



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN
COMUNICACIÓN SOCIAL
MODALIDAD EXAMEN COMPLEXIVO



DOCUMENTO PROBATORIO DEL EXAMEN COMPLEXIVO DE GRADO
PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADA EN COMUNICACIÓN
SOCIAL

PROBLEMA:

ANÁLISIS DE CONTENIDO DEL PROGRAMA LA POSTA XXX. CASO
LEÓNIDAS IZA

AUTORA:

SELENE JAMILET BAJAÑA AMAIQUEMA

TUTOR:

DANIEL LEMOS BELTRÁN, MSC

BABAHOYO - ECUADOR

2022

DEDICATORIA

Es importante para mí dar a conocer que estoy orgullosa de todos estos años de lucha y perseverancia. El presente estudio de caso se lo dedico a Dios, a mi familia y a mis amigos, quienes formaron parte de todo mi proceso de aprendizaje. Me lleno de melancolía en pensar que ya pasaron varios años desde que decidí estudiar Comunicación Social, una carrera en la que aprendí que vale la pena soñar, que me caí mil veces, pero me levanté con fuerza y con el apoyo de mis profesores.

Me siento totalmente afortunada por estar cumpliendo un anhelo más. Formar parte de la Universidad Técnica de Babahoyo ha sido una de las mejores experiencias de mi vida, con buenos y malos momentos; los malos me han enseñado y los buenos me han demostrado que es importante continuar. Mi aprendizaje no se termina aquí, espero seguir preparándome en múltiples ámbitos, pero sobre todo actuar de la forma más responsable y ética posible.

Selene Jamilet Bajaña Amaiquema

AGRADECIMIENTO

Dios ha sido el pilar de mi vida y estoy completamente agradecida por permitirme culminar un peldaño más en mi aprendizaje, otorgándome sabiduría y nuevas amistades.

Con mis padres también estoy gratamente agradecida porque siempre estuvieron junto a mí, me apoyaron en este largo proceso y jamás se rindieron cuando se trataba de mi educación.

Selene Jamilet Bajaña Amaiquema

RESUMEN

El presente estudio se realizó con el objetivo de analizar el contenido emitido por el programa “La Posta XXX” y sus declaraciones en contra del líder indígena Leónidas Iza. Los medios de comunicación informan para masas, por ello, es innegable el poder que tienen y lo altamente influenciable que son.

A través de una entrevista otorgada por periodistas que han laborado en ambos formatos, se da a conocer la convergencia entre el medio digital y televisivo. Además, se efectuó una investigación bibliográfica sobre el rol de los periodistas, la influencia del medio y la prensa digital, lo cual facilita conocer las diferentes variables y relacionarlas.

Por último, se llegó a la conclusión de que “La Posta XXX” al estar tanto tiempo en el formato digital naturalizó el uso del lenguaje coloquial y al cambiar de formato no se limitó al expresarse, por ende, causó daño a la integridad del líder indígena Leonidas Iza. La Posta en su formato digital se relaciona con múltiples eventos al utilizar de forma exagerada el léxico popular y extralimitar la independencia de los medios digitales.

Palabras claves: Posta XXX, El poder de los medios de comunicación, Lenguaje de medios, Formatos televisivos y digitales.

ABSTRACT

The present study was carried out with the objective of analyzing the content broadcast by the program "La Posta XXX" and its statements against the indigenous leader Leónidas Iza. The media reports for the masses, so the power they have and how highly influential they are is undeniable.

Through an interview given by two journalists who have worked in both formats, the convergence between the digital and television media is revealed. In addition, a bibliographical research was carried out on the role of journalists, the influence of the media and the digital press, which makes it easier to know the different variables and relate them. Lastly, it was concluded that La Posta XXX, by spending so much time in the digital format, naturalized the use of colloquial language and when it passed to the television format, it did not limit itself in expressing itself, therefore, it caused damage to the integrity of the indigenous leader. Leonidas Iza. La Posta in its digital format is related to multiple events by using the popular lexicon in an exaggerated way and exceeding the independence of digital media.

Keywords: Posta XXX, The power of the media, Media language, Television and digital formats.

INDICE GENERAL

DEDICATORIA.....	i
AGRADECIMIENTO.....	ii
RESUMEN.....	iv
ABSTRACT.....	v
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. DESARROLLO.....	2
2.1. Justificación.....	2
2.2. OBJETIVO.....	3
2.3. SUSTENTO TEÓRICO.....	4
2.3.1. Importancia de la comunicación.....	4
2.3.2. Análisis de contenido.....	5
2.3.3. Medios de comunicación.....	5
2.3.4. El rol del periodista.....	7
2.3.5. Medios televisivos.....	8
2.3.6. Medios digitales y ciberperiodismo.....	10
2.3.7. La Posta.....	11
2.4. TÉCNICAS APLICADAS PARA LA RECOLECCIÓN DE DATOS.....	12
2.5. RESULTADOS OBTENIDOS.....	12
III. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	15
BIBLIOGRAFÍA.....	17
ANEXOS.....	1

I. INTRODUCCIÓN

A lo largo de los años los programas televisivos han evolucionado de forma potencial, en épocas anteriores el contenido emitido por los distintos canales a nivel mundial era a blanco y negro, sin tener en cuenta lo eficaz que resulta transmitir conocimiento a través de ellos.

