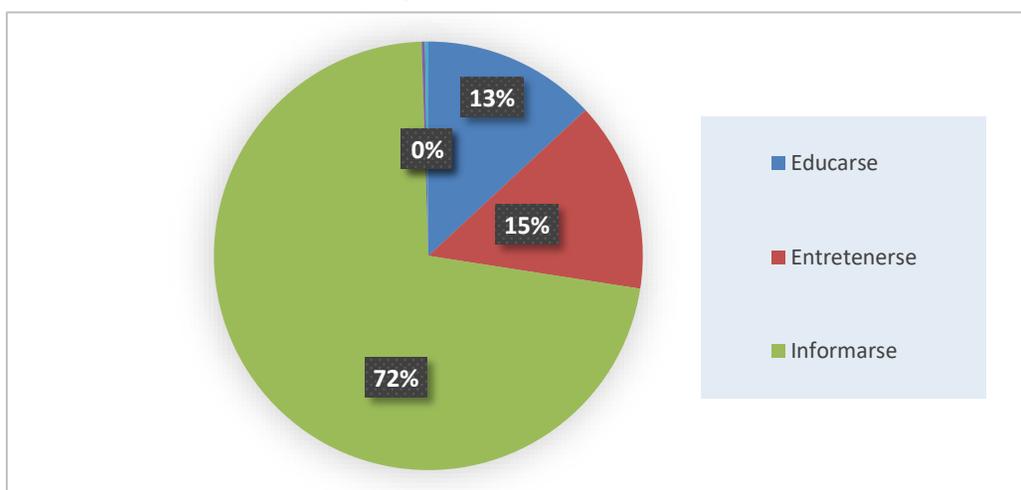
8. ¿Cuál fue el principal objetivo al hacer uso de los medios públicos (Ecuador TV, TV Legislativa, Radio Pública FM y Diario El Telégrafo) durante la pandemia (año 2020)?

Tabla N° 12 Resultados pregunta N° 8

Indicador	Frecuencia	Porcentaje
Informarse	286	72 %
Entretenerse	57	14%
Educarse	13	13%
Otro	2	0%
Total	397	100%

Fuente: Elaboración Propia

Gráfico N° 11 Resultados Pregunta N° 8



Fuente: Elaboración Propia

Interpretación: El 71% de las personas encuestadas, hicieron uso de los medios públicos para informarse, el 14% entretenerse, el 13% para educarse.

Análisis: Los resultados indican que, durante la pandemia por Covid19 la mayor parte de las personas usaron los medios para informarse esta situación hizo que las personas tuvieran la necesidad de mantenerse constantemente informada de forma precisa y oportuna, por lo que, solo una pequeña parte utilizó para entretenerse y educarse.

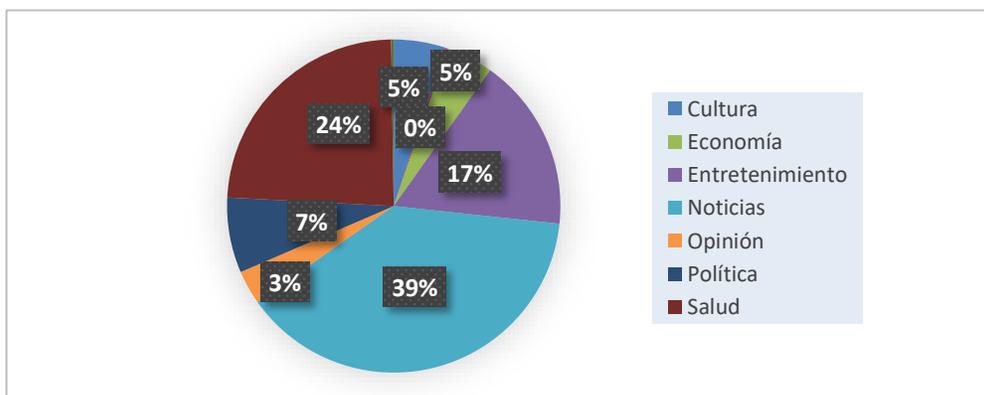
9. Durante la pandemia (año 2020), ¿cuál fue el contenido que más observó en los medios públicos (Ecuador TV, TV Legislativa, Radio Pública FM y Diario el Telégrafo).

Tabla N° 13 Resultados pregunta N° 9

Indicador	Frecuencia	Porcentaje
Noticias	153	39%
Salud	95	24%
Política	29	7%
Economía	18	5%
Opinión	13	3%
Cultura	20	5%
Entretenimiento	67	17%
Otro	2	0%
Total	397	100%

Fuente: Elaboración Propia

Gráfico N° 12 Resultados Pregunta N° 9



Fuente: Elaboración Propia

Interpretación: El 39% de las personas encuestadas, nos dieron a conocer que los contenidos que eligieron para su consumo durante la pandemia tiempo fueron las noticias, el 24% temas de salud, el 17% entretenimiento, 7% política, el 5% economía y cultura el porcentaje restante corresponde a opinión.

Análisis: Los resultados obtenidos demuestran que la mayoría de las personas en la pandemia el contenido que más consumieron fueron las noticias seguido de temas relacionado a la salud, entretenimiento, política, economía sin embargo existió poco interés en contenidos relacionados a la opinión.

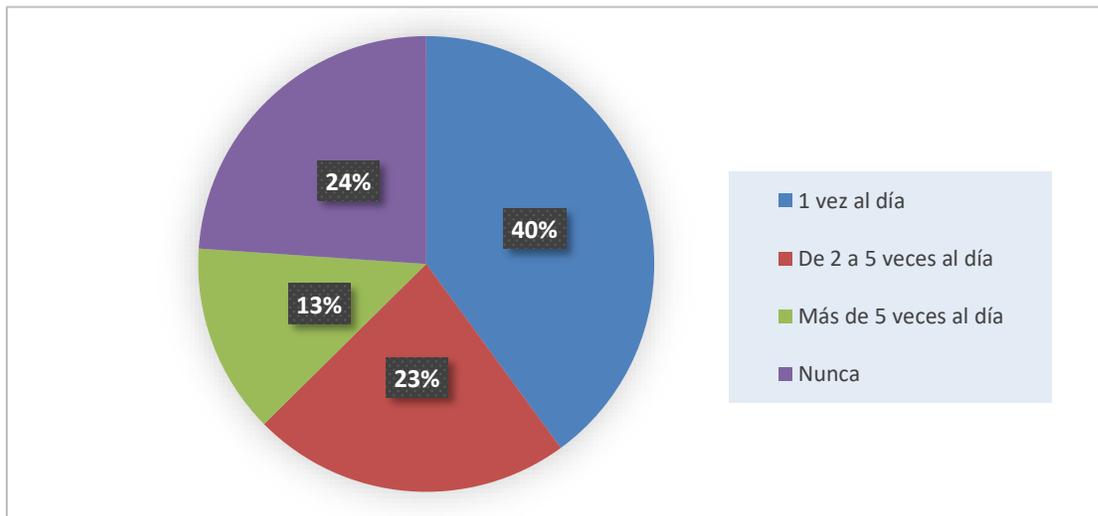
10. ¿Con que frecuencia miro Ecuador TV durante la pandemia (año 2020)?

Tabla N° 14 Resultados pregunta N° 10

Indicador	Frecuencia	Porcentaje
1 vez al día	157	40%
De 2 a 5 veces al día	89	23%
Mas de 5 veces al día	53	13%
Nunca	98	24%
Total	397	100%

Fuente: Elaboración Propia

Gráfico N° 13 Resultados Pregunta N° 10



Fuente: Elaboración Propia

Interpretación: El 40% de las personas encuestadas para la presente investigación, nos dijeron que miraron Ecuador Tv 1 vez al día, el 24% nunca, el 23% de 2 a 5 veces al día y el 13% más de 5 veces al día.

Análisis: Esto significa que la mayoría de las personas miraron Ecuador TV solo 1 vez al día, pero existe un porcentaje representativo que nunca utilizó Ecuador TV y optaron por otros medios alternativos.

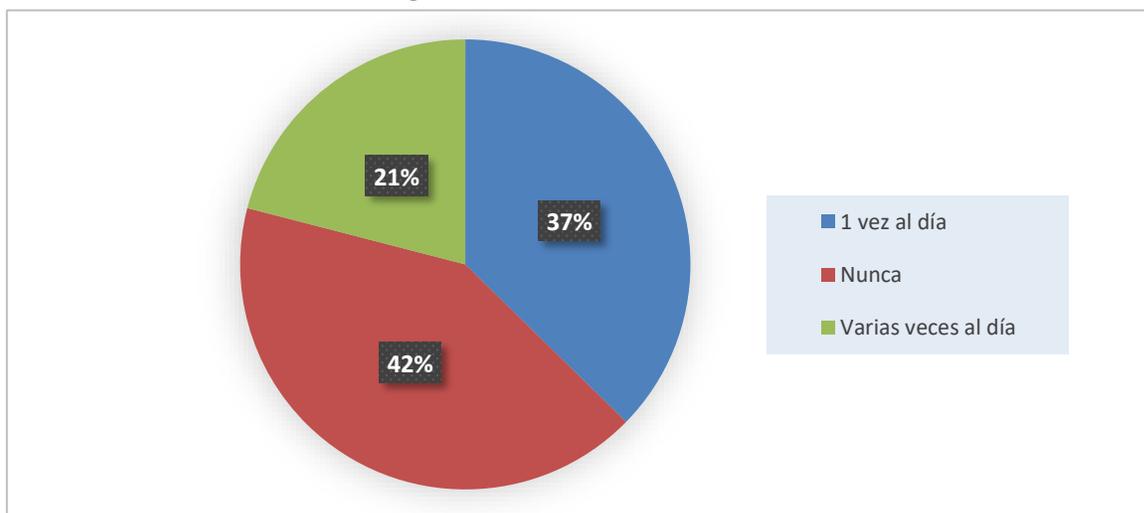
11. ¿Con qué frecuencia escuchó Radio Pública FM (88. 1) durante la pandemia (año 2020)?

Tabla N° 15 Resultados pregunta N° 11

Indicador	Frecuencia	Porcentaje
1 vez al día	146	37%
Varias veces al día	82	21%
Nunca	169	42%
Total	397	100%

Fuente: Elaboración Propia

Gráfico N° 14 Resultados Pregunta N° 11



Fuente: Elaboración Propia

Interpretación: El 42% de las personas encuestadas para la presente investigación, nos dijeron que nunca escucharon la Radio Pública FM (88.1), el 37% 1 vez al día, el 21% varias veces al día.

