



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

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

TEMA:

ESTILO PERIODÍSTICO DEL DIARIO DIGITAL LA POSTA, CASO
'MINISTERIO DE LA MUERTE'

AUTORA:

KERLY GABRIELA ESCANDÓN LOOR

TUTORA:

NURIK DENISSE FARIÑO SÁNCHEZ

BABAHOYO - ECUADOR

2019

RESUMEN

El presente trabajo de investigación fue basado en estilo periodístico que maneja el diario digital La Posta, caso ‘Ministerio de la Muerte’, con el objetivo de realizar un análisis del estilo particular que poseen. Las técnicas que se utilizaron fue mediante la observación de los reportajes audiovisuales, investigación bibliográfica y la entrevista realizada a uno de los dos fundadores del medio, el Lcdo. Luis Eduardo Vivanco lo que permitió conocer información de primera mano sobre el tema de interés. A lo largo de este análisis de caso queda expuesto las características que conforman a La Posta como medio digital y en profundidad las particularidades de su estilo en general y en el caso objetivo, el Ministerio de la Muerte como tal, la forma en que presentaron los reportajes y los sucesos que ocurrieron dentro del Ministerio de Salud Pública por parte de la responsable en ese entonces, María Verónica Espinoza posterior a las investigaciones publicadas. La Posta como diario digital está marcando estándares, y patrones dentro del nuevo periodismo en el Ecuador, trascendiendo en sus procesos periodísticos, sin dejar de lado el carácter investigativo; además se ratificó que el estilo periodístico del medio de comunicación es congruente con la personalidad de sus periodistas.

Palabras clave: Medio digital, ciberperiodistas, estilo periodístico, La Posta, Ministerio de la muerte.

SUMMARY

The present research work was based on journalistic style that manages the digital newspaper La Posta, case 'Ministry of Death', with the aim of performing an analysis of the particular style that they possess. The techniques used were the observation of the médium, the l.cdo. Luis Eduardo Vivanco made it possible to learn firsthand about the topic of interest. Throughout this case analysis the characteristics that conform to La Posta as a digital médium and in depth the particularities of its style in general and in the objective case, the Ministry of Death as such, are exposed, the way in which they presented the reports and the events that took place within the Ministry of Public Health by the person responsible at the time, María Verónica Espinoza, after the published investigations. La Posta as a digital newspaper is setting standards, and patterns within the new journalism in Ecuador, transcending in its journalistic processes, without leaving aside the investigative character; It was also confirmed that the journalistic style of the media is consistent with the personality of its journalists.

Keywords: digital media, cyberjournalists, journalist style, La Posta, Ministry of Death

ÍNDICE GENERAL

Contenido

INTRODUCCIÓN.....	1
DESARROLLO.....	2
2.1 JUSTIFICACIÓN.....	2
2.2 OBJETIVO.....	3
SUSTENTOS TEÓRICOS.....	3
2.4 TÉCNICAS APLICADAS.....	14
2.5 RESULTADOS OBTENIDOS.....	15
CONCLUSIONES.....	17
RECOMENDACIONES.....	18
BIBLIOGRAFÍA.....	19
Bibliografía.....	19
ANEXOS.....	21

I. INTRODUCCIÓN

Con la aparición de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación, permitieron la creación y aparecieron de nuevos medios para la transmisión de información, como los llamados medios digitales que se extienden a través de las redes sociales, Blogs y páginas web. Varios medios de comunicación ya establecidos como la prensa escrita, radial y televisiva han optado por extenderse también a las plataformas digitales, como también hay medios que nacieron solamente en la web, esto aconteció a raíz del rápido crecimiento de usuarios en las redes sociales y la demanda de un público que buscaba diversidad de contenidos.

Los denominados medios digitales trajeron consigo una revolución de nuevas audiencias y nuevos públicos que no estaban siendo cubiertos por los medios tradicionales, audiencias que debían ser estudiadas y medios que debían enfocarse a la necesidad que se presentaba y de la mano de esto surgieron también cambios dentro del gaje del oficio.

El estilo periodístico ha sido siempre un elemento clave en la profesión desde sus inicios, en los medios convencionales como ahora en los medios digitales, los cuales permiten tener un desarrollo más amplio a los periodistas dentro de los estilos que aplican, admiten diversidades de comportamientos, formas de expresión, de contenidos, de difusión, etc.

La línea de investigación aplicada es la gestión de la comunicación, y la sublínea es el fortalecimiento de pequeñas y medianas empresas en ramas estratégicas, el estilo periodístico que domina La Posta tiene la convicción de que estas características son ramas estratégicas que les permite fortalecer el medio que manejan, están conscientes que de no aplicarlas serian un medio más que cae en la rutina y la monotonía, y no dentro la creatividad e innovación por la que se definen.

II. DESARROLLO

2.1 JUSTIFICACIÓN

El presente trabajo de investigación pretende realizar un análisis del estilo periodístico de un medio digital del Ecuador ‘La Posta’, un medio de comunicación que presentó una nueva forma de hacer periodismo, una plataforma que cambió los estándares y paradigmas en que se difunde la información.

Las audiencias han estado acostumbradas a la formalidad en los estilos de los medios tradicionales, sin embargo, La Posta es un medio que presenta un estilo en particular, y es importante estudiar los sucesos que están logrando trascender dentro del periodismo y su evolución y los efectos que están dejando como tal en el país, como algo novedoso y significativo.

Resulta necesario estudiar un tema que no ha sido investigado, monitorear lo que no ha sido analizado y que está generando impacto dentro las perspectivas comunicativas y periodísticas. La viabilidad de este análisis de caso ha sido bastante accesible desde la obtención de información en las plataformas digitales hasta el acercamiento a los fundadores de La Posta para la obtención de información.

Realizar una búsqueda de aportes que favorezcan a las futuras generaciones de periodistas acerca de las nuevas estrategias que se están empleando en la profesión, sean estas positivas o negativas y que sirva de apoyo a la formación y desarrollo de sus inicios es un determinante motivacional para realizar este estudio de caso.

2.2 OBJETIVO

Analizar el estilo periodístico del diario Digital La Posta caso “Ministerio de la Muerte”, para determinar las pautas del nuevo periodismo digital en Ecuador.

