

UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO



FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

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

TRABAJO DE TITULACIÓN

TEMA:

**“ANÁLISIS DE CONTENIDO DE DIARIO REGIONAL LOS ANDES EN SU VERSIÓN
DIGITAL SOBRE NOTICIAS RELACIONADAS A LA PANDEMIA DEL CORONAVIRUS
EN CHIMBORAZO, PERIODO MARZO – AGOSTO 2020”**

AUTOR:

ANDRÉS SÁNCHEZ M.

TUTOR:

GALO VÁSCONEZ.

RIOBAMBA - ECUADOR

2021

DICTAMEN DE CONFORMIDAD DEL PROYECTO ESCRITO DE INVESTIGACIÓN

Facultad: Facultad de Ciencias Políticas y Administrativas

Carrera: Carrera de Comunicación Social

DATOS INFORMATIVOS DOCENTE TUTOR Y MIEMBROS DEL TRIBUNAL

Tutor: Galo Xavier Vásconez Merino **Cédula:** 0604245332

Miembro tribunal: Ms: Julio Bravo Mancero **Cédula:** 0602447005

Miembro tribunal: Ms: María Belén Avalos **Cédula:** 0603551946

DATOS INFORMATIVOS DEL ESTUDIANTE

Apellidos: Sánchez Miranda

Nombres: Andrés Mauricio C.I / **Pasaporte:** 060396581-5

Título del Proyecto de Investigación: “Análisis de contenido de Diario Regional “Los Andes” en su versión digital sobre noticias relacionadas a la pandemia del coronavirus en Chimborazo en el periodo marzo-agosto 2020”

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

Línea de Investigación: Comunicación y cultura

CONFORMIDAD PROYECTO ESCRITO DE INVESTIGACIÓN

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

| | | |
|-------------------|----|--|
| Apéndice y anexos | Sí | |
|-------------------|----|--|

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

Galo Vásquez
TUTOR

Dr. Julio Bravo Mancero, PhD.
MIEMBRO DEL TRIBUNAL

Ms María Bélen Avalos
MIEMBROS DEL TRIBUNAL

DECLARACIÓN DEL TUTOR Msc

. Galo Xavier Vasquez Merino , CATEDRÁTICO DEL NIVEL DE PRE-GRADO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS, DE LA CARRERA DE DERECHO, DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO. CERTIFICO:

Haber asesorado y revisado minuciosamente durante todo su desarrollo, el proyecto de investigación previo a la obtención del título de Licenciado en Comunicación Social de la República del Ecuador, titulado: “ Análisis de contenido de Diario Regional Los Andes en su versión digital sobre noticias relacionadas a la pandemia del coronavirus en Chimborazo en el periodo marzo – agosto 2020”. Realizado por Andrés Mauricio Sánchez Miranda , por lo tanto, autorizo proseguir los trámites legales para su presentación.

Riobamba, 22 de septiembre del 2021

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Galo', with a period at the end.

Msc. Galo Xavier Vasquez Merino

TUTOR

DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Andrés Mauricio Sánchez Miranda con cédula de ciudadanía 060396581-5, libre y voluntariamente declaro, que el trabajo de titulación “ Análisis de contenido de Diario Regional Los Andes en su versión digital sobre noticias relacionadas a la pandemia del coronavirus en Chimborazo en el periodo marzo – agosto 2020 ”; es de mi plena autoría, original y no producto de plagio o copia alguna, constituyéndose en documento único, como mandan los principios de la investigación científica y el patrimonio intelectual de trabajo investigativo pertenece a la Universidad Nacional de Chimborazo. Es todo cuanto puedo decir en honor a la verdad.



Andrés Mauricio Sánchez Miranda

CI. 060396581-5

AUTOR

Agradecimiento

Un sincero agradecimiento al Mgs. Galo Vásconez por ser mi tutor y amigo en toda la carrera, pero en especial en la fase de titulación ya que su conocimiento ha sido compartido en todo momento y su gran responsabilidad para concluir este camino académico exitosamente.

Agradezco al Mgs. Julio Bravo Mancero, Carlos Larrea y Ramiro Ruales Parreño por ser generadores de conocimiento, sacrificio, sabiduría y dedicación, los admiro mucho y espero llenarles de orgullo en algún momento.

De forma general agradezco a todos los docentes con los que tuve la oportunidad de compartir las aulas universitarias, son los mejores, la carrera de comunicación social está en excelentes manos con todos ustedes.

Por último, este proceso exitoso fue posible gracias a todos los que conforman la Universidad Nacional de Chimborazo, mi querida “UNACH”, siempre te llevaré en el corazón y en el alma.

Andrés Sánchez Miranda.

Dedicatoria

Dedico esta tesis primero a Dios por darme la salud durante toda la carrera y también por bendecirme en los exámenes, también a mis padres, ellos con su amor constante y sacrificio han guiado mi proceso hasta alcanzar mis anhelos y sueños profesionales, se los debo todo. Del mismo modo agradezco a mi abuelita por todos los almuerzos antes de ir a clases y a mis amigos que hicieron de este camino un recorrido lleno de experiencias y anécdotas.

Dedico este trabajo académico de manera especial a mi novia y compañera en todo este tiempo en el que sus sabios consejos han guiado mis decisiones a lo largo de todos los semestres. Como no podía ser de otra forma y como en todo proceso hay buenas y malas experiencias, lamento mucho que mi amigo Estarki no pueda acompañarme en este día, pero también fue parte importante de este éxito académico y en cualquier parte del cielo en el que estés te hago llegar esta dedicatoria especial para ti.

Andrés Sánchez Miranda.

Contenido

| | |
|--|----|
| Introducción | 1 |
| Capítulo I: Planteamiento del problema | 3 |
| 1.1. Planteamiento del problema | 3 |
| 1.2. Objetivos | 5 |
| 1.2.1. General | 5 |
| 1.2.2. Específicos | 5 |
| Capítulo II: Marco Teórico | 6 |
| 2.1 La comunicación | 6 |
| 2.2. Teorías de la comunicación | 7 |
| 2.2.1. Funcionalismo | 7 |
| 2.3. Plataforma digital | 8 |
| 2.4. Principios básicos de la web | 8 |
| 2.5. Periodismo digital | 9 |
| 2.6. Nativos digitales | 9 |
| 2.7. Periodismo digital en Ecuador | 10 |
| 2.8. Análisis de contenido | 10 |
| 2.9. Diario Regional Los Andes | 12 |
| 2.10. Coronavirus y Comunicación | 12 |
| Capítulo III: Metodología | 16 |
| 3.1 Método de investigación | 16 |
| 3.1.1 Método Científico. | 16 |
| 3.2. Tipo de investigación | 16 |
| 3.2.1 Bibliográfica. | 16 |
| 3.3. Diseño de la investigación | 16 |
| 3.3.1. Investigación no experimental | 16 |
| 3.4. Población y muestra | 16 |
| 3.5. Técnicas e Instrumentos de recolección de datos | 20 |
| 3.5.1 Técnicas. | 20 |
| 3.5.2. Instrumentos | 20 |
| Titular de la noticia | 20 |
| Capitulo IV: Resultado y Discucion | 25 |

| | |
|---|----|
| 4.1 Análisis e interpretación de resultados | 25 |
| 4.1.2 Análisis e interpretación de entrevistas..... | 32 |
| 4.2. Discusión de resultados..... | 38 |
| Conclusiones | 40 |
| Recomendaciones | 41 |
| 5. PROPUESTA COMUNICACIONAL..... | 42 |
| 5.2 Justificación de la propuesta | 43 |
| 5.3 Objetivos estratégicos | 43 |
| 5.4 Descripción de la propuesta | 44 |
| Referencias..... | 45 |

Índice de tablas

| | |
|---|----|
| Tabla 1 Operacionalización de variables | 14 |
| Tabla 2 Tabla guía | 20 |
| Tabla 3 Tabla de análisis de contenido | 21 |
| Tabla 4 Entrevista (Diario Los Andes) | 32 |
| Tabla 5 Entrevista Radio Católica | 35 |

Índice de gráficos

| | |
|-----------------------------|----|
| Gráfico 1: marzo 2020 | 17 |
| Gráfico 2: abril 2020..... | 17 |
| Gráfico 3: mayo 2020 | 18 |
| Gráfico 4: junio 2020 | 18 |
| Gráfico 5: julio 2020..... | 19 |
| Gráfico 6: agosto 2020..... | 19 |

| | |
|--|----|
| Gráfico 7: géneros periodísticos. | 25 |
| Gráfico 8: elementos de ayuda gráfica..... | 26 |
| Gráfico 9: Hipertextualidad. | 27 |
| Gráfico 10: multimedialidad. | 28 |
| Gráfico 11: Interactividad. | 29 |
| Gráfico 12: ejes temáticos..... | 30 |

Resumen

Esta investigación, denominada “Análisis de contenido de Diario Regional “Los Andes”, en su versión digital sobre noticias relacionadas a la pandemia del coronavirus en Chimborazo en el periodo marzo- agosto 2020”, se desarrolló con el objetivo de conocer cómo el diario Regional “Los Andes” producía sus noticias para plataformas digitales y qué ejes temáticos abordó.

Fue determinante en esta investigación puntualizar en los criterios de calidad ciberperiodística, como el uso de hipertextualidad, multimedialidad e interactividad (comentarios, compartidos, reproducciones). Se proyectó una investigación de carácter cuantitativo-cualitativo, es decir, para valorar nuestra investigación se aplicó una matriz de análisis de contenidos y se realizó entrevistas a la periodista digital y encargada de manejar la plataforma web del diario, Pamela Villa; y, a un experto en el ámbito de la comunicación digital, Alberto Rosero, para así contrastar la investigación, llegando a la conclusión de que predominó la temática de crisis sanitaria y que principalmente se abordaba a través de notas informativas y crónicas.

Además, las publicaciones en el portal web del medio sí cumple con los criterios de calidad ciberperiodística; sin embargo, Diario Regional “Los Andes “no cuenta con un manual actualizado de comunicación digital para tiempos de crisis. Es por esto que se planteó un manual de redacción

de noticias en plataformas digitales orientado situaciones de crisis, propuesta que bien podría ser un modelo para medios de comunicación digital que buscan posicionarse en la web.

Palabras clave: producción de contenidos, coronavirus multimedialidad, interactividad, hipertextualidad, Diario Los Andes, plataformas web.

Abstract

This investigation, called "Content analysis of Diario Regional" Los Andes ", in its digital version on news related to the coronavirus pandemic in Chimborazo in the period March-August 2020", was developed with the aim of knowing how the Regional newspaper "Los Andes" produced its news for digital platforms and what thematic axes it addressed.

It was decisive in this research to specify the criteria of cyberjournalistic quality, such as the use of hypertextuality, multimedia and interactivity (comments, shares, reproductions). A quantitative-qualitative research was projected, that is, to assess our research, a content analysis matrix was applied and interviews were conducted with the digital journalist and person in charge of managing the newspaper's web platform, Pamela Villa; and, to an expert in the field of digital communication, Alberto Rosero, in order to contrast the research, reaching the conclusion that the theme of health crisis predominated and that it was mainly addressed through informative and chronic notes.

In addition, the publications on the media's web portal do meet cyberjournalistic quality criteria; However, Diario Regional "Los Andes" does not have an updated manual of digital communication for times of crisis. This is why a manual for writing news on digital platforms oriented to crisis situations was proposed, a proposal that could well be a model for digital media that seek to position themselves on the web.

Palabras clave: content production, multimedia ,coronavirus, interactivity

Reviewed by:

Lcda. Diana Chávez

English Professor.

c.c. 065003795-5

Introducción

Esta investigación es importante porque permitirá conocer el manejo de contenidos de diario Regional “Los Andes” en su versión digital respecto a la pandemia del coronavirus en Chimborazo desde el mes de marzo hasta agosto del 2020.