Análisis: Los datos indican que la mayoría de los encuestados en la ciudad de Riobamba durante el confinamiento por la pandemia nunca escucharon este medio, es evidente que existe un descenso en los oyentes que han migrado a las plataformas digitales

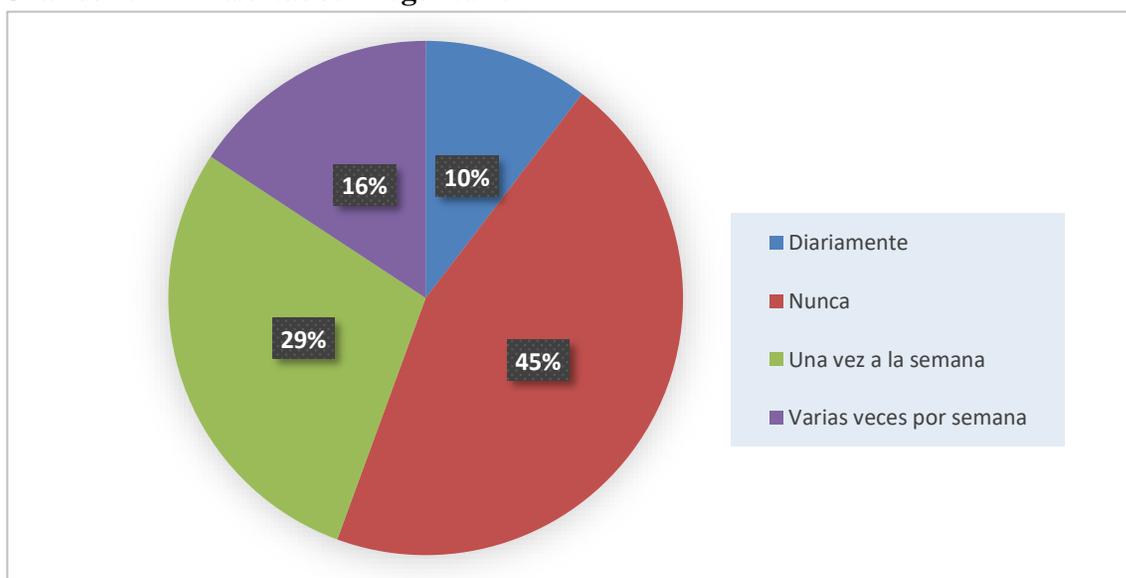
12. ¿Con que frecuencia leyó Diario el Telégrafo (en su versión digital) durante la pandemia (año 2020)?

Tabla N° 16 Resultados pregunta N° 12

Indicador	Frecuencia	Porcentaje
Diariamente	41	10%
Una vez a la semana	113	29%
Varias veces por semana	62	16%
Nunca	181	45%
Total	397	100%

Fuente: Elaboración Propia

Gráfico N° 15 Resultados Pregunta N° 12



Fuente: Elaboración Propia

Interpretación: El 45% de las personas encuestadas para la presente investigación, nos dijeron que nunca leyeron Diario el Telégrafo, 29% una vez a la semana, el 16% varias veces por semana y el 10% diariamente.

Análisis: Los datos indican que la mayoría de los encuestados en la ciudad de Riobamba durante el confinamiento por la pandemia nunca leyeron este medio.

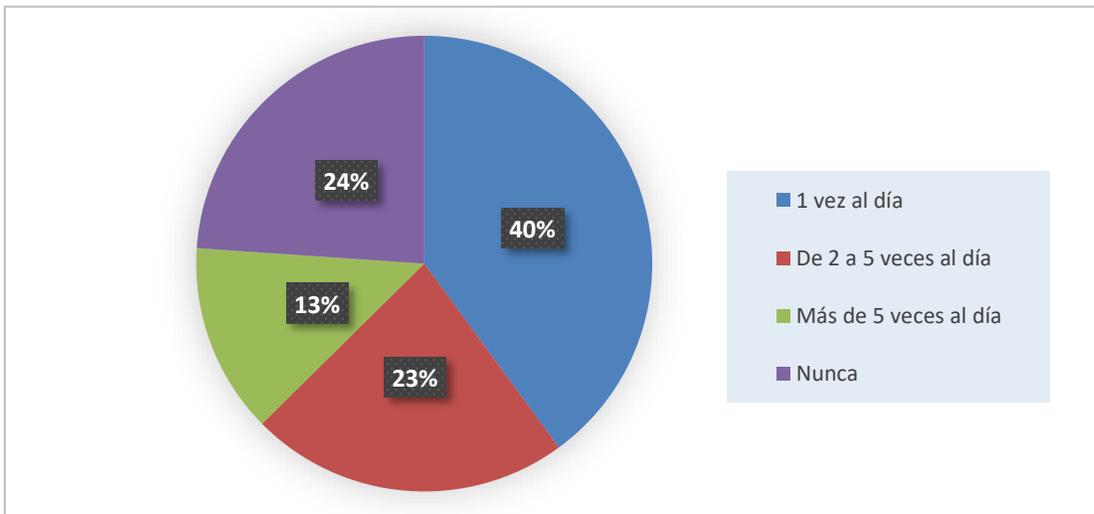
13. ¿Con que frecuencia miró Televisión Legislativa (canal 42) durante la pandemia (año 2020)?

Tabla N° 17 Resultados pregunta N° 13

Indicador	Frecuencia	Porcentaje
1 vez al día	157	40%
De 2 a 5 veces al día	89	23%
Mas de 5 veces al día	53	13%
Nunca	98	24%
Total	397	100%

Fuente: Elaboración Propia

Gráfico N° 16 Resultados Pregunta N° 10



Fuente: Elaboración Propia

Interpretación: El 40% de las personas encuestadas para la presente investigación, nos dijeron que miraron Televisión Legislativa 1 vez al día, el 24% nunca, el 23% de 2 a 5 veces al día y el 13% más de 5 veces al día.

Análisis: Esto significa que la mayoría de las personas miraron Televisión Legislativa solo 1 vez al día, pero existe un porcentaje representativo que nunca utilizó Televisión Legislativa y optaron por otros medios alternativos.

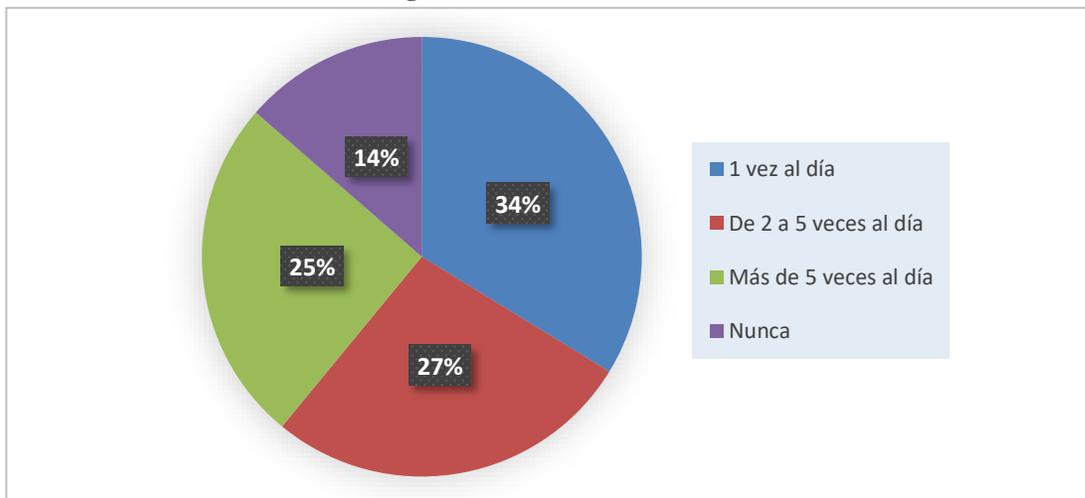
14. ¿Con que frecuencia utilizo las redes sociales de los medios públicos (Ecuador TV, TV Legislativa, Diario el Telégrafo, Radio Pública FM) durante la pandemia (año 2020)?

Tabla N° 18 Resultados pregunta 14

Indicador	Frecuencia	Porcentaje
1 vez al día	134	34%
De 2 a 5 veces al día	108	27%
Mas de 5 veces al día	101	25%
Nunca	54	14%
Total	397	100%

Fuente: Elaboración Propia

Gráfico N° 17 Resultados Pregunta N° 14



Fuente: Elaboración Propia

Interpretación: El 34% de las personas encuestadas para la presente investigación, nos dijeron que 1 vez al día utilizaron las redes sociales de los medios públicos, el 27% de 2 a 5 veces al día, el 25% más de 5 veces al día y nunca el 14%.

Análisis: Los datos obtenidos reflejan que la mayoría de la personas en la ciudad de Riobamba utilizaron las redes sociales de los medios público 1 vez al día.

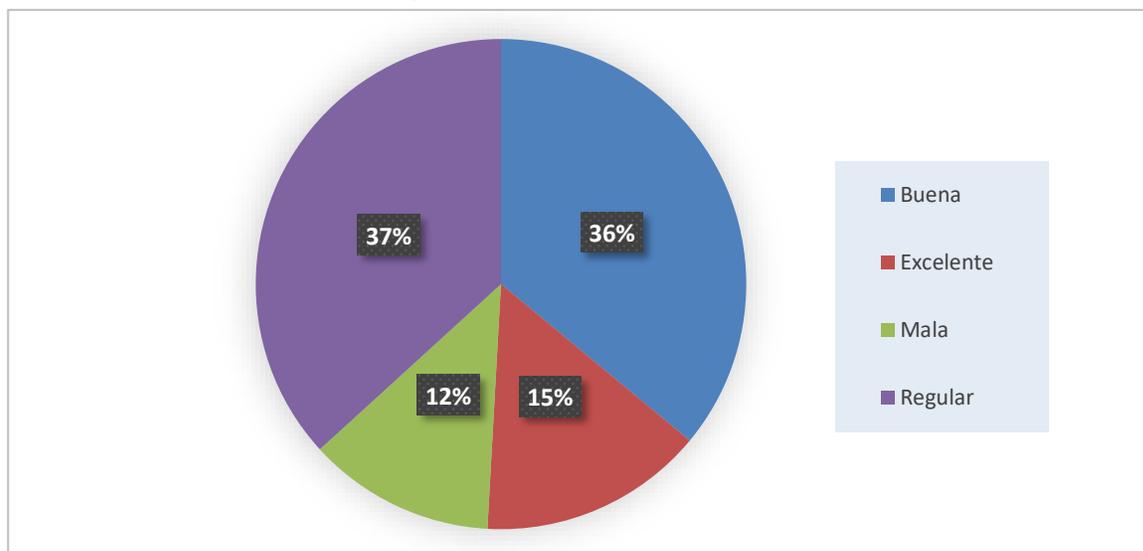
15. La calidad de los contenidos de los medios públicos (Ecuador TV, TV Legislativa, Radio Pública FM y Diario El Telégrafo) durante la pandemia (año 2020) le resultó:

Tabla N° 19 Resultados pregunta N° 15

Indicador	Frecuencia	Porcentaje
Excelente	59	15%
Buena	143	36%
Regular	145	37%
Mala	49	12%
Total	397	100%

Fuente: Elaboración Propia

Gráfico N° 16 Resultados Pregunta N° 14



Fuente: Elaboración Propia

Interpretación: El 37% de las personas encuestadas en la ciudad de Riobamba para la presente investigación, dijeron que los contenidos de los medios públicos son regular, el 36% buena, el 15% excelente y 12% mala.

Análisis: Al ser medios públicos financiados por el estado existe una des credibilidad, porque consideran que trabajan para el gobierno de turno y se puede.

4.2 Entrevistas semiestructuradas

Las entrevistas semiestructuradas se realizaron a dos profesionales de la comunicación que fueron contactados previamente mediante WhatsApp. Los entrevistados fueron escogidos de acuerdo con el tema de la presente investigación. Sus aportes son importantes en el contexto de la pandemia por covid19, lo que, permitió al investigador obtener información relevante para explicar los resultados.