2.3 SUSTENTOS TEÓRICOS

Periodismo tradicional

Para Francisco Campos Freire, destacado periodista y profesor de la Universidad de Santiago de Compostela considera que los medios convencionales han sido puntos céntricos en la sociedad para la difusión masiva de información, “A los medios tradicionales se les considera ejes centrales de mediación social, de la difusión de información, de la propagación de conocimiento y del impulso democrático” (Freire, 2008, pág. 277).

Existe una característica que identifica a estos medios tradicionales y que los diferencia de los medios digitales como lo detalla el autor: “Las Mass – Media, poseen una comunicación unidireccional en los mensajes que presentan, es un rasgo propio de estos” (Muñoz J. , 2012). Los medios tradicionales como la prensa radial, televisiva y escrita permiten una amplia comunicación a muchas masas, pero de una forma de comunicación unidireccional, es decir, que no posee retroalimentación por parte de la audiencia.

Los medios en prensa tradicional se han adaptado a la versión tecnológica y, aunque con un ritmo diferente, todos emplean sus medios tradicionales como herramienta generadora de contenidos en línea para convertir posteriormente sus versiones digitales en publicaciones en red con identidad propia (Lidia Caminero, 2018, pág. 5)

Como dice el autor cada vez son más los medios que se trasladan también a su parte digital para ser generadores de información, en su mayoría la prensa escrita como también la radial y televisiva.

Medios digitales o ciberperiodismo

Durante años los medios conocidos han sido el periódico la radio y la televisión, con el paso y evolución del tiempo el internet permitió la creación de un nuevo medio con herramientas que aportarían positivamente para llegar a las masas. “Estos *new media*, denominaos así por su relación con sus no digitalizados, vienen a ser una evolución de los medios tradicionales acoplados a la nueva era digital” (Jódar Marín, 2010, pág. 6).

El autor (Edo, 2002) afirma que:

En los últimos seis años hemos visto cómo se han instalado en Internet la mayor parte de los medios de comunicación escritos y audiovisuales, a la vez que han aparecido algunos nuevos que están exclusivamente en la red. Unos y otros se han movido sin descanso para tener su propio sitio en el espacio cibernético, pero, con el paso del tiempo, han comprobado que más difícil que llegar a estar es mantenerse con cierto éxito, asegurarse las visitas frecuentes de la audiencia y, sobre todo, ganar dinero (pág. 51).

La llegada de la tecnología permitió abrir camino a un mundo de posibilidades dentro de los medios de comunicación, y la mayoría de medios tradicionales se extendieron a ser digitales, y otros que únicamente están asentados en la web. Este mismo autor asevera que el secreto está en los contenidos, encontrar la clave para que los usuarios vuelvan con frecuencia a la página y que esta responda a sus necesidades. “La renovación permanente y actualizada de los contenidos y la facilidad de acceso a la información son las claves del éxito de los medios de comunicación en Internet” (Edo, 2002, pág. 57)

El periodista y escritor Xosé García resalta que, aunque cambien los entornos y las formas de hacer periodismo algo que debe mantenerse siempre es la esencia y la veracidad de los hechos “Resulta evidente que, en periodismo, a pesar de la aparición de nuevas modalidades, como el ciberperiodismo, hoy y, posiblemente mañana lo esencial del periodismo es la construcción de mensajes veraces” (García X. L., 2012, pág. 119).

Al igual que todos los países, Ecuador continua en la misma línea de la transformación en los medios, profesionales y audiencias como lo indica lo siguiente, “El Ecuador no está libre de esta transformación, simultáneamente las revistas y los periódicos desaparecen, surgen nuevos medios enfocados a la creación de contenidos digitales” (Calderón, 2014)

Características de los medios digitales

Ramón Salaverría periodista especializado en investigación sobre ciberperiodismo detalla las características de los medios digitales:

La configuración de un nuevo lenguaje para los cibermedios incorpora tres novedosos ingredientes para el periodismo: multimedialidad la cual consiste en saber contar la historia combinando textos, imágenes y sonidos a la vez, la hipertextualidad que son enlaces que facilita la red para organizar las estructuras discursivas, mediante unidades de contenidos multifacéticos, y la interactividad que consiste en la interacción del autor y el usuario, capacidad de elección y respuesta, con los lectores activos (Salaverría, 2004, pág. 40).

Otra característica del ciberperiodismo que se detalla en una tesis sobre el periodismo digital en Ecuador es “La inmediatez o instantaneidad la cual de trata de una actualización constante de contenidos” (Montes, 2016, pág. 14).

La autora (Lerma, 2009) explica que ahora la audiencia ahora puede aportar a construir una noticia ‘per se’, es decir, por sí mismos y afirma que:

Comienza así a desarrollarse un periodismo que llama a la gente a participar, ya sea dejando comentarios sobre su gusto u opinión sobre la información; para que colabore y amplíe con datos nuevos una noticia o evento; o que aporte elementos que lleguen a constituir una noticia per se (pág. 788).

Ciberperiodista o Periodista digital

Según la autora Claudia Noriega, articulista en la revista latina de Comunicación Social los periodistas en la actualidad tienen la responsabilidad de aprender el uso y dominio de las herramientas digitales, de analizar a sus competencias y a sus usuarios.

Esta nuevo rostro del periodismo transforma el trabajo del periodista porque además de que se ve obligado a conocer y usar las nuevas herramientas y monitorear los demás medios que están teniendo éxito, también le exige interactuar y gestionar los comentarios de quienes le escriben con el objetivo de formar un vínculo, y vigilar que las opiniones no falten el respeto al resto de lectores que comentan (Noriega, 2009, pág. 788).

Un periodista es una persona profesional en el área de la comunicación Social y periodismo, pero varios autores afirman que las labores que realizaba un periodista antes no son las mismas que se realizan ahora, que debe estar preparado para adaptarse a los nuevos entornos en los que debe desenvolverse, como lo indican:

Los cambios profesionales y tecnológicos van vinculados de los nuevos consumos de las audiencias en un momento en el que los medios de comunicación publican información generada por el usuario, receptando y fomentando la inclusión de comentarios, fotos, vídeos, blogs e incluso artículos elaborados por los usuarios y que los convertiría en ‘prosumidores’ (S. Berrocal Gonzalo, 2014).