En la actualidad los medios de comunicación se han visto en la obligación de migrar sus contenidos a la era digital, donde las plataformas web cumplen una función importante en el desarrollo de los mismos, esto requiere de un trabajo ciber-periodístico de calidad definido por 3 ejes primordiales: Multimedialidad, hipertextualidad e interactividad que serán evaluados en los diversos contenidos publicados y a su vez parámetros fundamentales en el proceso de elaboración de la información.

Por otro lado, el mundo atraviesa por una pandemia global notificada por primera vez el 31 de diciembre del 2019, en Wuhan (China). Según la Organización Mundial de la Salud, este virus (*COVID-19*), trajo consigo muchas transformaciones sociales, económicas, culturales.

Esta investigación se realiza en torno a la pandemia del coronavirus, ya que es un tema de coyuntura, mismo que ha evidenciado la importancia de las plataformas digitales para dar y recibir información, en un nexo dinámico entre los medios de comunicación y el usuario, que al estar ligados permiten satisfacer las necesidades de información de la sociedad y a través del portal web de diario Regional “Los Andes” que es conocer la realidad de Chimborazo en esta pandemia.

La fundamentación teórica de esta investigación se basa en los criterios de autores funcionalistas como Lasswell, Schramm y Durkheim, que permitirá conocer el impacto de las noticias relacionadas al coronavirus en las diversas audiencias.

El análisis de esta investigación se realizará a través de la metodología cualitativa, el método analítico, método inductivo -deductivo, al mismo tiempo se utilizará un tipo de

investigación bibliográfica. Así mismo, la evaluación se determinará a partir de un muestreo aleatorio simple que nos entrega la población y muestra. Los resultados se obtendrán a partir de las técnicas de análisis de contenidos y entrevistas mediante la ficha de análisis y cuestionario respectivamente.

La presente investigación consta de seis capítulos:

Capítulo I

Planteamiento del problema y objetivos (general y específicos).

Capítulo II

Marco teórico y Operacionalización de variables.

Capítulo III

Metodología

Capítulo IV

Resultados y discusión

Capítulo V

Conclusiones y recomendaciones.

Finalmente, se presenta la propuesta y anexos.

Capítulo I: Planteamiento del problema

1.1. Planteamiento del problema

Los medios de comunicación son un eje fundamental en la sociedad, porque generan información, opinión pública y entretenimiento; además han sido testigos de las transformaciones sociales que se han producido en el transcurrir de los años, adaptándose a los nuevos desarrollos tecnológicos e implementando las nuevas herramientas para un mejor trabajo.

Las necesidades de transmitir información aumentan día a día, internet ha generado nuevos espacios en la web, para que los medios de comunicación tradicionales también sean parte del ciberespacio y puedan sacarle provecho a los recursos que se ofrecen en el mismo. Con el avance de la tecnología también aparecieron los “ciber-periodistas” o “periodistas digitales”, mismos que conocen sobre herramientas y recursos web para construir noticias en las plataformas digitales.

Al principio del siglo XX debido a la poca conectividad y accesibilidad a internet, el periodismo mantenía sus formatos tradicionales, pero esto ha cambiado, hoy en día el trabajo periodístico tiene una relevancia importante en las plataformas digitales donde se genera opinión pública y la información varía al ritmo de los acontecimientos. Los medios de comunicación son conscientes de estos cambios por aquello fortalecen sus portales digitales para una mejor y mayor experiencia de los usuarios.

Al mismo tiempo de mejorar la experiencia del usuario en el uso de las plataformas digitales para consumir información, en la actualidad los medios de comunicación también se preocupan por una mayor accesibilidad a sus portales; por ejemplo, a grupos vulnerables y personas con capacidades diferentes; a través de dotar a los mismos de herramientas que les permita adaptarse a los entornos digitales y recibir la misma calidad de información que el usuario común.

Las interacciones mediatizadas son recursos utilizados en todo ámbito de la comunicación interpersonal, de manera que los estudios sobre el discurso mediatizado son, en esencia, estudios sobre procesos comunicativos de toda índole. Esta particularidad del discurso digital convierte su definición y programación en un desafío imprescindible para el analista del discurso. (Delfa & Gómez, 2011)

Los medios de comunicación impresos de Chimborazo también han migrado a lo digital, esto se debe a las nuevas exigencias de los lectores y nuevas preferencias para consumir la información de un público que es diverso y que también hace uso de la plataforma web. Por aquello resulta importante analizar el contenido noticioso e informativo que ofrece diario Regional “Los Andes” a sus públicos en el ámbito digital.

En Chimborazo, la información está presente en la web. Los chimboracenses son parte de la producción de contenidos debido a la gran conectividad que existe a internet. En este sentido, Diario Regional “Los Andes” toma el papel de productor de contenidos y los internautas el de consumidores.

Dentro de este análisis de contenido se busca obtener datos que nos permitan conocer el tratamiento que se dio a las noticias relacionadas a la pandemia coronavirus en Chimborazo durante marzo hasta agosto del 2020 en la versión digital de diario Regional “Los Andes”.

1.2. Objetivos

1.2.1. General

- Analizar el contenido de Diario Los Andes en su versión digital relacionadas a la pandemia del coronavirus en Chimborazo en el periodo marzo-agosto 2020.

1.2.2. Específicos

- Identificar los ejes temáticos de las noticias publicadas en la versión digital de Diario Los Andes relacionados a la pandemia del coronavirus.
- Examinar el tratamiento informativo del contenido relacionado a la pandemia del coronavirus en Chimborazo en la plataforma web de Diario Regional Los Andes.
- Elaborar un manual de redacción de noticias en plataformas digitales orientados a situaciones de crisis.

Capítulo II: Marco Teórico

2.1 La comunicación

Uno de los objetivos para el ser humano es lograr una comunicación asertiva, pero para esto se necesita de entrenamiento, un método que desarrolle habilidad para poder expresar nuestros pensamientos y sentimientos.

La comunicación es un proceso inherente a la relación humana. Por lo que se puede decir que en los últimos años se ha hablado mucho de la comunicación y ha sido un tema muy trillado. Sin embargo, a pesar que ha sido un tema abordado y que nadie duda de su importancia, pocos se comunican en su vida diaria de manera participativa y humana. (Simón, 2016, pág. 5)

La Comunicación es analizada como un sistema, es este sentido los autores Yang, Saladrigas y Torres (2016) mencionan:

La comunicación humana presenta todas y cada una de las características que identifican a los sistemas finalizados; en la comunicación intervienen componentes cuyas relaciones están organizadas; los componentes de la comunicación son heterogéneos y asumen funciones diferenciadas en el proceso comunicativo; la comunicación humana persigue algún fin. (Yang, Medica, & Ponjuán, 2016, pág. 168)

“El proceso de la comunicación en la gestión del conocimiento es un análisis teórico de su comportamiento a partir de dos modelos típicos” (Yang, Medica, & Ponjuán, 2016) .

Para Dueñas & Fernández (2017) sobre el término de la comunicación indican:

Si se hace referencia a la comunicación son varias las miradas y conceptos que se le brindan desde algunas disciplinas y áreas del saber. Sin embargo, independientemente del punto de vista, se le conoce como un intercambio informacional en donde el emisor envía a través de un canal, cierto tipo de contenido que tendrán respuesta del receptor. (Dueñas & Fernández, 2017)

2.2. Teorías de la comunicación

Las teorías de la comunicación son analizadas y descritas desde diferentes aristas. Según García (2011) expresa:

Desde los inicios del siglo XX hasta hoy, la teoría de la comunicación se ha ido constituyendo desde diferentes enfoques y puntos de vista. Es así que tenemos en un inicio la teoría físico-matemática de Shannon y Weaver, conocida como “Teoría matemática de la información”, hasta la teoría psicológica con base a la percepción propuesta por Abraham Moles pasando por una teoría social con base en la lengua –Saussure-, con base en la antropología cognitiva –Lévi Strauss- o con base en los enfoques interaccionistas y sistémicos –Bateson, Watzlawick, Goffman. (pág. 3)

Castro (2012) define a las teorías de la comunicación como:

El nivel de análisis que tiene en cuenta toda manifestación de las relaciones comunicativas y en las que se integran productos fabricados ex profeso para cumplir una función expresiva, así como herramientas que amplifiquen el alcance del espacio de las señales prolonguen la duración en el tiempo. (pág. 8)

2.2.1. Funcionalismo

El funcionalismo es un modelo básico de comunicación que reconoce al ser humano a partir de su conducta y función en la sociedad. De esta manera:

Lasswell (1985) menciona que “los procesos de comunicación de la sociedad humana, una vez examinados detalladamente, revelan muchas equivalencias con las funciones especializadas que hay en el organismo físico y en las sociedades animales inferiores” (pág. 56).

Alsina (2011) afirma que:

La perspectiva funcionalista analiza las nuevas formas de comunicación que las TIC propician, tanto por lo que hace referencia a la producción (por ejemplo, las redes sociales, la multimedialidad, etc.) o al mensaje (por ejemplo, los nuevos tipos de narraciones

transmediáticas, la hipertextualidad, etc.) como al uso (por ejemplo, la interactividad, el control del consumo, la selección de la hiperabundancia, etc.). Como ya apuntamos anteriormente es difícil, aunque tentador, hacer una prospectiva muy fiable con las TIC. Sin embargo, lo que podemos fácilmente acordar es el cambio que está viviendo, con gran rapidez, el mundo de la comunicación. (pág. 5)

Enfocándolo en el entorno de las TIC, que es lo que nos interesa, el análisis funcionalista permite concluir que cada individuo es un transmisor en potencia, frente al concepto consolidado en el que los medios masivos de primer orden, transmitían unidireccionalmente un mensaje. De la misma manera, y, en consecuencia, cambia de manera irreversible el concepto de retroalimentación. La instantaneidad del mensaje es otro de los componentes claves de la ecuación. (Mancinas, Nogales, & Yaguache, 2019)

2.3. Plataforma digital

Caridad y Moscoso (1991) señalan: “Los sistemas de hipermedios podemos entenderlos como Organización de información textual, visual gráfica y sonora a través de vínculos que crean asociaciones entre información relacionada dentro del sistema" Citado en (Pastor & Saorín, 1997, pág. 207).

2.4. Principios básicos de la web

Un buen diseño debe ser fácil de entender, fácil de usar, amigable, claro, intuitivo y fácil de aprender para los usuarios. Para garantizar que el diseño cumpla con estos requisitos, no es suficiente hacer que el diseñador simpatice con el desarrollo de la aplicación. Deben utilizarse técnicas, procedimientos y métodos que garanticen empíricamente que el diseño satisfaga las necesidades, habilidades y objetivos del usuario. (Hassan, Martín, & Iazza, 2004, pág. 2)

2.5. Periodismo digital

Acerca del periodismo digital Moreno (2004) señala que, como otros procesos comunicativos, eclosiona gracias a la red. En la década de los noventa, y coincidiendo con la extensión social de Internet, los medios informativos convencionales, impresos y audiovisuales, abren sus *websites* para ofrecer información en línea, al tiempo que los nuevos mediadores de la red, los portales generalistas o verticales, incorporan entre sus contenidos los informativos, y surgen iniciativas personales o colectivas que, aprovechando la accesibilidad de la red para crear contenidos, se presentan también como emisores del periodismo digital (pág. 61).