Cuando la televisión empezó a ganar popularidad se condensó como negocio, el lucro y su contenido era limitado, pero aun así se logró expandir a muchos países de América Latina, del mismo modo, las dictaduras se adueñaron de los medios y los usaron a su favor. Aunque años más tarde estos medios y nuevos formatos de masas sirvieron para organizar debates.

Gracias a las distintas invenciones tecnológicas y de comunicación, la televisión creció y empezó a visualizarse como una herramienta educomunicacional, que no solo permite transmitir un mensaje, sino, que educa de forma significativa a sus televidentes.

El siguiente estudio de caso tiene como propósito general analizar los hechos ocurridos en el programa “La Posta XXX” sobre las declaraciones en contra del líder indígena Leonidas Iza.

Para desarrollar el trabajo se empleó un enfoque que permite una investigación descriptiva, explicativa y argumentativa por medio de bibliografías para conocer sobre los medios informativos, su contenido y el rol del periodista en el ámbito social. Al igual que se utilizó la ficha de observación y entrevista, esta última implementada en periodistas con años de experiencia en medios de comunicación, en la cual argumentaron sobre las normas éticas, las diferencias entre formatos y el lenguaje utilizado en medios.

En el proceso de investigación se condensó información sobre medios de comunicación, su contenido, influencia y el poder que ejercen a la hora de emitir información, forma parte de la línea de investigación de **comunicación, lenguaje, y estilos periodísticos**, la sub línea de investigación en cambio tiene un **impacto de los medios de comunicación en las masas**.

II. DESARROLLO

2.1. Justificación

El ser humano siempre ha buscado interactuar con su semejante, por ello, las formas de comunicación han evolucionado con el paso del tiempo, de la mano del tipo de contenido que se transmite en los medios de información a grandes masas.

La siguiente investigación es de gran relevancia en el ámbito social porque no solo permite brindar mayor conocimiento a los futuros comunicadores sociales, sino que aporta información clave a periodistas con años de experiencia en comunicación pero que se han enfocado en la misma área.

El objetivo de este trabajo es analizar el contenido del programa “La Posta XXX”, caso Leonidas Iza, el rol que cumple el periodista, su influencia a la hora de comunicar y el modo de presentar la información basado en los cambios comunicacionales entre los seres humanos. Todo esto fundamentado en el desenvolvimiento del periodista y la pertinencia que existe a la hora de comunicar.

Es importante mencionar que el análisis del contenido se argumenta en elaborar y procesar datos que destacan de forma significativa sobre el programa televisivo ya antes mencionado. Observar de forma sistemática y verificar resultados, para de este modo facilitar la obtención de conocimiento.

2.2. OBJETIVO

Objetivo General

Analizar el contenido emitido por el programa “La Posta XXX” transmitido en Tc televisión.

Caso Leónidas Iza en el año 2021.

2.3. SUSTENTO TEÓRICO

2.3.1. Importancia de la comunicación

La comunicación puede entenderse como la interacción mediante la cual los seres vivos acoplan sus respectivas conductas frente al entorno, a partir de la transmisión de mensajes, signos convenidos por el aprendizaje de códigos comunes. También se ha concebido a la comunicación como el propio sistema de transmisión de mensajes o informaciones, entre personas físicas o sociales, o de una de éstas a una población, a través de medios personalizados o de masas, mediante un código de signos también convenido o fijado de forma arbitraria. (Rizo, 2014, pág.1)

La comunicación es esencial en una sociedad justa y activa en información, el intercambio de datos entre los seres vivos ayuda al comportamiento del ser humano ante los demás, el aprendizaje evoluciona según el conocimiento que recibe la persona, pero para transmitir un mensaje de forma efectiva es importante contar con un canal y mensaje apropiado.

Es importante considerar que el emisor debe ser consciente a la hora de emitir una información, puesto que el receptor estará predispuesto a responder según el contexto en el que llegue el mensaje, así lo manifiesta (Alonso, 2013) “La comunicación visual, a diferencia de la conceptual, afecta directamente al individuo sin requerir el proceso de decodificación de los signos escritos, y repercute en su afectividad sin necesidad de pasar por la mediación de su intelecto”

“Para comunicarse de manera efectiva, debemos darnos cuenta de que todos somos diferentes en la forma en que percibimos el mundo, y usar este conocimiento como guía para nuestra comunicación con los demás”. (Robbins 2018)

Según (Robbins 2018) la verdadera comunicación eficaz se realiza cuando se comprende que cada persona percibe de forma diferente y por ende es esencial para la sociedad actuar con cautela, de ese modo el conocimiento impartido a través de la comunicación se expandirá.

2.3.2. Análisis de contenido

Anteriormente no existían huellas de la memoria colectiva como los chats, los foros, las redes sociales, los comentarios de las noticias, etcétera. (Barredo, 2015, p. 110) menciona que todos esos aportes, que acumulan vastas cantidades de material humano digitalizado, exigen la incorporación de novedosos instrumentos de investigación, la búsqueda de nuevas técnicas que, hasta fechas cercanas, eran solo difícilmente manejables.

Según lo establecido por (Barredo, 2015, p. 110) con las nuevas formas de obtener información facilitan el debido procesamiento de la información, se debe tener en cuenta que la mayoría de material se encuentra digitalizado y es más sencillo acceder a él.

Para Arbeláez & Onrubia (2014, pág. 19), el objeto del análisis de contenido cualitativo es “verificar la presencia de temas, palabras o de conceptos en un contenido y su sentido dentro de un texto en un contexto”.