Los ciberperiodistas deben la diversidad de los medios digitales y enfocar positivamente todas las herramientas para mostrar un buen resultado como lo describe la escritora Estela Bernad:

Un profesional que conoce la estructura informativa propia de los cibermedios, domina las rutinas productivas que le capacitan para producir con

garantías información en tiempo real, presenta una versatilidad en cuanto a formación que le permite asumir diferentes roles en el desempeño de una tarea periodística, sabe hacer uso de la Red como fuente de información (aplicando siempre criterios deontológicos y haciendo uso de filtros que garanticen la veracidad de las informaciones obtenidas) (Bernad, 2015, pág. 441).

Desde que existe la relación de internet con la comunicación, las fases informativas han experimentado cambios significativos a los periodistas, los medios y a las audiencias. “Desde que los periodistas conviven en internet, la investigación, producción y difusión informativas se han transformado a raíz, inclusive los roles del periodista, el medio y hasta el público han experimentado también cambios radicales” (Salaverría, 2004, pág. 39).

En su artículo sobre el periodista digital Meso Ayerdi asevera que los medios digitales recopilan información publicada en otras páginas web y la complementan, pero el autor recomienda realizar una búsqueda de información en el campo, es decir, que no sea digital. “El periodista digital no debe contentarse con buscar las fuentes que pueda encontrar en la red, sino que también buscar información no digital” (Meso Ayerdi, 2002, pág. 3).

Estilos periodísticos

Entre varias definiciones de estilos periodísticos, en su libro de periodismo interpretativo e informativo Edo define el tema de estudio “ El estilo periodístico es la suma de los medios de expresión regulados de modo unitario y adecuado por las facultades personales” (Bolós C. E., 2009, pág. 39). Es decir, que cada periodista tiene que desarrollar su propio estilo, y este interviene mucho con la personalidad, experiencias y vivencias de cada uno, para finalmente lograr obtener un estilo que lo diferencie del resto de periodistas

“El objetivo del estilo periodístico, es atraer al lector, lograr que se interese por los contenidos que se le muestran, retenerlo por la claridad, corrección, exactitud, y capacidad de seducción en el modo de contar cada historial que aporta el trabajo personal del periodista” (Bolós C. E., 2009, pág. 39). Se entiende que la razón principal por la que se

escribe o se postea una información, es para que los receptores se interesen con los que se les muestra, pero si eso no ocurre sencillamente los usuarios ignoraran los contenidos, publicados, nadie nos leerá, por eso el autor da a conocer la importancia de esos tres pasos claves y el consejo de seducir al lector mediante la forma única de cada periodista al una redactar o expresarse.

Fuera de las tres características básicas del estilo periodístico existen otras cualidades que han sido puntualizadas en el libro de Los Géneros Periodísticos de Martin Vivaldi como: “Claridad, concisión, densidad, exactitud, precisión, sencillez, naturalidad, originalidad, brevedad, variedad, atracción, ritmo, color, sonoridad, detallismo, corrección y propiedad” (Vivaldi, 1973).

Se ha descrito varias cualidades del estilo, el autor (Bermejo, 2014) ha definido los tres factores más destacados del estilo periodístico:

Claridad: se debe escribir con sencillez, para que todo el mundo pueda comprender el mensaje.

Corrección: el periodista debe respetar las normales gramaticales dictadas por la RAE.

Concisión: el mensaje debe ser breve y preciso.

Varios autores destacan también el humor como parte del estilo, este autor quiteño que desarrolló una investigación sobre el enfoque humorístico de la revista digital Sentido Común dice que:

El humor como narrativa es necesario dentro de los medios de comunicación que existen en Ecuador, además que el humor por leve que sea, presenta una contra parte al poder, no es posible concebir un periodismo libre y crítico sin que este sea irreverente y contrario a los intereses del poder (Páez, 2018).

La irreverencia como parte del estilo periodístico podría sonar como algo poco común, sin embargo, Max Seitz corresponsal y editor de la ex BBC en Reino Unido dice que: “La irreverencia podría ser un gran motor para el periodismo, impulsa a preguntas que

muchos no se arriesgarían a manifestar, esa “falta de respeto” permite introducirse en terrenos geográficos e intelectuales en los que pocos abordarían” (Seitz, 2012).

El escritor y periodista español Alex Grijelmo, en su libro “*El estilo del periodista*”, detalla consejos claves y elementos que pueden formar parte del estilo de un periodista, entre ellos. “Claridad, humor, ironía, vocabulario, ritmo, adjetivo, remate” (Grijelmo, 2014). Explica la importancia de escribir o hablar claro y sin ambigüedades; también hace hincapié a incluir el humor como algo fundamental, como objeto clave para atraer al lector o usuario, por otro lado, la ironía y el humor van de la mano, ironizar con clase es atrayente y puede formar parte de un estilo especial; el vocabulario es primordial, las palabras son como los ladrillos con los que se construye un muro, y el profesional del periodismo debe tener muchas palabras.

El ritmo con el que se escribe un artículo o se lleva a cabo un discurso o entrevista es esencial, se debe ir intercalando las emociones de modo que el usuario esté conectado y atento todo el tiempo; el adjetivo es algo principal, el autor cree que el periodista debe usar los adjetivos, pero no los comunes, sino tener su propio diccionario de adjetivos que usará en sus textos o locuciones, al punto de que el público será capaz de reconocerlo e identificar de quien se trata; finalmente, el remate es importante porque es la frase final, y esto es lo que el público más recuerda, por eso debe impactar.

Existen muchos autores que recomiendan dos estilos en particular, corto y entretenido, como se puntualiza en la siguiente frase: “Escribe corto para que te lean, claro para que te entiendan y entretenido para que te recuerden” (Bernard, 1945)

Comunicación verbal y no verbal como parte del estilo periodístico

Dentro de los estilos periodísticos se analiza la comunicación verbal y no verbal como elementos sustanciales para su desarrollo.

La comunicación verbal es aquella que se transmite a través de un código lingüístico, es decir, de palabras ya sea ser oral o escrita. La comunicación no verbal se realiza sin emplear palabra alguna, utiliza gestos, movimientos, sonidos, dibujos, imágenes. Todos estos son captados por los cinco sentidos del cuerpo humano. (Bermejo, 2014, pág. 9).