Es evidente que la diversidad de los cibermedios es enorme. Más de dos décadas después de que aparecieran los primeros medios digitales, en su gran mayoría como ediciones online de diarios, hoy día la diversidad de los cibermedios es extraordinaria: hay medios digitales ligados a marcas periodísticas tradicionales, pero también medios nativos digitales. Aunque imperan las publicaciones para múltiples dispositivos, continúa habiendo publicaciones diseñadas sólo para su consulta mediante ordenadores, al tiempo que emergen asimismo las pensadas exclusivamente para tabletas o para móviles. (Salaverría, 2019, pág. 5)

2.6. Nativos digitales

Los nativos digitales tienen una estrecha relación con la tecnología y las plataformas digitales, así como lo menciona Colliva (2016):

La base para vislumbrar el futuro de la comunicación consiste en comprender, necesariamente, la cultura de los millennials, es decir, las personas que nacieron entre los inicios de los años ochenta y mediados de los noventa. Serán ellos los que constituyan la fuerza laboral de los próximos años. Las pautas de esta generación marcarán el futuro de los medios de comunicación en las siguientes generaciones. (Colliva, 2016, pág. 82)

Para comprender el futuro y el avance de la comunicación se debe entender la mentalidad o las características de la generación que dominará el mundo en los siguientes años. La sociedad es parte de una revolución tecnológica, en la que la generación de conocimientos y el procesamiento de la información han cambiado la forma en la que nos comunicamos (Mancinas, Nogales, & Yaguache, 2019).

2.7. Periodismo digital en Ecuador

Ecuador es parte de un mundo interconectado e integrado a un periodismo digital mundial que acapara la atención de las nuevas generaciones. “En 1994 aparece en la web el primer diario digital Hoy” (Costales, 2013, pág. 112).

Con respecto al tema (Valencia, Espinosa, & Vivanco, 2016) indican:

La existencia de periódicos en la red posibilita a los lectores un medio virtual con similares condiciones de información que un medio impreso, sin embargo, el acceso en el Ecuador no es la óptima, de 4 de cada diez personas. El avance en los últimos años por los medios digitales en el país ha sido lento, fundamentalmente por la falta de infraestructura tecnológica y los elevados costos que implica mantener una conexión de internet para una vivienda. (pág. 2953)

2.8. Análisis de contenido

Analizar un contenido conlleva el estudio de los contenidos de un material seleccionado con anterioridad. Es sólidamente aceptado pensar que todo estudio con espíritu crítico de un mensaje es ya un análisis de contenido en sí mismo.

Según Berelson (1952) definió el análisis de contenido como:

Una técnica de investigación para la descripción objetiva, sistemática y cuantitativa del contenido de la comunicación, aunque puede ser utilizada en otros campos como en el análisis cualitativo de variables o en el estudio de la complejidad de un fenómeno entre otros. Citado en (Arandes, 2013, pág. 140)

Se considera entonces una técnica basada en los principios de la investigación científica y que tiene que ver con la aplicación sistemática de reglas y de procedimientos metódicos.

Del mismo modo Krippendorff (1980) considera que:

El análisis de contenido está considerado como una de las metodologías más importantes de la investigación sobre comunicación, estableciendo que su objetivo descansa en estudiar de manera rigurosa y sistemática la naturaleza de los diferentes mensajes que se intercambian en los actos de comunicación que realizamos. (Arandes, 2013, pág. 140)

Con las definiciones exployadas por los autores se deduce que el análisis de contenido es aplicable al texto o a todo tipo de mensaje. Esto se entiende al analizar clasificaciones y hacer comparaciones. Al mismo tiempo otros, autores, enfatizan las inferencias acerca del emisor y de los receptores, así como del contenido o significado del mensaje. Para entender de forma más fácil, se puede decir que el análisis de contenido es en esencia un tipo de medición de carácter científico aplicado a un mensaje, que involucra a las ciencias sociales. (Arandes, 2013)

Para Aignerren (2009) el análisis de contenido tiene 3 objetivos:

- “La descripción sistemática de las características de una comunicación” (Aignerren, 2009, pág. 11).
- “La formulación de inferencias sobre asuntos exteriores al contenido de la comunicación” (Aignerren, 2009, pág. 11).
- “La comprobación de hipótesis, es decir comparar los resultados obtenidos mediante el análisis de contenido, con datos que han sido obtenidos de forma diferente e independiente” (Aignerren, 2009, pág. 11) .

2.9. Diario Regional Los Andes

Diario Regional Los Andes es una empresa establecida en el mercado, con el firme propósito de satisfacer las necesidades de nuestros lectores y clientes, esto en el ámbito informativo, servicios de impresión industrial a gran escala (Sánchez R. , 2021).

Personas visionarias y que aman a Riobamba, en el año de 1996, pensando en que hacía falta un órgano de difusión colectiva que llene los vacíos en la comunicación social, fundan el Semanario Los Andes, circulando en esta forma casi por dos años, para luego, con visión de futuro y de mayor servicio a la colectividad de la región central del país en el mes de abril de 1998 ingresan a las provincias de Cotopaxi, Bolívar , Pastaza y Chimborazo como Diario Regional Independiente Los Andes, un periódico noticioso de circulación diaria en la región centro del país, y de alcance nacional a través de suscripciones (Sánchez R. , 2021).

Con la implementación de las nuevas tecnologías, este medio de comunicación también ha migrado hacia las nuevas plataformas digitales y redes sociales. En la página web de Diario Regional “Los Andes” se publica contenido diario y es un canal de comunicación permanente con nuestra comunidad digital; además de las transmisiones de *streaming* que se realiza por nuestras redes sociales (Sánchez R. , 2021).

2.10. Coronavirus y Comunicación

En el contexto de las crisis que ha generado el coronavirus en el mundo Filgueira, Galindo, & Blofield (2020) mencionan:

La pandemia del *COVID-19* está generando en el mundo una triple crisis combinada y asimétrica: sanitaria, económica y social. Por otra parte, la región presenta debilidades estructurales que generan fuertes dificultades para abordar el triple desafío de contención epidemiológica, recuperación económica y mitigación de los costos sociales. (Filgueira, Galindo, & Blofield, 2020, pág. 8).

Para Sánchez & García (2020) “La crisis del coronavirus ha generado una complicada situación a nivel sanitario, económico y social, que requiere de una labor de comunicación fundamental para que la sociedad comprenda y colabore” (pág. 12).

Es importante señalar las múltiples plataformas que tienen hoy las personas para poder informarse. Al respecto Igartua, Mohedano, & Calderón (2020) señalan:

El consumo de información sobre el coronavirus se estructura en cuatro dimensiones latentes: a) información sanitaria especializada en internet, webs oficiales y a través de personal sanitario; b) a través de los medios sociales "visuales"; c) a través de los medios sociales "escritos" y contactos cara a cara; y, d) a través de los mass media (Igartua, Mohedano, & Calderón, 2020, pág. 52)

2.11. Variables

2.13.1 Variable independiente: Análisis de contenido-noticias pandemia.

2.13.2 Variable dependiente: Versión Digital de Diario Los Andes.

2.13.3 Operacionalización de variables

Tabla 1

Operacionalización de variables

| VARIABLE | DEFINICIÓN | CATEGORÍA | INDICADORES | TÉCNICAS E INSTRUMENTOS |
|--|---|--|---|--|
| Variable independiente | Análisis de contenido El análisis de contenido, según: (Onrubia, 2018) “El análisis de contenido que permiten de manera válida, interpretar textos y documentos de forma explícita o implícita” (pag125). | Parámetros de tratamiento informativo | -Autor -Sección -Género periodístico - Fuentes | -Técnica: análisis de contenido Instrumento: Ficha de análisis de contenido |
| Análisis de contenido - pandemia del coronavirus | | Periodismo y comunicación asertiva en tiempo de pandemia | -Periodismo anticipativo -Periodismo de servicio - Periodismo Interactivo | |

| | | | | |
|---------------------------------|--|---|--|---|
| Variable dependiente | El desarrollo de una nueva prensa que migre hacia lo digital hace un importante esfuerzo por transformar su lenguaje, sus ritmos de producción, sus lógicas de construcción de información, la manera de visualizarse y consumirse, y por lo tanto, su manera de relacionarse con los receptores. Roger (2010) | Periodismo digital | Hipertextualidad Multimedialidad -Interactividad -Reticularidad | Técnica: Entrevistas Instrumento: Cuestionario |
| Versión Digital de diario Andes | | Parámetros de calidad ciberperiodística | | |

Fuente: elaboración propia.

Capítulo III: Metodología

3.1 Método de investigación

3.1.1 Método Científico.

3.2. Tipo de investigación

3.2.1 Bibliográfica.

Para sustentar la investigación se hará uso de libros y artículos científicos que ayudarán a crear una base teórica más estructurada.

3.2.2. Cualitativa.

Es un método para recopilación de datos ni numéricos.

3.3. Diseño de la investigación

3.3.1. Investigación no experimental

Se realizará este tipo de investigación debido a que no se manipulan las variables.

3.4. Población y muestra

No se ha utilizado instrumentos numéricos debido a la naturaleza de la investigación, sin embargo, es necesario realizar un muestreo aleatorio simple para determinar el número de publicaciones que serán analizadas; teniendo en cuenta que en la versión digital de Diario Regional “Los Andes” existen un total de 508 publicaciones sobre noticias relacionadas al coronavirus en Chimborazo desde marzo hasta agosto del 2020.

$$P=1- \frac{N-1}{N} \cdot \frac{N-2}{N-1} \dots \frac{N-n}{N-(n-1)}$$

$$=1- \frac{N-n}{N}$$

$$= \frac{n}{N}$$

$$= \frac{64}{508}$$

$$= 13\%$$

Aplicando la técnica de muestro aleatorio simple propuesto anteriormente en total serán analizadas 66 publicaciones, de acuerdo al siguiente cronograma.

MARZO 2020

| DOM | LUN | MAR | MIE | JUE | VIE | SAB | |
|------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|--|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | |
| 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | |
| 15 | 16 | 17 | 18 | 19 | 20 | 21 | |
| 22 | 23 | 24 | 25 | 26 | 27 | 28 | |
| 29 | 30 | 31 | | | | v | |
| | | | | | | | |

Gráfico 1: marzo 2020

Fuente: elaboración propia.

En el mes de marzo se realizará 11 publicaciones.

ABRIL 2020

| DOM | LUN | MAR | MIE | JUE | VIE | SAB | |
|------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|--|
| | | | 1 | 2 | 3 | 4 | |
| 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | |
| 12 | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 | 18 | |
| 19 | 20 | 21 | 22 | 23 | 24 | 25 | |
| 26 | 27 | 28 | 29 | 30 | | | |
| | | | | | | | |

Gráfico 2: abril 2020

Fuente: elaboración propia.

En el mes de abril se realizará 11 publicaciones.

MAYO 2020

| DOM | LUN | MAR | MIE | JUE | VIE | SAB | |
|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|--|
| | | | | | 1 | 2 | |
| 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | |
| 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 | 16 | |
| 17 | 18 | 19 | 20 | 21 | 22 | 23 | |
| 24 | 25 | 26 | 27 | 28 | 29 | 30 | |
| 31 | | | | | | | |

Gráfico 3: mayo 2020

Fuente: elaboración propia.

En el mes de mayo se realizará 11 publicaciones.

JUNIO 2020

| DOM | LUN | MAR | MIE | JUE | VIE | SAB | |
|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|--|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | |
| 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | |
| 14 | 15 | 16 | 17 | 18 | 19 | 20 | |
| 21 | 22 | 23 | 24 | 25 | 26 | 27 | |
| 28 | 29 | 30 | 31 | | | | |
| | | | | | | | |

Gráfico 4: junio 2020

Fuente: elaboración propia.

En el mes de junio se realizará 11 publicaciones.

JULIO 2020

| DOM | LUN | MAR | MIE | JUE | VIE | SAB | |
|------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|--|
| | | | 1 | 2 | 3 | 4 | |
| 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | |
| 12 | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 | 18 | |
| 19 | 20 | 21 | 22 | 23 | 24 | 25 | |
| 26 | 27 | 28 | 29 | 30 | 31 | | |
| | | | | | | | |

Gráfico 5: julio 2020

Fuente: elaboración propia.

En el mes de julio se realizará 11 publicaciones.

