

Comunicación y tecnología

En tiempos de **Covid-19** y su influencia en la dinámica social



Jenny Vera Loor
Erik Cumba Castro
(Coordinadores)


Ediciones
Uleam

COMUNICACIÓN Y TECNOLOGÍA EN TIEMPOS DE COVID-19 Y SU INFLUENCIA EN LA DINÁMICA SOCIAL

Jenny Vera Loor
Erik Cumba Castro
(Coordinadores)



Uleam

PUBLICACIONES Y
SERVICIOS BIBLIOGRÁFICOS



Texto arbitrado bajo la modalidad doble par ciego

Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí

Ciudadela universitaria vía circunvalación (Manta)
www.uleam.edu.ec

Dr. Marcos Zambrano Zambrano, PhD.

Rector

Dr. Pedro Quijije Anchundia, PhD.

Vicerrector Académico

Dra. Jackeline Terranova Ruiz, PhD.

Vicerrectora de Investigación, Vinculación y Postgrado

Dr. Fidel Chiriboga Mendoza, PhD.

Director de Departamento de Publicaciones y Servicios Bibliográficos

COMUNICACIÓN Y TECNOLOGÍA EN TIEMPOS DE COVID-19 Y SU INFLUENCIA EN LA DINÁMICA SOCIAL

Jenny Vera Loor

Erik Cumba Castro

(Coordinadores)

Mauro Julio Solórzano Cevallos

Galo Antonio Mero Demera

Danny Aglael Paladines Mero

Jean Carlos Santos

ISBN: 978-9942-827-93-7

Edición: Primera. Septiembre de 2023. Publicación digital

Departamento de Publicaciones y Servicios Bibliográficos

Trabajo de edición y revisión de texto: Mg. Alexis Cuzme Espinales

Diagramación, edición de estilo y diseño de portada: Mg. José Márquez Rodríguez

Una producción de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, registrada en la Cámara Ecuatoriana del Libro.

Sitio Web: www.munayi.uleam.edu.ec

Correo institucional: editorial@uleam.edu.ec

Facebook @Ediciones Uleam

Twitter @EdicionesUleam

Teléfonos: 2 623 026 Ext. 255

Toda la información relacionada al contenido del texto es responsabilidad de los autores.

Índice

Presentación.....	7
Capítulo 1.....	9
Cambios y protocolos del periodismo en contexto de la pandemia covid-19 Mauro Julio Solórzano Cevallos	
Capítulo 2	25
Análisis del perfil del periodista multimedia en la convergencia mediática al inicio de la pandemia de la covid-19 Galo Antonio Mero Demera	
Capítulo 3	39
La responsabilidad social aplicada durante la pandemia del covid-19. Un análisis a las portadas de diario Extra Danny Aglael Paladines Mero	
Capítulo 4	55
Estrategias de comunicación digital destinada para la difusión de medidas y acciones preventivas ante la covid-19, impulsadas por el gobierno ecuatoriano Jean Carlos Santos	
Capítulo 5	77
Los comportamientos online de los ecuatorianos durante el confinamiento 2020 Erik Alexander Cumba Castro	
Autores	119

Presentación

Al finalizar el año 2019 todo era normal, la vida de los ciudadanos en todo el mundo estaba rodeada de la cotidianidad, nunca se imaginó que lo que estaba por venir iba a marcar la vida de la humanidad entera.

Los autores de este libro describen desde su perspectiva y desde su experiencia profesional lo complejo que ha sido informar sobre uno de los últimos acontecimientos que ha dejado marcado al mundo con secuelas imborrables, sin embargo, la variedad de información publicada en los medios de comunicación digitales y analógicos permitieron durante los dos años de la pandemia una propagación de noticias falsas que no siempre surgen a partir de una experiencia profesional y son estas las que llegan a convertirse en el detonante del caos e incertidumbre en la audiencia. Por ello, una de las interrogantes con base al planteamiento del problema se direcciona en ¿Qué tan verás es la información que se visualiza hoy en las diferentes plataformas digitales y medios impresos? Pues a partir de esto se plantea el objetivo de entrever las transformaciones que ha surgido en el medio periodístico con relación a la transmisión de información en los medios de comunicación relacionada a la pandemia del COVID-19. Los protocolos generados a raíz de este caos se piensan que la difusión de información se ejecuta de manera precisa, priorizando la veracidad de los datos que los periodistas deseen compartir a partir de su experiencia.

El segundo capítulo de este libro plantea el análisis del perfil del periodista multimedia en el ámbito de la convergencia mediática al inicio de la pandemia provocada por la covid-19. La función de estos profesionales gira en torno a la correcta utilización de los medios digitales actuales para informar mejor, además de saber analizar, filtrar y reconstruir las noticias recibidas desde distintos medios, capacidades necesarias para poder enfrentar el efecto de las “fake news” que arrasa las plataformas digitales, de esta manera se escogió como caso de estudio a la empresa de comunicación Medios Ediasa, particularmente a los medios El Diario y Manavisión, en Portoviejo, Manabí-Ecuador. Se consideró el período que abarcó los meses de marzo a mayo de 2020, esto como parte del desarrollo de la investigación que relaciona el fenómeno de la avalancha de noticias falsas o “fake news” con la labor de los profesionales periodistas en multimedia.

El capítulo tres hace referencia a los medios de comunicación que han ido evolucionando con tendencia a digitalizarse, lo cual ha provocado un declive en los medios impresos, esto como resultado del aislamiento obligatorio, pues el fácil acceso a plataformas de información en las redes se convirtió en la herramienta de obtención de datos de las personas confinadas en sus hogares, ya que de esta manera los usuarios pueden mantenerse conectados a las noticias que describen la situación que se vivía en la



pandemia, sin embargo, durante este periodo la población se vio expuesta a noticias falsas, por lo que en el presente estudio se argumenta con base en la necesidad de conocer la importancia que tiene la Ley Orgánica de Comunicación (LOC), precisamente el artículo 71, y poner en manifiesto que no todo medio de comunicación ejerce una buena práctica periodística.

Dentro de la crisis sanitaria que se vivió a finales de 2019 se vio afectada la prestación de servicios y actividades en todos los niveles, sobre todo en la educación, pues fue de vital importancia continuar con el aprendizaje en las instituciones educativas y no retrasar más este proceso, por lo que se debieron tomar medidas que obligaron a las instituciones educativas a optar por el uso intensivo de las herramientas y plataformas digitales para continuar con el aprendizaje, sin embargo, esto trajo problemas de adaptación, no solo para los profesores, también para los alumnos, pero que a largo paso permitió una evolución

en los métodos tradicionales educativos y de servicio apoyados por las TIC (Tecnologías de la Información y las Comunicaciones Sociales).

Pese a los esfuerzos por continuar con normalidad las actividades afectadas por la cuarentena obligatoria, siguen persistiendo factores que intervienen en la accesibilidad de las tecnologías para este fin, ya que no toda la población ecuatoriana tiene facilidades para conectarse a una red de internet fijo, pues la falta de cobertura y la velocidad son aspectos que influyen en la productividad de las personas durante el confinamiento, por lo que se plantea como objetivo, el estudio de los comportamientos online para de esta forma determinar y conocer de qué manera las falencias en telecomunicaciones en el Ecuador pueden ser resueltas.

Jenny Vera loor

Manta, septiembre 2022



Capítulo 1

Cambios y protocolos del periodismo en contexto de la pandemia covid-19

Mauro Julio Solórzano Cevallos

maurojsc99@gmail.com

Introducción

Tanto la comunicación como el periodismo son contenidos de amplia información, por los varios factores y desafíos que poseen los periodistas al difundir información de cualquier tipo de géneros de noticias en las plataformas virtuales, como en los medios de comunicación televisivos, radio online, como emisoras F.M., siendo escuchadas y visualizadas por los espectadores o audiencias los cuales consumen a diario este tipo de noticias donde van buscando informarse de la realidad de un país, ciudad o región.

Desde 2019, la palabra Coronavirus era de interés para China, debido a que una de sus ciudades, Wuhan, registraba los primeros casos de neumonía masiva y fue el 31 de diciembre del mismo año, cuando el Centro Chino para el Control y la Prevención de Enfermedades alertó a las autoridades chinas sobre un “nuevo virus mutado del síndrome respiratorio agudo severo (SARS-CoV) y del síndrome respiratorio de Oriente Medio (MERS-CoV), lo cual llevó al gobierno chino a alertar a la OMS de una posible epidemia” (Zhi, 2020).

A nivel nacional como local, los acontecimientos de países a lo largo del tiempo han sido interés social, al punto de llegar a

hacer viralizados en las redes sociales por el impacto de la información, tal como la Pandemia covid-19, donde las secuelas de la información sobrepasaron la realidad, donde existieron periodistas o medios de comunicación que reportaban noticias falsas, creando incertidumbres a muchas audiencias o espectadores, convulsionando de tal manera la realidad de los hechos.

En dirección al contexto a analizar, la pandemia covid-19 ha sido uno de los contenidos difundidos en los medios de comunicación televisivos, prensa escrita u online, o por medio de las redes sociales, desde la que diversos programas de Tv o Radio informan a la comunidad cuáles han sido los cambios y protocolos efectuados por las autoridades vigentes que direccionan a un país, con la objetividad de la reducción de contagios o muertes donde se puede analizar o determinar la gran cobertura sobre este tipo de tema debatido por panelistas periodísticas sobre los cambios que ha producido el coronavirus en este tiempo.

Uno de los retos más visibles en el Ecuador, fue el estado de emergencia a finales de febrero de 2020, cuando autoridades como la Ministra de Salud, Andramuño Zeballos, informaban



al país sobre el primer caso de covid-19, con lo que transformó la sociedad a nivel social, político, económico, educativo y en lo que respecta a la salud pública.

Guayaquil fue donde se detectó el primer contagiado, esto hizo que apareciera en varias noticias de medios de comunicación. Por lo cual, una de las interrogantes con base al planteamiento del problema se direcciona en ¿Qué tan veraz es la información que se visualiza o se escucha en las diferentes plataformas digitales y medios tradicionales? Aquello ha provocado un debate, pues para algunos es de ayuda la información que se difunde, mientras que para otros se crea incertidumbre debido a la información falsa que también se comparte en las redes sociales.

El objetivo principal de este trabajo es visibilizar los cambios y protocolos en el medio periodístico sobre la difusión de información en los diversos medios de comunicación en cuanto al acontecimiento de la pandemia covid-19, siendo uno de los desafíos que enfrentan los periodistas en momentos de emergencia sanitaria. Los objetivos específicos dentro del contexto se enfocan en abordar contenidos sobre la importancia de comprender la necesidad de cumplir los protocolos que los periodistas deben ejecutar en los medios de comunicación, con el fin de reducir los falsos contenidos subidos en las plataformas digitales, dando así credibilidad a las acciones hacia la sociedad, reduciendo la vulnerabilidad y desconocimientos sobre los acontecimientos en dirección a la realidad sobre la pandemia covid-19.