Aunque se puede distinguir las técnicas del análisis de contenido según Arbeláez & Onrubia (2014): La primera es la fase teórica o pre análisis, en el cual se organiza la información a través de una revisión superficial de los documentos, lo que permite la emergencia de las primeras aproximaciones hipotéticas del trabajo. La segunda en cambio es la fase Descriptiva y analítica, donde se describen y analizan los artículos. Y, por último, la fase interpretativa. En donde se interpreta el análisis de contenido según las categorías emergentes.

2.3.3. Medios de comunicación

“Los medios de comunicación son instrumentos utilizados en la sociedad contemporánea para informar y comunicar mensajes en versión textual, sonora, visual o audiovisual. Algunas veces son utilizados para comunicar de forma masiva, para muchos millones de personas”. (Arango, 2013). A diario las personas y las comunidades encuentran material informativo que describe, explica y analiza antecedentes, hechos políticos, sociales, económicos y culturales,

locales como nacionales e internacionales. En nuestra sociedad, los medios de comunicación son esenciales para el establecimiento y desarrollo de toda ciudad.

Es importante referirse a la Ley Orgánica de Comunicación, publicada en el Registro Oficial Suplemento 22, de 25 de junio de 2013, cuya última modificación data del 20 de febrero de 2019, y que, con respecto a la libertad de pensamiento y expresión, en el Art. 17, inciso primero, dice: Para el desarrollo y aplicación de la presente Ley, toda persona tiene el derecho a la libertad de pensamiento y de expresión. Este derecho comprende la libertad de bus- 19 Libertad de expresión y protección de derechos Revista Enfoques de la Comunicación Año 1 - No. 2 / diciembre 2019 car, recibir y difundir información ya sea oralmente, por escrito o en forma impresa o artística, o por cualquier otro procedimiento de su elección, e incluye el no ser molestado a causa de sus opiniones. Este artículo guarda directa relación con el texto constitucional y determina, además, las diversas formas de difundir información.

En Ecuador los medios de comunicación como tal existen desde 1792, con el primer periódico “Primicias de la Cultura de Quito” y luego de a poco la aparición de nuevos medios como la radio en 1900 y la televisión en 1940. Los medios públicos tuvieron su primera intención en 1960, con la Radio Pública Nacional en el Gobierno de José María Velasco Ibarra, pero fue definitivamente en el año 2007 en donde se establecen ya como un hecho oficial, no solo con la radio (Radio Pública) sino que también a este se le suma un canal en señal abierta (Ecuador TV) y un medio impreso (El Telégrafo). (Ciespal, 4). (Brito , 2015, págs. 32-33).

2.3.4. El rol del periodista

El periodista uruguayo Marcelo Jelen, plantea que el oficio del periodista consiste en “obtener la información y procesarla para su consumo” es decir para narrar sus historias, ya sea en formato de noticia, crónica, reportaje, sonoro o audiovisual. (Jelen, 2005, pp.165).

El periodista debe buscar la información de forma incesante, hasta encontrar una fuente confiable que sustente los datos, para así procesarla y transformarla en los distintos formatos, pero siempre teniendo en cuenta que la información debe estar sintetizada de la mejor forma posible, para así transmitir la información de forma eficaz.

El periodismo no siempre puede garantizar la ‘verdad’, pero dar a conocer los hechos de forma exacta es un principio cardinal del periodismo. (Ethical Journalism Network, 2016) menciona que, por ello, el periodista siempre debe luchar por la precisión; es decir, proveer de todos los hechos relevantes disponibles y asegurar que han sido verificados. Cuando una información no pueda ser corroborada, debemos decirlo.

(Gómez-Escalonilla, 2012, pp. 66-67) plantea que: La información periodística debe ser gestionada adecuadamente, por lo que los medios deben exigir a sus periodistas que tengan la capacidad de demostrar los hechos que exponen en sus contenidos periodísticos; es decir, deben tener pruebas o confirmaciones de lo que aseveran. Verificar y contrastar garantiza el valor de los hechos y los datos que se dan a conocer.

Los periodistas deben ser voces independientes; no actuar, formal o informalmente, en nombre de intereses específicos, ya sean políticos, empresariales o culturales. Deben a nuestros editores –o audiencias– cualquier afiliación política, vinculaciones financieras o cualquier otra información personal que pueda constituir un conflicto de intereses (EJN, 2016).

2.3.5. Medios televisivos

La palabra "televisión" proviene de la voz griega "Tele" que significa distancia y la latina "visio" que proviene de visión. El término televisión se refiere a todos los aspectos de transmisión y programación de televisión. A veces se abrevia como TV y fue acuñado por el físico ruso Constantin Persky, en el Congreso Internacional de Electricidad de París de 1900, para denominar la emisión de imágenes a distancia.

Para (Méndez, 2014) la televisión se ha convertido en un reflejo de la sociedad y por ello se representan en ella múltiples estereotipos asignados por la ciudadanía a determinados individuos y colectivos sociales. Estos iconos representativos terminan convirtiéndose en estereotipos debido a la influencia mercantil que mantienen los medios de comunicación en la actualidad. Por lo tanto, el sujeto se convierte en objeto y más tarde en mercancía, induciendo a que se creen valores y antivalores asociados involuntariamente a un individuo o grupo (Romero-Rodríguez, 2014: 102).