AGOSTO 2020

| DOM | LUN | MAR | MIE | JUE | VIE | SAB | |
|------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|--|
| | | | | | | 1 | |
| 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | |
| 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 | |
| 16 | 17 | 18 | 19 | 20 | 21 | 22 | |
| 23 | 24 | 25 | 26 | 27 | 28 | 29 | |
| 30 | 31 | | | | | | |

Gráfico 6: agosto 2020

Fuente: elaboración propia.

En el mes de agosto se realizará 11 publicaciones.

3.5. Técnicas e Instrumentos de recolección de datos

3.5.1 Técnicas.

3.5.1.1. *Análisis de contenidos.*

Esta técnica se constituye en un instrumento de respuesta a esa curiosidad natural del hombre por descubrir la estructura Interna de la información, bien en su composición, en su forma de organización o estructura, bien en su dinámica. Esta técnica centra su búsqueda en los vocablos u otros símbolos que configuran el contenido de las comunicaciones y se sitúan dentro de la lógica de la comunicación interhumana. (López, 2002, pág. 173)

3.5.1.2. *Entrevista.*

La entrevista es la técnica con la cual el investigador pretende obtener información de una forma oral y personalizada. La información versará en torno a acontecimientos vividos y aspectos subjetivos de la persona tales como creencias, actitudes, opiniones o valores en relación con la situación que se está estudiando. (Torrecilla, 2006, pág. 6)

3.5.2. Instrumentos

3.5.2.1 *Ficha de análisis.*

Tabla 2

Tabla guía

| FECHA | TITULAR | LINK |
|----------------------------|------------------------------|---|
| Fecha exacta de la noticia | Titular de la noticia | Link de la noticia publicada por Diario Regional Los Andes. |

Fuente: elaboración propia.

Tabla 3*Tabla de análisis de contenidos*

| | | | |
|--|---|------------|------------------|
| FECHA: | | | |
| TITULAR | | | |
| GÉNERO | | | |
| PERIODÍSTICO | Nota Informativa, crónica, entrevista, artículo de opinión, editorial | | |
| ELEMENTOS DE AYUDA GRÁFICA Y AUDIOVISUAL | FOTOGRAFÍA | | VIDEO |
| | SI | | SI |
| HIPERTEXTUALIDAD | ENLACES INTERNOS | | ENLACES EXTERNOS |
| | SI | | SI |
| MULTIMEDIALIDAD | | | |
| INTERACTIVIDAD | COMPARTIR | REACCIONAR | VISUALIZACIONES |
| | SI | SI | SI |
| E | | | |
| J | CRISIS | | |
| E | SOCIAL | | |

T

E

M **CRISIS**

A **SANITARIA**

T

I

CRISIS

C

ECONÓMICA

O

PALABRAS

COVID 19 , CHIMBORAZO , COE NACIONAL , CONTROL

CLAVES

EVIDENCIA

FOTOGRAFICA

FOTO DE LA NOTICIA

Fuente: elaboración propia.

3.5.2.2. Guía de preguntas.

Con esta técnica se obtuvo información importante para nuestra investigación, de la periodista digital de Diario Regional “Los Andes” Pamela Villa y con la ayuda de un experto en redes sociales:

- **Sra. Pamela Villa:** Periodista Digital de Diario Regional “Los Andes”.
- **Lic. Alberto Rosero:** director del noticiero en Radio Católica (105.7fm)

Las entrevistas constan de 10 preguntas para la periodista digital de Diario Regional “Los Andes” y 10 para el Lic. Alberto Rosero.

ENTREVISTA A LIC. PAMELA VILLA (PERIODISTA Y EDITORA DIGITAL EN DIARIO LOS ANDES)

1. ¿Cuáles son las guías o lineamientos para publicar noticias en Diario “Los Andes”?
2. ¿Qué tipos de fuentes se utiliza para generar la información en la plataforma web de Diario Regional Los Andes?
3. ¿Cómo se produce el contenido multimedia en la plataforma web de Diario Regional Los Andes?
4. ¿Diario Los Andes cuenta con un manual de comunicación digital para crisis?
5. ¿Cuáles son las características de las noticias en la plataforma web de diarios Los andes?
6. ¿Cómo es el proceso de creación de contenido para la plataforma web de Diario Los Andes?
7. ¿Qué considera usted que se podría mejorar en la plataforma web de Diario Los Andes?
8. ¿En cuánto a contenido, se ha implementado los criterios (Hipertextualidad, interactividad, multimedialidad)?
9. ¿Cuáles son las lógicas de consumo en la plataforma web de diario Los Andes?
10. ¿Qué estrategias utiliza Diario Los Andes para generar impacto en la comunidad digital?

ENTREVISTA A LIC. ALBERTO ROSERO LÓPEZ (*COMMUNITY MANAGER* DE RADIO CATÓLICA)

1. ¿Qué es un *community manager*?
2. ¿Cuál es la principal función de un *community manager*?
3. ¿Cómo se elabora el contenido informativo para una plataforma web?
4. ¿Cómo se mide los resultados en una plataforma web?
5. ¿Cómo se crea “comunidad digital” en plataformas web?
6. ¿Qué herramientas se utiliza para publicar contenido informativo y multimedia en una plataforma web?
7. ¿Cuáles son los parámetros para publicar en formatos digitales?
8. ¿Cómo se crea estrategias efectivas de comunicación para formatos digitales?
9. ¿Cómo se genera contenido de impacto en formatos digitales?
10. ¿Cómo se identifica posibles crisis y soluciones efectivas en formatos digitales?

Capítulo IV: Resultado y Discusión

4.1 Análisis e interpretación de resultados

4.1.1 Análisis por variables de la matriz de análisis de contenidos

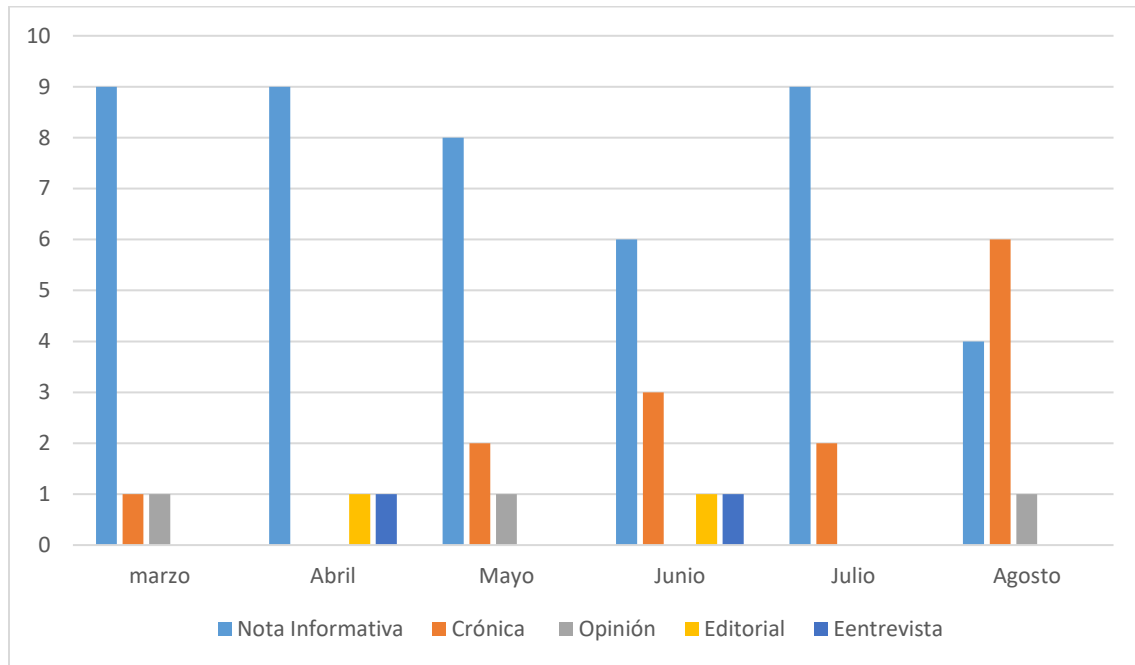


Gráfico 7: géneros periodísticos.

Fuente: elaboración propia.

Interpretación de resultados:

En la variable de “Géneros Periodísticos “, predomina la Nota periodística con 45 publicaciones de las 66 analizadas, en segundo lugar, está la crónica con 14 publicaciones, en tercer lugar, está los artículos de opinión con 3 publicaciones, en cuarto lugar, está el editorial con 2 publicaciones y la entrevista está al último con 2 publicaciones

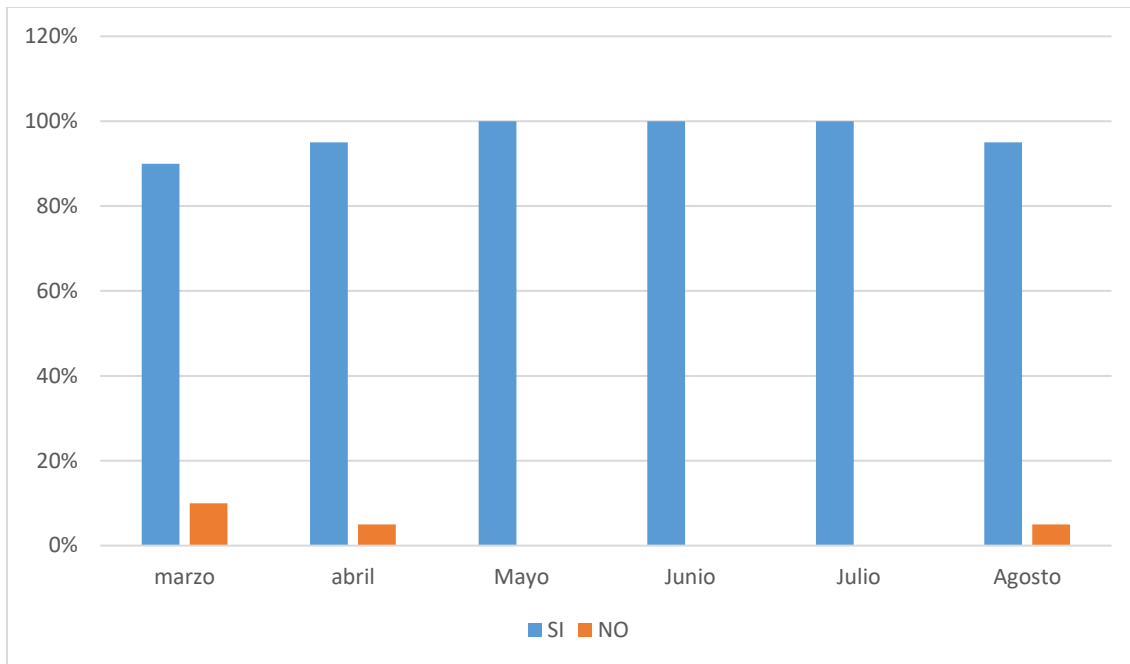


Gráfico 8: elementos de ayuda gráfica.

Fuente: elaboración propia.

Interpretación de resultados:

Predomina la utilización de los elementos de ayuda gráfica en las publicaciones con un promedio de 90% en los 6 meses analizadas. Es decir, es un recurso muy utilizado en el portal web de Diario Los Andes.