4.3 Cuadro comparativo de los entrevistados

El cuadro comparativo de los dos entrevistados: Lcdo. Fabricio Cevallos (ex jefe de noticias de Ecuador Tv), y MBA. Carlos Larrea (Docente Investigador de la UNACH),

Criterios	Preguntas	Lcdo. Fabricio Cevallos	MSc. Carlos Larrea Naranjo
<p>Retos de los medios públicos frente a los medios digitales.</p>	<p>1. ¿Cuáles considera usted que fueron los retos de los medios públicos frente a los medios digitales durante la pandemia?</p>	<p>Los medios públicos desde el inicio de la pandemia por covid19 tuvo varios retos, el principal informar a la ciudadanía de forma clara y lo más amplia posible, porque más que un reto era una obligación.</p> <p>Durante los primeros días de la pandemia en el país el gobierno nacional (Lenin Moreno) hizo que a través de cadenas nacionales durante todo el día por los medios públicos (Ecuador TV, Radio Pública, Diario el Telégrafo y la Televisión Legislativa) se informe permanentemente.</p> <p>Por parte de los periodistas de los medios públicos siempre existió predisposición para realizar la transmisión, producción e informar durante todas las jornadas para que la ciudadanía se mantenga informada sobre todo lo que está sucediendo con respecto a la emergencia sanitaria.</p> <p>Además, se optó por el teletrabajo lo que permitió que también se informe a través de la modalidad digital que tomo mucha fuerza durante la pandemia los medios tradicionales fortalecieron sus cuentas a través de las redes sociales y medios digitales tuvieron esa oportunidad de desarrollarse</p>	<p>Ningún medio de comunicación masivo estuvo preparado ante una situación eventual como la pandemia por covid19, además ya venían de un proceso de desgaste y al no estar sintonizados paralelamente con el avance tecnológico obviamente genero un estancamiento y preocupación a los medios de comunicación y a quienes trabajan dentro de los medios.</p> <p>Por otro lado, la falta de profesionalismo, formación e inversión en los medios públicos para sostenerse y seguir evolucionando han dejado en desventaja a los medios considerando que la internet ha permitido que evolucionen (radio, televisión y medio impreso) en distintos ámbitos.</p> <p>A pesar de que la radio se caracteriza por su rapidez en la</p>

		y ver un nuevo horizonte y por lo ocurrido en octubre del 2019.	emisión de mensajes, pero hoy las plataformas de distribución de contenido de los medios digitales tienen una peculiaridad entorno a la velocidad de la información.
Cumplimiento del código deontológico y ético	2. A su criterio ¿Considera que los medios públicos durante la pandemia cumplieron con las bases éticas de un medio público sin responder a los intereses del gobierno de turno?	<p>Durante el gobierno de Rafael Correa, así como en el gobierno de Lenin Moreno se tuvo unos pedidos puntuales para dar fuerza a ciertos temas, pero durante la pandemia nunca tuvimos una restricción sobre que informar o que no.</p> <p>Se generó un espacio durante la emergencia sanitaria para que las autoridades presenten un informe relacionado al Covid 19, además nuestro trabajo siempre se ha hecho con honestidad y transparencia procurando que la información sea lo más apegada a la realidad.</p> <p>A pesar de ser días muy complejos para laborar se realizó un trabajo veraz y fundamentado a diferencia de otros medios de comunicación que tienen que seguir una línea editorial en base a un código deontológico.</p>	<p>Ni antes, ni durante, ni después, los medios de comunicación públicos en el Ecuador fueron incautados durante el expresidente de Rafael Correa que fueron utilizados para controlar el pensamiento de las masas y aprovechar el bien de un estado y utilizarlo como propaganda del gobierno.</p> <p>Además, si recordamos, se hacían cadenas nacionales donde las únicas versiones eran de parte de los medios públicos a pesar de que durante el gobierno de Moreno se trató de desarticular aquella situación.</p> <p>En el mundo realmente medios públicos que tienen un buen desempeño y comportamiento en</p>

			beneficio de la sociedad en Holanda, España que responden ese principio es decir sectores organizados que tengan un espacio con propuestas alternativas de cambio y desarrollo de la sociedad y no beneficiarse de esos espacios exclusivamente para esos grupos.
Contenidos y Libertad periodística	3. ¿Qué deben hacer los medios públicos para mejorar sus contenidos y desmarcarse de las líneas gubernamentales?	<p>Los medios de comunicación públicos permitieron ver a la comunicación de manera distinta, pero hay muchas cosas que se pueden corregir y fortalecer, para eso no solamente es necesario el trabajo del periodista, sino que esa acción debe ser impulsada por parte del estado que son quienes tienen el control de los medios a diferencia de los medios privados que tienen otra lógica.</p> <p>Cabe destacar que estos medios dependen de una asignación económica y están muy ligada a la administración política de turno y no tienen su independencia, pero es importante para la sociedad que sea ese contrapeso a la información que se genera desde los medios privados.</p> <p>Una de las muchas formas de garantizar la independencia de los medios públicos es tener una normativa propia legal que permita asegurar el trabajo y exista ese compromiso real con la ciudadanía y puedan autogestionarse recursos que</p>	<p>Los medios públicos de comunicación deben responder a la sociedad con información seria, equilibrada en función de esas necesidades de información, entretenimiento y educación plantear una comunicación adecuada.</p> <p>Es importante realizar una serie de estudios y análisis previa a la construcción de una empresa de comunicación de esa manera surja una filosofía que va engranada con la misión, visión de acuerdo con lo que quiere la colectividad y que puede proponer como entidad ahí se va construyendo la parrilla de programación que tiene que adecuarse y llegar a la mayor</p>

		<p>no les genere compromiso con el gobierno de turno.</p> <p>Existen una serie de acciones y medidas que se deben adoptar en los medios públicos que son necesarios en nuestra sociedad de esa manera busque una mayor independencia del poder político y se constituyan finalmente una alternativa válida de comunicación.</p>	<p>cantidad de seguidores entorno a satisfacer esas necesidades de informar, entretener y educar.</p> <p>Nunca va a existir un cambio si los municipios, consejos provinciales, la asamblea y otras organizaciones tenga los medios a su poder y bajo su mando, es importante que la sociedad no permita que se incumpla los principios y valores con lo que fueron creados los medios públicos hacer un pronunciamiento.</p>
<p>Importancia de los Medios Públicos en el país.</p>	<p>4. Según su punto de vista ¿Cree que es necesario que en el país existan medios públicos?</p>	<p>Es importante que en el país existan medios de comunicación públicos fortalecidos y responsables con la sociedad que respondan el interés ciudadano (informar, entretener y educar), como el compromiso por parte de las autoridades. Considero que debe existir alguna normativa legal o ley de comunicación tanto para los medios y periodistas, porque la comunicación requiere de profesionales capacitados, responsables, tomando en cuenta que la ciudadanía toma decisiones o posición frente a un determinado tema.</p>	<p>Si, en cualquier país del mundo se torna necesario, porque va a ser el contra peso a los medios de comunicación privados, pero acogándose esos elementos de; informar, entretener y educar.</p>
	<p>5. Durante la pandemia los hábitos de consumo</p>	<p>El señor Guillermo Lasso actual presidente del Ecuador no tiene interés para dar fuerza a los</p>	<p>No existen políticas públicas de comunicación que entiendan la</p>

<p>Futuro de los Medios Públicos en el Ecuador</p>	<p>en los medios de comunicación cambiaron debido a las nuevas tendencias</p> <p>¿Cómo ve el futuro de los medios públicos ante este nuevo escenario?</p>	<p>medios de comunicación públicos, situación preocupante porque ya no existe producción en la radio, televisión y medio impreso.</p> <p>Si recordamos antes en los medios públicos existían espacios para la producción nacional, para los jóvenes, para las minorías sociales, para los productores así también para los pueblos y nacionalidades, todo eso se ha cortado.</p> <p>Independientemente de todo lo mencionado ya no tienen la misma fuerza que en algún momento tuvieron, contaban con un equipo grande solamente en el área de noticias alrededor de 100 personas sin contar con los corresponsales a nivel nacional, un equipo fuerte que informaba y estaba en el lugar de los hechos ahora existe un equipo mínimo que muchas veces una sola persona tiene que movilizarse para hacer varias cosas lo cual complica el trabajo.</p> <p>No hay respaldo y apoyo de parte del gobierno (Guillermo Lasso) hacia los medios públicos, pero a futuro quien sabe venga otro gobierno y le dé finalmente la importancia de contar con estos medios públicos con una nueva propuesta informativa de producción visual frente a lo que generan los medios privados que tienen una lógica comercial.</p>	<p>necesidad que tiene la sociedad de contar con los medios públicos, para poder pronunciarse, manifestar lo que sienten desde los diferentes sectores.</p> <p>Actualmente estamos viendo que los medios de comunicación públicos se están desapareciendo, más allá de existir leyes de comunicación que no se aplican, porque son persecutorias e inaplicables se deben crear políticas públicas.</p> <p>Nunca va a funcionar adecuadamente este espacio de comunicación de servicio público que son generados desde el gobierno</p>
---	--	---	---

Tabla N° 20: Cuadro comparativo de las entrevistados

4.3.1 Interpretación de las entrevistas

Para entender el cuadro o matriz comparativo, de acuerdo con, lo mencionado por parte de los entrevistados, se prosiguió a realizar la interpretación correspondiente en base a los criterios anteriormente analizados.

Retos de los medios públicos frente a los medios digitales: Los medios públicos de comunicación tuvieron retos significativos durante la emergencia sanitaria tales como, producir y distribuir contenido de alta calidad en medio de una epidemia, competir con la desinformación de los medios digitales, adaptarse a los cambios en los hábitos de consumo de medios y adaptarse rápidamente a las nuevas plataformas de distribución de contenido digitales.

Por otro lado, la falta inversión en los medios ha generado un estancamiento y no ha permitido su evolución, sin embargo, los medios digitales aprovecharon esta problemática para crecer y posesionarse como medios confiables y eficientes al momento de brindar la información.

Cumplimiento del código deontológico y ético: Durante el gobierno Rafael Correa y Lenin Moreno se han hecho ciertos pedidos puntuales para dar fuerza a temas de interés social, sin embargo el cumplimiento deontológico y ético es crucial en los medios para garantizar la calidad de los contenidos y la credibilidad de los mismos, por ello, el entrevistado asegura que los contenidos producidos desde los medios públicos fueron fundamentados, verificados y contrastados con varias fuentes antes de su publicación.

Mientras que Carlos Larrea, considera que en los medios públicos nunca ha existido un trabajo ético, porque han sido utilizados como propaganda del gobierno de turno que buscaban imponer una ideología en las masas, además no existe una propuesta de comunicación diferente para un verdadero desarrollo social.

Contenidos y Libertad periodística: Los medios públicos al tener una relación directa de financiamiento del estado, estas no tienen una independencia al momento de; crear, producir y publicar los contenidos, sin embargo, se pueden crear ciertas alternativas como la autogestión de recursos que permita la operación autónoma de los medios evadiendo el compromiso con el gobierno de turno. De esta manera podrán ser considerados como una alternativa válida de comunicación pública con contenidos equilibrados en función de esas necesidades, de; información, entretenimiento y educación.

Larrea, enfatizo en lo indispensable que el cambio desde las entidades que tienen bajo su mando a los medios públicos para que se cumplan con los valores y principios que fueron creados.

Importancia de los Medios Públicos en el país: en este criterio coinciden los entrevistados Fabricio y Larrea, ambos afirman que, si es importante, porque es el contrapeso de los medios

privados'', por ende, es necesario que los medios públicos estén fortalecidos para garantizar el acceso a la información, promover la diversidad cultural y lingüística y ser un canal para la participación ciudadana responsable.

Futuro de los Medios Públicos en el Ecuador: Es incierto el futuro de estos medios en el país, porque no cuentan con el respaldo del gobierno actual (Guillermo Lasso) situación que pone en desventaja a los medios además ya no tienen la misma fuerza e impacto que antes, cuenta con un equipo mínimo de periodistas en diferentes espacios o programas situación que no permite que se haga un trabajo eficiente.