Sin embargo, (Toledano, 2010: 204 - 214) fundamenta que la duda está en conocer qué tipo de manipulación existe en la noticia. Dicho de otra forma, por qué se informa de determinados hechos y de una determinada manera, mientras que otros hechos no son reseñados. Se podría afirmar que la sociedad moderna ha institucionalizado la manipulación, la información que se nos brinda es un accesorio para ejercer una influencia. En este sentido, no debe extrañarnos que la acción de informar esté repleta de actuaciones que muestren la realidad tal y como quiere el emisor.

Según (García T. , 2014): Este medio de comunicación ha sido considerada por investigadores, así como la gente común como un medio de comunicación en la sociedad, llega a miles de hogares y de esta manera logra acercarse cada día más a la audiencia, a través de este aparato personas de distintas clases sociales pueden entretenerse, divertirse, y observar las situaciones que ocurren en el país y en el mundo, este medio demanda de mucha atención y a

través de sus imágenes, sonidos es capaz de persuadir de manera positiva o negativa en la sociedad.

Muchas son las investigaciones que han indicado que la televisión ha convivido en dos etapas diferentes: la Paleo televisión y la Neotelevisión. Esta última etapa se presenta como un espejo de la realidad, recreando los hábitos cotidianos de los actores y que más tarde, se verán reflejados en los espectadores y en sus pautas de conducta. (Fuente, Martínez & Del-Prado, 2014: 56)

Los maestros de educación básica en América Latina quienes reconocen que la televisión “no educa, pero los niños sí aprenden de ella”, circunstancia que motiva la transformación del sistema escolar porque “la escuela ya no es la depositaria privilegiada del saber socialmente relevante; tampoco es el ámbito privilegiado de transmisión de la educación”. (Ortiz, González, & Marín, La recepción de Educa TV, 2015, pág. 79).

Desde comienzos de los años 90, la televisión ha sufrido constantes cambios debido a la fuerte competencia de las grandes empresas de comunicación por captar la máxima audiencia posible. Esta lucha está provocando múltiples permutaciones en la organización y contenidos de los programas, forjándose una mediamorfosis competitiva en los factores de calidad y el impacto de la audiencia, acercándose al concepto de telerrealidad y alejándose de los formatos de carácter informativo o cultural (Cáceres, 2012: 124; Romero-Rodríguez, De Casas-Moreno & Torres-Toukoumidis, 2015: 32).

Para comprender la evolución a la que estamos asistiendo es necesario diferenciar dos tipos de alfabetizaciones: por un lado, la alfabetización mediática, concebida como un conjunto de competencias comunicativas basadas en el acceso, el análisis, la evaluación y la transmisión de la comunicación de múltiples formas y, por otro lado, la alfabetización informacional, entendida como la habilidad de acceso, evaluación y uso de la información a través de diferentes fuentes informativas. Hay que destacar que ambos conceptos, aunque parezcan no estar relacionados,

mantienen un objetivo común: cultivar la habilidad de las personas para acceder, comprender, utilizar y crear mensajes mediáticos. En este sentido, es inexcusable educar a los televidentes para que posean una mirada crítica a la hora de integrarse en un proceso comunicativo. Por este motivo, se requiere una educación audiovisual que alfabetice a las personas frente a los medios de comunicación (Belmonte & Guillamón, 2008: 115).

2.3.6. Medios digitales y ciberperiodismo

La innovación tecnológica siempre ha sido un factor estratégico de cambio en el ámbito social, pero sin una cultura de comunicación simplemente se convierte en una innovación potencial, por tanto, para que esa innovación tecnológica se transforme en realidad es necesario que el periodismo adopte las medidas oportunas para adaptarse a los cambios de consumo y recepción que experimentan los públicos, con el fin de hacerles llegar. El impacto tecnológico en el sector de la información siempre ha sido abrumador y afecta a la manera en que los gestores de información y documentación están obligados a un reciclaje continuo de sus conocimientos y técnicas de trabajo. (Pineda, 2001)

El ciberperiodismo o periodismo digital, es la especialidad del periodismo que emplea el ciberespacio para investigar, producir y, sobre todo, difundir contenidos periodísticos. Hoy en día, con la posibilidad de consultar la información a cualquier hora y en cualquier lugar a través de Internet, surge un nuevo concepto: prensa digital, que se refiere a aquellos medios que se transmiten mediante tecnología digital (Tajonar, 2011)

La digitalización de contenidos, la tendencia a la fusión empresarial, así como la tendencia de las empresas de comunicación e información a diversificarse hacia otros soportes constituyen los ejes de esta convergencia tecnológica, comunicativa e informativa que nos permite acceder a mayores contenidos, de mejor calidad (al menos técnica), desde cualquier lugar, de forma casi simultánea y sincronizada: es la Sociedad de la Información.

2.3.7. La Posta

Ecuador cuenta con un medio de investigación periodística digital denominado “La Posta”, nació en octubre de 2017, es transmitido en plataformas digitales, cuenta con producción propia, conducido por Luis Eduardo Vivanco y Andersson Boscán en Quito, Ecuador. Es conocido por utilizar un léxico coloquial y un característico humor negro.

La cadena de televisiva “Tc Televisión” abrió un espacio para “La Posta XXX”, con el objetivo tratar temas relevantes a nivel nacional de forma fácil y comprensible para todo el público.

La forma característica que tiene de emitir información a través de las plataformas digitales lo llevó a cometer el error de emitir juicios en un medio televisivo, todo esto en contra del líder indígena Leonidas Iza, la libertad de expresión jugó un papel fundamental en las declaraciones de los periodistas.