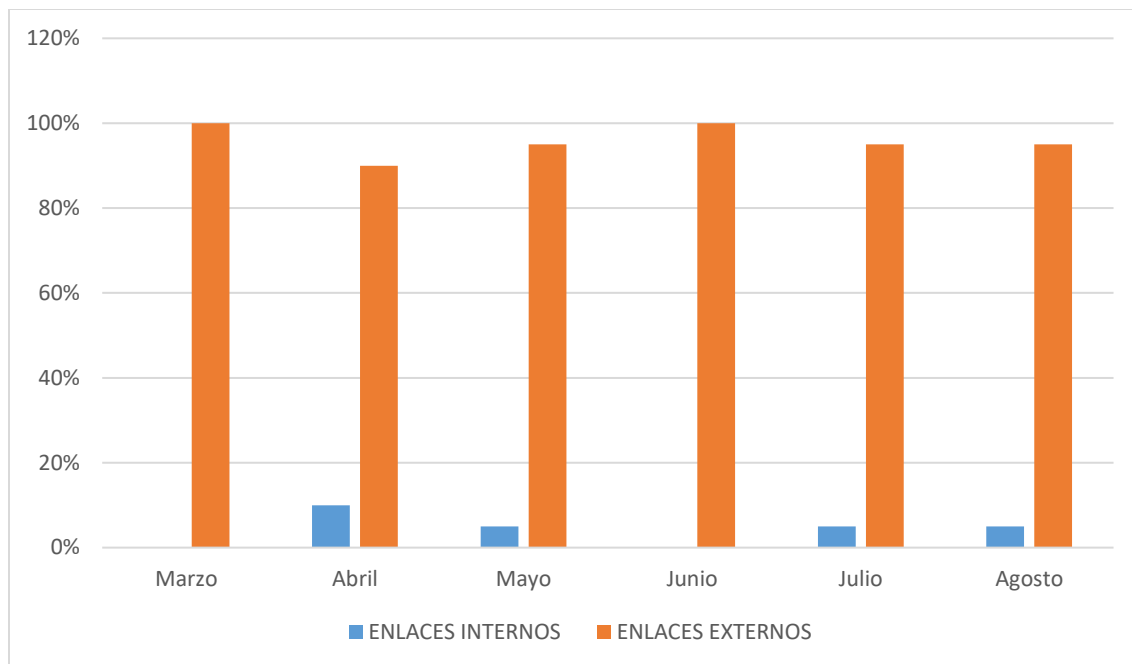


Gráfico 9: Hipertextualidad.

Fuente: elaboración propia.

Interpretación de resultados:

Predomina el recurso de “Hipertextualidad “en la publicación de las noticias en el portal web de Diario Los Andes, con un promedio del 90% en los 6 meses analizados. Apenas el 10% de las notas analizadas no contiene enlaces internos y externos.

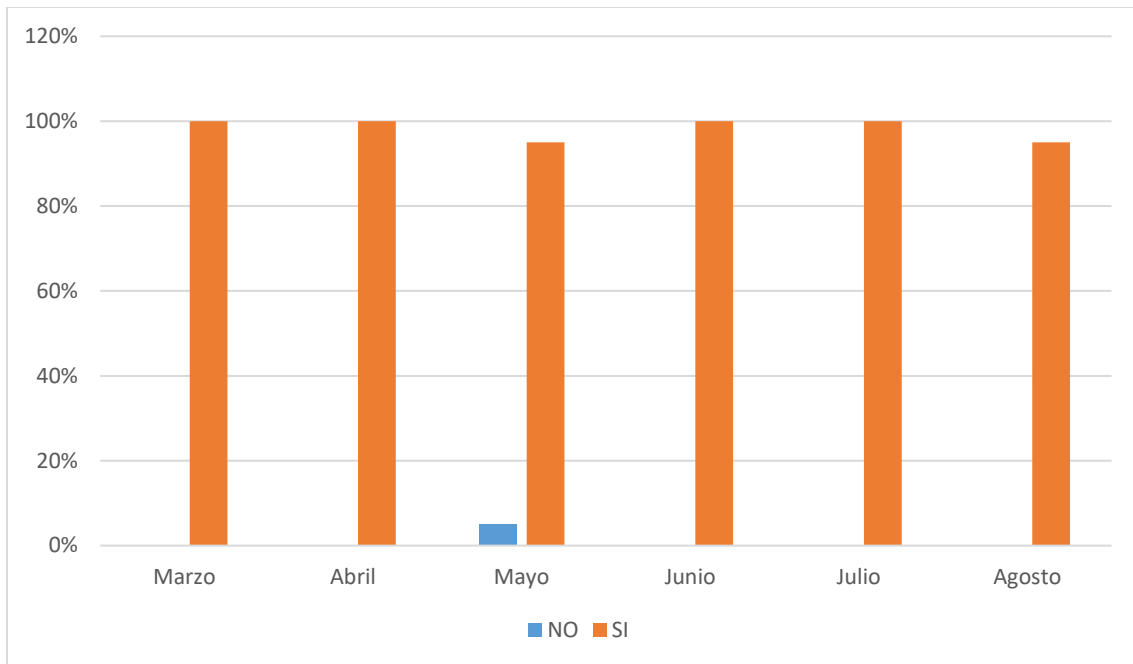


Gráfico 10: multimedialidad.

Fuente: elaboración propia.

Interpretación de resultados:

Predomina la utilización de material audiovisual con el 95% en los 6 meses analizados. Tan solo el 5% de las notas analizadas no contiene algún material audiovisual.

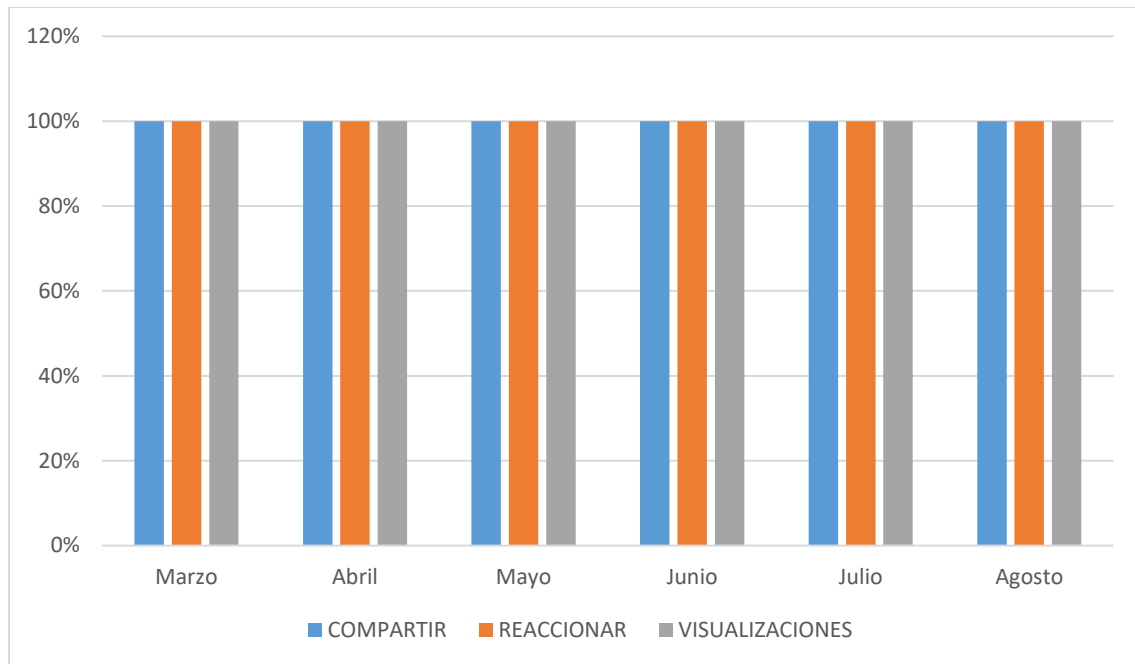


Gráfico 11: Interactividad.

Fuente: elaboración propia.

Interpretación de resultados:

El 100% de las notas analizadas se emplea el recurso de interactividad, es decir se cumple con este criterio de calidad ciber-periodística en su totalidad.

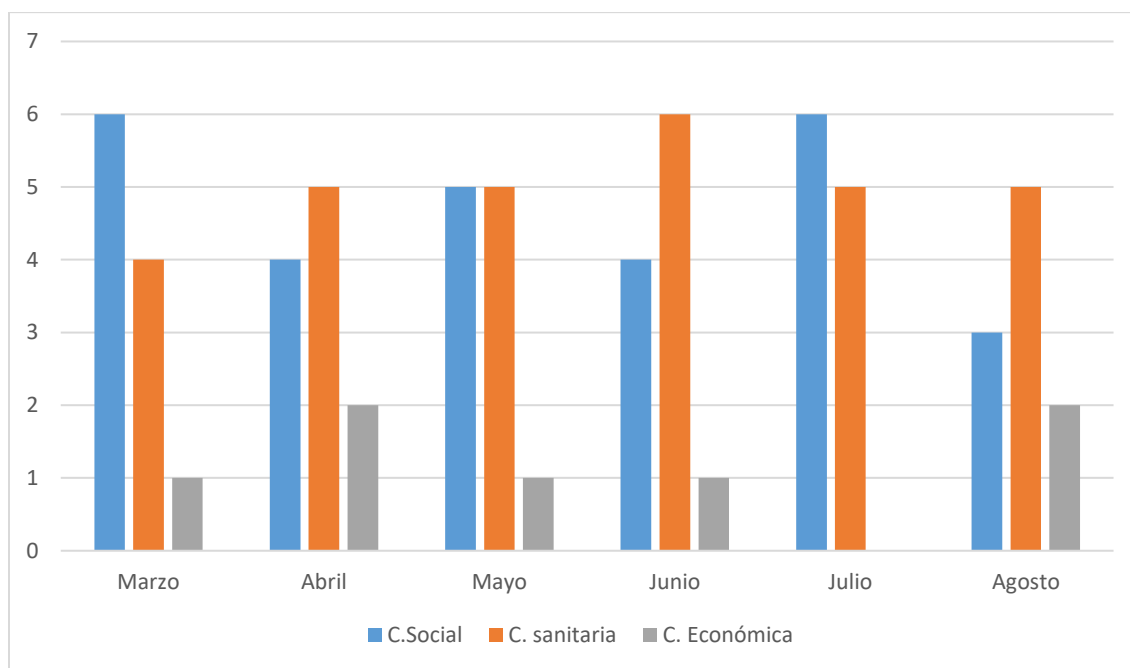


Gráfico 12: ejes temáticos.

Fuente: elaboración propia.

Interpretación de resultados:

Luego de analizar las 66 publicaciones en el portal web de Diario Regional “Los Andes” podemos deducir que predomina la temática de “Crisis sanitaria” con 30 publicaciones, lo que equivale al 45.5% del total de publicaciones analizadas, lo cual es lógico ya que es el eje principal respecto al coronavirus. En segundo lugar, está la temática de “Crisis social” con 29 publicaciones lo que corresponde al 43.9% del total de notas publicadas. Por último, encontramos el eje temático de “Crisis económica” con 7 publicaciones lo que corresponde al 10.6%.

El tema de la crisis sanitaria prevaleció ya que es el eje central sobre el coronavirus, para abordarlo se utilizó notas informativas, crónicas, reportajes, editoriales y artículos de opinión; sin embargo, el tema social fue de mucha importancia ya que a partir de la pandemia se despendio

varias problemáticas sociales como: suicidios, manifestaciones, pérdidas de trabajo, prohibición de clases etc.

Por último, la crisis económica fue tratada con mucha importancia también ya que durante los 6 meses analizados se evidencio a través de las publicaciones problemáticas de mendicidad extrema, familias con escasos recursos, cierres de negocios tradicionales en Chimborazo.