4.4 DISCUSIÓN

En este epígrafe se discuten los resultados obtenidos en las encuestas aplicadas en ciudad de Riobamba a 397 personas, para conocer los hábitos de consumo de los medios públicos (Ecuador TV, Diario el Telégrafo, Televisión Legislativa y Radio Publica FM) durante la pandemia año 2020; y, las entrevistas realizadas al Lcdo. Fabricio Cevallos (ex jefe de noticias de Ecuador TV) y un experto en comunicación MSc. Carlos Larrea Naranjo (Docente Investigador de la Carrera de Comunicación UNACH).

Después del análisis se ha evidenciado mediante la encuesta aplicada en la ciudad de Riobamba a 397 personas, el 76% de la población en la ciudad conoce cuales son los medios públicos, pero, consideran que el trabajo realizado por parte de estos medios fue regular en un 37% y buena en un 36% , esto quiere decir que existió poca credibilidad en los contenidos producidos por los medios públicos dando a entender que las audiencias buscaron otras alternativas de consumo en otros medios tradicionales o digitales para contrastar la información.

La televisión (Ecuador TV) a diferencia de otros medios públicos (Televisión Legislativa, Diario el Telégrafo y Radio Pública FM) durante este periodo aumento su consumo, sin embargo, el 47% de su audiencia accedió a su contenido a través de las redes sociales de los medios, la red más usada fue Facebook, dentro de este contexto (Montaña, Ollé, & Lavilla, 2020) indica que antes y durante la crisis los consumidores tuvieron nuevos patrones de comportamiento, de acuerdo, a este cambio los medios tradicionales buscaron estrategias para adaptarse a la realidad y mantenerse.

Es importante señalar que, los porcentajes más bajos tienen la; Radio Publica FM (88.1) a pesar de llegar a lugares recónditos donde la internet no llega el 16 % de los encuestados nunca escucharon la radio, en este aspecto considero que al ser un medio estatal genero desconfianza en la audiencia Riobambeña y opto por escuchar otras emisoras asimismo con Diario el Telégrafo en su (versión online) el 60% no leyó.

En el caso de la frecuencia con la que accedieron a los medios públicos: 1 VEZ AL DÍA: Ecuador Tv 40%, Radio Pública FM (88.1) 37%, Diario el Telégrafo (versión digital) 10%, y Televisión Legislativa. Sin embargo, la opción NUNCA tiene un porcentaje representativo en

todos los medios en estudio, con respecto a la calidad de contenidos en los medios; excelente 15%, buena 36%, regular 37% y mala 12%, estos resultados indican que los medios han comenzado a perder audiencia en los últimos años esto se debe a la falta de credibilidad y de producción de contenidos de calidad.

El principal motivo para hacer uso de los medios públicos en un 72% para informarse en relación con entretenerse y educarse hay un porcentaje bajo dando a entender que optaron por otros medios tradicionales o digitales. Mientras que los contenidos de mayor interés fueron: noticias 39%, salud 24% y entretenimiento 17% y en menores porcentajes, la política, economía, opinión y cultura.

Los medios públicos a pesar de que de poco se están desapareciendo tienen un papel importante en la sociedad aún más en una época de desinformación y fake news que se dan a través de las redes sociales, pero no existen políticas públicas que entiendan la importancia de contar con estos medios

Los datos mencionados anteriormente evidencian que a pesar de la desconfianza en los medios tradicionales en los Riobambeños utilizaron a los medios públicos para contrastar y verificar la veracidad de la información difundida en los medios digitales era verídica debido a la infoxicación de datos y noticias, además al ser los canales oficiales de parte del gobierno para dar a conocer la situación del país, las medidas que se iban tomando entorno al desarrollo de la epidemia.

Carlos Larrea: considera que es importante la inversión económica por parte del estado para mantener los programas existentes y crear nuevos espacios donde se diversifique sus contenidos en diferentes formatos (físicos, digitales e híbridos).

Además, los profesionales enfatizan que a pesar de no contar con el apoyo del gobierno para lograr su transformación y evolución la presencia de los medios públicos en el país es importante, porque permite ver a la comunicación de otra manera considerado que es el contrapeso de los medios privados, a pesar de que de poco se están desapareciendo y se vieron en la obligación de migrar a las redes sociales adaptándose a los nuevos formatos de difusión de contenidos.

Lcdo. Fabricio Cevallos y MSc. Carlos Larrea ambos destacaron el compromiso que tienen los medios públicos con la comunidad y lo importante que fue potenciar las diferentes redes sociales y páginas web de los medios durante y después la pandemia para tener más alcance, en este sentido (Antunish, 2021) expresa: “el encierro provocó que aumente el consumo de productos multimedia distribuidos en las redes sociales la mayoría, para soportar y sobrellevar la situación que se vivía” (p.1), por lo que, es necesario que los medios cuenten con un equipo fuerte de periodistas con formación y constantemente capacitación con las nuevas tendencias.

CAPITULO V

5. CONCLUSIONES y RECOMENDACIONES

1.1 Conclusiones

- ✓ Al analizar los hábitos de consumo en los medios públicos (Ecuador TV, Radio Pública FM, Diario el Telégrafo y Televisión Legislativa) durante la pandemia se pudo identificar el protagonismo y aumento de consumo que tuvieron las redes sociales, el medio de comunicación más utilizado en un 63% fueron las redes sociales a diferencia de los medios tradicionales que tienen un porcentaje bajo de consumo solo el 22% vio la televisión, 6% la radio y prensa impresa el 3%.
- ✓ Se pudo identificar la pérdida de audiencia de los medios de comunicación público en los últimos años esto se debe a la falta de credibilidad y de producción de contenidos de calidad; este aspecto fue corroborado por el MSc. Carlos Larrea, quien indicó, la falta de profesionalismo, formación e inversión en los medios públicos para sostenerse y seguir evolucionando han dejado en desventaja a la comunicación pública es evidente que la mayoría de las audiencias de distintos grupos y edades ya no se sientan frente a un televisor, escuchan la radio o leen un medio impreso como solían hacerlo actualmente la gran mayoría lo hace a través de su celular.
- ✓ La internet ha permitido que la comunicación evolucione, por ende, los medios públicos han tenido que adaptarse, porque hoy en día las plataformas de distribución de contenidos de los medios digitales se caracterizan por su rapidez entorno a la velocidad de información y mensajes en diferentes formatos, para la cual se elaboró un artículo científico con toda la información obtenida en la investigación y se envió para su revisión y posterior posible publicación a una revista científica.

5.2 Recomendaciones

- ✓ Se debe fortalecer las diferentes plataformas digitales de los medios públicos, implementar nuevas estrategias comunicacionales, mejorar la calidad y producción de sus contenidos diversificando los formatos (audio, video, imágenes, texto) y adaptarse a las nuevas preferencias de consumo e interacción, con el objetivo de aumentar su alcance.
- ✓ Se recomienda evaluar continuamente los contenidos difundidos por parte de los medios públicos, información que permitirá conocer la aceptación y credibilidad de la audiencia, en base a los datos mejorar el horario de publicación y abordar temáticas de acuerdo a las nuevas preferencias de consumo.

- ✓ Por último, difundir la publicación del artículo científico, en base a la presente investigación, además es un tema de actualidad que está en tendencia y es necesario abordarlo desde diferentes puntos de vista.

CAPITULO VI

6. PROPUESTA

Tema: La siguiente propuesta fue elaborada como parte del presente Proyecto de Investigación, para lo cual, basándonos en los resultados de la investigación efectuada, se redactó un artículo científico titulado: “Hábitos de consumo de los medios públicos de televisión, radio y prensa, en la ciudad de Riobamba, en el año 2020”, bajo los parámetros establecidos en la Revista a publicar.

Objetivo: Analizar los hábitos de consumo de los medios públicos en la ciudad de Riobamba el, en el contexto de la pandemia.

Capturas Artículo

Por consiguiente, se muestra las capturas del envío del archivo

Tema: “Hábitos de consumo de los medios públicos de televisión, radio y prensa, en la ciudad de Riobamba, año 2020”

Autores:

Apugllón Jacome Margarita Verónica
<https://orcid.org/0009-0007-3975-7448>
margarita.apugllon@unach.edu.ec

Filiación: Universidad Nacional de Chimborazo. Facultad de Ciencias Políticas y Administrativas. Carrera de Comunicación.

Alejandra María Carpio Herrera
<https://orcid.org/0000-0002-7254-7430>
alejandra.carpio@unach.edu.ec

Filiación: Universidad Nacional de Chimborazo. Facultad de Ciencias Políticas y Administrativas. Carrera de Comunicación.

Hernán Patricio Pillajo Bojía
<https://orcid.org/0000-0002-9607-5247>
hernan.pillajo@unach.edu.ec

Filiación: Universidad Nacional de Chimborazo. Facultad de Ciencias Políticas y Administrativas. Carrera de Comunicación.

José Paúl Parra Mayorga
<https://orcid.org/0000-0002-9279-0059>
pparra@unach.edu.ec

Filiación: Universidad Nacional de Chimborazo. Facultad de Ciencias Políticas y Administrativas. Carrera de Comunicación.

Resumen

En el presente artículo se presentan los resultados del estudio realizado acerca de los hábitos de consumo de los medios públicos en la ciudad de Riobamba durante la pandemia por Covid 19. Se trabajó a partir de los siguientes medios: Ecuador TV, Televisión Legislativa (canal 42), Diario El Telégrafo y Radio Pública FM. El objetivo de la investigación fue determinar las preferencias de consumo, frecuencia de acceso, tipo de contenido consumido, calidad de la información y credibilidad en los medios públicos. Para este estudio se utilizó una muestra representativa del total de la población de la ciudad de Riobamba, determinada mediante una fórmula matemática. De esta manera, se pretende, a partir de los resultados obtenidos plantear nuevas formas de crear, producir y publicar contenidos entorno a los objetivos que tienen los medios de comunicación del ámbito público (informar, entretener y educar), en nuestro país.

Palabras clave: Medios públicos. Consumo. Hábitos. Pandemia.

Abstract

This article presents the results of the study carried out on the consumption habits of public media in the city of Riobamba during the Covid 19 pandemic. We worked from the following media: Ecuador TV, Legislative Television (channel 42), El Telegraphy Newspaper and Radio Pública FM. The objective of the research was to determine consumption preferences, frequency of access, type of content consumed, quality of information and credibility in public media. For this study, a representative sample of the total population of the city of Riobamba was used, determined using a mathematical formula. In this way, it is intended, based on the results obtained, to propose new ways of creating, producing, and publishing content around the objectives of the public media (inform, entertain, and educate), in our country.

Key words: Public media. Consumption. Habits. Pandemic

1. Introducción

El año 2020, estuvo marcado por la pandemia por Covid 19 que rápidamente se extendió a todo el mundo, causando zozobra e incertidumbre ante un tema, hasta entonces desconocido y que comenzaba a cobrar miles de vidas. El trabajo de los medios de comunicación entonces fue vital, transmitiendo noticias e información oficial relacionada con la emergencia sanitaria, de alguna manera buscaban contribuir en la difusión de normas y medidas sociales de salubridad para prevenir los contagios.

a las preferencias de consumo, frecuencia de acceso, tipo de contenido consumido, calidad de la información y credibilidad en los medios públicos.

Las personas que respondieron las encuestas en este estudio mantienen una edad de entre 18 a 25 años en un 64%. El género que tuvo mayor presencia en la presente investigación es el masculino con un 50% mientras que el género femenino mantiene un 49%. Además, el medio de comunicación más utilizado durante la pandemia fueron las redes sociales en un 63% seguido de la televisión en un 22%, los resultados indican el bajo consumo de los medios tradicionales y el incremento en el uso de las plataformas digitales.