La enfermedad pandémica fue de asunto

transcendental en todo el mundo por lo cual es común ver en las calles a periodistas llevando a cabo su trabajo y por esa razón se analizará el principio y el presente de la enfermedad pandémica en el territorio para dejar constancia a las siguientes generaciones a lo que se enfrentaron los profesionales del periodismo en tiempos de emergencia sanitaria.

Actualmente, crece la preocupación por el continuo aumento de las infecciones por covid-19 en algunas partes del mundo y por la capacidad de mantener las tasas de disminución en otras. Los gobiernos, los empleadores, los trabajadores y sus organizaciones se enfrentan a enormes desafíos mientras tratan de combatir la pandemia y proteger la seguridad y la salud en el trabajo. Más allá de la crisis inmediata, también existe la preocupación de reanudar la actividad de manera que se mantengan los progresos realizados en la supresión de la transmisión.

Fueron las redes sociales y los portales web uno de los espacios a los que la ciudadanía recurrió a menudo para documentarse sobre las noticias alrededor de la propagación, actividades de mitigación y políticas de salud, entre otros temas sobre la enfermedad pandémica del nuevo covid-19, que ha sido notificada por primera ocasión en la localidad de Wuhan (China) el 31 de diciembre de 2019, a poco de celebrarse un nuevo año, conforme con la Organización Mundial de la Salud (OMS).

Se justifica la importancia del rol periodístico en los actuales momentos, donde los cambios y protocolos deben ser ejecutados



con precisión y veracidad al difundir información con responsabilidad, donde los reporteros poseen el deber y obligación de obtener noticias de los hechos o sucesos en

cuanto a la Pandemia covid-19 con datos reales, con el propósito de disminuir acontecimientos de caos en la comunidad o país.

El valor de la comunicación en tiempos de pandemia covid-19

La comunicación a causa de los medios de comunicación se ha transformado, por lo cual tuvieron que tomar nuevos senderos para llegar a sus audiencias, este cambio de lo clásico a lo digital constituye todo un hito para el Ecuador y el planeta, la manera en que se consume la información se ha diversificado permitiendo llegar a más personas inmediatamente; solo se necesita dispositivos electrónicos y conexión a internet para estar informados. Las tendencias recientes de consumo han obligado a que los medios de comunicación se sumen a esta época digital, dejando de notar ciertas ganancias como medios clásicos.

Brindarle un valor a la comunicación en los tiempos de pandemia, es complejo por el hecho que existen medios de comunicación o plataformas digitales donde la difusión de información sobresale a la realidad, acontecimientos de conocimientos inciertos que producen percances o alteraciones en la convivencia humana. La comunicación es un elemento vital del humano en tiempos actuales, de esta manera se puede intercambiar información u opiniones públicas sobre algún contexto de interés social, donde espectadores y audiencias están latentes en viralizar hechos o sucesos que pueden impactar mentalmente, física y psicológicamente.

El reto para los periodistas como en todas las profesiones es mantenerse a la vanguardia de los nuevos métodos para mejorar su trabajo: subirse a la ola de las nuevas tecnologías de la comunicación y familiarizarse con ellas. Quizás para los nuevos periodistas no sea tan complejo adaptarse, considerando que forman parte de una generación expuesta a las nuevas tecnologías, pero sin duda puede serlo para quienes se resisten al cambio y se niegan la oportunidad de aprender de los nuevos métodos. (Medina, 2016)

Los medios de comunicación de masas como radio, televisión y periódicos permiten dar a conocer mensajes de interés general a amplios sectores poblacionales. Los medios empoderan al habitante para que tome decisiones orientadas en relación con cualquier asunto, debido a la tecnología en las telecomunicaciones este proceso es casi inmediato. En el entorno de la crisis del

coronavirus, esta funcionalidad se vuelve de mayor relevancia, es de esta forma que el estar informado es un derecho para el habitante y el desconocer la información un peligro sin antecedentes.

En países de todo el mundo, el periodismo está siendo considerado como: "un 'servicio esencial', y los periodistas como 'trabajadores esenciales', con permiso para continuar con



su labor informativa, la presentación de informes y exentos de las restricciones de movimiento. En algunos lugares, el periodismo incluso ha sido catalogado como un servicio de emergencia” (Organización de las Naciones Unidas, para la Educación, la Ciencia y la Cultura, UNESCO, 2020, p.10).

Silva (2012) por su parte precisa que los medios tienen gran potencial para contribuir a los propósitos de la salud pública, más aún, refiere que los medios masivos de información (televisión, radio y prensa) pueden con mayor facilidad mover a la acción de las personas en acciones concretas para cuidar su salud. No obstante, “considera que también de confrontar a una enfermedad pandémica en la situación de la coronavirus - 19 el planeta se enfrenta además a eso que llama una “Infodemia”. Las infodemias son una porción desmesurada de datos acerca de un problema que dificulta descubrir una solución. A lo largo de una emergencia de salud, las infodemias tienen la posibilidad de dar a conocer errores, desinformación y rumores. Además, tienen la posibilidad de obstaculizar una contestación positiva, así como generar

El periodismo en tiempo de pandemia

Consumir información pertenece a nuestra cultura y colabora en conservar el equilibrio en las comunidades: fomenta conversaciones, posibilita conocer otras realidades, tiene un papel pedagógico y promueve ciertas gratificaciones. No obstante, estas cualidades cambian una vez que la agenda mediática está hegemonizada por un solo asunto y, más todavía, si aquel cliché se vincula con peligros

confusión y desconfianza en los individuos con relación a las resoluciones o los tips que se plantean para prevenir la patología.

Los escenarios, los canales y los actores de la comunicación del riesgo sanitario son ahora mucho más complejos, y las diferentes interpretaciones de un mismo acontecimiento pueden reproducirse, transformarse y transmitirse nuevamente con mucha mayor rapidez que hace apenas una década (Nespereira, 2014, p.188).

Las noticias falsas abundan tanto en los medios formales como informales, lo que afecta el conocimiento científico y los esfuerzos del gobierno para inducir ciertos comportamientos entre la población para prevenir la propagación del covid-19. La conclusión es que hay muchos diferentes tipos de noticias falsas que circulan por Internet. La pandemia del covid-19 ha puesto de relieve la importancia del cuidado para la sostenibilidad de la vida de una manera inédita y la baja visibilidad del sector en la economía de la región, donde aún se percibe como una externalidad. No es una parte básica del desarrollo.

de salud pública.

Durante la transición de los años 80 hasta los 90, se producen cambios radicales en el desarrollo social; emergen nuevas tecnologías que marcan el nacimiento de la era digital con nuevos cambios; transformando los hábitos tradicionales de comunicar en múltiples formas de comunicación integradas entre sí sustituyendo así a los canales convencionales



que operaban de manera tradicional; creándose como consecuencia una tendencia de sociedad cero papel, ciber comunidades y usuarios activamente participativos (Estupiñán, 2017, p.4).

En dichos días de confinamiento y enfermedad pandémica la información que se ha recibido sobre el coronavirus se canaliza casi exclusivamente por los medios de comunicación y las redes sociales. Las métricas de audiencia evidencian un crecimiento del encendido de la televisión, en particular de los canales de noticias, así como de lecturas de portales digitales. Si se suma a esto el incremento del tráfico de datos en las redes sociales, donde el asunto es trading topic ya hace numerosas semanas, los clips de videos y audios reenviados por WhatsApp y las conversaciones virtuales que se mantiene a diario, se tiene la posibilidad de asegurar, sin lugar a dudas, que se está atravesando un escenario de omnipresencia mediática.

El medio y el comunicador de intermediación ciudadana posibilitan que el reclamo de la ciudadanía llegue a donde deba llegar. Hace oír la voz de la gente ante las instancias correspondientes. Y si la gente no puede hablar directamente con las autoridades, ofrece el peso de su propia voz para que estas (las autoridades) escuchen, para hacer valer la denuncia y encontrar una solución justa a las demandas de la ciudadanía (Radicalistas, 2005, p.520).

En Ecuador a partir de la aprobación de la Ley Orgánica de Comunicación (LOC), hacer periodismo independiente se ha convertido cada vez más en una tarea compleja, pese a

que ha sido una de las leyes más controversiales también tiene sus defensores que sostienen que en dicha ley se evidencia el derecho a la comunicación y la información para poder manejar los procesos de información, de comunicación, que tienen por derecho los ciudadanos para expresarse a través de los medios de comunicación, enfatizando en que la LOC reglamenta el principio de que todos tienen libertad de expresión, pero que dicha ley vela porque se lo haga de una forma responsable, permitiendo por medio de esta la regulación de todos los medios.

A fines del primer trimestre de 2020, con la mayor parte de la población mundial en confinamiento, y una cifra de infectados de más de medio millón de personas alrededor del mundo, la incertidumbre elevó el interés de los ciudadanos por información que pudiera ayudarlo a conocer más sobre este nuevo virus, a estar mejor prevenidos ante una inminente amenaza o a tener algunas nociones de curarse si se enfermaba. Ello significó, por un lado, un mayor interés de los ciudadanos en los medios de comunicación tradicionales, como la televisión, cuyo incremento de audiencia incluso alcanzó aproximadamente un 60% más (Ripollés, 2020).

A lo largo de una crisis sanitaria, la buena administración de la comunicación es decisiva para edificar y conservar la confianza en las autoridades y su credibilidad frente a la población. Puede reducir la perturbación social y económica que ocasionan las crisis sanitarias y optimizar la efectividad de la respuesta si consigue que los medios de comunicación transmitan los mensajes clave



para la defensa, y que la población cumpla las medidas de contención. Esto puede apurar el regreso a la normalidad previa a la crisis.

La prensa, medio tradicional de comunicación, se ha visto obligado a disminuir sus ediciones impresas para impulsar las difusiones digitales, surgiendo nuevas

Covid-19 un desafío para el periodismo

La llamada Web 2.0, es el nuevo sistema de comunicación, comprobar la información se vuelve cada vez más difícil, puesto que las personas publican, comparten y opinan sobre datos, vídeos y noticias sobre la pandemia que en muchas situaciones son fake news; las llamadas noticias equivocadas que no son verificadas o son inventos de la población, lo cual provoca más confusión sobre la prevención de contagios de covid-19.

El covid-19 generó un desorden informativo. Con las redes sociales se reprodujeron discursos de confusión y mentira a fin de favorecer un clima de desinformación y desestabilizador de las democracias, mientras que los públicos digitales se presentaron como prosumidores de fake news y bulos (Pérez y Velasco, 2020).