2.4. TÉCNICAS APLICADAS PARA LA RECOLECCIÓN DE DATOS

En el presente estudio se empleará el método inductivo, que permite a través de diversos datos generales obtener una idea enfocada de toda la información sobre el tema pertinente. La implementación de bibliografía brinda una base sólida sobre la información requerida, con esto se busca un análisis lógico y una detallada observación.

El análisis de contenido del programa “La Posta XXX”. Caso Leonidas Iza, permitirá una investigación que describa los hechos y explique la incógnita de los mismo. Está adherida a dos perspectivas cualitativas de recolección de información; al implementar una ficha de observación y dos entrevistas, la primera se otorga desde la observación directa del programa transmitido por la cadena televisiva TC Televisión, en la cual se plasmará el tipo de contenido que fue compartido, sus características y detalles originales del mismo.

Como segundo punto se complementará el análisis comunicacional, al entrevistar a personas que han laborado, tanto en el ámbito digital como televisivo, con el fin de que expresen su criterio sobre La Posta y las diferencias entre compartir contenido de un formato u otro.

2.5. RESULTADOS OBTENIDOS

Para el desarrollo de este estudio se enfocó en analizar el contenido que ofreció “La Posta XXX” como programa televisivo, se realizó la condensación de la investigación al relacionar la ficha de observación, en la que se detallan los hechos de forma directa, y las entrevistas realizadas, las cuales fueron efectuadas vía Zoom al Licenciado Miguel Laje y al Licenciado Marlon Goya, de esta forma se recolectó información sobre La Posta como medio digital y como programa televisivo. Además, describen a fondo su altercado en contra del líder indígena y el rol de los medios de comunicación en la sociedad.

Según los entrevistados la comunicación efectiva surge desde el respeto, es esencial seguir los lineamientos éticos del periodismo, sin importar el formato. Todo periodista debe tener

claras las normas y respetarlas, así sea a través de un medio digital, es de conocimiento público que no se encuentran regulados por el estado.

Los medios televisivos son los que cuentan con mayor credibilidad, así lo manifiestan los entrevistados, tienen años de experiencia y conocen el tratamiento correcto de la información, pero el lenguaje del respeto y la formalidad debe existir siempre y más al tener en cuenta que los periodistas influyen en la credibilidad del medio. Del mismo modo, enfatizan que si el estado regula los medios digitales la transmisión de información sería más eficaz y los periodistas no tendrían inconvenientes cuando se trata de emitir información a través de diversos medios, ya que primaria el respeto y calidad en la información.

Las entrevistas fueron de vital importancia porque se pudo obtener información de relevancia general sobre la percepción de periodistas frente a dos formatos de comunicación, se establece que la información otorgada por los medios de comunicación a la sociedad genera expectativas altas, en especial si se trata de un medio tradicional, puesto que su contenido es considerado fidedigno.

Por otro lado, a través de la ficha de observación al programa se pudo recolectar datos que enfatizan un alto índice de discriminación, el uso de palabras degradantes hizo que el mensaje no exprese fundamentos y que los elementos puestos en escena solo sistematicen la falta de respeto y empatía a la persona afectada, sin tener evidencia sustentable de la información otorgada por los presentadores.

EJEMPLOS DE SITUACIONES DETECTADAS

Una respuesta con alto impacto entre los entrevistados fue: ¿Cree que La Posta XXX confundió la libertad de expresión con violencia verbal?

Lic. Miguel Laje: Por supuesto, no digo que sean malos periodistas. Destaco de Anderson Boscán su opinión sensata, aunque a veces, usa calificativos que, a mi criterio, no debería. Recordemos que los periodistas redactamos, hablamos o narramos para las masas y eso puede

generar reacciones negativas con consecuencias fatales. Cualquier comentario que diga La Posta o cualquier otro medio, si no es bien interpretado, es posible que ocasione enfrentamientos o pugnas de poder.

Lic. Marlon Goya: Si, son dos cosas distintas, todo debe ser manejado bajo la ley o reglamentos, en especial con ética. Respetar de forma eficaz a la sociedad, no solo es por consideración a la persona afectada, sino por el público que sigue dicho programa, deben mantener un argumento que tenga evidencia sustancial.

III. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Para el desarrollo de este proyecto se planteó una serie de preguntas que otorgan una idea clara sobre la transmisión del programa “La Posta XXX” referente la agresión verbal que recibió Leonidas Iza por parte de los presentadores.

De este modo, en el análisis se resalta que dicho programa naturaliza de forma directa el uso de un lenguaje denigrante, sin tener en cuenta que dichos términos promueven la violencia y discriminación. No es relevante el medio de comunicación que se encarga de transmitir la información, es esencial destacar que el periodismo necesita desenvolverse de forma ética y respetar las leyes.

Se ha demostrado a través de este estudio que los medios de comunicación son de suma importancia para la sociedad y tienen el poder de admirar o denigrar a una persona. El rol del periodista o comunicador dentro de la sociedad actual da pie a múltiples formas de analizar la información, un periodismo responsable nace de la necesidad de comunicar de forma objetiva, segura y confiable, con fuente o evidencia que contraste el argumento en el contexto informativo.