En relación a la importancia de la comunicación no verbal en los periodistas el autor (Ortiz, 2016) explica aspectos de la comunicación no verbal:

Existen tres ramos de estudio de la comunicación no verbal: Kinésia, paralingüística y proxémica: La kinésia que se encarga de estudiar la comunicación expresada en los movimientos corporales como: el parpadeo, la dirección y duración de la mirada y hasta la dilatación de la pupila, el entrecejo o ceño, los hombros, manos, etc. La paralingüística estudia las cualidades de la voz como: el tiempo, resonancia, control de la articulación, las vocalizaciones como la risa, llanto, suspiro, bostezo, estornudo, ronquido y las emisiones vocales: mmm, eh, uhmm. Finalmente, la proxémica que se ocupa de estudiar el comportamiento no verbal relacionado con el espacio entre las personas en el acto comunicativo (P. 140).

Cada acción cuenta cuando se expresa algo, todo comunica y los periodistas deben conocer la importancia de estos movimientos, tornando un resumen el autor ha detallado que la kinésica estudia los gestos y movimientos corporales, la proxemica estudia la relación de espacio entre las personas y la paralingüística las características con lo que se comunica.

“La comunicación no verbal nos permite afrontar con la máxima información cualquier toma de decisiones que debamos llevar a cabo en nuestro trabajo diario. Nos aporta una útil, practica y potente información acerca de las personas que tenemos ante nosotros” (Cobaleda, 2014, pág. 1). El autor detalla que a través de la comunicación no verbal se puede obtener muchísima más información de las personas, es por eso la importancia dentro del estilo periodístico.

La Posta

La Posta es un medio de comunicación digital que fue creado en octubre de 2017 por Luis Eduardo Vivanco ex editor general de diario La Hora y Andersson Boscán ex periodista de diario Expreso, que se desenvuelve en las redes sociales como Facebook, Instagram y Twitter. Caracterizados por realizar periodismo investigativo, tienen una redacción bastante informal, estudian el público al que están dirigidos, saben que tienen una audiencia llena de nativos digitales y de inmigrantes digitales, usuarios atraídos por la multimedialidad, que no quieren ver un papel estático lleno de texto y más texto, por el contrario, prefieren lo audiovisual.

“Se define a los nativos digitales como la primera generación que ha crecido con las tecnologías digitales y que son "nativos" del lenguaje de los ordenadores, videojuegos e Internet, mientras que los inmigrantes digitales son aquellos que no han crecido en un mundo digital, pero se han acercado a esta tecnología adoptando algunos aspectos; mientras que los inmigrantes digitales son aquellos que han tenido que adaptarse a las herramientas tecnológicas” (Prensky, 2010)

En la actualidad la mayoría de personas se conforman solo con leer el titular de una noticia, y precisamente este diario realiza sus publicaciones con información corta, además, utilizan una jerga en particular, “Jerga: Lenguaje especial y no formal que usan entre sí los individuos de ciertas profesiones y oficios” (RAE, Real Academia Española, 2019). La Posta utiliza términos propios de la jerga ecuatoriana, lenguaje juvenil como lo describen ellos, utilizan un lenguaje moderno con explicaciones sencillas.

Otra de las características que identifican al medio, es el modo en que presentan la información, utilizan un modo sarcástico o irónico incluso humor irónico al momento de contar los sucesos en sus entrevistas o en notas. “Sarcasmos es el empleo de la ironía o burla del sarcasmo con fines expresivos” (RAE, Real Academia Española, 2019), mientras que, “Ironía es la burla fina y disimulada.” (RAE, 2019).

“Dos periodistas jóvenes con una pinta fresca y coincidentalmente ambos con una boina en la cabeza decidieron formar una plataforma para ofrecer productos comunicacionales entretenidos” (LAHORA, 2017)

En una entrevista con diario La Hora, Anderson Boscán dijo que: “deseamos que la gente deje ser ‘titulitis’ ya que es una sociedad que se entera de la noticia por el titular y nunca entra al contenido de la noticia, eso es porque las noticias son todas iguales, lejanas e incomprensibles. Queremos que vaya un paso más allá, tal vez al subtítulo, (risas)”

Luis Eduardo Vivanco comentó a diario La Hora que la idea de hacer este espacio surgió porque él y Anderson tenían inquietudes con el periodismo tradicional: “venimos del periodismo de papel y amábamos lo que hacíamos, pero creemos que este tiene muchas limitaciones y ya es hora de ir y explorar nuevos ámbitos en el oficio.”

En su página oficial (LAPOSTA) se describe así:

¿Somos un medio de comunicación? Sí, pero más que eso. No solo damos noticias y entretenimiento, somos una plataforma digital donde nuestras audiencias se encuentran, comparten, disfrutan y se informan.

¿Somos una página web? Sí, pero no. Somos un medio de comunicación que entrega su contenido en redes sociales, libres de fishing. Esperamos que nuestros públicos disfruten de nuestro trabajo en las redes, donde la pasan tan a gusto y es allá a donde llevamos a las marcas que confían en nosotros.

¿Somos una plataforma publicitaria? También. Estamos conscientes de que la publicidad es la mejor herramienta para financiar el periodismo y lo hacemos de frente y lo hacemos bien. Incluimos a las marcas en nuestros contenidos de manera natural, dinámica y con valor. No vendemos espacios, vendemos creatividad e impactos, lo único que no vendemos, es la conciencia.

La redacción: Somos la plataforma de difusión de contenidos periodísticos y de entretenimiento de mayor crecimiento del país.

La audiencia: Adoptamos a los públicos huérfanos: lenguaje moderno, contenido viral, explicaciones sencillas y resultados inéditos.

La estrategia: Nuestros contenidos son exclusivamente diseñados para cada red. Entendemos y cultivamos la diversidad de públicos en cada plataforma.

Ministerio de la Muerte

El ministerio de la muerte es el nombre que surge a raíz de una serie de investigaciones que realizó La Posta, en donde se pone en tela de duda el trabajo realizado por la Ministra de Salud, Verónica Espinoza. Se la acusaba de negligencias dentro de la red de salud pública y errores que podían costar la vida de seres humanos. El medio presentó cuatro informes audiovisuales en donde todos se encontraban con mandiles médicos, y en un lugar bastante desordenado y fúnebre que denotaba suciedad y desorganización.