Y en lo que respecta a si conocen o no ;cuáles son los medios de comunicación públicos que existen en el Ecuador?, la mayoría de las personas encuestadas de la ciudad de Riobamba indicaron que, Si conocen en un 76%, y NO conocen en un 24%.

Por otra parte, la metodología cualitativa nos permitió analizar datos no numéricos para ello se efectuaron dos entrevistas semiestructuradas, por una parte, a un experto en comunicación (MSc. Carlos Larrea), y al ex jefe de noticias de Ecuador Tv (Lcdo. Fabricio Cevallos) mismos que fueron analizadas de acuerdo con los siguientes criterios.

- Retos de los medios públicos frente a los medios digitales.
- Cumplimiento del código deontológico y ético.
- Contenidos y libertad periodística.
- Importancia de los medios públicos en el país.
- Futuro de los medios públicos en el Ecuador.

Aportes importantes donde los profesionales enfatizaron que durante y después de la pandemia existió un incremento en el consumo de medios tradicionales, pero a través de redes sociales en todos los niveles y edades se han producido cambios significativos, información que también reflejada en las encuestas aplicadas a las personas de manera aleatoria.

Así también es incierto el futuro de estos medios en el país, porque no cuentan con el apoyo del gobierno actual (Guillermo Lasso) situación que pone en desventaja a los medios además ya no tienen la misma fuerza e impacto que antes, cuenta con un equipo mínimo de periodistas en diferentes espacios o programas, situación que no permite que se realice un trabajo eficiente.

Los resultados obtenidos en el presente estudio se detallan en el siguiente apartado.

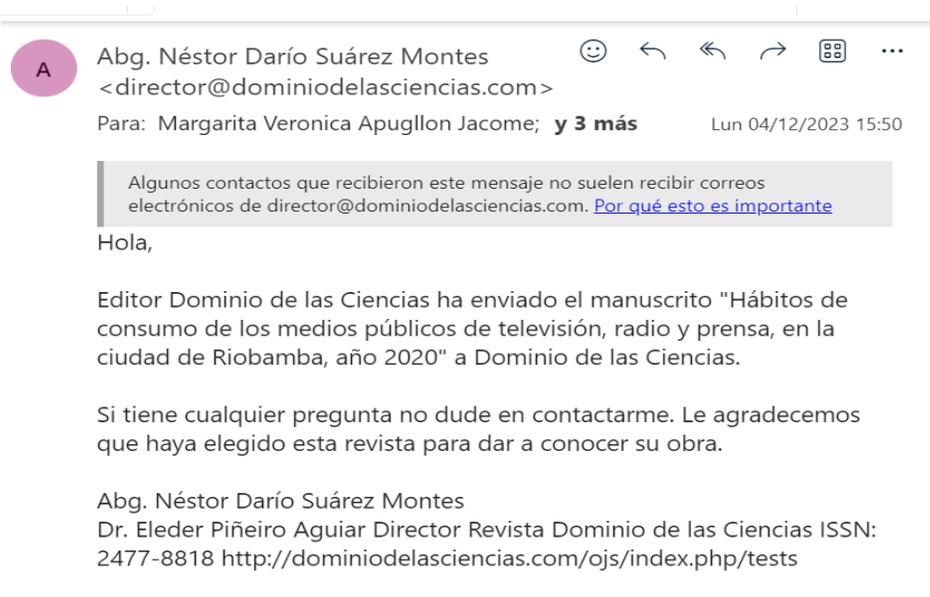
3. Resultados y discusión

En este apartado se presentan los resultados obtenidos en la investigación realizada de acuerdo con los hábitos de consumo de los medios públicos en la ciudad de Riobamba durante la pandemia (año 2020) por Covid 19.

3.1 Medios de comunicación públicos más utilizado durante la pandemia (Año 2020)

En el periodo de análisis durante la epidemia, existió un incremento en el consumo de la televisión de acuerdo con los resultados el 43% de los riobambinos utilizaron Ecuador Tv para informarse sobre la situación entorno a la emergencia sanitaria, seguido de Diario el Telégrafo en su versión online en un 22%, y el porcentaje restante corresponde a la Radio Pública (FM 88.1), y la Televisión Legislativa.





Link del artículo publicado

<https://dominiodelasciencias.com/ojs/index.php/es/article/view/3688/7967>

BIBLIOGRAFÍA

- Alcazar, J. (20 de enero de 2020). *MENTINNO*. Recuperado el 08 de 06 de 2022, de ESTADO DIGITAL ECUADOR 2020 – ESTADÍSTICAS DIGITALES ACTUALIZADAS: <https://blog.formaciongerencial.com/estadodigitalecuador2020/>
- Andrade, A. (15 de Abril de 2015). *Biblioteca UCAB*. Recuperado el 2 de junio de 2022, de Biblioteca UCAB: <http://biblioteca2.ucab.edu.ve/anexos/biblioteca/marc/texto/AAT0338.pdf>
- Antunish, A. (2021). Periodismo digital y emprendimiento en pandemia: mapeo del surgimiento de medios en Ecuador. *USFQ*, 5(5), 1. doi:<https://doi.org/10.18272/pd.v5i1.2327>
- Asamblea Constituyente. (febrero de 2008). *Telecomunicaciones*. Obtenido de Asamblea Constituyente, constitucion de a republica del Ecuador: <https://www.telecomunicaciones.gob.ec/wp-content/uploads/2020/01/Ley-Organica-de-Comunicación.pdf>
- Aulestia, S. (Julio de 2014). *Flacso ANDES*. Recuperado el 15 de junio de 2022, de MEMORIA, HISTORIA Y PATRIMONIO: ANÁLISIS DE LAS TRANSFORMACIONES MATERIALES Y DE CONTENIDO DE DIARIO EL TELÉGRAFO: <https://repositorio.flacsoandes.edu.ec/bitstream/10469/7482/2/TFLACSO-2014SDAV.pdf>
- Becerra. (2 de septiembre de 2013). *Banco Mundial*. Recuperado el 29 de mayo de 2022, de Banco Mundial: <https://www.bancomundial.org/es/news/feature/2013/09/02/medios-publicos-evolucion-america-latina>
- Begoña, S. M., Rodríguez, M., & Gallego, M. (2010). El papel de los medios de comunicación actuales en la sociedad contemporánea española. *Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/860/86020052017.pdf>
- Bilbao, M., & Pillajo, H. (septiembre de 2014). *Repositorio Institucional UPS*. Obtenido de ANEJO MEDIÁTICO DE ECTV Y TELEAMAZONAS, DURANTE EL TIEMPO DE LICENCIA, EN LA CAMPAÑA ELECTORAL DE RAFAEL CORREA, PARA EL PERÍODO PRESIDENCIAL 2013: <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/7169/1/UPS-QT05981.pdf>
- Buitrón, R. D. (Septiembre de 13 de 2021). *Plan V, Hacemos Periodismo*. Recuperado el 10 de noviembre de 2023, de ¿Y la educación por los medios públicos?: <https://www.planv.com.ec/ideas/ideas/y-la-educacion-medios-publicos>
- Casas, R. (2003). La encuesta como técnica de investigación. Elaboración de cuestionarios y tratamiento estadístico de los datos. *Aten Primaria*, 31, 1. doi:[https://doi.org/10.1016/S0212-6567\(03\)70728-8](https://doi.org/10.1016/S0212-6567(03)70728-8)
- Castán, Y. (2016). *Introducción al método científico y sus etapas*. Obtenido de Instituto Argones de Ciencias de la Salud:

- <https://claustrouniversitariodeorientee.edu.mx/pedagogia-linea/introduccionalmetodocientificosusetapas.pdf>
- Ecuador, C. d. (2008).
- El Universo. (25 de julio de 2020). *El UNIVERSO*. Recuperado el 15 de junio de 2022, de Medios públicos reducirán 80 % de su personal y El Telégrafo será solo digital: <https://www.eluniverso.com/noticias/2020/07/24/nota/7918068/liquidacion-empresas-publicas-medios-publicos-telegrafo-ecuador-tv/>
- France24. (7 de Agosto de 2020). *France24*. Obtenido de La pandemia acelera el final de la prensa en papel, pero dispara la digital: <https://www.france24.com/es/20200807-la-pandemia-acelera-el-final-de-la-prensa-en-papel-pero-dispara-la-digital>
- François, A. (2007). La comunicación pública: una prioridad contemporánea de investigación. *Scielo*, 2.
- FUNDACIÓN KONRAD ADENAUER. (marzo de 2005). *KAS*. Obtenido de KAS: https://www.kas.de/c/document_library/get_file?uuid=10349373-156a-f039-f836-662aec7974dd&groupId=252038
- FUNDAMEDIOS. (Abril de 2020). *FUNDAMEDIOS*. Obtenido de Medios impresos ecuatorianos colapsan económica y operativamente durante la pandemia: <https://www.fundamedios.org.ec/alertas/periodicos-ecuatorianos-imprimirse-pandemia-lahora/>
- García , J. C. (1980). *La radio por dentro y por fuera*. Quito: CIESPAL. Obtenido de Sintonizado con el medio, la radio como medio de comunicación: <https://biblio.flacsoandes.edu.ec/libros/digital/53840.pdf>
- Guadarrama, L. (1998). Géneros Televisivos en México. Un paseo por la Geografía de Cuatro Décadas. *Convergencia*, 6(6). Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/105/10501909.pdf>
- Horacio.L. (2006). COMUNICACIÓN PÚBLICA, COMUNICACIÓN POLÍTICA Y DEMOCRACIA: UN CRUCE DE CAMINOS. *Anagramas Rumbos y Sentidos de la Comunicación*, 10.
- Laura Díaz-Bravo, U. T.-G.-H. (2019). La entrevista, recurso flexible y dinámico. *Scielo Analytics*, 2(7). Obtenido de <https://www.scielo.org.mx/pdf/iem/v2n7/v2n7a9.pdf>
- Laura, U. (2013). La entrevista, recurso flexible y dinámico. *Investigacion en educacion medica*, 2(7), 2.
- Ley organica de comunicación. (2013). *Lexis Finder*. Obtenido de Registro Oficial Suplemento 22 de 25-jun.-2013: <https://www.telecomunicaciones.gob.ec/wp-content/uploads/2020/01/Ley-Organica-de-Comunicación.pdf>
- Luis, M. (2012). *El renacimiento de la television publica en america latina*. Madrid: GRUPO ANAYA, S. A.
- Macaroff, A. (Marzo de 2010). *Flacso Andes*. Recuperado el 29 de mayo de 2022, de Los aportes de la economía política de la comunicación en el análisis de la concentración de medios y el rol de los mismos en el contexto actual: https://flacsoandes.edu.ec/web/imagesFTP/1269834506.trabajo_Follariv1.pdf