El uso de términos coloquiales juega un papel fundamental, hace que el mensaje llegue envuelto en ataques mesurados de forma directa o indirecta. Si bien es cierto, los medios de comunicación son variados y existen formatos que estructuran el quehacer periodístico de diversas formas, pero la normativa que va de la mano con el respeto siempre debe tener vigencia, sin importar el formato.

Por ende, se recomienda que los medios de comunicación analicen la forma de emitir información. Aspectos simples como la vestimenta, el lenguaje o los horarios hacen que formatos digitales, televisivos o radiales tengan mayor audiencia interesada en su contenido, cada formato tiene un público específico, pero es esencial cumplir a cabalidad con el rol del periodista, actuar con ética y moralidad.

Una recomendación dirigida a las próximas generaciones que actualmente estudian la carrera de Comunicación Social es que se debe mejorar el tratamiento de la información, acompañarla de un lenguaje apropiado, emitir información con respeto y total objetividad, sin juicios de valor ni de forma irresponsable. El periodista tiene una gran responsabilidad en sus manos y no debe abusar de eso, sino más bien ayudar a que la sociedad se informe de forma verificada.

BIBLIOGRAFÍA

Barredo, D. (2015). Big Data y técnicas cuantitativas: una introducción al análisis de contenido informatizado. *Revista San Gregorio*, 8(2), 106 - 111.

Belmonte, J., & Guillamón, S. (2008). Co-Educación la mirada contra los estereotipos de género en Tv. *Comunicar*, 31 (16), 115-120. DOI: <http://dx.doi.org/10.3916/c31-2008-01-014>

Berger, P.L. & Luckmann, T. (2003). *La construcción social de la realidad*. Buenos Aires: Amorrortu.

Brito, I. M. (16 de abril de 2015). repositorio institucional Universidad de Cuenca . Obtenido de repositorio institucional Universidad de Cuenca: <http://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/22454/1/Tesis.%20pdf..pdf>

Cáceres, M.D. (2012). Telerrealidad y aprendizaje social. *Revista ICONO14. Revista científica de Comunicación y Tecnologías emergentes*, 5(1), 123-144. DOI: <http://dx.doi.org/10.7195/ri14.v5i1.375>.

Ethical Journalism Network (2016). *Our Ethical Base: 5 Principles of Journalism*. Reino Unido.

Fuente, C., Martínez, J.M. & Del-Prado, R. (2014). Las audiencias activas en la regulación de los medios: la dialéctica consumidor-ciudadano en España y México [Active Audiences in the Regulation of the Audiovisual Media. Consumer versus Citizen in Spain and Mexico]. *Comunicar*, 43, 91-99. DOI: <http://dx.doi.org/10.3916/C43-2014-09>

García, T. (2014). *Los programas de televisión y la conducta de los adolescentes*. Quito - Ecuador: Ediciones Luz de América

Gordillo, I. (2009). *Manual de narrativa televisiva*. Madrid: Síntesis.

Gómez-Escalonilla, G. (2012/2004). Periodismo digital: ¿nuevas exigencias para el profesional de la información, <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3657719>

Imbert, G. (2008). El transformismo televisivo. Postelevisión e imaginarios sociales. Madrid: Cátedra.

Jelen, M. (2005). Traficar la realidad. En Rottman, D. (Compilador), 10 años de periodismo.com: 1997-2007 (pp. 150-174). Buenos Aires, Argentina: DataPress Ediciones.

March, J.C., & Prieto, M.A. (2006). Análisis de la televisión en la «Generación TV». Madrid: Red Comunicar.

Mendez, C. (2014). Diseño y desarrollo de la television . Mexico: Ediciones Protagonistas.

NAMLE (2010). Media Literacy Defined. National Association for Media Literacy

Ley Orgánica de Comunicación (2013) Recuperado de: https://www.arcotel.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/07/ley_organica_comunicacion.pdf

Education. (<http://namle.net/publications/media-literacy-definitions>).

Ortiz , C., González , V., & Marin , C. (2015). La recepcion de Educa TV . SIMEDUC,79

Pineda, J. M. (2001). Tesis de Licenciatura en bibliotecología y documentación sobre la realidad laboral de bibliotecólogo en la Universidad Nacional de Córdoba. España: Credos.

Romero-Rodríguez, L.M., De Casas Moreno, P. & Torres Toukoumidis, A. (2015). Estereotipos, tópicos y lenguaje de la programación sensacionalista en la televisión: programa «Corazón» de TVE. Alteridad, 10(1), 31-43.

Rizo, M. (2014). El interaccionismo simbolico y la escuela de Palo Alto. hacia un nuevo concepto de comunicacion. Portal Comunicacion .com, 1. Obtenido de http://portalcomunicacao.com/uploads/pdf/17_esp.pdf

Robbins. (2018). La importancia de ser un buen comunicador: <https://negociosyestrategia.com/blog/importancia-buen-comunicador>

Tajonar, C. N. (2011). Mi Espacio. Recuperado el 15 de 10 de 2017, de Mi Espacio:
https://www.infosol.com.mx/espacio/Articulos/Desde_los_Medios/MediosDigitales-Rol-Dentro-Plan-Medios.html#.Wvr_DfmFPcs