El primer reportaje, el más catastrófico y alarmante fue sobre la adquisición de kits de pruebas de cuarta generación de VIH, adquiridas en 2017 por el Ministerio de Salud Pública que presentaban imprecisiones en sus resultados, es decir a personas sanas les arrojaba falsos positivos y a personas contagiadas falsos negativos, el mecanismo de uso es parecido a las pruebas de embarazo, el fluido se pone en contacto con la prueba y en pocos minutos aparece un resultado visible. En 2018 volvieron a adquirir kits de pruebas VIH de 4ta generación, y según informes del ARCSA los resultados superaron a sus antecesores, el índice de error se disparó hasta el 40%, y ya no solo daban falsos negativos, sino también falsos positivos.

El segundo reportaje trató sobre un desinfectante cutáneo de PHARMEDIC SA. De Guayaquil, que estaba altamente contaminado y fue entregado a las entidades de salud, el desinfectante CHEMSCRUB, era un antibacterial cargado de bacterias que causan infecciones incontables, según informes del ARCSA estaba contaminado mil% más de lo

que admite la norma, y que vino contaminado de fábrica pues estuvo por tres meses en algunos hospitales del país, esto fue reportado por el Hospital Militar, además, informaron que el desinfectante que no tenía registro sanitario, y que el ARCSA lo dejó pasar.

El tercer reportaje trató sobre el Paracetamol inyectable infectado, producto adquirido de PHARMEDIC SA en 2017, que introdujo la ministra de salud a la red pública y estaba lleno de bacterias, el cual describen su líquido debió ser transparente, pero era color petróleo, y fue expandido en varios hospitales del país, pese a que la ministra dijo que no habían sido aplicados a ningún paciente, no habían pruebas que demostraran lo contrario. Finalizaron el reportaje diciendo que, si bien es cierto se habían convertido en un dolor de cabeza para la ministra pero que si deseaba podía inyectarse ese maravilloso paracetamol.

El cuarto reportaje trató sobre la insalubridad de los hospitales públicos que podrían estar provocando la muerte de neonatos, reportados desde el 2018, hipótesis realizada a partir de informes que detallan el ascenso de muertes a partir del 2017 al 2019, atribuyen las muertes a las irregularidades de la higiene y las condiciones de los hospitales, como el Isidro Ayora donde encontraron que: alimentaban a gatos callejeros, tanques de oxígenos con fallas en tuberías, fugas de agua, pisos llenos de escombros, desechos fecales que conducen al pasillo de alimentación.

La Posta denota expresiones sarcásticas y también humor irónico en sus trabajos periodísticos, en es el estilo que han desarrollado. Sin embargo, la ministra de salud se quejó de la utilización de mandiles médicos por parte de los periodistas, diciendo que es una falta de respeto a la profesión, profesión que conlleva mucho esfuerzo y sacrificio, por esta razón decidieron no usarla más, pero recalcaron que de lo que no se despojaron es de la verdad.

2.4 TÉCNICAS APLICADAS

Modalidad de Investigación

En el presente trabajo de investigaciones se aplicó la metodología de búsqueda cualitativa, puesto que está basada en la observación, discursos y respuestas abiertas para la posterior interpretación.

Técnicas Utilizadas en la Investigación

1. La observación directa de los reportajes audiovisuales del diario digital La Posta, de las investigaciones del Ministerio de la Muerte sobre las negligencias del trabajo de la Ministra de Salud Verónica Espinoza.

2. La búsqueda de información bibliográfica el cual permitió explorar que se ha escrito en la comunidad científica sobre este tema de estudio.

3. La entrevista que se realizó a el Lcdo. Luis Eduardo Vivanco, fundador de diario La Posta, el cual aclaró y confirmó el tema de estudio mediante las preguntas formuladas.

El método que se utilizó fue el analítico-sintético, el cual se realizó mediante análisis para posterior poder sintetizar la información. El método empírico fue la observación científica, el análisis de reportajes del diario digital. La técnica utilizada fue la entrevista realizada mediante el instrumento de la elaboración de cuestionario.

2.5 RESULTADOS OBTENIDOS

Con el propósito de dar cumplimiento al objetivo planteado en el presente trabajo de análisis de caso, se obtuvo información de fuentes y autores confiables, expertos en el tema de estilos periodísticos, observaciones y análisis del material de reportajes audiovisuales publicados en La Posta, como también información de primera mano mediante el cuestionario de preguntas en la entrevista realizada.

La entrevista fue directamente con uno de los dos fundadores del diario digital La Posta, el Lic. Luis Eduardo Vivanco, quien estuvo inmerso también en todos los procesos periodísticos que se conllevaron en el caso Ministerio de la Muerte, investigaciones como tal, entrevistas, reportajes. Etc.

Mediante la observación y análisis se llegó a un consenso de que el medio La Posta, posee un estilo periodístico en particular al resto de medios donde comúnmente notamos la formalidad y convencionalidad en casi su totalidad; su estilo es totalmente informal, manejan un lenguaje moderno, utilizan jergas ecuatorianas, hacen uso del humor, la ironía y el sarcasmo juntos, no se envuelven con términos tan técnicos, y la información que postean en sus plataformas es totalmente directa con lo que desean informar sin darle tantas vueltas al asunto.

La entrevista como tal permitió adquirir información que confirmó el análisis antes mencionado, las investigaciones realizadas, como también ampliar las características que conforman su estilo, entre ellas las peculiaridades que resaltaron fueron: profundo en contenido, irreverente en su propuesta y moderno en su distribución, añadiendo que su plus es entretener mientras se informa, haciendo referencia en esto da a entender que son profundos en el carácter investigativo que poseen, irreverente en sus formas de expresión y moderno enfocado a audiencias huérfanas como definen ellos, que justamente en este estudio de caso se le da importancia a las nuevos públicos que se han desarrollado dentro de la era digital, con gustos y necesidades diferentes que no estaban siendo atendidas.

También se expuso en la entrevista que estas particularidades del estilo que maneja el medio son parte de su personalidad y no un papel que se torna, tales explicaciones confirman las investigaciones de que el estilo periodístico está estrechamente relacionado con su personalidad y se desarrolla en conjunto con ella.