- Molina. (noviembre de 2020). *Repositorio Institucional de la Univesidad de Guayaquil*. Recuperado el 13 de junio de 2022, de Repositorio Institucional de la Univesidad de Guayaquil:
<http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/52216/1/Televisi%C3%B3n%20p%C3%BAblica%20en%20Ecuador.pdf>
- Moncada, N. (2013). *Repositorio Digital*. Recuperado el 14 de junio de 2022, de Repositorio Digital: <http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/2661/1/T-UCE-0009-189.pdf>
- Montaña, M., Ollé, C., & Lavilla, M. (2020). Impacto de la pandemia de Covid-19 en el consumo de medios en España. *Revista Latina de Comunicación Social*, 3. doi:<https://doi.org/10.4185/RLCS-2020-1472>
- Montaña, M., Ollé, C., & Lavilla, M. (2020). Impacto de la pandemia de Covid-19 en el consumo de medios en España. *Revista Latina de Comunicación Social*, 2. doi:<https://www.doi.org/10.4185/RLCS-2020-1472>
- Navarro, F., & Villanueva, E. (2010). *Medios de servicio público y transparencia análisis y medición de su desempeño* (2 ed.). Quito: Quipus, CIESPAL. Obtenido de file:///C:/Users/abcjj/Downloads/LEXTN-Navarro-126521-PUBCOM.pdf
- Navarro, H. (2020). Comunicación, Sociedad y Salud. *Revista Latinoamericana de comunicación Chasqui en contexto de pandemia*(145), 1. Obtenido de <https://repositorio.flacsoandes.edu.ec/bitstream/10469/18379/1/REXTN-Ch145-05-Navarro.pdf>
- Oswaldo, E., & Rios, H. (2016). HÁBITOS Y PREFERENCIAS DE CONSUMO. CONSUMO. *SciELO*. doi:<http://dx.doi.org/10.15665/rde.v14i2.630>
- Punin, I., Martínez, A., & Reconret, N. (2013). Medios digitales en Ecuador: perspectivas de futuro. *Investigaciones*. doi:<http://dx.doi.org/10.3916/C42-2014-20>
- Punin, M., & Sanchez, G. (2021). Del dicho al hecho. Democratización mediática y medios públicos en Ecuador. *Comunicacion y Medios*(44). Obtenido de file:///C:/Users/abcjj/Downloads/Dialnet-DelDichoAlHechoDemocratizacionMediaticaYMediosPubl-8257883.pdf
- Radio Pichincha 95.3 FM*. (17 de julio de 2020). Recuperado el 13 de junio de 2022, de Radio Pichincha 95.3 FM: <https://www.pichinchacomunicaciones.com.ec/ecuador-tv-cierraus-operaciones-despues-de-13-anos-al-aire/>
- Rincón, O., & Avella, E. (26 de julio de 2018). *Nueva Sociedad*. Recuperado el 1 de junio de 2022, de El poder mediatico sobre el poder : <https://nuso.org/articulo/el-poder-mediatico-sobre-el-poder/>
- Rivera, J. (2015). Medios digitales en Ecuador, cuántos son y qué hacen. *Chasqui*. Obtenido de <https://repositorio.flacsoandes.edu.ec/bitstream/10469/13303/1/REXTN-Ch122-15-Rivera.pdf>
- Rodero, E., & Blanco, M. (2020). EL PAPEL DE LA RADIO EN SITUACIONES DE CRISIS. *Inde.Comunicación*(10). Obtenido de file:///C:/Users/abcjj/Downloads/Dialnet-ElPapelDeLaRadioEnSituacionesDeCrisisIniciativasEn-7642700.pdf

- Rodriguez, P., & Ruiz, A. (2005). La televisión: ¿caja tonta o caja mágica? *Comunicar*.
Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/158/15825183.pdf>
- Sanchez, A. (2019). *Repositorio UNJFS*. Recuperado el 01 de Junio de 2022, de MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y SU IMPACTO EN LA SOCIEDAD, HUACHO: <http://repositorio.unjfsc.edu.pe/bitstream/handle/20.500.14067/4588/ALBERT%20JAIRO%20SANCHEZ%20COLAN%201.pdf?sequence=1>
- Secretaria Nacional de Comunicación. (Agosto de 2013). *Secretaria Nacional de Comunicacion*. Recuperado el 13 de junio de 2022, de Implementación de El Ciudadano TV 48 y 49, canal de televisión de la Función Ejecutiva: <https://www.comunicacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2015/06/k-Anexo-Proyecto-Canal-El-Ciudadano.pdf>
- Vasconez, P. (febrero de 2018). *Flacso Andes*. Recuperado el 9 de junio de 2022, de Los medios públicos en Ecuador como espacio de participación ciudadana y reapropiación de lo: <https://repositorio.flacsoandes.edu.ec/bitstream/10469/13590/14/TFLACSO-2018PGVV.pdf>
- Vera, P. S. (2001). CONSTRUCCIÓN SOCIAL DE LOS HÁBITOS DE CONSUMO EN LAS PERSONAS MAYORES. *Revista de Comunicación Vivat Academia*. Obtenido de [file:///C:/Users/abcjj/Downloads/Dialnet-ConstruccionSocialDeLosHabitosDeConsumoEnLasPerson-8887471%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/abcjj/Downloads/Dialnet-ConstruccionSocialDeLosHabitosDeConsumoEnLasPerson-8887471%20(1).pdf)
- Vivas. (2021). Estadísticas y Análisis del Covid-19 en Ecuador Utilizando Microsoft Power BI. *Revista INGENIO*, 4(1), 2. doi:<https://doi.org/10.29166/ingenio.v4i1.3068>
- Yaguana. (s.f.). *ACADEMIA*. Recuperado el 14 de junio de 2022, de *ACADEMIA*.

ANEXOS

Anexo 1

ENCUESTA

Encuesta sobre los hábitos de consumo de los medios de comunicación públicos en la ciudad de Riobamba durante la pandemia, año 2020.

1. Género

Masculino

Femenino

Otro

2. Edad

18– 25 años

26– 35 años

36– 50 años

50 en adelante

3. ¿Cuál de estos medios de comunicación es el que más utilizó para informarse durante la pandemia?

Televisión

Radio

Prensa escrita impresa

Prensa escrita online

Redes sociales

4. ¿Conoce cuáles son los medios de comunicación públicos que existen en Ecuador?

Si

No

5. De estos medios de comunicación públicos, ¿cuál es el que utilizó más durante la pandemia (año 2020)?

Ecuador TV

Radio Pública FM (88.1)

Diario El Telégrafo (versión online)

Televisión Legislativa (canal 42)

6. De qué forma accedió usted a la información de los medios públicos ((Ecuador TV, TV Legislativa, Radio Pública FM y Diario El Telégrafo) durante la pandemia (año 2020)?

Televisión tradicional
Radio tradicional
Radio online
Periódico impreso
Periódico online
Redes sociales de los medios
Página web de los medios
Otro

7. Cuáles son las redes sociales de los medios públicos ((Ecuador TV, TV Legislativa, Radio Pública FM y Diario El Telégrafo) qué más utilizó durante la pandemia (año 2020).

Facebook
Instagram
TikTok
Twitter
Youtube
Otro (explique)

8. Cuál fue el principal objetivo al hacer uso de los medios públicos (Ecuador TV, TV Legislativa, Radio Pública FM y Diario El Telégrafo) durante la pandemia (año 2020):

Informarse
Entretenerse
Educar
Otro

9. Durante la pandemia (año 2020) cuál fue el contenido que más utilizó en los medios públicos (Ecuador TV, TV Legislativa, Radio Pública FM y Diario El Telégrafo)?

Noticias
Salud
Política
Economía
Opinión
Cultura
Entretenimiento
Otro (especifique)

10. ¿Con que frecuencia miró Ecuador TV durante la pandemia (año 2020)?

1 vez al día
De 2 a 5 veces al día
Más de 5 veces al día
Nunca

11. ¿Con que frecuencia miró la TV Legislativa durante la pandemia (año 2020)?

1 vez al día

De 2 a 5 veces al día

Más de 5 veces al día

Nunca

12. ¿Con que frecuencia escuchó Radio Pública FM durante la pandemia (año 2020)?

1 vez al día

Varias veces al día

Nunca

13. ¿Con que frecuencia leyó Diario El Telégrafo durante la pandemia (año 2020)?

Diariamente

Una vez a la semana

Varias veces por semana

Nunca

14. ¿Con que frecuencia utilizó las redes sociales de los medios públicos (Ecuador TV, TV Legislativa, Radio Pública FM y Diario El Telégrafo) durante la pandemia (año 2020)?

1 vez al día

De 2 a 5 veces al día

Más de 5 veces al día

Nunca

15. La calidad de los contenidos de los medios públicos (Ecuador TV, TV Legislativa, Radio Pública FM y Diario El Telégrafo) durante la pandemia (año 2020) le resultó:

Excelente

Buena

Regular

Mala

Anexo 2

GUÍA DE PREGUNTAS SEMIESTRUCTURADAS

Preguntas para el entrevistado #1

1. Durante la cuarentena aumentó el consumo de noticias relacionado a la COVID19 ¿Cuáles considera usted que fueron los retos de los medios públicos frente a los medios digitales durante este periodo?
2. El trabajo que realizaron los medios públicos para informar durante ese periodo fue importante, usted en el 2020 usted trabajaba como jefe de información en Ecuador TV ¿Cuáles fueron las premisas de Ecuador Tv en cuanto al tratamiento informativo de noticias referentes a la pandemia durante el 2020?
3. En base a los resultados de la encuesta que aplicamos sobre el tema, se comprobó que existió un aumento en el consumo de televisión abierta, lo que no sucedió con la radio y el periódico impreso. A su juicio ¿Por qué cree que hay esa diferencia de consumo entre la radio, el periódico y la televisión?
3. A su criterio ¿Considera que los medios públicos durante la pandemia cumplieron con las bases éticas de un medio público sin responder a los intereses del gobierno de turno?
4. Durante el periodo correspondiente al año 2020, en el marco de la pandemia, considera ¿que se garantizó la independencia de los comunicadores de los medios públicos?
5. ¿Que deben hacer los medios públicos para mejorar sus contenidos y desmarcarse de las líneas gubernamentales?
6. ¿Qué estrategias deben implementar los medios públicos para que sus contenidos permitan aumentar su consumo?
7. ¿Cree que es necesario que en el país existan medios públicos?
8. Durante la pandemia los hábitos de consumo en los medios de comunicación cambiaron debido a las nuevas tendencias ¿Cómo ve el futuro de los medios públicos ante este nuevo escenario?

Preguntas para el entrevistado #2

1. ¿Cuáles considera usted que fueron los retos de los medios públicos frente a los medios digitales durante este periodo?
2. ¿Cree usted que durante la pandemia los medios de comunicación públicos tuvieron un alto grado de credibilidad en la información que generaban?
3. En base a los resultados de la encuesta que aplicamos sobre el tema, se comprobó que existió un aumento en el consumo de televisión abierta, lo que no sucedió con la radio y el periódico impreso. A su juicio ¿Por qué cree que hay esa diferencia de consumo entre la radio, el periódico y la televisión?
3. A su criterio ¿Considera que los medios públicos durante la pandemia cumplieron con las bases éticas de un medio público sin responder a los intereses del gobierno de turno?
4. ¿Que deben hacer los medios públicos para mejorar sus contenidos y desmarcarse de las líneas gubernamentales?
5. Según su punto de vista ¿Cree que es necesario que en el país existan medios públicos?
6. Durante la pandemia los hábitos de consumo en los medios de comunicación cambiaron debido a las nuevas tendencias ¿Cómo ve el futuro de los medios públicos ante este nuevo escenario?