4.1.2 Análisis e interpretación de entrevistas.

Tabla 4

Entrevista (Diario Los Andes)

| PREGUNTA | RESPUESTA |
|--|---|
| 1- ¿Cuáles son las guías o lineamientos para publicar noticias en Diario “Los Andes”? | Con la última actualización pos-pandemia se han adoptado nuevos lineamientos y se han fortalecido los ya existentes como por ejemplo una buena redacción, un buen titular, un texto que sea coherente y llame la atención del usuario. Otro lineamiento adoptado es el direccionamiento a nuestro nicho de lectores |
| 2- ¿Qué tipos de fuentes se utiliza para generar la información en la plataforma web de Diario Regional Los Andes? | En el tema de las fuentes se trabaja mancomunadamente con el diario impreso, es decir son las mismas fuentes en ambas plataformas |
| 3- ¿Cómo se produce el contenido multimedia en la plataforma web de Diario Regional Los Andes? | El contenido se realiza de acuerdo a la información y a la noticia a publicar, aquí interviene un equipo de profesionales como editores gráficos, fotógrafo, periodista digital y en conjunto elaboran la noticia para la plataforma web que siempre estará con alguna imagen o video, esto con el objetivo de complementar la información. |
| 4- ¿Diario Los Andes cuenta con un manual de comunicación digital para crisis? | Claro que sí, si contamos con un manual de comunicación para tiempos de crisis , es un instructivo el cual está focalizado a fortalecer la plataforma web del diario ya que por ejemplo en el tema del coronavirus no se podía sacar el periódico impreso , entonces optamos por utilizar otros canales como la página web , redes sociales etc . Ahora |

estamos potenciando aún más el tema digital ya que hace tiempo atrás realmente estaba descuidado.

Dentro del manual hay estrategias de comunicación para hacer el contenido más accesible y darles seguimiento a las noticias; además a nuestros usuarios y suscriptores le hacemos llegar el diario digital a sus correos.

5- ¿Cuáles son las características de las noticias en la plataforma web de diarios Los andes?

Toda noticia en nuestro medio tiene una buena redacción que facilite la legibilidad a los usuarios, coherencia en las notas, toda noticia debe tener hipervínculos internos y externos; también se utiliza los *keywords* y palabras claves, las etiquetas no pueden faltar en nuestras noticias.

Otra característica importante es que en nuestras noticias los lectores pueden reaccionar o comentar, es decir hay interactividad del medio con los públicos.

6-¿Cómo es el proceso de creación de contenido para la plataforma web de Diario Los Andes?

Cada lunes y viernes es la reunión de programación distribución y planificación de contenidos con todo el equipo de trabajo, somos 3 personas encargadas del área digital donde se plantean temas a desarrollar entre semana, los más importantes o de mayor profundidad se publican el domingo, ya que este día existe una mayor y mejor circulación del diario

7-¿Cuál es el proceso de publicación de las noticias en la plataforma web de Diario Los Andes ?

Lo que se podría mejorar es el tema de ser más rápidos en el manejo de la información, por ejemplo, si se produce un hecho novedoso en la ciudad, en ese momento que el equipo de periodistas digitales de nuestro medio vaya a la cobertura de la noticia para inmediatamente subirlo a las redes y poder informar a la comunidad. Lamentablemente no contamos con tanto personal y entonces muchas veces la noticia se

publica o se sube al siguiente día ya cuando a lo mejor perdió algo de trascendencia o importancia la misma.

8-¿En cuánto a contenido, se ha implementado los criterios (Hipertextualidad, interactividad, multimedialidad)?

Si, quien visita nuestras notas podrá darse cuenta que si se maneja estos criterios en nuestras publicaciones, creo yo es algo obligatorio para alguien que este encargado de un medio digital o de redes lo debe realizar con el objetivo de que se posicione la noticia y se difunde con mayor alcance. Como te mencioné anteriormente aplicamos palabras claves, la seo, etiquetas, fotos, videos, existe un espacio para reacciones, comentarios etc.

9 ¿Cuáles son las lógicas de consumo en la plataforma web de diario Los Andes ?

Para la medición se utiliza algunas herramientas como Google analytics esto se realiza cada 6 meses, sin embargo el análisis que hacemos es de acuerdo a los datos estadísticos que la misma pagina web del diario nos contabiliza como numero de visitas , interacción , comentarios , like etc . De estos datos se realiza un balance y se concluye por ejemplo que día o que hora tiene mayor tráfico de visitas en nuestra página.

10 - ¿Qué estrategias utiliza Diario Los Andes para generar impacto en la comunidad digital?

Una de las estrategias que utilizamos es la conectividad, por ejemplo, que en redes sociales como Facebook haya un extracto de la nota con foto o video y que el mismo se enlace con nuestra página web donde vas a encontrar la noticia completa. Esto mejor la experiencia del usuario al consumir nuestro contenido.

Realizamos historias en las redes sociales del medio para generar expectativa en nuestros usuarios, sobre todo en Instagram. Otra de las estrategias es que nuestros contenidos

en la plataforma tengan un titular que enganche, un texto que sea muy digerible y que sea corto ya que los lectores en la web no se ven atraídos por textos largos.

Fuente: elaboración propia.

Tabla 5

Entrevista Radio Católica

| PREGUNTA | RESPUESTA |
|---|--|
| 1- ¿Qué es un <i>community manager</i> ? | Es un profesional encargado de la gestión y desarrollo de la comunicación online. Hoy en día los <i>community manager</i> han optado por viabilizar la comunicación a través de nuevos canales como por ejemplo las redes sociales, esto porque el mantenimiento del hosting o sitio web sale demasiado costoso, entonces se busca la mejor alternativa para difusión de contenidos. |
| 2-¿Cuál es la principal función de un <i>community manager</i> ? | El manejo, la administración y la responsabilidad de mantener el contexto con la comunidad digital. Mantener Activa y participativa esa comunidad digital. Es casi como un relacionista público, pero en unas plataformas virtuales. |
| 3- ¿Cómo se elabora el contenido informativo para una plataforma web? | El contenido informativo es el mismo para un medio impreso que para un medio digital, al menos desde la rigurosidad del trabajo periodístico; por ejemplo, la información contrastada |

| | |
|--|---|
| 4-¿Cómo se mide los resultados en una plataforma web? | <p>con distintas fuentes, la redacción, obtención de datos, análisis de datos, conclusiones y análisis. Lo único que cambia es la forma por la inmediatez y por la necesidad de agregar contenido multimedia en las plataformas web ya que es un público mucho más visual.</p> |
| 5-¿Cómo se crea “comunidad digital” en plataformas web ? | <p>Actualmente las plataformas web cuentan con métricas de medición que nos darán resultados en cuestión de segundos y en sus propios sitios, el trabajo del <i>community manager</i> es saber analizar e interpretar los mismos. En redes sociales es preferible buscar otros programas o sistemas externos para la medición de resultados ya que nos dará mayor fiabilidad y seguridad a la hora de tomar decisiones</p> <p>Se crea siguiendo los procesos que el marketing tradicional ha seguido, identificar cuáles son los prospectos que pueden acceder a mi producto. Identificar el nicho, segmento, público objetivo y público meta. Esto en redes es mucho más fácil, porque los usuarios ingresan a una plataforma y nos regalan información personal como gustos, preferencias que se las obtiene a través de algoritmos y de esta forma conocemos mucho mejor al usuario.</p> |
| 6-¿Qué herramientas se utiliza para publicar contenido informativo y multimedia en una plataforma web? | <p>Actualmente todo está dirigido a lo multimedia, para esto existen muchas opciones gratuitas o de pago. Es importante utilizar hipervínculos, etiquetas, palabras claves y hashtag para un mayor alcance e impacto en nuestras publicaciones.</p> |
| 7-¿Cuáles son los parámetros para publicar en formatos digitales? | <p>Los parámetros han ido cambiando con el tiempo, en el año 2000 me recuerdo uno de los primeros portales web en publicar información en las redes fue Ecuador Inmediato.com.</p> |

| | |
|--|--|
| | <p>En aquel tiempo se exigía que la publicación no lleve fotografías muy pesadas o máximo una imagen y era casi que una réplica del impreso.</p> |
| | <p>Hoy en día los parámetros te exigen que tu publicación sea más imagen, video, audio que texto, además la interfaz debe ser amigable, el contenido debe ser inclusivo y debe llevar a enlaces externos para que sea más dinámico el contenido.</p> |
| <p>8-¿Como se crea estrategias efectivas de comunicación para formatos digitales?</p> | <p>Existen herramientas propias de la comunidad digital, una de las estrategias más rápidas y más efectivas es la utilización del hashtag, esto permite enlazar temas dentro de una misma nota informativa. Acercar y enlazar las personas hacia el contenido a través de palabras claves.</p> |
| <p>9-¿Cómo se genera contenido de impacto en formatos digitales?</p> | <p>Hay que tener en claro siempre el <i>target</i>, el público objetivo al que deseas llegar, también es importante entender las lógicas de consumo en la web, ya que a la mayoría de gente no le gusta leer, es indispensable que haya foto, video o algún material audiovisual de preferencia. No hay que olvidar utilizar los motores de búsqueda y elementos que ayudaran a posicionar nuestro producto en los buscadores generando mayor impacto en la comunidad digital.</p> |
| <p>10- ¿Cómo se identifica posibles crisis y soluciones efectivas en formatos digitales?</p> | <p>La crisis se identifica por el bajo tráfico e interacción en tu plataforma. La baja participación del usuario no hay comentarios, reacciones, opiniones, es decir no hay interés en lo que se publica. Para superar las crisis, es conveniente realizar un diagnóstico que se puede hacer mediante el análisis FODA (Fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas). A partir del diagnóstico se toman soluciones y se hace mejoras que puede ser desde lo multimedia, informativo etc.</p> |

Fuente: elaboración propia.

4.2. Discusión de resultados

La relación entre las plataformas digitales y medios de comunicación, hoy en día, nos deja un espacio abierto para el análisis, la interpretación y el estudio de lo que se ha hecho desde la fusión de ambos campos.

En este sentido, las plataformas digitales y redes sociales representan espacios y oportunidades para que, medios de comunicación, periodistas profesionales, comunicadores puedan exponer su trabajo y puedan difundirlo en el mundo de manera inmediata.

Estamos en un proceso de transformación y cambio donde la comunicación mantiene su esencia, su rigurosidad y su fondo, pero indiscutiblemente en las plataformas digitales la forma ha variado y las herramientas web que están a nuestro alcance posibilita producir y difundir información.

Para obtener los datos necesarios, se planteó una matriz de análisis de contenidos –de la plataforma web de Diario” Los Andes” – de marzo a agosto de 2020 y se entrevistó a la periodista digital de diario Los Andes y a un *community manager*. Con esas tres evidencias, se ha determinado que la plataforma web de este medio de comunicación si cumple con las normas de calidad ciber periodística.

De las 66 noticias publicadas y analizados mediante la matriz, el 45.5% le corresponde a la temática de crisis sanitaria. El 43.9% le corresponde a la crisis social y el 10.6% es sobre la crisis económica en Chimborazo.

Las 66 noticias publicadas en el portal web de Diario Los Andes cumplen con el criterio de interactividad, es decir en el 100% de las noticias analizadas hay interacción con la comunidad digital, reacciones, comentarios etc. Este recurso de interactividad se ha potenciado en los últimos

5 años, pues tiempo atrás por falta de recursos y falta de personal el portal web de diario Los Andes estaba descuidado y no se le daba el seguimiento correspondiente. Hoy en día se cuenta con un equipo de profesionales encargados de esta área.

Sobre la Hipertextualidad, el 90% de las publicaciones cumple con el parámetro de ubicar, al menos, una etiqueta para generar tráfico y relacionar las búsquedas. La más utilizadas son #coronavirus y #Chimborazo. Las palabras Riobamba y Chimborazo también se citan con un *hashtag*. Existen enlaces que dirigen hacia una página interna o externa. Desde el mismo algoritmo de Facebook, se citan al conductor y, en ocasiones, a los invitados.

Sobre la multimedialidad, el 95% de las noticias publicadas en el portal web de Diario Los Andes cumple con este criterio, existe principalmente fotografías y videos que potencian el contenido informativo y representa una alternativa integradora e inclusiva para las diferentes audiencias.

Finalmente, los medios tradicionales configuraron su contenido paso a paso, sin embargo, debido a la pandemia los pasos se aceleraron adaptándose a las necesidades de información y obteniendo su espacio en la web.