Otro punto que se resaltó es que, mediante este estilo, estas formas y códigos utilizados se pueden llegar a más público, es decir, que más personas se interesen por temas

importantes que ocurren en el país y que se desconocen. Como el caso ‘Ministerio de la Muerte’, fueron temas que un principio pudieron parecer bastantes técnicos, científicos y difíciles de entender, donde aplicaron su estilo en su totalidad para hacer entender a los usuarios de una manera sencilla. El uso de este estilo tuvo grandes efectos, como las molestias que generaron a la Ministra de Salud Verónica Espinoza el uso de mandiles médicos por parte de los periodistas de La Posta, lo tomaron como una falta de respeto a la profesión, consecuencias que fueron justificadas y corregidas por el medio; pese a todo este debate que estuvo envuelto el pueblo ecuatoriano las repercusiones más fuertes terminaron con el despido del cargo de la Ministra de la red de salud pública.

La Posta es un medio digital que analizó las nuevas audiencias, las nuevas formas de consumo de la información y que se aprovechó de las nuevas tecnologías como un vehículo por el cual transmitir, creó, innovó y lo aplicó. Este estilo tan particular que desarrollaron conllevó a marcar lo novedoso y fuera de lo común en los últimos meses, sin dejar de lado el carácter investigativo que los caracteriza.

En sus reportajes audiovisuales del caso Ministerio de la Muerte, su estilo se percibió en todas sus facetas, nunca perdiendo la esencia periodística de investigar y el compromiso con la verdad, pese a todos los efectos y consecuencias que se desencadenaron posteriormente con los actores intervinientes, la alarma y el debate que se generó en la audiencia, demostraron que el objetivo del periodismo se mantiene y lo que ha cambiado es el empaque en que se presenta.

III. CONCLUSIONES

Tras lo expuesto en este análisis de caso se permite llegar a las siguientes conclusiones, el estilo periodístico de un medio de comunicación es congruente con la personalidad de sus periodistas, lo confirman las teorías como también la realidad estudiada que se obtuvo. Es por eso que cada profesional de la comunicación tiene su forma de hacerlo, y quienes han triunfado son quienes han fusionado y desarrollado muy bien su estilo, marcando tendencia y diferenciándose del resto de profesionales.

La Posta ha demostrado una forma diferente de empacar el periodismo sin dejar de lado la esencia periodística que es la búsqueda de la verdad, analizaron los gustos y necesidades de las nuevas audiencias y pusieron en práctica su estilo no solo como algo normal del periodista sino como una convicción de que utilizando estas herramientas les permitirían llegar a personas que no comprenden temas importantes para el país, marcando así las pautas del nuevo periodismo digital en el Ecuador.

La Posta como medio de comunicación digital logró trascender en sus procesos periodísticos, las investigaciones que realizaron del Ministerio de Salud Pública fueron impactantes y alarmantes, como también el estilo en que presentaron los reportajes, y aunque por momentos se puso en tela de duda muchas de las presunciones de negligencias por parte de la Ministra de Salud Verónica Espinoza, los resultados y efectos que dejó a los actores intervinientes fueron tajantes y conllevaron al juicio político que terminaron con el despido del cargo de la ministra, el enfurecimiento de un pueblo que se vio perjudicado antes las irresponsabilidades y la indignación de la asambleísta Mae Montaña quien impulsó los procesos de juicios políticos.

IV. RECOMENDACIONES

Una vez concluido el presente trabajo de análisis de caso se pone a disposición las siguientes recomendaciones:

- Pese a ser parte de su estilo, tratar de evitar el uso del lenguaje soez en algunas de las entrevistas realizadas.
- Continuar con su trabajo investigativo sin perder ese estilo particular que han desarrollado y que los caracteriza como La Posta para captar más audiencias.

- Se sugiere realizar talleres dirigidos a los estudiantes de comunicación social acerca del nuevo periodismo digital, características, pautas y estilos periodísticos.

V. BIBLIOGRAFÍA

Bibliografía

- Álvarez, P. C. (2012). *Portal Educativo*. Obtenido de <https://www.portaleducativo.net>
- Bernand, E. (2015). *Actualización de los nuevos sistemas educativos*. ACCI (Asoc. Cultural y Científica Iberoameric.).
- Bernard, G. (1945). EL ESTILO DEL PERIODISTA [Grabado por A. Guerrero].
- Bolós, C. E. (2009). *Periodismo informativo e interpretativo*. Sevilla - Zamora: Comunicación Social.
- Bolós, C. E. (2009). *Periodismo Informativo e Interpretativo*. España. Obtenido de <https://books.google.com.ec/books?id=8xV-hH2JQMUC&pg=PA39&dq=estilo+periodistico&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwjIsO6Gr4HkAhWs1lkKHWfTC3QQ6AEIKzAB#v=onpage&q=estilo%20periodistico&f=false>
- Casasús, J. D. (1910). *Estilos y Géneros periodísticos*.
- Cobaleda, N. (02 de Julio de 2014). *El Cuerpo no Miente*. Obtenido de ECNM: <http://elcuerponomiente.com/somos.php>
- Edo, D. C. (2002). Las incertidumbres del periodismo en Internet. *Revista Latina de Comunicación Social*, 5(46), 51-52. Obtenido de <http://www.redalyc.org/pdf/168/16800604.pdf>
- Edo, D. C. (2002). Las incertidumbres del periodismo en Internet. *Revista Latina de Comunicación Social*.
- García, S. A. (2014). *Educación Secundaria para Adultos - Lengua castellana y Literatura: Ámbito Comunicación I*. Editex, 2014.
- García, X. L. (2012). *La formación de los periodistas para los entornos digitales actuales*. Obtenido de <https://www.researchgate.net>
- Grijelmo, A. (2014). *El estilo del Periodista*.
- Jódar Marín, J. Á. (2010). LA ERA DIGITAL: NUEVOS MEDIOS, NUEVOS USUARIOS Y NUEVOS PROFESIONALES. *Razón y Palabra*(71). Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/1995/199514914045.pdf>