DESARROLLO DE ENTREVISTAS

Entrevistado #1	
NOMBRE DEL ENTREVISTADO Carlos Larrea Naranjo 	FECHA DE ENTREVISTA: 16/10/2022
Profesión: Docente Investigador de la Carrera de Comunicación de la Universidad Nacional de Chimborazo.	HORA: 19H30
MEDIO Vía Zoom	DURACIÓN: 27.30 min
PREGUNTAS	RESPUESTAS
1. En base a los resultados obtenidos en la encuesta aplicada en la ciudad de Riobamba aumento el consumo de noticias en los medios digitales ¿Cuáles considera usted que fueron los retos de los medios públicos frente a los medios digitales durante este periodo?	Realmente la ha internet ha permitido que los medios de comunicación evolucionen en distintos ámbitos, la radio, televisión, medio impreso. La radio se caracteriza por la rapidez en la emisión de sus mensajes, pero hoy las plataformas de distribución de contenidos los medios digitales tienen una peculiaridad entorno a la velocidad en la información como tal ahora ahí hay que reconocer algunos hechos, porque se da esta situación al menos de zozobra e incertidumbre para los medios masivos de comunicación y nadie estuvo preparado para el asunto de la pandemia en el caso de los medios masivos de comunicación venían ya de un proceso de

	<p>desgaste un proceso de no sintonizar que lo que estaba ocurriendo paralelamente con el avance tecnológico considerando que históricamente los medios masivos de comunicación se han desarrollado de la mano de la tecnología al no estar al tanto del tono de esa particularidad obviamente genero un estancamiento y preocupación a los medios de comunicación y a quienes trabajan dentro de los medios.</p> <p>El segundo elemento es que el hecho que los medios masivos de comunicación en las últimas décadas se podría decir que hay una falta de profesionalismo de formación eso ha dejado en desventaja a los medios de comunicación que si teniendo como un talón de Aquiles el asunto de las inversiones que tienen que realizar para sostener a las empresas de comunicación a través de la virtualización y las plataformas digitales montar no como una estructura tecnológica mínima para establecer por ejemplo una radio que es otro factor que hay que considerar entorno a la pregunta.</p>
<p>2. ¿Cree usted que durante la pandemia los medios de comunicación públicos tuvieron un alto grado de credibilidad en la información que generaban?</p>	<p>No al contrario, si nosotros nos ponemos a identificar el inicio de la pandemia que fue lo que paso podemos apreciar que los medios masivos tuvieron efectividad de contar ,porque ellos cuentan con la infraestructura tecnológica es más complicado en movilizar por ejemplo una gestación radial que está establecida en un lugar determinado en donde obviamente por las condiciones sanitarias era imposible acudir a los lugares de trabajo al menos los primeros meses mientras que los medios digitales por la facilidad de poder establecer una conexión directa con la web lo pueden hacer desde cualquier sitio es decir desde la comodidad de su casa.</p> <p>Esas situaciones generaron un exceso de información que a pasar los meses se convirtió en un escenario de intoxicación es decir la gente estuvo intoxicada de tanta información eso también fue aprovechado por algunos sectores de <i>trolls</i> en específico que enviaron información falsa si nosotros vemos este momento estudios serio acerca de lo que ocurrió durante los primero 2 años de pandemia nos encontramos con una gran cantidad de información</p>

	<p>desenfocada información en algunos casos buscaban atemorizar a la comunidad en varios aspectos.</p> <p>En otro caso el tartar de desprestigiar a las empresas farmacéuticas y también una serie de cuestiones que sin tener mayor información hablaban sobre la medicina, este exceso de información de lo datos entorno al covid19 provoco que se fueran desgastando esos medios digitales como tal es así que hoy nos podemos dar cuenta que al cabo de los años esa curva que fue ascendente de los medios digitales hoy nuevamente están decayendo y los medios masivos de comunicación pasan a tomar nuevamente su lugar, porque si nosotros vemos los datos históricos por lo general en el Ecuador una de las instituciones que mayor prestigio tiene son los medios de comunicación han retomado ese caos debido al desgaste que tuvieron aceleradamente y como ascendieron aceleradamente los medios digitales hoy están en descenso.</p>
<p>3. En base a los resultados obtenidos en la encuesta aplicada en la ciudad de Riobamba aumento el consumo de noticias en los medios digitales ¿Cuáles considera usted que fueron los retos de los medios públicos frente a los medios digitales durante este periodo?</p>	<p>Durante ese periodo debido a la emergencia sanitaria el periódico impreso no circulo, si nos podemos haber los meses no había quien imprima y distribuya para que la gente consuma, la radio si bien es cierto es un medio de comunicación que tradicionalmente ha llegado más recónditos y tiene un limitante mientras que la televisión te procura a ti al menos la activación de los sentidos, sentido de la vista y del oído recordemos nosotros que para facilidad y para mejorar los procesos comunicativos mientras más sentido se tiene es mucho mejor, si nosotros nos encontramos en una situación de encierro está bien de pronto inicialmente escuchar música para distraernos no necesitabas tener la mente ocupada entonces necesitabas activar los sentidos y como lo hacíamos atreves de la televisión y no sé hasta qué punto sea real, pero que la televisión abierta como tal tuvo menor consumo pero hubo aumento en la televisión por paga exclusivamente durante la pandemia, porque hoy vemos que existe un declive una baja en ese consumo de lo que se dio inicialmente obviamente esto se debe a que ya se está regresando a la normalidad y estar realizando algunas actividades impide estar consumiendo constantemente la televisión.</p>

<p>4. A su criterio ¿Considera que los medios públicos durante la pandemia cumplieron con las bases éticas de un medio público sin responder a los intereses del gobierno de turno?</p>	<p>Ni antes ni durante ni después, los medios públicos en el Ecuador es una farsa cuando el expresidente Rafael Correa que incauto algunos medios lo que hizo mediante estos medios es controlar el pensamiento de la masa a través y provocar el bien de un estado y convertirlo en un estado de propagando para eso se utilizaron los medios masivos mal llamados medios públicos de comunicación, si nos ponemos analizar cuál fue la parrilla de programación además se hacía cadenas nacionales donde las únicas versiones que habían era de los mal llamado medios públicos, pero en el gobierno de Moreno se trató de desarticular aquella situación lamentablemente, si bien es cierto no compartimos ni coincidimos con la forma de pensar y actuar sobre todo, porque ellos más que realizar un periodismo legitimo.</p> <p>Si nos ponemos a identificar en el mundo realmente medio públicos que tienen un buen desempeño y comportamiento en beneficio de la sociedad se puede mencionar en Holanda, España en donde están ahí medios públicos que realmente responden ese principio es decir los sectores organizados tengan un espacio para poder plantear propuestas alternativas de cambio de desarrollo de la sociedad como tal no beneficiarse de esos espacios para conseguir beneficios exclusivamente para esos grupos.</p>
<p>5. ¿Que deben hacer los medios públicos para mejorar sus contenidos y desmarcarse de las líneas gubernamentales?</p>	<p>El origen de un medio público debe responder a la sociedad con información seria, equilibrada es decir al momento de la creación de la propuesta del medio hay que tomar como una línea base la línea editorial y la agenda <i>setting</i> debe responder a lo realmente la gente necesita y en función de aquello que esas necesidades de información, entretenimiento y educación plantear una comunicación adecuada son elementos básicos cuando uno construye un empresa de comunicación, aquello se tiene que realizar un serie de estudios entorno al análisis FODA, PESTEL, de ahí surja una filosofía de comunicación para de que ahí surja una filosofía que va engranada con la misión, visión a lo que son los valores con esos elementos y sabiendo que es lo que quiere la colectividad y que puede yo proponer como entidad ahí se va construyendo la parrilla de programación que tiene que adecuarse y llegar a la mayor</p>

	<p>cantidad de seguidores entorno a satisfacer esas necesidades de informar,entretener y educar.</p> <p>Nunca va haber un cambio si la sociedad sigue permitiendo que los medios de comunicación por parte de los municipios, consejos provinciales, la asamblea y otras organizaciones tengas esos medios bajo su poder y bajo su mandato las cosas no van a cambiar el asunto de esto es de vigilar cual va ser la actividad de un medio público como tal si no está cumpliendo con los principio y valores con los que fueron creados si como ciudadanos nos mantenemos ahí no hacemos un pronunciamiento las cosas no van a cambiar.</p>
<p>6. Según su punto de vista ¿Cree que es necesario que en el país existan medios públicos?</p>	<p>Si, en cualquier país del mundo se torna necesario, porque va a ser la contraparte, va ser el contar peso a los medios de comunicación privados, pero acogándose esos elementos que ya se ha mencionado.</p>
<p>7. Durante la pandemia los hábitos de consumo en los medios de comunicación cambiaron debido a las nuevas tendencias ¿Cómo ve el futuro de los medios públicos ante este nuevo escenario?</p>	<p>Estamos viendo que es lo que pasa con los medios públicos se están desapareciendo, se están cerrando no hay políticas públicas de comunicación no me refiero a que el gobierno te de pautas de cómo hacer el trabajo periodístico me refiero a que se entienda la necesidad que tiene el pueblo, la sociedad de contar con estos medios, para poder pronunciarse ,para poder manifestar lo que sienten desde los diferentes sectores, lo que perciben, entonces si no existe esas políticas públicas más allá de establecer leyes que se van por ahí esa leyes de comunicación que no se aplican, leyes que son inaplicables, persecutorias.</p> <p>Nunca va a funcionar adecuadamente este espacio de comunicación de servicio público que son generados desde el gobierno.</p>

Entrevistado #2	
NOMBRE DEL ENTREVISTADO Fabricio Cevallos 	FECHA DE ENTREVISTA: 17/12/2022
Profesión: Licenciado en Comunicación Social Maestría en comunicación y nuevas tecnologías.	HORA: 16H43
MEDIO Vía Zoom	DURACIÓN: 37.40 min
PREGUNTAS	RESPUESTAS
1. Durante la cuarentena aumentó el consumo de noticias relacionado a la COVID19 ¿Cuáles considera usted que fueron los retos de los medios públicos frente a los medios digitales durante este periodo?	<p>El reto de los medios públicos desde sus inicios de la presencia de esta pandemia covid19, el principal reto de los medios públicos era tratar de informar a la ciudadanía de la forma más amplia y clara en qué consistía el tema de la pandemia, porque era importante cuidarse, que tipo de medidas se debía seguir, informar sobre las acciones de parte del gobierno para evitar más contagios y poder gestionar el número tan alto de contagios de personas ,porque fue una situación que se le salió de las manos a las autoridades.</p> <p>De forma general creo que lo medios comunicación tenían ese reto de informar a la ciudadanía el impacto que significaba la pandemia ofrecer toda la información creo que eso era de forma general más que un reto una obligación, pero hay que tener en cuenta que durante esos primeros días de la pandemia en el país el gobierno nacional hizo que a través de los medios públicos (Ecuador TV, Radio Pública, Diario el Telégrafo y la Televisión Legislativa) se informe permanentemente sobre</p>

el covid19,sobre recomendaciones, se informe sobre el apoyo que ofrecía las autoridades, sobre el trabajo que estaba realizado las instituciones para evitar más contagios de esa manera la ciudadanía este lo más informada posible ante esa situación de emergencia nacional, como hubo esa disposición de parte del gobierno, claro los medios de comunicación públicos en este caso canalizaron todo el esfuerzo para informar de manera permanente a través de cadenas nacionales sobre todo lo relacionado al covid19 de hecho la mayoría de los canales de televisión decidieron que se lleve a cabo una modalidad de teletrabajo.