Whasapp se volvió clave dentro del tiempo

estrategias comunicativas: páginas web, con espacios de interacción con el público, es decir, suscriptores; la forma de expresión, redacción de las noticias enfocadas primordialmente en la época de covid-19 y su manera de captación del mensaje noticioso.

de pandemia. El uso de esta red de mensajería por el personal sanitario incluso se elevó durante el confinamiento mundial, debido a que fue utilizado para tele consultas, modalidad de atención virtual para evitar el traslado y contacto posiblemente innecesario del paciente (La Nación, 2020).

El fenómeno de las noticias equivocadas y la desinformación tuvieron su despunte con la llegada de las redes sociales, y es que en este ecosistema emergente la información se comparte, en muchas situaciones erróneamente, desvirtuando la verdad y la información como tal. Los diarios más importantes de Ecuador en la actualidad que tienen páginas digitales, según su trascendencia histórica durante los últimos cien años y los más visitados —confiables— en tiempos de pandemia son:

Tabla 1. Páginas digitales visitadas en tiempos de pandemia covid-19

Nombre	Ciudad y Año	Edición Digital
El Comercio	Quito, 1906	Facebook, Twitter, Instagram, YouTube
El Universo	Guayaquil, 1921	Facebook, Twitter, Instagram, YouTube
El Mercurio	Cuenca, 1924	Facebook, Twitter, Instagram, YouTube



Nombre	Ciudad y Año	Edición Digital
El Telégrafo	Guayaquil, 1884	Facebook, Twitter, Instagram, YouTube
Diario La Hora	Quito, 1982	Facebook, Twitter, Instagram, YouTube
Diario Últimas Noticias	Quito, 1983	Facebook y Twitter

Nota. Elaboración propia.

Rodríguez (2019), ha señalado que el elaborado de consumir información en línea vive en la actualidad una fase agitada, producto del fenómeno de la desinformación que inunda en la red. Varios contenidos se cubren como ‘noticias’; no obstante, lo cierto es que son contenidos engañosos e información manipulada.

En el contexto de la crisis covid-19, la transformación digital en el periodismo se evidencia en el tratamiento y difusión de la información, involucrando el uso de herramientas tecnológicas con una misión de servicio y liderazgo, los periodistas enfrentan el periodismo en salud, con un manejo de información sobre la crisis, cuyo contenido debe ser claro porque forma parte en la toma de decisiones de los usuarios referente al tema difundido (Velásquez y Serna, 2020, p.187).

A medida que el nuevo coronavirus ha alcanzado a casi todos los países del planeta, la circulación masiva de información falsa se ha extendido tan rápido como el propio virus, estas mentiras han ayudado a allanar el camino de la infección y han contribuido a sembrar el caos en las sociedades que están respondiendo a la pandemia (UNESCO, 2020).

El periodismo es clave para proporcionar información fidedigna en medio de esta amplia “infodemia”, para combatir los mitos y rumores. Sin la acción del periodismo, el contenido falso puede expandirse de manera desenfrenada. Las falsedades que circulan pueden clasificarse en información falsa (producida y compartida con motivación maliciosa) e información errónea, cuando estas mentiras son difundidas sin malas intenciones (UNESCO, 2020).

¿Quién protege a los periodistas en una pandemia?

Comunitario Wambra, recopiló datos sobre una entrevista realizada a varios profesionales de la comunicación donde recalca lo que María

Cecilia Largacha, periodista de Ecuavisa, enfrentó en marzo, cuando Guayaquil pasaba la etapa más fuerte de la covid-19:

Ella y sus compañeros del canal estuvieron expuestos al virus el 16 de marzo, algo que se enteraron cinco días después, cuando la persona a la que entervis-



taron falleció por COVID-19. Inmediatamente el equipo periodístico se puso en aislamiento y solicitaron al Ministerio de Salud que se les realizaran las pruebas para confirmar o descartar el virus. Pese a los llamados, el Ministerio de Salud Pública (MSP) no se las practicó, por lo que decidieron contactar con laboratorios privados habilitados; pero tampoco recibieron respuesta. Todo esto la periodista lo denunció en su cuenta de Twitter, y ante esta denuncia, el MSP respondió. María Cecilia Largacha y uno de sus dos compañeros lograron practicarse la prueba el 24 de marzo, mientras el camarógrafo Tite Mite que presentaba fiebre para ese entonces pudo acceder a la prueba recién el 26 de marzo. María Cecilia, anunció en su cuenta de Twitter que recién el 11 de abril diecinueve días después le dieron la respuesta de que tenía positivo para COVID-19. (Anangonó, 2020)

Los medios de comunicación continuamente poseen un papel clave en situaciones de crisis, y en esta, que es universal, resultan cruciales. Hay una demanda fundamental, inclusive esencial, de información contrastada y verídica: un gran desafío y paralelamente una posibilidad para el periodismo responsable. Es el instante ideal para demostrar que el periodismo podría ser un bien de servicio al público, capaz de ayudar a la formación de audiencias críticas y bien informadas, de

incrementar la cohesión social en lugar de polarizar y agitar, que podría ser un contrapeso ante los mecanismos de fragmentación y desestabilización que dominan las redes sociales.

La situación periodística a nivel mundial está delicada y más aún para las mujeres “quienes a menudo corren un mayor riesgo de sufrir ataques como amenazas relacionadas con la violencia sexual o campañas en internet de incitación al odio” (ONU, 2020).

Riesgos de las seguridades de los periodistas en las diversas dimensiones

En su informe de investigación La responsabilidad social del periodismo: procesos informativos, debates políticos y ejes de políticas públicas en el contexto de la ley de Comunicación en el Ecuador, plantea tres aspectos principales sobre el debate público de la acción de los medios en el gobierno de Rafael Correa, “a) La vinculación de intereses entre las empresas mediáticas y los grupos económicos, b) la orientación

política de la información en contra de su gobierno, que él considera revolucionario, y c) La impunidad de las malas prácticas periodísticas, tan recurrente en los medios ecuatorianos” (Abad, 2020).

En una entrevista realizada a Stalin Baquerizo, periodista de Tc Televisión Canal 7, la interrogante puntualiza sobre en estos tiempos de pandemia, ¿cuáles son los retos y desafíos que los periodistas enfrentan dentro



del periodismo? Analizando la situación real estos tiempos, el periodista manifiesta que: que la población ecuatoriana atraviesa en

Al igual que cualquier periodista, uno de los primeros desafíos es poder llegar a la conciencia de las personas, pues no quieren entender la peligrosidad que existe con este virus de cerca y tratar de no ser contagiados ha sido bastante complejo para la mayoría, de hecho, yo estoy recuperándome del virus, eso es bastante complicado, al igual que los policías, los médicos, los periodistas también estamos de frente al virus día a día. (Baquerizo, 2020)

Sin embargo, han surgido nuevos retos, conforme el informe:

- Las limitaciones a los derechos humanos sobre la base de los estados de emergencia en ocasiones van más allá de lo autorizado por el derecho universal. Esto pone en riesgo los derechos a la independencia de expresión, la entrada a la información y la independencia de prensa, que son primordiales para combatir la “desinfodemia”.
- Además del riesgo para la salud física, los periodistas además son atacados y detenidos, comúnmente bajo la queja de dar a conocer “noticias erróneas” o rumores, que en ocasiones se aplican para reprimir la información crítica.
- Mientras las ganancias por publicidad se fueron desplomando, las implicaciones económicas de coronavirus han llevado a las empresas de medios de comunicación a despedir y cesar a los periodistas y a detener las operaciones de impresión, y varias de ellas corren el peligro de extinguirse.

Como ya se dijo, las noticias equivocadas no son nada nuevo, lo cual no se esperaba era que producto de la emergencia sanitaria que vive nuestra región gracias a la enfermedad pandémica por el covid-19, el ecosistema digital se infeste de contenido de dudosa procedencia entre los que se hallan fotos, clip de videos, escritos y demás productos que transitan primordialmente en redes sociales. Ante ello

el régimen nacional, por medio de información oficial hizo un denominado a la ciudadanía para fomentar el funcionamiento responsable y ético de la información que se mueve en los diferentes medios de comunicación puesto que de lo opuesto se evidenciaría una profunda descomposición social que desembocaría en desesperación y pánico.

Seguridad Física

Al instante de informar, los periodistas ponen en peligro su salud gracias a la ausencia de grupos de custodia personal, incluyendo guantes y mascarillas. Por lo menos 16 periodistas han muerto por causa del

coronavirus, informa el Instituto Poynter, mientras tanto que las autoridades en la India indicaron que 53 periodistas (de una muestra de 167) han dado positivo al examen del covid-19.



Periodistas de todo el planeta además se han observado violentados por ataques físicos y al acoso como resultado de la cobertura de

la enfermedad pandémica, en especial por haber reportado de los diversos abusos realizados por las fuerzas de estabilidad.

Seguridad Jurídica

Periodistas internacionales fueron arrestados y detenidos, comúnmente como consecuencia de la adopción de limitaciones legales bastante amplias, justificadas como primordiales para contrarrestar la propagación de información falsa o equivocada relacionada con el coronavirus.

En varios casos, los periodistas fueron

detenidos o arrestados después de proponer cuestiones sobre las restricciones de las estadísticas oficiales, o por haber facilitado el debate sobre las limitaciones existentes. De acuerdo con el Instituto de Prensa Mundial, por lo menos 38 periodistas fueron detenidos y/o arrestados por estar relacionados con la cobertura del coronavirus.

Seguridad Psicológica

Los periodistas se hallan enfrentados a la más grande presión, debido a horarios extendidos, el flujo interminable de datos, el miedo por su estabilidad gremial, y por el

trauma de deber informar sobre una patología grave. Ciertos líderes políticos han emitido duros ataques verbales en oposición a periodistas autores de reportajes críticos.

Seguridad Digital

El incremento de la vigilancia y la piratería online ha socavado la función de los periodistas para asegurar la confidencialidad de sus fuentes. Simultáneamente, ciertos gobiernos han tomado medidas enérgicas para concluir con los lanzadores de alerta. Los bloqueos comunes de Internet y las redes sociales además han obstaculizado la capacidad de

los periodistas para informar y comunicar. Mientras la actividad online ha incrementado a lo largo de este lapso, las féminas periodistas, que principalmente padecen de un más grande acoso online, afrontan todavía más peligros.