- LAHORA, D. (16 de octubre de 2017). Obtenido de <https://www.lahora.com.ec/losrios/noticia/1102107247/se-tomaron-la-posta-del-periodismo>
- LAPOSTA. (s.f.).
- Lerma, c. (2009). Implementación del periodismo interactivo en los portales de la prensa mexicana. *Revista Latina de Comunicación Social*, 787-801. Obtenido de http://www.revistalatinacs.org/09/art/861_ITESM/62_68_CA_Lerma.html
- Lidia Caminero, P. S. (2018). El perfil y formación del ciberperiodista en redacciones nativas digitales. *Revista académica sobre documentación digital y comunicación interactiva*, 4 - 15.
- Martínez, A. (1974). *Redacción Periodística, los estilos y los géneros en la prensa escrita*. Barcelona.
- Meso Ayerdi, K. (2002). Un nuevo tipo de profesional llama a las puertas del Periodismo: el periodista digital. *Revista Latina de Comunicación Social*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/819/81955103.pdf>
- Montes, A. E. (5 de septiembre de 2016). Periodismo digital en Ecuador. La transición hacia nuevas formas de periodismo: Análisis de imagen del tratamiento informativo de la versión impresa y digital del diario El Comercio. Ecuador.
- Muñoz, J. (2012). LOS MASS - MEDIA Y SU INFLUENCIA EN LA SOCIEDAD. (J. C. M, Ed.) *Contribuciones a las Ciencias Sociales*.
- Muñoz, J. J. (2000). *Redacción periodística: teoría y práctica*. Librería Cervantes.
- Noriega, D. C. (2009). Implementación del periodismo interactivo en los portales. *Revista Latina de Comunicación*, 787-801. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/819/81911786062.pdf>
- Ortiz, M. A. (2016). DESARROLLO DE HABILIDADES DE COMUNICACIÓN NO VERBAL EN EL COMUNICADOR SOCIAL. *Revista Electrónica Formación y Calidad Educativa*, 140. Obtenido de <http://refcale.uileam.edu.ec/index.php/refcale/article/view/1111/747>
- Pagán, J. B. (2002). *Medios de comunicación para una sociedad global*. EDITUM.
- Prensky, M. (2010). Nativos e Inmigrantes Digitales. *Cuadernos SEK 2.0*, 20.
- RAE. (2019). Obtenido de <https://dle.rae.es>
- RAE. (2019). *Real Academia Española*. Obtenido de <https://dle.rae.es>
- RAE. (2019). *Real Academia Española*. Obtenido de Real Academia Española: <https://dle.rae.es>
- S. Berrocal Gonzalo, M. R. (2014). La presencia del infoentretenimiento en los canales generalistas de la TDT española. *Revista Latina de Comunicación Social*.

- Salaverría, R. (2004). Prensa/ diseñando el lenguaje para el ciberperiodismo. *Revista Latinoamericana de Comunicación CHASQUI*, 39.
- Salaverría, R. (2004). PRENSA/Diseñando el lenguaje para el ciberperiodismo. *Revista Latinoamericana de Comunicación CHASQUI*(086), 38,45. Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/26464657_PRENSA_Disenando_el_lenguaje_para_el_ciberperiodismo
- Schramm, W. (1960). *Comunicaciones de Masas*.
- Susana Antón Garrido, S. B. (2014). *Educación Secundaria para Adultos - Lengua castellana y Literatura*: . Editex.
- Vivaldi, M. (1973). *Géneros periodísticos : reportaje, crónica, artículo (análisis diferencial)*. Madrid: Paraninfo.

VI. ANEXOS

FICHA TÉCNICA DE LA ENTREVISTA

Nombre:	Luis Eduardo Vivanco
Profesión:	Lcdo. Comunicación Social:
Fecha:	Lunes 19 de agosto de 2019
Modo de entrevista:	Cara a cara
Ciudad:	Quito
Lugar:	La Posta
Duración:	40 minutos



PREGUNTAS DE LA ENTREVISTA

1. ¿Cuándo inició La Posta?

R: La Posta nació en octubre del 2017 como una apuesta por generar y presentarle al país una plataforma periodística de contenidos acorde a las nuevas tecnologías, acorde a los nuevos públicos, tratando de informar mientras se entretiene, explorar a las nuevas tecnologías como un vehículo importante para informar a la audiencia.

2. ¿El estilo periodístico que utilizan es bastante particular, cómo definiría el estilo que maneja La Posta?

R: Es estilo de La Posta, es un estilo profundo en el contenido, irreverente en su propuesta y moderno en su distribución.

3. Sus diálogos con los entrevistados y en los reportajes están llenos de humor, incluso humor irónico, un lenguaje juvenil y uso de jergas ecuatorianas. ¿Cómo nace la idea de dominar este estilo de ironía y sarcasmo, o es parte de su personalidad?

R: Es parte de nuestra personalidad, pero también nuestra convicción de que las utilidades de estas herramientas permiten que la gente normal como yo, se interese por temas importantes del país, utilizando ese tipo de códigos y herramientas se puede llegar a más gente con contenido importante. Encontramos una audiencia que estaba huérfana en ese tipo de contenidos, ese tipo de formas de llevar la noticia y ese fue uno de los motivos que nos empujó a hacerlo.

4. ¿Este estilo es parte de su personalidad o se torna un papel para el medio?

R: Las dos cosas, yo ya venía haciendo el castigo divino desde hace tres años antes, entonces ya la fórmula había sido probada y está básicamente muy dentro del ADN de los fundadores.

5. ¿Qué elementos del estilo periodístico considera que debería tener todo periodista?

R: Yo creo que un periodista tiene que tener una construcción de principios éticos importantes, correcto uso del lenguaje y una obligación profesional que lo empuje a hacer innovación.

6. ¿Cómo fue la experiencia investigativa en el caso “Ministerio de la Muerte”?

R: Nosotros recibimos una importante filtración de documentos oficiales del Ministerio de Salud y del ARCSA (Agencia de Regulación y Control Sanitaria), más de dos docenas de casos específicos los cuales fueron, validados contrastados, confirmados, revisados, y procesados periodísticamente y elegimos 6 casos de mayor trascendencia para ser expuestos al país a través de un nuevo formato que exploramos, un formato que fue de primera persona a nivel audiovisual en el que la cámara era el público, fue un mecanismo que usamos para les llegue mucho más a las personas un tema que, en muchos casos podía resultar demasiado técnico o científicos.