No obstante, como se ha fundamentado con otros autores, para un excelente trabajo periodístico será determinante el conocimiento es decir la preparación mediante la academia, actualización constante y la necesidad de aprovechar estos espacios para transformar la sociedad y construir un tejido social sano.

Conclusiones

- Los ejes temáticos más abordados por diario Los Andes en los 6 meses analizados sobre la pandemia del coronavirus en Chimborazo son: crisis sanitaria, crisis social y crisis económica. Siendo la crisis sanitaria el eje temático tratado y publicado con mayor frecuencia en la plataforma digital del medio en mención.
- En las publicaciones del portal web de Diario Regional Los Andes, se utilizó varios géneros periodísticos; sin embargo, prevalecen las notas informativas y crónicas, además se utilizó elementos de ayuda gráfica, palabras claves y se aplicó en su totalidad los criterios de calidad ciber periodística (multimedialidad, hipertextualidad e interactividad).
- El manual de comunicación digital es un instrumento de ayuda para el medio: sin embargo, Diario Regional “Los Andes” pese a contar con un manual de comunicación, este no ha sido actualizado en los últimos años. Además, es importante que el manual este orientado también a solucionar momentos de crisis ya que es importante encontrar soluciones a la problemática en el menor tiempo posible y que signifique el menor impacto para el medio de comunicación.

Recomendaciones

- Es importante aplicar los lineamientos de la calidad ciber-periodística ya que esto nos ayudará a posicionarnos y crear interés en la comunidad digital, los motores de búsqueda y otros elementos de interacción harán fortalecer la imagen.
- En la actualidad es importante que un medio de comunicación sea inclusivo, en la versión digital se puede implementar herramientas que faciliten la navegación, comprensión y experiencia del usuario.
- Los medios de comunicación que apuesten por la utilización de plataformas digitales, herramientas, aplicaciones, deben crear modelos de comunicación digital de tipo profesional, por eso, en cada investigación o análisis que se efectúe de esta relación, deberá generarse una propuesta que tenga como base siempre las últimas actualizaciones tecnológicas y características de la audiencia.

CAPÍTULO V

5. PROPUESTA COMUNICACIONAL

5.1 Introducción

El manual de redacción de noticias para plataformas digitales será un producto comunicacional orientado a solucionar situaciones de crisis, el mismo contará con un instructivo para poder utilizar y aplicar por cualquier medio de comunicación digital.

Este manual contará con pautas que facilitará al periodista o comunicador poder redactar y realizar una publicación cumpliendo las normas de calidad ciber-periodísticas y que pueda ser lo más entendible para el usuario o lector. El profesional de la comunicación podrá acceder a este manual con facilidad.

En la presente investigación, se planteó realizar un análisis de contenido de Diario Regional “Los Andes”, sobre las noticias relacionadas a la pandemia del coronavirus desde marzo hasta agosto 2020, para esto se utilizó matrices y se realizó entrevistas.

Mediante dos instrumentos metodológicos –dos formularios para entrevista y una matriz para análisis de contenidos– se recabó información referente a las noticias relacionadas a la pandemia del coronavirus de marzo a agosto del 2020. se analizó aspectos como los ejes temáticos, elementos de ayuda gráfica, además de los elementos ya citados de hipertextualidad, multimedialidad e interactividad. Al mismo tiempo, esos resultados se fundamentaron con entrevistas a periodistas digital y también al community manager.

Diario Regional “Los Andes” si cuenta con un manual de redacción periodística; sin embargo el mismo está desactualizado y no está orientado a tiempos de crisis, por aquello es importante realizar este manual que podrá ser implementado y utilizado en cualquier medio de comunicación que cuente con una plataforma digital o portal web .

5.2 Justificación de la propuesta

En la discusión de resultados de esta investigación se evidenció que, de los 6 meses analizados el eje temático con mayor número de publicaciones y tratamiento informativo por parte de este medio fue la **crisis sanitaria**. Todas las publicaciones contaron con material multimedia., se utilizaron distintos géneros periodísticos, pero el más utilizado fue **la nota informativa**.

Mediante las matrices pudimos visualizar que todas las noticias publicadas en el portal web utilizan elementos de ayuda gráfica y las fotografías a acompañan a cada una de las notas, esto también se puede confirmar en la entrevista con Pamela Villa ya que mencionó la importancia de utilizar recursos multimedia para captar la atención de los usuarios.

De la entrevista con quien es la periodista digital y encargada del portal web de Diario Regional “Los Andes”, Pamela Villa, se concluyó que es importante respetar los elementos de calidad ciberperiodística como la hipertextualidad, multimedialidad e interactividad, ya que esto nos ayudará a posicionarnos dentro de la web y de dará calidad a las publicaciones.

Finalmente, esta propuesta se justifica con la tercera recomendación de este documento, en la que se detalla que, con cada investigación que se realice sobre medios de comunicación, adaptación a las plataformas digitales y comportamiento de las audiencias, se deberá generar una propuesta sustentable y aplicable al medio en el que se desarrolló la disquisición.

5.3 Objetivos estratégicos

5.3.1 Objetivo general

Elaborar un manual de redacción de noticias en plataformas digitales orientados a situaciones de crisis.

5.3.2 Objetivos específico

- Construir el manual de redacción para seis meses, para el período marzo a agosto del 2021.
- Establecer escenarios de crisis en plataformas digitales
- Elaborar un blog para difundir el manual de redacción propuesto.

5.4 Descripción de la propuesta

5.4.1. Datos informativos

Tema: Elaboración del manual de redacción de noticias en plataformas digitales orientados a situaciones de crisis.

Beneficiarios:

Directos: Diario Regional “Los Andes”.

Indirectos: Gerencia del medio de comunicación.

Ubicación: Ciudad de Riobamba.

Provincia: Chimborazo.

Cantón: Riobamba.

Tiempo estimado de ejecución: 6 meses.

Equipo técnico responsable: Dirección general de Diario Regional “ Los Andes”.

Referencias

- Delfa, C. V., & Gómez, J. J. (2011). El sistema de alternancia de turnos en los intercambios sincrónicos mediatizados por ordenador. *Pragmalinguística*(19), 121-138. Obtenido de https://rodin.uca.es/bitstream/handle/10498/15367/121_138.pdf?sequence=6&isAllowed=y
- Simón, J. G. (2016). La comunicación. *Salus*, 20(3), 5-6. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/3759/375949531002.pdf>
- Yang, Y., Medica, H. S., & Ponjuán, D. T. (2016). El proceso de la comunicación en la gestión del conocimiento. Un análisis teórico de su comportamiento a partir de dos modelos típicos. *Universidad y Sociedad*, 8(2), 165-173. Obtenido de <http://scielo.sld.cu/pdf/rus/v8n2/rus21216.pdf>
- Dueñas, P. P., & Fernández, J. L. (2017). La comunicación de marketing en la empresa de distribución española Mercadona. (U. P. Salesiana, Ed.) *Retos. Revista de Ciencias de la Administración y Economía*, 7(13), 9-26.
- Onrubia, A. &. (2018). Revista General de Información y Documentación. *Universum*, 125.
- Giraldo, C., Naranjo, S., Tovar, E., & Córdoba, J. C. (2008). En *Teorías de la comunicación*. Bogotá.
- García, M. R. (2011). Pensamiento sistemático y comunicación. "Teoría de la comunicación humana" de Paul Watzlawick. *Razón y Palabra*, 16(75), 1-13. Obtenido de http://www.razonypalabra.org.mx/N/N75/monotematico_75/29_Rizo_M75.pdf
- Castro, L. E. (2012). *Teorías de la comunicación*. Estado de México: Red Tercer Milenio S.C.
- Lasswell, H. (1985). Estructura y función de la comunicación en la sociedad. En *Sociología de la comunicación de masas. II Estructura, funciones y efectos*. (págs. 50-68). Barcelona: Gustavo Gili.
- Alsina, M. R. (2011). Las Teorías de la Comunicación ante el reto de las Tecnologías de la Información y Comunicación. *Portal Comunicación.com*, 1-8.
- Mancinas, R., Nogales, A. I., & Yaguache, J. J. (2019). Estructuras de propiedad: los dueños de la información digital. En *La comunicación en el escenario digital: actualidad, retos y perspectivas* (págs. 287-323). Argentina: Pearson.
- Pastor, J. A., & Saorín, T. (1997). La escritura Hipermedia. *Cuadernos de documentación multimedia*, 6, 206-222.
- Gonzalez, M. A. (2001). Convivencia de la prensa escrita y la prensa "on line" en su tradición hacia el modelo de comunicación multimedia. *Estudios sobre el mensaje periodístico*(7), 71-78.

- Marín, J. Á. (2010). La era digital: nuevos medios, nuevos usuarios y nuevos profesionales. *Razón y palabra*(71), 1-12. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/1995/199514914045.pdf>
- Hassan, Y., Martín, F., & Iazza, G. (2004). Diseño web centrado en el usuario: usabilidad y arquitectura de la información. *Hipertexto. net*(2), 1-2.
- Moreno, G. G. (2004). Periodismo digital: nuevas exigencias para el profesional de la información. *Redes.com*(1), 61-72.
- Salaverría, R. (2019). Periodismo digital: 25 años de investigación. Artículo de revisión. *Profesional De La Información*, 28, 1-27.
- Colliva, J. L. (2016). Entender la comunicación que viene. *Nuestro tiempo*(692), 82-88.
- Costales, J. R. (2013). Medios digitales en Ecuador, cuántos son y qué hacen. *Chasqui. Revista Latinoamericana de comunicación*(122), 111-117.
- Valencia, C. R., Espinosa, M. M., & Vivanco, L. J. (2016). El periodismo digital en el Ecuador y su relación con los públicos estudio de los diarios nacionales El Comercio y El Universo. *La pantalla insomne / coord. por Concha Mateos Martín, Francisco Javier Herrero Gutiérrez*, 2951-2981.
- Arandes, J. A. (2013). El análisis de contenido como herramienta de utilidad para la realización de una investigación descriptiva. Un ejemplo de aplicación práctica utilizado para conocer las investigaciones realizadas sobre la imagen de marca de España y el efecto país de orig. *Provincia*(29), 135-173.
- Aignerren, M. (2009). Análisis de contenido. Una introducción. *La Sociología En Sus Escenarios*(3), 1-52.
- Filgueira, F., Galindo, L. M., & Blofield, M. (2020). *América Latina ante la crisis del COVID-19: vulnerabilidad socioeconómica y respuesta social*. CEPAL.
- Sánchez, C. C., & García, X. L. (2020). Comunicación y crisis del coronavirus en España. Primeras lecciones. *Profesional de la información*, 29(3).
- Igartua, J. J., Mohedano, F. O., & Calderón, C. A. (2020). Usos de la comunicación en los tiempos del coronavirus. Un estudio transcultural. *El profesional de la información*, 29(3).
- Sánchez, R. (Mayo de 2021). Información sobre Diario Regional Los Andes. (A. Sánchez, Entrevistador)
- Torrecilla, J. M. (2006). *La entrevista*. Madrid, España: Universidad Autónoma de Madrid.
- López, F. (2002). El análisis de contenido como técnica de investigación. *Revista de Educación*, 167-179.