El personal de los canales de la televisión, de la prensa escrita, de la radio ya no iba a los medios ,porque existía esa preocupación el confinamiento además estaba restringida realizarlo de manera presencial, pero tratamos de organizarnos en grupos mínimos para poder realizar las trasmisiones,producción de información para finalmente ponerles al aire, las trasmisiones de parte del gobierno, se entrevistaba a las autoridades (ministro de salud, presidente del COE), las cadenas nacionales de esa manera la ciudadanía pueda estar al tanto entorno al covid19 adicionalmente se hacía por disposición del gobierno a través de Ecuador TV canalizar las preguntas de los colegas periodistas para que se plante a las autoridades durante las transmisiones entonces siempre hubo ahí como una predisposición de los periodistas para informar permanente a través de cadenas nacionales durante todo el día, durante todas las jornadas para que la ciudadanía sepa sobre todo lo que estaba sucediendo con respecto al covid9.Eso por un lado sobre el trabajo de los medios públicos durante la pandemia, pero de manera paralela, pero como los medios no podían obligar a sus trabajadores por la emergencia sanitaria no podían asistir a la radio a la prensa escrita a la televisión lo que optaron lo medios también es informar a través de modalidad digital claro tomo mucha fuerza el tema de la telemática tomo mucha fuerza con la presencia de la pandemia la información a través de las redes sociales sin dejar de la lado que los medios tradicionales fortalecieron sus cuentas a través de las redes sociales y también otros medios que aparecieron en el ámbito digital tuvieron esa oportunidad de desarrollarse y de ver un

	<p>nuevo horizonte de trabajo a treves de la telemática en este contexto del covid19,yo creo que después de la pandemia por lo que ocurrió en octubre del 2019 también incidió para que los medios de comunicación digitales tenga fuerza</p>
<p>2. El trabajo que realizaron los medios públicos para informar durante ese periodo fue importante, usted en el 2020 usted trabajaba como jefe de información en Ecuador TV ¿Cuáles fueron las premisas de Ecuador Tv en cuanto al tratamiento informativo de noticias referentes a la pandemia durante el 2020?</p>	<p>Bueno lo que nosotros hacíamos durante esa época, primero como había una emergencia era necesario que la ciudadanía este informada sobre la pandemia en el país, que es lo que pasaba, nosotros ofrecíamos un canal de información directa de parte de las autoridades del gobierno nacional para que ellos todos los días en horarios de la mañana al medio día y en las noches se den los deportes, sobre el número de contagios, número de pruebas realizadas, número de personas fallecidas a causa del Covid-19, eso de forma general la información que nosotros destinábamos para darse a conocer a la ciudadanía.</p> <p>Una cosa era la información que brindaban las autoridades y otra cosa que esa información que brindaban directamente las autoridades a través de los medios públicos hacia la ciudadanía finalmente no convencía a la población, porque el número de personas fallecidas que decía las autoridades era mucho mayor, por esa razón los medios públicos facilito a las autoridades explique la información que ellos manejaban y lógicamente y se planteaba preguntas para tratar de conseguir datos más reales. Se trataba de informar todo lo relaciono al Covid-19, que pasaba con educación y el teletrabajo.</p> <p>En los medios públicos se generó un espacio donde las autoridades den a conocer sobre el trabajo que se estaba haciendo frente a la emergencia sanitaria de alguna u otra manera se buscó la forma de mejorar y fortalecer ese espacio de información.</p>
<p>3. A su criterio ¿Considera que los medios públicos durante la pandemia cumplieron con las bases éticas de un medio público sin responder a los intereses del gobierno de turno?</p>	<p>Nosotros nunca tuvimos una restricción sobre que informar de forma persona puede decirlo que no hubo disposición de parte de las autoridades de que se informe esto o no se informe esto, lo que se hacía es generar un espacio para que las autoridades presenten su informe relacionado al Covid-19.</p> <p>Nosotros siempre hemos fundamentado nuestro trabajo y yo debo reiterar siempre con la honestidad y transparencia y el respecto, hacia nuestra audiencia a diferencia de otros medios de comunicación ha mantenido que seguir una línea editorial</p>

	<p>en base a un código deontológico procurábamos nosotros que la información sea lo más apegada a la realidad y bajo esos principios que nosotros teníamos presentes, porque el origen y la creación de los medios públicos.</p> <p>Teníamos si unos pedidos puntuales no solamente con el gobierno de Lenin Moreno sino también en el Gobierno de Rafael Correa para dar fuerza a ciertos temas.</p> <p>Durante la pandemia no hubo una restricción por donde se debe informar, se realizó un trabajo veraz de acuerdo con la situación en la que nos encontrábamos lo más apegado al tema ético y honesto. Fueron días de trabajo muy complejos.</p>
<p>4. Durante el periodo correspondiente al año 2020, en el marco de la pandemia, considera ¿que se garantizó la independencia de los comunicadores de los medios públicos?</p>	<p>Para que se pueda cumplir más allá de lo que a nosotros nos correspondía considerando que nos encontrábamos en una situación muy difícil muchas profesionales no solamente en nuestro canal tenían miedo de contagiarse entonces había la necesidad de contar con la presencia de comunicadores y periodistas en el canal a pesar del temor que se tenía por aumento de contagiados por covid19. Pero existía casos muy puntuales que eran obligados a ir para que se pueda garantizar la información y como medio público se tenía que hacer porque era el compromiso que teníamos con la ciudadanía y teníamos que hacerlo.</p> <p>El miedo siempre estuvo ahí, pero en el caso de que un compañero le detectaban el Covid-19 se lo hacía un remplazo o realizaba teletrabajo.</p>
<p>5. ¿Que deben hacer los medios públicos para mejorar sus contenidos y desmarcarse de las líneas gubernamentales?</p>	<p>Creo que hay muchas cosas que se pueden corregir en los medios públicos, pero también hubo cambios muy importantes que significaron una cambio, sin duda los medios públicos permitieron ver a la comunicación de manera distinta y bajo ese contexto creo que hay algunos temas que se podrían fortalecer pero para eso es necesario no solamente el trabajo del periodista para que se de esa transformación para que se de esa transformación sino que sobre todo que esa acción debe ser impulsada por parte del estado que quienes tiene el control de los medios a diferencia de los medios privados que tienen otra lógica y respondes a una lógica de negocio yo no cuestiono eso, son negocios privados que se encargan de la comunicación social pero también los medios publico si bien tienen un objetivo de responder los intereses de la ciudadanía pero lamentablemente tiene una vinculación con los</p>

gobiernos de turno, porque finalmente los medios públicos dependen de una asignación y tiene una dependencia económica y está muy ligada de la administración política de turno entonces ahí les compromete a los medios públicos y no tienen su independencia completa lo ideal sería contar con medios independientes e imaginar a los medios públicos de esa manera es imposible, porque todo los medios responden a un interés a un direccionamiento por parte de una cabeza dueño de un medio o de un gobierno de turno, entonces eso ocurre en los medio públicos por esa dependencia económica es vinculación política del medio con ciertos sectores ministeriales.

Lo que creo que se debería hacer yo soy muy crítico en este tema creo que finalmente estoy convencido que los medios públicos para sociedad son fundamentales , porque el principal objetivo de los medios públicos es generar información que sobre todo responda a los intereses de la ciudadanía, que de una voz a la ciudadanía que democratice la comunicación y que sea un contrapeso a la información que produce y genera desde los medios privados entonces si en los medios privados se da una versión lo se debe dar en los medio públicos esa versión pero añadiendo también otra arista que no ha sido tomada en cuenta ahí se tuviera una amplitud en el tema de la información y comunicación y en ese sentido es muy importante la presencia de los medios públicos.

Como garantizar la independencia, primero creo y es necesario entender que los medios públicos requerirían de una normativa legal propia que les permita de una u otra forma asegurar primero su trabajo para que puedan consagrarse los medios públicos con un compromiso real hacia la ciudadanía de una u otra forma les permita gestionar o autogestionar recursos que no les genere un compromiso con el gobierno de turno es necesario la clase política no debería tener una incidencia tan fuerte en la asignación de cargos directivos dentro de los medios publicos, porque finalmente eso también genera un compromiso, entonces creo que ha una serie de acciones y medidas que creo que se deberían adoptar en los medios públicos que son necesarios en nuestra sociedad busque una mayor independencia del poder político y se constituyan finalmente una alternativa válida mucho más

	<p>independiente y mucha más identificada como interés que muchas veces se han sentido sus necesidades comunicación regladas por los medios de comunicación privadas.</p>
<p>6. Durante la pandemia los hábitos de consumo en los medios de comunicación cambiaron debido a las nuevas tendencias ¿Cómo ve el futuro de los medios públicos ante este nuevo escenario?</p>	<p>Bueno en este momento me siento muy pesimista sobre la actualidad y el futuro inmediato de los medios públicos, yo en primer lugar creo que el gobierno de turno no tiene un interés para dar fuerza a los medios de comunicación públicos al gobierno actual en el Ecuador (Guillermo Lasso) no le interesa esos medios de comunicación y en esa medida creo que es evidente que los medios públicos por más que digan que se están reactivando y demás es evidente que ya no hay ese compromiso con la sociedad además tampoco hay una producción en la radio, televisión, periódico que garantice un espacio para personas con discapacidad, para las minorías sociales ,para las juventudes, pueblo indígenas ya no hay esos espacios que en algún momento en la trayectoria de los medios públicos había programas que está destinados precisamente para ese sector ahora ya no hay un espacio para la producción nacional, para la películas ,para lo productores eso se ha cortado no he visto el medios de comunicación públicos ahora, pero independiente ya no tienen la misma fuerza que en algún momento se tuvo y la que tuvimos realmente era un equipo de grande de periodistas en la que se trabaja día a día de forma muy sacrificada generando contenido solamente en el área de noticias en que estaba laborando como Jefe de redacción éramos cerca de 100 personas sin contar con los corresponsales que se tiene a nivel nacional y otros corresponsales también en varias provincial del país éramos un equipo fuerte que informaba que estaba en el lugar de los hechos pero ahora ese quipo esta mermado existe un equipo mínimo y una persona tiene que movilizarse para hacer muchas cosas.</p> <p>Entonces trabajar bajo esas circunstancias es muy complejo y mucha más con poco personal, falta de apoyo de quien gestiona y apoya a los medios de comunicación públicos que es el gobierno de turno no hay ese respaldo y es complicado laborar se va a haber mermada yo en estos momentos soy pesimista con los medios pesimista con los medios públicos, pero a futuro no sé qué pueda pasar no si lleguen otras autoridades venga otro gobierno y le dé finalmente la</p>

	<p>importancia de contar con medios públicos y que respondan los intereses de la ciudadanía entender el concepto de democratizar la comunicación y de también una nueva propuesta informativo de producción audiovisual frente a lo que generan los medios privado que tiene una lógica comercial sino a esa demanda y necesidad comunicacional ciudadana ojala más adelante se pueda contar un escenarios que permita configurar esos aspectos y que permitan recuperar de una u otra forma ese trabajo si bien no era el mejor pero tuvo muchos aciertos.</p>
<p>7. ¿Cree que es necesario que en el país existan medios públicos?</p>	<p>Si claro esto 100% convencido de que deben existir los medios públicos que puedan responder al interés ciudadano que tengan el respeto por las audiencias que los contenidos que generen finalmente permitan informar ,entretener y educar, creo que es importante y fundamental contar con esos medios públicos fortalecidos con ciudadanos responsables con la sociedad eso es fundamental esa es la prioridad y el interés de las autoridades de esta no creo, porque no tiene fuerza de en dar a los medios públicos, es que debe haber una normativa legal o ley de comunicación que exija ese trabajo responsable de parte de los medios de comunicación y los periodistas para que esos contenidos de información debe ser trabajada con anterioridad que no es cualquier cosa estar frente a un micrófono, pararse frente a una cámara, escribir para un medio de comunicación publico entender que lo que finalmente creo lo medios de comunicación es información, porque hay muchas personas que a partir de esa información toman decisiones, toman una posición frente a determinado tema.</p>

Anexo 4.

CAPTURA DE LAS ENTREVISTAS

MBA. Carlos Larrea – Docente Investigador de la Carrera de Comunicación Social



Lcd. Fabricio Cevallos – Ex jefe de Noticias de Ecuador TV año 2020