7. ¿Cuándo sacaron a la luz las investigaciones sobre el “¿Ministerio de la Muerte”, estaban seguros de los efectos y resultados que tendrían ante los involucrados?

R: Teníamos dudas, pues el país estaba y está envuelto en un debate de política de que sí Jorge Glas, Rafael Correa, que si de Alexis Mera... y no pensábamos de si iba

a tener tanta cabida para un tema social, de salud pública, y al final quedamos gratamente sorprendidos de que el país empezó a debatir durante 6 semanas un tema de salud, dejando a un lado por un momento el tema político, lo cual fue muy satisfactorio, y no sabíamos que consecuencias institucionales y políticas iban a tener, que terminaron con juicio político y el despido de la ministra de salud.

8. ¿Creen que el estilo que manejan puede afectar a alguien, como el nombre ‘¿Ministerio de la Muerte’, que disgustó a muchos, al igual que el uso de mandiles médicos al realizar los reportajes?

R: Sí, tenemos un estilo irreverente y la irreverencia va a provocar molestias en muchísimos, en algunos casos son molestias justificadas en otros casos hasta nos hemos disculpado, en otros casos son molestias porque lo diferente y el cambio provoca miedo en todas las sociedades del mundo, entonces ver una forma de periodismo irreverente que hasta suelta una mala palabra de vez en cuando, puede provocar rechazo para algunos, adhesiones para otros, pero nosotros no tenemos el interés de afectar a nadie, a menos que tenga responsabilidades penales, pero de ahí habrá gente que se siente afectada y es normal porque provocamos, buscamos una reacción una sensación dentro de las audiencias.

9. ¿Creen que, si no emplearan este estilo, tendrían el mismo éxito?

R: No, seríamos uno más del montón.

10. ¿Haciendo referencia al ciberperiodismo, cree que el rol del periodista ha cambiado dentro de la era digital en la que estamos?

R: El rol fundamental no, que es la búsqueda de la verdad y la utilización de herramientas periodísticas y los procesos periodísticos de esa función, lo que ha cambiado es las dinámicas de consumo de la información, las dinámicas de construcción de los productos informativos y las dinámicas de distribución, irá cambiando según los comportamientos sociales y la tecnología vayan evolucionando.

11. ¿Qué mensaje o recomendación daría a las nuevas generaciones de periodistas?

R: Les sugeriría tratar de innovar siempre, tratar de buscar una forma nueva de ejercer el oficio, no encasillarse en lo que se ha venido haciendo durante los últimos cien años, que traten de conectar con las audiencias, que sean mucho más cercanos a los públicos. Y ya se acabó esto del periodista “sabelotodo” y su sabiduría sobre un pueblo desinformado, sino que, son tiempos en que los periodistas construyen las historias y construye su línea junto a las audiencias.

FICHA DE OBSERVACIÓN



Caso: Ministerio de la Muerte

Nombres: Luis Eduardo Vivanco, Andersson Boscán, Ana Oquendo, Gabriela Yépez

Fechas: 6/05/2019 – 13/05/2019 – 20/05/2019 - 3/06/2019

Links: <https://www.youtube.com/watch?v=VppimJc5-J0>

<https://www.youtube.com/watch?v=T4HfQ1lxOi8>

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

https://www.youtube.com/watch?v=26Q_oQ5NIys

ANÁLISIS

Dentro de las informaciones posteadas y los cuatro casos de reportajes publicados por La Posta, se pudo observar lo siguiente dentro del contexto, lenguaje verbal y no verbal.

El contexto en el que se desarrollaron los audiovisuales fue un lugar desordenado, fúnebre, oscuro y sucio que connotaba que se relacionaba con el Ministerio de Salud Pública, el lenguaje verbal que usaron en la parte oral: términos sencillos, jergas ecuatorianas, tono de molestia e ironía; en el lenguaje no verbal: ademanes irónicos como “dedos entre comillas”, en la vestimenta usaron mandiles médicos con el logotipo del ministerio de la muerte; en el lenguaje escrito se observó publicaciones con humor irónico y palabras con letras a medias como el “pa’ atrás”.

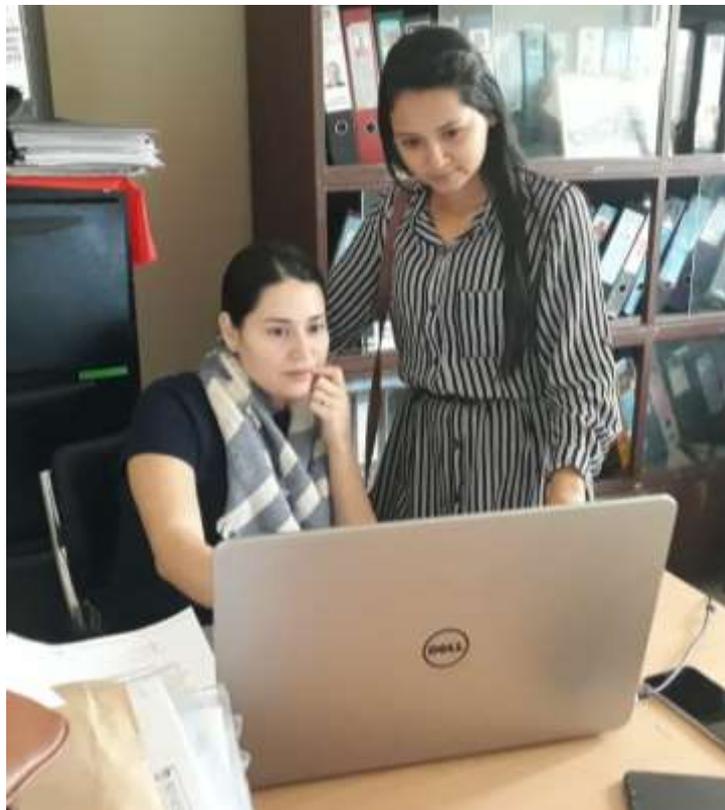


Realizando la entrevista al Lcdo. Luis Eduardo Vivanco en La Posta - ciudad de Quito





Luis Eduardo Vivanco fundador de Diario Digital La Posta



Recibiendo recomendaciones por parte de la tutora, Master Nurik Fariño.