Andrés Cañizales (2020), expresa que vivimos tiempos difíciles y por eso:

El papel del periodismo en esta hora es también de sana orientación ciudadana. La incertidumbre generalizada no puede tener por respuesta una ráfaga de futurología. Es tiempo de que el periodismo difunda sí, pronósticos que puedan ser fiables, bien porque sean hechos por expertos, bien porque respondan a una investigación periodística propia: No es tiempo de reproducir lo primero que se circule en redes, incluso teniendo estas como fuente a otros medios de comunicación. (Cañizález, 2020)

El caso de los medios de comunicación ecuatorianos es crítico. La enfermedad



pandémica del coronavirus implica una paradoja: hay un consumo alto de información imprescindible, sin embargo, el periodismo confronta un presente y futuro precario. A lo largo de las últimas semanas, Ecuador es un escenario donde se vuelven usuales los despidos masivos de las redacciones e, inclusive, el desenlace de las operaciones: la prensa deja de imprimirse.

La extensión de los medios de comunicación abarcaba todos los países aun cuando con ciertos inconvenientes sobre la fiabilidad de la información o la copiosidad de ella que no permitía discernirla. Una vez que finalice la

enfermedad pandémica, habría que repensar el papel de los medios de comunicación en el sentido de un giro de 180 grados que les posibilite ofrecer fiabilidad a la información contrastando ideas e intentando encontrar novedosas maneras de transmitir la información.

En este sentido, es imprescindible conseguir que los medios sean promovedores de la independencia de expresión y de la contienda contra las falsedades de las noticias, así como favorecer a la ciudadanía en la excepción de la autenticidad de la información y en la crítica de la diversidad de espacios para obtener fiabilidad.

Desafíos de cambios en el periodismo en la difusión de información

Con la llegada del coronavirus al Ecuador en marzo de 2020, la situación de la prensa y de los periodistas en general se deterioró. El Gobierno Nacional declaró el estado de emergencia el 11 de marzo y, el 25 del mismo mes, el país se convirtió en el primero de América Latina en reportar el fallecimiento de un periodista por covid-19. Además, se sumaron otras afectaciones. Por ejemplo, el acceso a la información oficial se limitó, especialmente en las ruedas de prensa (Fundamedios, 2020).

La enfermedad pandémica por la patología llamada coronavirus puso a prueba a todos

los sistemas políticos, sociales, económicos y sanitarios internacionalmente. Frente a tal situación, los medios de comunicación, al igual que representantes de otras profesiones, han tenido que estar presentes, en primera línea, para cubrir los hechos de primera mano. La emergencia sanitaria hace pensar sobre el papel que juega el periodismo a lo largo de una crisis de esta intensidad, puesto que los periodistas afrontan varios desafíos al cubrir la enfermedad pandémica a lo largo de la desinformación, la incertidumbre, el pánico y los peligros a la salud.



Tabla 2. Información falsa sobre SARS-CoV-2 en redes sociales

Origen del SARS – CoV-2	Pandemia de covid-19 es causada por la Tecnología Móvil 5G.
	La causa de la pandemia es una bacteria.
	El coronavirus se originó en un laboratorio.
	El coronavirus fue creado por humanos.
	Bill Gates el creador del coronavirus
	El coronavirus una arma biológica.
Tratamiento de SARS – CoV-2	Médicos italianos descubren la cura del covid-19.
	Las gárgaras curan el covid-19
	Se está utilizando tratamientos erróneo para SARS – CoV-2 ya que la verdadera causa de muerte no es la neumonía sino la trombosis.
	El calor acaba con el virus.
	Mezclar aspirinas con Limón y miel cura la covid-19.
	Comer ajo previene el contagio.
Transmisión de Coronavirus	El virus se transmite por el aire.
	El virus lo pueden transmitir los mosquitos.
Estafas a través de redes sociales	Mensaje sobre bono de 380 en el que se pide información personal.

Nota. Elaboración propia.

Para la UNESCO (2020), los medios digitales en torno al mundo estuvieron al nivel del reto del coronavirus. Debido a que, a lo largo de la urgencia, los medios independientes

conforman una fuente de información verídica clave, que ayuda a los individuos con la detección y bloqueo de la desinformación.

¿Cómo cree que la sociedad ha asumido la información sobre la pandemia, difundida en los medios de comunicación?

Ha mejorado eso en la actualidad, porque al principio, la gente estaba un poco suspicaz con los medios de comunicación y por ende

con los periodistas también, decían “no todo lo que dicen los periodistas es verdad”, “nos están ocultando información”, porque llega



un momento en que la gente ya se pone tensa, desesperada, imagínate tantas muertes, difunden información a través de las redes sociales que no salen en los medios tradicionales, pero esto es porque como te decía antes, nos manejamos con una ley de comunicación y existen ciertas censuras, por ejemplo nosotros no podemos sacar crudamente cadáveres en imágenes al aire, pero en las redes sociales si lo vas a encontrar, gente insultando, llamando la atención al Gobierno, nosotros no podemos sacar eso, porque estamos bajo una ley, entonces eso hace que la gente piense que no estamos diciendo la verdad, pero no entienden que el tratamiento de la noticia es distinto a los

medios tradicionales con los medios alternativos que son en este caso las redes sociales (Baquerizo, 2020).

Se supone que las noticias falsas tienen un efecto negativo en el comportamiento de las personas. Por ejemplo, se ha afirmado que las noticias falsas podrían afectar a la disposición de la gente a usar una mascarilla, vacunarse o cumplir con otras directrices de salud pública. Sin embargo, sorprendentemente, prácticamente ninguna investigación ha puesto a prueba directamente esta suposición, por lo que mis colegas y yo asumimos el reto de medir qué efecto tienen realmente las noticias falsas en el comportamiento de las personas.

Periodistas en Ecuador luchan contra la pandemia y el cerco de la información oficial

Los medios que mantienen la cobertura de calle se cuentan con los dedos de una mano. Los diarios Expreso y Extra, que han hecho una cobertura más allá de la información oficial, mantienen a unos 30 periodistas activos. Están divididos en dos grupos de trabajo, que hacen turnos semanales, pero no todos van a la redacción. “En mi grupo iremos unos cinco a la redacción”, cuenta la periodista Cristina Bazán y añade que son menos los que salen a reportear. “Solo una o dos personas están asignadas a hacer recorridos de cosas específicas, eso depende de la coyuntura, a veces vamos a hospitales, cementerios, a ver el tráfico previo al toque de queda”.

En un artículo sobre el coronavirus, el autor Andreu Casero manifiesta: “Las prácticas informativas tienen importantes repercusiones

no solo en el conocimiento que los ciudadanos tienen de su realidad inmediata, sino también en términos democráticos, debido a los estrechos vínculos entre la información y la democracia” (Casero, 2020).

La emisión, la construcción y circulación de sentidos (mensajes) y la recepción, [esta última supondría un] acto consciente, activo, [que] no se refiere solo al momento de exposición del sujeto al medio de comunicación, en particular al artefacto, sino que se realiza cuando este usa en su cotidianidad la información recibida, la apropiada, la resignifica, crea nuevos sentidos y hace recircular al convertirla en su propio discurso (Rodrigo-Mendizábal, 2016).

Juan Manuel Yépez, editor de contenidos de ambos periódicos guayaquileños, cuenta que los directivos les hicieron decidir cómo



iban a trabajar. “Nosotros dijimos vamos a hacer el mejor periódico posible y garantizar a nuestros lectores que todo lo que van a leer está comprobado y contextualizado”. Como eso significaba seguir en movimiento, la empresa les dotó de todos los implementos para protegerse, menos los trajes de bioseguridad, que ya no existen en el mercado local. “La empresa nos ha dado todo para controlar el posible contagio. Además, para entrar a la redacción tienes que desinfectarte, te toman la temperatura y te obligan a llevar mascarilla y usar guantes dentro de la redacción”, relata el editor.

El diario Expreso tuvo la particularidad de haber entrevistado a la hermana de la paciente cero, que murió poco después por covid-19. La periodista Estefanía Ortiz halló a la mujer fuera de su casa, en la ciudad costera de Babahoyo, sin ninguna medida de protección. Con su reportaje evidenció el mal manejo del círculo epidemiológico. Luego se comunicó con el Ministerio de Salud para saber cómo proceder, pero no hubo respuesta. La empresa de comunicación tuvo que pagar su prueba en un laboratorio privado y poner

a la periodista en cuarentena hasta descartar la presencia del coronavirus.

La información que las dos cabeceras periodísticas siguieron publicando puso en duda la verdad oficial, sobre todo, con el mal manejo de los muertos en Guayaquil. Eso despertó a un organismo de control, que persiste en la Ley de Comunicación, a pesar de la reforma que se hizo a inicios de 2019. El Consejo de Regulación, Desarrollo y Promoción de la Información y Comunicación envió dos oficios en los que les exhortó a “mejorar sus prácticas periodísticas” tras la publicación de notas relacionadas con el hallazgo de cadáveres víctimas del coronavirus en las calles de esa ciudad portuaria. La respuesta de los directivos del medio fue contundente: “Todas nuestras noticias (y titulares) son debidamente ponderadas por nuestros periodistas y editores, que reflejan las súplicas de miles de guayaquileños que se enfrentan a una pandemia sin precedentes en la historia de la humanidad. La realidad no la vamos a suavizar, pues hacerlo sería, ahí sí, faltar al ejercicio transparente de nuestro deber de comunicación”.

Conclusiones

Las noticias incorrectas generalmente se cuentan de manera personal o basada en opiniones, y la mayoría de las veces causan miedo y ansiedad. Por ejemplo, los pacientes o familiares que comparten información engañosa inadvertidamente difunden rumores de que una determinada enfermedad está curada. Actualmente, las noticias falsas son un problema considerable, porque los usuarios

muchas veces no se inclinan a evaluar la información que leen. Estos datos erróneos suelen ser motivo de pánico de compra o consumo de medicamentos sin receta. Intentan estandarizar la información en las redes sociales, pero esto no impide el acceso a internet teorías de la conspiración, estafas y engaños. Los datos sobre el SARS-CoV-2 fluyen a través de las redes sociales y deben ser



explicados en profundidad por los usuarios. A través de la interacción en las redes sociales, la información falsa se propaga más rápido.

La pandemia de la covid-19 también vino a exponer otros riesgos, como los relacionados con las restricciones a la información veraz y libre que sacó a la luz la mala gestión de fondos y equipos médicos para contener la pandemia. Ante la urgencia de hacer frente a la crisis de salud pública, más de 80 gobiernos de todo el mundo declararon el estado de emergencia. Este contexto era propicio para la censura y otras restricciones, que podían repercutir negativamente en los avances logrados por muchos países en materia de libertad de prensa.