ANEXOS

NOMBRE DEL PROGRAMA:	LA POSTA XXX	
FECHA:	CATEGORÍA DE ANÁLISIS	DETALLES
4 DE JULIO	TITULO DEL PROGRAMA	Don Nazareno en el caso big money
	DURACIÓN DE LOS HECHOS	8 minutos con 10 segundos
	LINK DIRECTO A GRABACIÓN DEL PROGRAMA	https://www.youtube.com/watch?v=-mESyoMq1Ow
	MEDIO DE COMUNICACIÓN	TC Televisión
	HORARIO DE EMISIÓN	21 horas
	ELEMENTOS VISUALES	Fotografía del implicado, dardos y tablero
	DESCRIPCIÓN DEL CONTENIDO	Programa sin censura sobre las noticias, un espacio de reflexión critica
	LENGUAJE UTILIZADO	Coloquial
	TIPO DE GÉNERO	Informativo
	ESTRUCTURA DE LA NOTICIA	

FUENTES PRIMARIA (PRESENTADORES)	Periodistas Luis Eduardo Vivanco y Andersson Boscán
CONTEXTUALIZACIÓN	Si
FOTOGRAFÍA RELACIÓN	Directa
NARRACIÓN DEL HECHO	Negativo
TÉRMINOS UTILIZADOS SOBRE EL IMPLICADO	Campesino, anarquista, bronquista, relevante, obsesivo, narcisista
ESTEREOTIPOS PRESENTES	Términos degradantes vinculados a los agricultores.

Referencias:

Periodismo en llamas . (2022 de Julio de 2021). *Youtube* . Obtenido de

<https://www.youtube.com/watch?v=-mESyoMq1Ow>

RESEÑA DEL PERIODISTA MIGUEL LAJE MUÑOZ

Su pasión es la fotografía y la lectura, su meta a corto plazo es expandir su medio de comunicación digital. Lo impulsa el cambio social y la comunicación asertiva. Impartió

TABLA COMPARATIVA DE ENTREVISTADOS

ENTREVISTADOS:	Lic. Miguel Laje Muñoz	Lic. Marlon Goya Mallea
PREGUNTAS	RESPUESTAS	
<p>1. ¿Considera que entre los medios digitales y televisivos existe una gran diferencia a la hora de informar?</p>	<p>Por supuesto. El público es diverso y más comprensible a través del medio digital. Considero de forma personal que, aunque sean distintas las plataformas de emitir información el uso de lenguaje ofensivo y populista genera inconvenientes.</p> <p>Tengo mi medio digital y no me gusta usar lenguajes populistas, ni mucho menos ofensivos con mis invitados o al referirme a alguien. Los seguidores de mi medio, merecen respeto y si siguen mi contenido es por el tratamiento que le doy a la información que obtengo y difundo.</p>	<p>Claro, en las redes aún no existe una regularización en su totalidad y por ese simple hecho puede que se caiga en la desinformación y abuso de las plataformas digitales, en medios tradicionales como el televisivo si lo hay, lo más probable es que encuentres noticias verificadas, con fuentes de primera, dando como resultado noticias de valor y contraste alto.</p>
<p>2. ¿Cree que la información televisiva debe ser más responsable que la digital?</p>	<p>En ambos casos, considero que debe primar el respeto, la objetividad y el debido procesamiento de la información que como periodista obtenemos. No podemos calificar,</p>	<p>Ambas deben de tener responsabilidad y respeto a la hora de informar, son medios de masas y es importante tener en cuenta a la gran cantidad de público que se llega, por eso</p>

	<p>señalar, acusar o hasta juzgar, todos los periodistas debemos presentar noticias, investigaciones periodísticas y entrevistar, con estilo propio sí, pero sin llegar al abuso.</p>	<p>se debe sembrar la cultura de credibilidad sobre todas las cosas.</p>
<p>3. ¿Conoce el tipo de contenido que maneja el medio digital “La Posta”?</p>	<p>Sí, La Posta es un medio que marcó un antes y un después en el quehacer periodístico. Aprovechó más que otros las ventajas que nos ofrecen las redes sociales, aunque siento que se han excedido en cuanto a la forma de presentar noticias.</p>	<p>Claro, es un medio informativo, aunque es popular por estar envuelto en escándalos mediáticos, en donde aparentemente pretenden mostrar un periodismo de forma liberal, pero lo que hacen es atacar de forma deliberada desprestigiando a las personas o usando un lenguaje fuera de lugar</p>
<p>4. ¿Conoce el altercado que sucedió entre la Posta XXX y Leónidas Iza? ¿cuál cree que fue el principal error cometido por la Posta?</p>	<p>Sí, me parece que su principal error fue llevar el estilo que manejaban en las plataformas digitales a la televisión y las consecuencias son obvias. Un programa y tuvieron que salir del aire por el lenguaje que usaron. Aunque el hecho de estar en plataformas digitales tampoco significa abusar de apelativos degradantes.</p>	<p>Claro, se encargaron de atacar al dirigente indígena de forma burlesca, no era la forma, ni el medio adecuado, quizás tengan su punto de vista sobre Leónidas Iza, pero no supieron diferenciar qué estaban en televisión abierta y el público es diferente y más amplio, ellos manejan un target en sus redes de un público que le interesa la política de forma coloquial, pero en la televisión existe una variación.</p>