Anexos

Anexo 1. Preguntas de entrevistas

ENTREVISTA A LIC. PAMELA VILLA (PERIODISTA Y EDITORA DIGITAL EN DIARIO LOS ANDES)

11. ¿Cuáles son las guías o lineamientos para publicar noticias en Diario “Los Andes”?
12. ¿Qué tipos de fuentes se utiliza para generar la información en la plataforma web de Diario Regional Los Andes?
13. ¿Cómo se produce el contenido multimedia en la plataforma web de Diario Regional Los Andes?
14. ¿Diario Los Andes cuenta con un manual de comunicación digital para crisis?
15. ¿Cuáles son las características de las noticias en la plataforma web de diarios Los andes?
16. ¿Cómo es el proceso de creación de contenido para la plataforma web de Diario Los Andes?
17. ¿Qué considera usted que se podría mejorar en la plataforma web de Diario Los Andes
18. ¿En cuánto a contenido, se ha implementado los criterios (Hipertextualidad, interactividad, multimedialidad)?
19. ¿Cuáles son las lógicas de consumo en la plataforma web de diario Los Andes?
20. ¿Qué estrategias utiliza Diario Los Andes para generar impacto en la comunidad digital?

ENTREVISTA A LIC. ALBERTO ROSERO LÓPEZ (COMMUNITY MANAGER DE RADIO CATÓLICA)

11. ¿Qué es un *community manager*?
12. ¿Cuál es la principal función de un *community manager*?
13. ¿Cómo se elabora el contenido informativo para una plataforma web?

14. ¿Cómo se mide los resultados en una plataforma web?
15. ¿Cómo se crea “comunidad digital” en plataformas web?
16. ¿Qué herramientas se utiliza para publicar contenido informativo y multimedia en una plataforma web?
17. ¿Cuáles son los parámetros para publicar en formatos digitales?
18. ¿Cómo se crea estrategias efectivas de comunicación para formatos digitales?
19. ¿Cómo se genera contenido de impacto en formatos digitales?
20. ¿Cómo se identifica posibles crisis y soluciones efectivas en formatos digitales?

Anexo 2.- Evidencia de entrevista



Anexo 3.- ficha 1

| FECHA | TITULAR | LINK |
|----------------------|--|---|
| 1 marzo, 2020 | Ciudadanos deben apegarse a las sugerencias de prevención | https://www.diariolosandes.com.ec/ciudadanos-deben-apegarse-a-las-sugerencias-de-prevencion/ |
| 4 de marzo del 2020 | Evitar el ingreso y salida del cantón Riobamba | https://www.diariolosandes.com.ec/opinion/ |
| 7 de marzo del 2020 | No hubo intento de fuga ni amotinamiento en la cárcel de Riobamba | https://www.diariolosandes.com.ec/no-hubo-intento-de-fuga-ni-amotinamiento-en-la-carcel-de-riobamba/ |
| 10 de marzo del 2020 | 168 casos confirmados en Ecuador y un tercer fallecido por coronavirus | https://www.diariolosandes.com.ec/168-casos-confirmados-en-ecuador-y-un-tercer-fallecido-por-coronavirus/ |


Fuente: elaboración propia.

Anexo 4.- Matriz 2

A continuación, una muestra (5) de las matrices mas importantes que se realizó para el análisis:

| | | | | |
|--|---------------|---|----------------------------|---------------------------|
| TABLA 1 | | | | |
| FECHA: | | 1 marzo, 2020 | | |
| TITULAR | | Ciudadanos deben apegarse a las sugerencias de prevención | | |
| GÉNERO PERIODÍSTICO | | Nota informativa | | |
| ELEMENTOS DE AYUDA GRÁFICA Y AUDIOVISUAL | | FOTOGRAFÍA SI | VIDEO SI | |
| HIPERTEXTUALIDAD | | ENLACES INTERNOS NO | ENLACES EXTERNOS SI | |
| MULTIMEDIALIDAD | | SI | | |
| ITERACTIVIDAD | | COMPARTIR SI | REACCIONAR SI | VISUALIZACIONES SI |
| E J E | CRISIS SOCIAL | | | |

| | | | |
|--|---------------|--|------------------------|
| TABLA 21 | | | |
| FECHA: | | 28 DE ABRIL DEL 2020 | |
| TITULAR | | Ministros visitaron hospitales de Riobamba | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| GÉNERO PERIODÍSTICO | | NOTA INFORMATIVA | |
| ELEMENTOS DE AYUDA GRÁFICA Y AUDIOVISUAL | | FOTOGRAFÍA SI | VIDEO NO |
| HIPERTEXTUALIDAD | | ENLACES INTERNOS NO | ENLACES EXTERNOS SI |
| MULTIMEDIALIDAD | | SI | |
| ITERACTIVIDAD | | COMPARTIR SI | REACCIONAR SI |
| | | VISUALIZACIONES SI | |
| E J E | CRISIS SOCIAL | | |

| | | |
|--------------------------------------|--|--|
| T E M A T I C O | CRISIS SANITARIA | El Secretario General de Gabinete de la Presidencia de la República, Juan Sebastián Roldán, junto a cuatro ministros cumplieron una agenda en Riobamba. Tras llegar al Hospital General Docente de Riobamba, Roldán mencionó que el objetivo de la visita era para cerciorarse que existan los materiales de protección, que los médicos y trabajadores de la salud necesitan. |
| | CRISIS ECONÓMICA | |
| PALABRAS CLAVES | ROLDÁN , CONTAGIO COMUNITARIO , COVID , EMERGENCIA | EVIDENCIA FOTOGRÁFICA  |

Fuente: elaboración propia.

| | | | |
|--|---------------------|--|------------------------|
| TABLA 28 | | | |
| FECHA: | | 16 DE MAYO DEL 2020 | |
| TITULAR | | Entrega de “kits de bioseguridad” a los artesanos de los diferentes gremios y asociaciones filiales a la FEPACH | |
| GÉNERO PERIODÍSTICO | | NOTA INFORMATIVA | |
| ELEMENTOS DE AYUDA GRÁFICA Y AUDIOVISUAL | | FOTOGRAFÍA SI | VIDEO NO |
| HIPERTEXTUALIDAD | | ENLACES INTERNOS NO | ENLACES EXTERNOS SI |
| MULTIMEDIALIDAD | | SI | |
| ITERACTIVIDAD | | COMPARTIR SI | REACCIONAR SI |
| | | VISUALIZACIONES SI | |
| E J E | CRISIS SOCIAL | | |
| T E M | CRISIS SANITARIA | Gonzalo Uvidia Villa, presidente de la Federación Provincial de Artesanos Profesionales de Chimborazo (FEPACH) junto a su directorio, los días 6, 7 y 8 de mayo del presente año procedió a la entrega de 400 kits de bioseguridad a los artesanos activos de los 22 gremios y asociaciones filiales de la mencionada asociación. | |

| | | |
|----------------------------------|--|---|
| <p>A T I C O</p> | <p>CRISIS ECONÓMICA</p> | |
| <p>PALABRAS CLAVES</p> | <p>GESTIÓN , FEPACH , GREMIOS , KITSANITARIO</p> | <p>EVIDENCIA FOTOGRÁFICA</p> <hr/> <p>Entrega de "kits de bioseguridad" a los artesanos de los diferentes gremios y asociaciones filiales a la FEPACH</p> <p>Por marcelo · 15 mayo, 2020 👁 170 🗨 0</p> <p>Me gusta</p> <p> Share Facebook Twitter Google+ Pinterest </p> <p>COLABORACIÓN</p> <p>Gonzalo Uvidia Villa, presidente de la Federación Provincial de Artesanos Profesionales de Chimborazo (FEPACH) junto a su directorio, los días 6, 7 y 8 de mayo del presente año procedió a la entrega de 400 kits de bioseguridad a los artesanos activos de los 22 gremios y asociaciones filiales de la mencionada asociación.</p> |

| | | | |
|--|--|------------------------|-----------------------|
| TABLA 37 | | | |
| FECHA: | 10 DE JUNIO DEL 2020 | | |
| TITULAR | Canastas agrícolas llegan directamente a más de 100 mil familias | | |
| GÉNERO PERIODÍSTICO | NOTA INFORMATIVA | | |
| ELEMENTOS DE AYUDA GRÁFICA Y AUDIOVISUAL | FOTOGRAFÍA SI | VIDEO NO | |
| HIPERTEXTUALIDAD | ENLACES INTERNOS NO | ENLACES EXTERNOS SI | |
| MULTIMEDIALIDAD | SI | | |
| ITERACTIVIDAD | COMPARTIR SI | REACCIONAR SI | VISUALIZACIONES SI |
| E J E T E M | CRISIS SOCIAL | | |
| | CRISIS SANITARIA | | |

| | | |
|----------------------------------|---|---|
| <p>A T I C O</p> | <p>CRISIS ECONÓMICA</p> | <p>Más de 100.000 familias han sido beneficiadas con la comercialización de alrededor de 27.000 canastas agrícolas, que los productores ofrecen a domicilio a través del Programa Agro Tienda Ecuador, que impulsa el Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG).</p> |
| <p>PALABRAS CLAVES</p> | <p>MAG , CANASTAS , AGRICOLA , FAMILIAS</p> | <p>EVIDENCIA FOTOGRÁFICA</p> <p>Canastas agricolas llegan directamente a más de 100 mil familias</p> <p>Por Paola Montoya · 10 Junio, 2020</p> <p>Me gusta 0</p> <p>Share Facebook Twitter Google+ Pinterest</p> <p>PRODUCTOS</p> <p>Más de 100.000 familias han sido beneficiadas con la comercialización de alrededor de 27.000 canastas agrícolas, que los productores ofrecen a domicilio a través del Programa Agro Tienda Ecuador, que impulsa el Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG).</p> <p>Este plan comenzó desde el inicio de la emergencia sanitaria, a mediados de marzo pasado, con el propósito de mantener abastecidos los hogares de los ecuatorianos que, por la presencia de la Covid-19, tuvieron que quedarse en sus casas. Mediante las canastas agrícolas, los productores pueden comercializar los alimentos de manera directa, sin intermediarios, y obtener una mejor rentabilidad, mientras el consumidor recibe hortalizas, verduras, frutas, lácteos, y otros productos, frescos y a precios justos.</p> |

| | | | |
|--|---|---|-----------------------|
| TABLA 49 | | | |
| FECHA: | 13 DE JULIO DEL 2020 | | |
| TITULAR | Técnicos de la Unidad de Atención “Mis Mejores Tiempos”, mantienen seguimiento del Adulto Mayor | | |
| GÉNERO PERIODÍSTICO | NOTA INFORMATIVA | | |
| ELEMENTOS DE AYUDA GRÁFICA Y AUDIOVISUAL | FOTOGRAFÍA SI | VIDEO NO | |
| HIPERTEXTUALIDAD | ENLACES INTERNOS NO | ENLACES EXTERNOS SI | |
| MULTIMEDIALIDAD | SI | | |
| INTERACTIVIDAD | COMPARTIR SI | REACCIONAR SI | VISUALIZACIONES SI |
| E J E | CRISIS SOCIAL | De acuerdo al convenio suscrito entre el Ministerio de Inclusión Económica y Social y el Honorable Gobierno Autónomo Descentralizado de la Provincia de Chimborazo , en la Unidad “Mis Mejores Tiempos” del Proyecto de Atención Domiciliaria al Adulto Mayor, los técnicos del Patronato Provincial, se encuentran ejecutando un seguimiento de sensibilización, diagnóstico, tratamiento y acompañamiento permanente, donde se ha podido visualizar el progreso individual de cada miembro de la tercera edad. | |
| T E M | CRISIS SANITARIA | | |

| | | | |
|----------------------------------|---|--|---|
| <p>A T I C O</p> | <p>CRISIS ECONÓMICA</p> | | |
| <p>PALABRAS CLAVES</p> | <p>GESTIÓN , PREFECTURA CHIMBORAZO INCLUSIÓN SOCIAL</p> | <p>EVIDENCIA FOTOGRÁFICA</p> | |
| | |  | <p>Técnicos de la Unidad de Atención “Mis Mejores Tiempos”, mantienen seguimiento del Adulto...</p> <p>SOLIDARIDAD De acuerdo al convenio suscrito entre el Ministerio de Inclusión Económica y Social y el Honorable Gobierno Autónomo Descentralizado de la Provincia de Chimborazo,...</p> |