La información que se encuentra en internet puede influir en los usuarios, sin embargo, muchas veces carece de sustento científico esto se debe a que cualquiera puede cargar contenido, esta circunstancia es causa de preocupación para las sociedades científicas, los gobiernos y los usuarios. Las noticias falsas sobre covid-19 en redes sociales representan un riesgo para la salud pública ya que puede disminuir la eficacia de las campañas dirigidas a la salud, la conciencia y el bienestar de los ciudadanos. En la actualidad la información crece rápidamente y juega un papel crucial en la comunicación de riesgos adecuada y efectiva.

Bibliografía

- Abad, G. (2012). *La responsabilidad social del periodismo: procesos informativos, debates políticos y ejes de políticas públicas en el contexto de la Ley de Comunicación en el Ecuador*. (Tesis de pregrado. Universidad Andina Simón Bolívar, sede Ecuador). <https://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/3686/1/PI-2012-01-Abad-La%20responsabilidad.pdf>
- Anangón, G. (2020). *Periodistas fallecidos, contagios por COVID-19 en Ecuador. ¿Quién protege a periodistas en una pandemia?* Wambra Medio Digital Comunitario. <https://wambra.ec/periodistas-fallecidos-covid-ecuador/>
- ONU. (2020). *Bachelet: el acceso a una información precisa y fiable es un derecho humano, y la base de otros derechos fundamentales*. Noticias ONU. <https://news.un.org/es/story/2020/09/1479812>
- Cañizález, A. (2020). *El periodismo y el futuro post-Pandemia*. Diario Contra Réplica. <https://www.contrareplica.mx/nota-El-periodismo-y-el-futuro-post-Pandemia202013550>
- Estupiñán, J. (2017). *Análisis del impacto de cambio de formato tradicional de medios de comunicación a digital*. (Tesis de posgrado, Universidad de Guayaquil). <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/21738/1/1.MAEUG%20TRABAJO%20DE%20TITULACI%C3%93N%20ESPECIAL%20JAEV.pdf>
- Fundamedios. (2020). *La COVID-19 golpea a Ecuador y Latinoamérica: 2020*.



- La Nación. (2020). Consultas médicas por WhatsApp: el consultorio virtual se desborda.
- Medina. (2016). *Un nuevo reto para los Periodistas que están enfrentados a esta tecnología*. <http://periodismodigitalenvenezuela.blogspot.com/2016/02/un-nuevo-reto-para-los-periodistas-que.html>
- Rodrigo-Mendizábal, I. (2016). *Credibilidad de medios y periodistas en Ecuador en el año 2015*. Razón y palabra, 20(95), 659-678. <https://www.redalyc.org/pdf/1995/199550145040.pdf>
- Nespereira, J. (2014). *Los discursos de la pandemia. Nuevas estrategias de comunicación del riesgo en un nuevo contexto sociocultural*. Cultura, Lenguaje y Representación, 13, 185-199. <https://www.e-revistas.uji.es/index.php/clr/article/view/1553>
- Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura. (2020). *Periodismo, libertad de prensa y COVID-19*. https://en.unesco.org/sites/default/files/unesco_covid_brief_es.pdf
- Pérez, C. y Velasco, A. (2020). *Impacto del discurso político en la difusión de bulos sobre Covid-19. Influencia de la desinformación en públicos y medios*. Revista Latina de Comunicación Social, (78), 65-97. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2020-1469>
- Radicalistas. (2005). *El periodismo de intermediación*. www.radialistas.net
- Casero, A. (2020). *Impact of Covid-19 on the media system. Communicative and democratic consequences of news consumption during the outbreak*. Profesional de la información, 29(2). <https://doi.org/10.3145/epi.2020.mar.23>
- Silva, L. (2012). *El papel de los medios masivos de información en materia de salud*. Revista Cubana de Salud Pública, 38(5), 759-770. http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0864-34662012000500009
- UNESCO. (2020). *Periodismo, libertad de prensa y COVID-19*. https://en.unesco.org/sites/default/files/unesco_covid_brief_es.pdf
- Velásquez, L. y Serna, A. (2020). *Cobertura informativa de la pandemia por COVID-19 en Nuevo León: liderazgo y periodismo con misión de servicio*. Revista española de comunicación en salud, 1, S186-S209. <https://e-revistas.uc3m.es/index.php/RECS/article/view/5453/3934>
- Zazhi, Z. (2020). *The epidemiological characteristics of an outbreak of 2019 novel coronavirus diseases (COVID-19) in China*. National library of medicine, 41(2), 145-151. <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/32064853/>



Capítulo 2

Análisis del perfil del periodista multimedia en la convergencia mediática al inicio de la pandemia de la covid-19

Galo Antonio Mero Demera

galomero@hotmail.com

Introducción

En la actualidad, con una pandemia provocada por la covid-19 y cuyo azote ha cobrado ya millones de víctimas, se necesita un perfil del periodista capaz de asumir un reto que exige y requiere la sociedad contemporánea. Por ello, en el marco de la pandemia, los profesionales de todo el mundo han tenido que adaptarse a las nuevas realidades laborales, académicas, tecnológicas, sanitarias y educativas. Se han adquirido nuevos usos y hábitos de educación, de participación, de acción, de interacción y consumo, y por supuesto de comunicación.

Los periodistas, no escapan a esta realidad. Profesionales de la prensa en todo el mundo debieron asumir nuevos métodos y estilos de trabajo para generar contenido en esta situación, considerada una crisis. Comunicar en estas condiciones entraña riesgos y supone, también, desatar toda la capacidad creativa de los periodistas, en aras de poner en práctica nuevas y necesarias ideologías profesionales.

En este contexto surge el presente trabajo de investigación, cuyo propósito es analizar el perfil del periodista multimedia en el ámbito de la convergencia mediática al inicio de la pandemia provocada por la covid-19. Como

caso de estudio se escogió a la empresa de comunicación Medios Ediasa, particularmente a los medios El Diario y Manavisión, en Portoviejo, Manabí-Ecuador. Se consideró el período que abarcó los meses de marzo a mayo de 2020.

Según Figueroa (2017), El Diario Manabita nació en Portoviejo el 13 de marzo de 1934 como el esfuerzo de quince personas, lideradas por Pedro Zambrano Barcia, que se propusieron crear un medio de comunicación alternativo a los varios que por aquella época existían en Manabí. En 1992 el nombre del periódico pasó de Diario Manabita a El Diario. En 1986 Pedro Zambrano Izaguirre, el segundo director del medio fundó Manavisión. Como sociedad anónima, Ediasa S.A existe legalmente desde el año 1974, y su premisa de trabajo se fundamenta en la ética y los principios del periodismo desde su fundación. La Redacción de Ediasa publica en 1996 la primera edición web de El Diario y asume la edición digital de El Diario a partir de 2007.

De acuerdo con un estudio de Mamani y Morales (2020), el periodista multimedia no es el que debe saber escribir para todos, sino el que debe utilizar las herramientas actuales



para informar mejor. En su oficio, este profesional se enfrenta principalmente a la tarea de analizar, filtrar y reconstruir el cúmulo de noticias que ahora recibe por diversos medios y que incluso debe verificar y aprender a programar en lenguajes que marcan las nuevas tecnologías.

En el ámbito de la pandemia, Marmolejo (2016), señala que los medios han tenido la oportunidad de brindar información a los destinatarios del mensaje periodístico sobre las características y alcance de la enfermedad. Una investigación considerada como antecedente del presente estudio es la de Apolo (2021), un autor que señala que la desinformación sigue en aumento en función de la pandemia, pese a que han surgido nuevas redes sociales o canales de información. Incluso llegar a considerar que “el fenómeno de las *fake news* no se detiene y cobra fuerza en medio de un ecosistema digital que, pese a usar sus redes para facilitar el acceso a la información, sirve también para confundir, generar caos y engañar” (p. 72).

Mientras que De La Hoz (2020), evidencia en un estudio sobre la epidemiología urgente para periodistas que en la actualidad las bases fundamentales para cubrir la pandemia, o cualquier otro tema, son la ética, la rigurosidad y el interés genuino de servir al público. Además, propugna el trabajo colaborativo en

que se vinculen a periodistas con diferentes habilidades y conocimientos para crear las condiciones donde marcar la diferencia en la calidad y la relevancia de los productos finales que un medio ofrece. También considera que es importante privilegiar el diálogo con académicos, pues gracias a estos intercambios los periodistas pueden entender mejor la realidad que cuentan y tienen más herramientas para narrarla.

Frente a esta problemática, estudios precedentes como los de López (2020), señalan que en pleno 2020 los medios tradicionales realizan una migración a las ediciones digitales con resultados exitosos. Esto ha redundado en el incremento de recursos multimedia. Por ello, es evidente que la capacidad de producción y distribución de publicaciones cambió radicalmente, una vez lanzada por canales digitales la publicación llega de forma instantánea y sin complicaciones incluso hasta el otro lado del mundo.

En este contexto, el presente trabajo de investigación adquiere relevancia y pertinencia pues la sociedad contemporánea requiere con urgencia abordar y analizar, bajo el prisma de una investigación académico-científica, el perfil del periodista multimedia en la convergencia mediática en el marco de la pandemia provocada por la covid-19.

Convergencia de los medios de comunicación

La convergencia mediática es uno de los grandes retos de la era digital. El periodismo multimedia se caracteriza por incluir elementos como la interactividad, la

colaboración y la participación. De esta forma, en este apartado se analiza el fundamento teórico de la temática propuesta y que se encuentra relacionada con el perfil del



periodista multimedia en la convergencia mediática al inicio de la pandemia. Resulta particularmente relevante abordar este tipo de problemática y más aún en el contexto de la covid-19 debido a los desafíos que enfrenta el periodismo en la sociedad actual.

Según Vega (2017), el ámbito del periodismo multimedia no es un fenómeno novedoso, pero sí actual y en plena vigencia dentro del ámbito de esta profesión. Por ello define a la convergencia periodística como un proceso multidimensional que, facilitado por la implantación generalizada de las tecnologías digitales, afecta al ámbito tecnológico, empresarial, profesional y editorial de los medios de comunicación, propiciando una integración de herramientas, espacios, métodos de trabajo y lenguajes anteriormente disgregados, de forma que los periodistas elaboran contenidos que se distribuyen a través de múltiples plataformas, mediante los lenguajes propios de cada una.

Desde la perspectiva de Apolo (2021), la convergencia es el nuevo ecosistema informativo que se afronta como un proceso cuya meta es la integración. Esa meta es la que persiguen medios tradicionales en la era digital y es el rumbo con el que nacen los nuevos medios digitales, cuyas estructuras empresariales, rutinas de producción y funciones de sus integrantes distan mucho de la idea de la redacción tradicional de grandes medios. En suma, para Moreno (2017), se trata de un escenario más innovador, más abierto a las comunidades de usuarios y con nuevas estrategias para alcanzar la sostenibilidad.