<p>5. ¿Cree que La Posta XXX confundió la libertad de expresión con violencia verbal?</p>	<p>Por supuesto, no digo que sean malos periodistas. Lo que, si destaco de Anderson Boscán, es que su opinión es mucho más sensata, aunque a veces, usa calificativos que, a mi criterio, no debería. Recordemos que los periodistas redactamos, hablamos o narramos para las masas y eso puede generar reacciones negativas con consecuencias fatales. Cualquier comentario que diga La Posta o cualquier otro medio, si no es bien interpretado, es posible que ocasione enfrentamientos o pugnas de poder.</p>	<p>Si, son dos cosas distintas, todo debe ser manejado bajo la ley o reglamentos, pero sobre todo con ética y manteniendo el respeto por todas las personas, no solo es por respeto a la persona afectada, sino por respeto al público que sigue dicho programa, manteniendo un argumento que sustenten.</p>
<p>6. ¿ Usted cree que los medios digitales deben estar regulados por el estado para garantizar una información más responsable y ética?</p>	<p>Soy de los que cree que los medios digitales ya deberían ser regularizados. Primero establecer cuál es un medio de comunicación y cuál no. Hoy en día, cualquier persona con celular se crea una Fan Page y ya es periodista. Manejan información sin el debido procesamiento.</p>	<p>Por supuesto, debería existir una ley clara para los medios de comunicación digitales y que no solo sea usada para conveniencia sino para beneficio de todos, al no ser regularizados crea un cierto grado de ventajas frente a los tradicionales ya que cuenta con inmediatez en la información, pero algunos por eso no contrastan la fuente.</p>

<p>7. ¿Qué puede destacar del periodismo?</p>	<p>El verdadero periodismo es el que inicia desde el respeto, teniendo en cuenta la verdad y sobre todo contrastando los hechos, solo de ese modo se puede destacar un verdadero periodista, apegado a un periodismo verás y ético. Llevo varios años como periodista y es una carrera que me apasiona, me críe entre libros y cámaras, para mí siempre ha sido esencial narrar los hechos de manera objetiva y responsable</p>	<p>El periodismo y los medios de comunicación en general son esenciales para una buena interacción entre los seres humanos y de cierto modo lo que más destaca es el contenido de valor educativo que se puede producir a través de él, dejando como resultado personas analíticas y capaces.</p>
<p>8. ¿Considera que la forma de expresarse de un periodista influye en la credibilidad de un medio de comunicación?</p>	<p>En realidad, influye mucho, las personas no le van a creer a una persona que se expresa de forma vulgar, discriminatoria. El saber expresarnos va de la mano con la forma correcta de emitir un mensaje.</p>	<p>La forma de expresarse siempre debería ser desde el respeto, dejando de lado intereses sociales. La información debe ser otorgada de forma cordial y honesta.</p>

conocimientos en la Universidad Estatal de Milagro. Fue corresponsal de algunos medios de comunicación del Ecuador, entre ellos: Teleamazonas, Gamavisión, Diario Extra, etc. Dirigió charlas sobre la función de un corresponsal de noticias y fue enviado especial de Canal Uno a

<p>9. ¿Qué medio de comunicación informativo considera que brinda mejor información?</p>	<p>Considero que todos los medios son capaces de informarnos de forma correcta, solo que algunas personas toman el papel de periodistas sin darle seguimiento a la información y tergiversan los hechos.</p>	<p>Los medios tradicionales, porque tienen años informando y las personas de cierto modo están acostumbradas a su consumo. Incluso siento que las personas ven algo en redes sociales y no lo creen del todo hasta que no lo transmiten en un medio tradicional.</p>
<p>10. ¿ Considera que los cambios tecnológicos van de mano con el periodismo?</p>	<p>Desde luego, para que exista un periodismo veraz se necesitan herramientas que vayan de la mano. La comunicación y los elementos tecnológicos forma parte de la época, nos facilitan la vida y por ello es esencial usarlos, implementarlos, pero jamás abusar del poder que tienen los medios de comunicación.</p>	<p>Considero que los periodistas debemos estar dispuestos a la adaptación, a reconocer los cambios comunicacionales, pero siempre teniendo en cuenta las reglas, analizando el contenido y el público al que nos dirigimos.</p>

las Islas Galápagos con el fin de realizar informes sobre el desabastecimiento alimenticio.

Graduado como Licenciado en Ciencias de la Comunicación Social, con mención en Periodismo en el año 2012.

Actualmente cuenta con su propio medio de comunicación online, “ClickTelevisión”. Fue creado en el 2015, considera que es importante compartir información de forma responsable a través de plataformas virtuales. Además, es presentador de los noticieros que se transmiten en

los miércoles y viernes. La creación de su medio surgió de forma espontánea, al ver los avances tecnológicos y educativos surgió la idea de informar, su pasión siempre ha sido el periodismo.

RESEÑA DEL PERIODISTA MARLON GOYA MALLEA

Licenciado en Comunicación Social por parte de la Universidad Técnica de Babahoyo. Su pasión por la comunicación nació desde muy pequeño, cuando lo hacían hablar en eventos educativos. Le encanta la lectura e interactuar con personas, para así conocer sus historias y compartirlas. Ejerce como corresponsal de Oromartv. Además, estuvo a cargo de las relaciones públicas de la Unidad de hemodiálisis DIAL RIOS y el Club sport Venecia, equipo de Babahoyo. Impartía conocimiento en la Unidad Educativa Padre Marcos Benetazzo.

Actualmente tiene su propio medio de comunicación digital, denominado Babahoyo Al Día, desde el 2016 comprendió que compartir noticias a través de las plataformas digitales es esencial para mantener a personas informadas. Del mismo modo, es presentador, editor, voz comercial, camarógrafo y maneja las redes sociales de la empresa C6 Televisión.