Por su parte, Marmolejo (2016), considera que las redes sociales contribuyen a llevar a los periodistas a ese perfil más multimedia, incluso algunos que eran muy reticentes a manejar diferentes formatos, descubren muchas más posibilidades con las redes. Por ello cree que el gran reto del periodista convergente es enriquecer la información y al mismo tiempo garantizarles el acceso a los destinatarios de sus mensajes.

De acuerdo con Sánchez et al. (2019), la transformación de los perfiles periodísticos refleja los cambios que vive el entorno de la comunicación. La tecnología digital favorece la metamorfosis del informador tradicional cuyas tareas se diferenciaban, hasta hace menos de dos décadas, principalmente por el lenguaje y el formato en el que trabajaba: escrito o audiovisual. En la actualidad, las tareas se diversifican y entremezclan en el periodismo online con perfiles cambiantes que tienen en común la capacitación para trabajar en multiformato y multilinguaje, con nuevas destrezas y competencias atribuidas al periodista multimedia.

En este sentido, un estudio de Salaverría (2017), señala que el perfil del periodista multimedia se identifica con un periodista polivalente capaz de producir contenidos para difundir en soportes, plataformas y formatos diferentes, con múltiples destrezas multimedia y digitales, e integrado en equipos multidisciplinarios que asumen funciones complementarias. Se trata de uno de los perfiles más extendidos en las redacciones periodísticas y con funciones híbridas de redacción, fotografía y vídeo e infografía en



una web; enviar crónicas multimedia a distancia y alojarlas en la web, realizar labores polivalentes en formatos o temáticas, hacer contenidos en las redes, entre otros. Y además requiere competencias multidisciplinares.

Según Caminero y Sánchez (2018), la evolución permanente de la comunicación multimedia provoca el surgimiento de perfiles profesionales cada vez más específicos y especializados por tareas comunicativas dispares que hacen necesaria una revisión, más o menos periódica, acerca de los perfiles periodísticos emergentes realmente asentados que se consideran predominantes, así como sus tendencias cambiantes. Las empresas mediáticas incorporan de forma progresiva perfiles nuevos, aunque de una manera más conservadora de lo inicialmente esperado en los medios tradicionales como en los nativos digitales.

A criterio de López, Rodríguez y Pereira (2017), el profesional que trabaja con las nuevas tecnologías propicia que emerja una nueva figura periodística que empieza a invadir un nuevo tipo de redacción para elaborar noticias en este contexto: el profesional multimedia. Por ello, el periodista del siglo XXI debe afrontar esta convergencia en los medios de manera que sea capaz de dominar nuevos lenguajes para producir nuevas piezas donde se combine el texto, el audio y el vídeo, e incluso la narrativa transmedia.

En cuanto a la convergencia, autores como Marmolejo (2016), aseguran que permite interrelacionar los diferentes soportes, lenguajes, mensajes y modos de consumo, así como la comercialización de sus servicios y

contenidos. La digitalización audiovisual y la expansión de internet han configurado un innovador lenguaje caracterizado por la multimedialidad, la hipertextualidad, y la interactividad en la producción de contenidos. Para Lugo (2016), tanto los contenidos como los hábitos de la audiencia de consumir e interactuar, se han visto modificados por la convergencia de los medios que hoy se caracterizan por su inmediatez, interactividad, profundización, participación y personalización.

En este contexto, Salavarría (2017), expresa que el proceso de convergencia se puede entender como aquel que permite que los contenidos puedan ser receptados por las audiencias a través de múltiples canales tecnológicos, optimizando la producción de los medios de comunicación que dan lugar a una estrategia de contenidos convergente, multiplataforma y multimedia. Por ello, en los últimos años, los medios de comunicación que han logrado adaptarse a un entorno convergente, han aumentado la productividad de sus periodistas reduciendo costos de producción, etapa conocida como fusión de las redacciones.

La convergencia digital permite interrelacionar diferentes soportes, lenguajes y mensajes. Por esta razón, autores como Mezquita (2018), señalan que el nuevo planteamiento del perfil profesional requiere la integración de habilidades múltiples y es ahí cuando nace la denominación del “periodista multimedia”. La convergencia tecnológica permite la distribución de los contenidos digitales en diferentes plataformas



(radio, televisión, prensa e internet), brindando una oportunidad a los usuarios de seleccionar accediendo a programaciones temáticas. Los constantes y rápidos cambios en los gustos y tendencias en las audiencias, crea una competencia entre los medios por ganarse la atención del público. El reto diario de un periodista es crear una interrelación con un usuario que es capaz de seleccionar la información en un mundo donde internet ha roto la relación unidireccional entre los proveedores de contenidos y la audiencia.

La convergencia mediática y las nuevas tecnologías han modificado las rutinas de los comunicadores y periodistas en la producción de contenidos. Por ello, Ossorio (2018), sostiene que el oficio del periodista no solo debe ajustarse a la convergencia mediática y sus cambios, sino a la necesidad de impulsar procesos de cambio en la formación de los mismos, con reformas que permitan capacitar a los comunicadores en la interiorización de valores y destrezas, así como en el desenvolvimiento de nuevos formatos, géneros creativos y otras herramientas que estimulan una mayor comprensión y participación de la ciudadanía en la elaboración de los contenidos periodísticos.

Las nuevas tecnologías mediáticas han ampliado el repertorio de distribución múltiple, brindando la potestad al público de disponer del contenido que puede ser archivado, comentado o puesto nuevamente en circulación de una manera nueva. Para Mezquita (2018), esto implica que el periodista tiene que hacer en la actualidad de todo un poco. Ya no hay diferencias entre un fotógrafo, un camarógrafo

o un redactor, pues la realidad obliga a todos a incorporar nuevas herramientas. El periodista multimedia tiene que entender de todo, hasta de diseño gráfico. Tiene que ser capaz de editar una foto, un vídeo, un *podcast*. Esto también significa que los profesionales necesitan ser competentes en la construcción de la noticia y en el menor tiempo posible.

Al respecto, Figueroa (2017), señala que la convergencia posibilita la narración multimedia interactiva a través de múltiples tipos de contenido. Estas narraciones multimedia pueden compartirse y distribuirse fácilmente en distintas plataformas, con el objetivo de llegar a un público u otro. Sin embargo, se debe considerar que ni la convergencia ni lo multimedia pueden reemplazar las normas del buen periodismo.

Para Odriozola, Bernal y Aguirre (2016), la convergencia mediática representa la unificación de varias tecnologías y contenido de varios tipos. Al mismo tiempo, la narración multimedia en sí misma representa una forma de convergencia entre texto, audio, fotografía y secuencias de vídeo. Pero lo multimedia es más que eso, puesto que también incluye la estructura hipertextual de la información y representación gráfica y visual en pantalla. Estas características precisan nuevos enfoques en materia de prácticas periodísticas, especialmente para las narraciones multimedia escritas. Para crear interactividad en las narraciones, los periodistas deben crear la estructura hipertextual y el contenido multimedia de forma que resulte intuitivo para los usuarios, y utilizar distintas



plataformas para distribuir las noticias multimedia.

De acuerdo con Vega (2017), por perfil periodístico se entiende el conjunto de capacidades y competencias que identifican los conocimientos y habilidades específicas de un informador para desempeñar las responsabilidades propias de su profesión o de una tarea concreta. Los diferentes perfiles periodísticos se asemejan tanto a la formación adquirida como a posibles salidas laborales. Muchos de estos perfiles consisten en una ampliación de las antiguas profesiones mientras otros se lanzan a nuevos cometidos con ámbitos nuevos e incluso experimentales.

Metodología

Para analizar el perfil del periodista multimedia en la convergencia mediática al inicio de la pandemia de la covid-19 (marzo-mayo 2020), este trabajo centra su investigación en los medios Ediasa, particularmente en El Diario y Manavisión. Para ello, el abordaje metodológico de este estudio presenta una mixtura cualitativa y cuantitativa.

Esto es importante para comprender el contexto de la investigación y para el planteamiento del presente marco metodológico. La metodología de investigación que se aplicará en el presente estudio es de tipo mixta: cualitativa y cuantitativa. Según Hernández Sampieri y Mendoza (2018), el empleo de un enfoque metodológico mixto en un estudio representa un conjunto de procesos sistemáticos, empíricos y críticos de investigación e implican la recolección y

Respecto a la pandemia y al rol del periodismo, Villacrés (2020), señala que, en este tipo de situaciones emergentes, el periodismo multimedia en el contexto de la convergencia mediática cumple un rol vital, ya que se magnifica la necesidad de la población de recibir información veraz y contrastada. En este sentido, la información se vuelve una herramienta que puede ayudar a reducir la incertidumbre. Por otro lado, las prácticas periodísticas se han visto inmersas en la virtualidad. El confinamiento obligatorio no fue impedimento para que los periodistas hagan su trabajo y se ha visto que es posible producir contenidos desde el aislamiento.

el análisis de datos cuantitativos y cualitativos, así como su integración y discusión conjunta, para realizar inferencias producto de toda la información recabada (meta inferencias) y lograr un mayor entendimiento del fenómeno bajo estudio.

Adicional a lo anterior, este estudio es descriptivo, porque con este abordaje se trata de responder a los problemas teóricos o sustantivos y en tal sentido se encuentra orientada al conocimiento de la realidad tal como se presenta en una situación espacio. El enfoque descriptivo mide de manera más bien independiente los conceptos o variables a los que se refieren y se centran en medir con la mayor precisión posible.

Según el análisis a la que se someterá la información recolectada, se va a emplear el análisis cuantitativo. Para Hernández y Mendoza (2018), el enfoque cuantitativo utiliza



la recolección y el análisis de datos para contestar preguntas de investigación y probar hipótesis previamente hechas, confía en la medición numérica, el conteo y frecuentemente en el uso de estadística para establecer con exactitud patrones de comportamiento en una población. Mientras que el abordaje cualitativo permitirá interpretar la información obtenida, comprenderla y ubicarla en el contexto determinado del presente estudio.

Para cumplir con este propósito se realizó

una encuesta a diez periodistas multimedia tanto de El Diario como de Manavisión. Con su aplicación se pudieron obtener datos importantes de los profesionales especializados para comprender el objeto de estudio propuesto. El número de periodistas considerados en esta investigación se debe a que son ellos quienes cumplen con el perfil de periodistas multimedia en los medios abordados. Un cuaderno de notas y el cuestionario para el desarrollo de la encuesta.

Discusión de los resultados

Tabla 1. ¿Cuál de las siguientes características considera usted que debe incorporar el periodista multimedia en el ejercicio de su profesión en el contexto de la pandemia por la covid-19?

Variables	Periodistas	Porcentaje %
Conocimiento de recursos tecnológicos.	1	10%
Sensibilidad frente a la problemática sanitaria.	2	20%
Rigor y honestidad para informar y no desinformar.	4	40%
Experticia para crear y generar contenidos.	1	10%
Manejo óptimo de las redes sociales.	2	20%
Otra (cuál).	0	0%
Total	10	100%

Nota. Elaboración propia.

Ante esta interrogante, un 10% de los periodistas consultados manifestó que entre las características que debe incorporar el periodista multimedia en el ejercicio de su profesión en el contexto de la pandemia por la covid-19 tiene que constar el conocimiento de recursos tecnológicos; en tanto que un 20% aseguró que la sensibilidad frente a la

problemática sanitaria. Un 40%, en cambio, señaló que el rigor y honestidad para informar y no desinformar, mientras que un 10% indicó que la experticia para crear y generar contenidos. Finalmente, el 20% sostuvo que el manejo óptimo de las redes sociales.

Para algunos medios, la llegada de la covid-19 no ha hecho más que adelantar lo



inevitable, dar paso a una era digital con redacciones móviles y trabajo remoto. Por esta razón, autores como Villacrés (2020), consideran que, si bien este paso no se esperaba de forma brusca, los medios han tenido que adaptarse a las circunstancias con inmediatez y establecer lo que consideran la forma más adecuada para que el periodismo no se vea paralizado. En este contexto, las

características que debe incorporar el profesional de la información en el ejercicio de su trabajo lo exhortan a ser un periodista más responsable. Las medidas tomadas a raíz de la pandemia han influenciado la dinámica de trabajo, la que requiere estar más conectados que antes y reportar avances, y esto se ha visto reflejado en los productos periodísticos que se presentan cotidianamente.

Tabla 2. ¿Por qué cree usted que empresas como medios Ediasa requieren periodistas con un perfil multimedia?

Variables	Periodistas	Porcentaje %
Para abaratar costos.	1	10%
Para presentar un mejor producto periodístico.	2	20%
Para diversificar los contenidos.	4	40%
Para presentar información actualizada en todo momento.	3	30%
Otra (¿cuál?).	0	0%
Total	10	100%

Nota. Elaboración propia.

La segunda pregunta señala que un 10% expresó que empresas como medios Ediasa requieren periodistas con un perfil multimedia para abaratar costos; un 20% señaló que, para presentar un mejor producto periodístico, mientras que un 40% manifestó que para diversificar los contenidos; finalmente, un 30% indicó que con ello se pretende presentar información actualizada en todo momento.

Según Moreno (2017), cada vez más, las empresas o grupos de comunicación buscan para sus plantillas un tipo de periodista con un perfil profesional muy definido, a la vez

que ambicioso: un periodista capaz de dominar y desenvolverse en todos los soportes informativos (prensa, radio, televisión e Internet) y capaz de manejar la tecnología. Para ello debe ser un periodista multimedia. Ese perfil integral es el que necesitan los medios informativos de Internet, para aprovechar todas las herramientas y posibilidades que ofrecen tanto los medios tradicionales como los digitales. Lo que antes era la tendencia de empresas multimedia, hoy se han convertido en empresas multimedia con periodistas multimedia.



Tabla 3. ¿Según su perspectiva, un periodista multimedia en el contexto de la convergencia mediática realiza un mejor trabajo en el ejercicio de sus laborales que un periodista tradicional?

Variables	Periodistas	Porcentaje %
Sí	8	80%
No	2	20%
Total	10	100%

Nota. Elaboración propia.

Una tercera interrogante muestra que la gran mayoría de consultados, es decir un 80%, señaló que un periodista multimedia en el contexto de la convergencia mediática Sí realiza un mejor trabajo en el ejercicio de sus laborales que un periodista tradicional, mientras que el restante 20% manifestó lo contrario.

En este sentido, Caminero y Sánchez (2018), sostienen que el periodista del siglo XXI debe afrontar esta convergencia en los medios de manera que sea capaz de dominar nuevos lenguajes para producir nuevas piezas donde

se combine el texto, el audio y el vídeo, e incluso la narrativa transmedia. Partiendo de que la figura del periodista que trabaja con medios digitales, incluso con redes sociales, es el periodista de siempre que busca informar de los hechos y realidades, contando las mejores historias posibles. La novedad de esta época contemporánea es que el periodista adquiere nuevas competencias y habilidades y realiza tareas multimedia que dan lugar a los nuevos perfiles que ya ocupan su espacio en los medios digitales.

Tabla 4. ¿Qué tipo de competencias debe tener un periodista multimedia para informar de mejor manera en el contexto de la pandemia?

Variables	Periodistas	Porcentaje %
Analizar, filtrar y reconstruir informaciones de diversos medios.	2	20%
Verificar y aprender a programar en lenguajes de las nuevas tecnologías.	2	20%
Conocimiento de los formatos multimedia a implementar	3	30%
Narrativa hipertextual y de realización audiovisual	0	0%



Variables	Periodistas	Porcentaje %
Clasificar y darle un orden adecuado a la información	0	0%
Conocimiento de las plataformas digitales, incluidas las redes sociales	3	30%
Otra (¿cuál?)	0	0%
Total	10	100%

Nota. Elaboración propia.

En la penúltima pregunta, un 20% de encuestados señaló que el tipo de competencias que debe tener un periodista multimedia para informar de mejor manera en el contexto de la pandemia es analizar, filtrar y reconstruir informaciones de diversos medios; en tanto que un porcentaje similar seleccionó como alternativa de respuesta el hecho de verificar y aprender a programar en lenguajes de las nuevas tecnologías. Un 30% de periodistas señaló que la principal competencia es el conocimiento de los formatos multimedia a implementar. Finalmente, el 30% restante indicó que el conocimiento de las plataformas digitales, incluidas las redes sociales.

Según Manjarrés (2020), los medios de comunicación han tenido que innovar. Adicionalmente, en medio de las dificultades

que ha generado la pandemia del coronavirus, los periodistas han tenido que complementar el trabajo de reportería con las herramientas tecnológicas; sin embargo, no debe limitarse a ellas. Por esta razón, es necesario ir al lugar de los hechos, relacionarse con los actores implicados y hacer un trabajo de observación.

Para Vega (2017), la información suministrada vía telefónica o electrónica no incluye otros tipos de lenguaje, como el corporal, lo cual limita la labor periodística pues parte de la realidad es inaccesible para el profesional. En suma: lo moderno requiere que no se pierda el rigor por el dato. Por ello, analizar, filtrar y reconstruir informaciones de diversos medios es parte importante de la labor periodística en la actualidad.



Tabla 5. ¿De qué forma considera usted que la pandemia ha cambiado la perspectiva de hacer periodismo multimedia en la convergencia mediática?

Variables	Periodistas	Porcentaje %
La pandemia ha obligado al periodista a repensar su misión en la sociedad.	2	20%
Lo ha dotado de mayor responsabilidad social.	3	30%
Lo ha vuelto más analítico y preocupado de su entorno.	0	0%
La pandemia ha generado un periodista que incorpora contenidos multimedia.	4	40%
Covid-19 ha generado que el periodista interactúe más en redes sociales.	1	10%
Otra (¿cuál?).	0	0%
Total	10	100%

Nota. Elaboración propia.

En esta última pregunta de la encuesta, los profesionales consultados han tenido criterios divididos sobre la forma en que consideran que la pandemia ha cambiado la perspectiva de hacer periodismo multimedia en la convergencia mediática. Para un 20%, la pandemia ha obligado al periodista a repensar su misión en la sociedad; mientras que un 30% cree que lo ha dotado de mayor responsabilidad social. Un 40% considera que la pandemia ha generado un periodista que incorpora contenidos multimedia. Finalmente, apenas un 10% señaló que la covid-19 ha generado que el periodista interactúe más en redes sociales.

A criterio de Pabón (2020), el periodismo es reductor de incertidumbres. Una pandemia

puede cambiar al mundo entero, pero el desafío para los periodistas es transmitir cuidadosa y responsablemente la información obtenida. Por ello, cuando el periodista cuenta bien las historias y dimensiona bien toda la situación generada por la covid-19, ayudará a la audiencia a gestionar o minimizar el miedo y a comprender sus propios riesgos. Esto provocará que la gente tome una buena decisión sobre cuál es la mejor manera de protegerse y que vea la importancia de usar el tapabocas, el lavado de manos y el distanciamiento físico. Por esta razón, resulta relevante que en esta pregunta final de la encuesta se valore el hecho de que la pandemia haya obligado al periodista a repensar su misión en la sociedad.



Conclusiones

En el caso particular de la pandemia, el periodista multimedia se enfrenta con retos como el profundo nivel de desinformación existente y la falta de certezas frente a casos particulares generados en el ámbito de la pandemia. Por ello, el rol de los medios, apelando a su veracidad y grado de confianza que tiene la ciudadanía, se volvió más preponderante que nunca.

La figura del periodista que trabaja con las nuevas tecnologías es el de un profesional siempre que busca siempre informar de los hechos y realidades, contando las mejores historias posibles, la novedad de la era ciber es que el redactor adquiere competencias y habilidades que marcan la diferencia en un nuevo escenario comunicativo. Además, realiza tareas multimedia que dan lugar a los nuevos

perfiles que ya ocupan su espacio en los medios digitales. En este contexto se transforma la figura tradicional del informador en un periodista multimedia y polivalente con las destrezas necesarias para elaborar noticias en varios soportes. Este grado de polivalencia demostrado por el periodista varía según el tipo del medio de comunicación donde labore.

Un periodista multimedia debe tener unos conocimientos básicos de narrativa hipertextual y de realización audiovisual, y así mismo, debe ser capaz de clasificar y darle un orden adecuado a la información recogida para ser trasladada a la red, dándole un uso oportuno a todos los elementos necesarios para la realización de un reportaje multimedia, todo ello en el marco de la convergencia mediática.

Bibliografía

- Apolo, A. (2021). *Fake news e incremento desinformativo en el ecosistema mediático durante el estado de excepción 2020: caso El Mercio. (Tesis de pregrado. Universidad Técnica de Machala).*
- Caminero, L. y Sánchez, P. (2018). El perfil y formación del ciberperiodista en redacciones nativas digitales. *Hipertext.net*, 4(16), 4-15. <https://raco.cat/index.php/Hipertext/article/view/329056>
- De La Hoz, K. (2020). *Epidemiología urgente para periodistas. Una guía para informar de manera precisa sobre el coronavirus.* Barranquilla: Universidad del Norte.
- Figuroa, K. (2017). *El uso del género periodístico: la infografía en los medios escritos de Portoviejo. Caso de estudio: el diario.* (Tesis de pregrado. Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí).
- Hernández-Sampieri, R. y Mendoza, C. (2018). *Metodología de la investigación. Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta.* Ciudad de México, México: Editorial Mc Graw Hill Education.
- López, W. (2020). *Construcción mediática del discurso sobre el coronavirus (covid-19) en los medios digitales de El Comercio desde el 03 de enero hasta el 26 de abril de 2020.* (Tesis de pregra-



- do. Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas).
- López, X., Rodríguez, A. y Pereira, X. (2017). Competencias tecnológicas y nuevos perfiles profesionales: desafíos del periodismo actual. *Comunicar*, 53(2), 81-90. <https://www.revista-comunicar.com/index.php?contenido=detalles&numero=53&articulo=53-2017-08>
- Lugo, L. (2016). La academia, los medios y el profesional ideal: el periodista generalista multimedia. *Communication & Society*, 29(4), 271- 287. <https://www.revistacomunicar.com/index.php?contenido=detalles&numero=53&articulo=53-2017-08>
- Mamani, L., y Morales, S. (2020). *Cobertura noticiosa en la cuarentena en los portales web y red social de Radio Yaraví y La República Sur y la percepción de los médicos del hospital Covid-19, Arequipa, 2020*. (Tesis de pregrado. Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa).
- Manjarrés, J. (2020). *Una mirada a la ética periodística y al periodismo digital en el cubrimiento del crimen organizado: el caso de InSight Crime*. (Tesis de pregrado. Pontificia Universidad Javeriana).
- Marmolejo, V. (2016). *Reportaje multimedia: una aproximación a un nuevo modelo de la narrativa digital para el portal web www.90minutos.co* (Tesis de pregrado. Universidad Autónoma De Occidente).
- Mezquita, R. (2018). La convergencia mediática en el periodismo emprendedor: hacia el periodista polivalente y el emprendedor. *Fòrum de recerca*, 12(23), 87-88. http://repositori.uji.es/xmlui/bitstream/handle/10234/184976/Mezquita_201%208_Convergencia.pdf?sequence=3&isAllowed=y
- Moreno, J. (2017). *La innovación en los medios digitales locales*. (Tesis doctoral. Universidad de Sevilla).
- Odrizola, J., Bernal, J. y Aguirre, C. (2016). Influencia de la formación académica en la concepción de la profesión periodística en Ecuador. *Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación*, 133(12), 357-372. <https://revista-chasqui.org/index.php/chasqui/article/view/2904>
- Ossorio, M. (2018). *Análisis del periodismo en múltiples soportes, dispositivos y plataformas. Narrativa Transmedia, sinergia y convergencia entre formatos* (Tesis doctoral. Universidad Complutense de Madrid).
- Pabón, D. (2020). Nuevos retos del periodismo ante la pandemia. *Comunicación: estudios venezolanos de comunicación*, 190(2), 9-11. http://comunicacion.gumilla.org/wp-content/uploads/2020/09/COM_2020_190-191.pdf
- Purisaca, R. (2020). *La preferencia informativa de los millennials en los medios de comunicación multiplataforma, en el contexto del Covid-19, 2020*. (Tesis de



- pregrado. Universidad de San Martín de Porres).
- Romero, E., Torres, S. y Basualdo, O. (2015). *Convergencia periodística en los medios de Córdoba: caso La Voz del Interior*. (Tesis de pregrado. Universidad Nacional de Córdoba).
- Salaverría, R. (2017). Tipología de los cibermedios periodísticos: bases teóricas para su clasificación. *Revista Mediterránea de Comunicación*, 8(1), 19-32. Doi: <https://doi.org/10.14198/MED-COM2017.8.1.2>
- Sánchez, P., García, B., López, X. y Vázquez, A. (2019). Perfiles periodísticos emergentes reconocidos en la Universidad: investigación, conceptualización y oferta en el Grado. *Revista Trípodos*, 45(12), 157-177. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7287865>
- Vega, M. (2017). *La formación de los comunicadores sociales en la Universidad Estatal de Bolívar y su relación con los requerimientos de la comunicación digital*. (Tesis de pregrado. Universidad Técnica de Ambato).
- Villacrés, R. (2020). Calidad periodística y cobertura de la COVID -19 en medios nativos digitales ecuatorianos. *#Per-Debate*, 4(1), 110-127. <https://revistas.usfq.edu.ec/index.php/per-debate/article/view/2004>



Capítulo 3

La responsabilidad social aplicada durante la pandemia del covid-19. Un análisis a las portadas de diario Extra

Danny Aglael Paladines Mero

aglaelpaldines1995@gmail.com

Introducción

Los medios de comunicación masivos permiten conocer y ser parte del planeta en que vivimos, sirven como herramienta para lograr que un solo emisor se comunique de forma idéntica con millones de receptores al mismo tiempo (Goya, 2012).

Los medios de comunicación impresos son considerados la voz del pueblo, su principal rol es transmitir todos los hechos relevantes con veracidad y ética (González, 2020). De acuerdo con el autor, se enfatiza que los medios de comunicación han servido a lo largo del tiempo desde la aparición de la escritura, sin embargo, su rol ha ido cambiando favoreciendo a grupos políticos y de poder en ciertos momentos de la historia.

La sociedad ecuatoriana utiliza a los medios de comunicación como fuente de información para conocer sobre los acontecimientos que puedan inferir en sus vidas y actividades, desde la llegada del internet los medios han tenido una oportunidad para realizar transiciones y cambiar su esquema convencional hacia lo digital.

La llegada de tecnologías digitales ha tenido un gran efecto disruptivo en la mayoría de

los procesos y sistemas tradicionales del periodismo, muy diferentes a los que los medios de comunicación estaban acostumbrados, esta notoriedad de lo digital es motivada por un cambio sobre el consumo de información de la sociedad y las nuevas generaciones, como los nativos digitales, también influyó la facilidad de acceso a la información gracias a los equipos móviles y nuevas tecnologías.

Diario Extra es un medio caracterizado por ser sensacionalista, amarillistas, utilizando la metáfora en los titulares de sus contenidos y portadas, ha sido estigmatizado por exponer noticias al margen del periodismo, lo cual nos permite ver el vínculo que existe entre las culturas de los lectores y la agenda de los dueños del diario, con el objetivo de generar ventas (Pezo, 2019). Desde el punto de vista del autor, en Ecuador la verificación de la responsabilidad social de los medios se da a través de la Ley Orgánica de Comunicación, herramienta que busca evidenciar los roles de los medios, su cumplimiento a la sociedad.

En el tiempo de confinamiento debido a la pandemia de COVID-19. Lo digital se volvió una obligatoriedad, lo cual hizo que casi todos



los medios impresos disminuyeran la cantidad de ejemplares en físico, esto producto del aislamiento, porque la ciudadanía se encontraba dentro de los hogares, ya sea como medida de prevención o por disposición del Estado (Fundamedios, 2020). En el caso del diario Extra, este se hizo presente en algunas redes sociales como Facebook (facebook.com/ExtraEc/), Twitter (@DiarioExtraEc) y su página web principal (extra.ec/), manteniendo informados a la ciudadanía.

Por lo que esta investigación se argumenta con base en la necesidad de conocer la importancia que tiene la Ley Orgánica de Comunicación (LOC), precisamente el artículo

71, y poner en manifiesto que no todo medio de comunicación ejerce una buena práctica periodística. De esta forma se advierte a los lectores que no toda información expuesta por los medios es verificada, y objetiva.

De modo que la presente investigación, analiza la responsabilidad social aplicada en los contenidos relacionados al covid-19 en las portadas de diario Extra de la ciudad de Guayaquil, esto durante los meses de marzo y abril de 2020. Además, verificar si se empleó correctamente la Ley Orgánica de Comunicación, en el artículo 71, donde menciona que:

La información es un derecho constitucional y un bien público; y la comunicación social que se realiza a través de los medios de comunicación es un servicio público que deberá ser prestado con responsabilidad y calidad, respetando los derechos de la comunicación establecidos en la Constitución, los instrumentos internacionales y contribuyendo al buen vivir de las personas.

Todos los medios de comunicación tienen el desarrollo de su gestión. las siguientes responsabilidades comunes en

- Respetar los derechos humanos y promover su plena aplicabilidad.
- Desarrollar el sentido crítico de los ciudadanos y promover su participación en los asuntos de interés general.
- Acatar y promover la obediencia a la Constitución, a las leyes y a las decisiones legítimas de las autoridades.
- Contribuir al mantenimiento de la paz y seguridad; así como promover la cultura de prevención del riesgo de desastres y servir de canal para la difusión de información oficial relacionada con las causas y efectos que puedan producir los eventos peligrosos que afecten a las personas, familias, comunas, comunidades, pueblos y nacionalidades.
- Contribuir al mantenimiento de la paz y la seguridad.
- Servir de canal para denunciar el abuso o uso ilegítimo que los funcionarios públicos o personas particulares hagan de los poderes públicos y privados.
- Impedir la difusión de publicidad engañosa, discriminatoria, sexista, racista o que atente contra los derechos humanos de las personas.



- Respetar las franjas horarias establecidas y las regulaciones relacionadas a las mismas.
- Promover el diálogo intercultural y las nociones de unidad y de igualdad en la diversidad y en las relaciones interculturales.
- Promover la integración política, económica y cultural de los ciudadanos, pueblos y colectivos humanos.
- Propender a la educomunicación.
- Respetar la propiedad intelectual, especialmente los derechos morales y patrimoniales de autor y derechos conexos, previstos en la normativa nacional e internacional. (Ley Organica de Comunicacion, 2013, p. 13)

Responsabilidad Social de los medios y periodistas, desde la creación de la LOC en Ecuador

Cuando se menciona responsabilidad social en los medios de comunicación, implica una serie de reflexiones sobre los contenidos informativos y todo aquello que los medios emiten hacia la ciudadanía.

Bertrand (1993), citado por Gutiérrez (2013), manifiesta que las empresas de comunicación deben abordarse con una doble perspectiva, estas representan: empresas

privadas que prestan servicio público, donde la ética informativa apoya la veracidad de la información y por otro analizar su responsabilidad social, ya que están desarrollan actividades lucrativas (Gutiérrez, 2013, p. 47).

En cambio, Aznar citado por Gutiérrez (2013), dice lo siguiente:

Los medios de comunicación cada vez más están concentrados en conglomerados empresariales que controlan los contenidos que difunden según sus criterios comerciales y el lugar que deberían ocupar los valores éticos de la comunicación lo ocupan los principios de marketing ya que su objetivo principal es ganar dinero. (Gutiérrez, 2013, p. 47)

Desde este contexto, los medios de comunicación se han integrado de manera pausada en el proceso de RSC; debido a la poca presión social ejercida sobre ellos. Ya que ni sus trabajadores como editores, guionistas, periodistas, se les demanda RSP, de esta forma dejan de ejercer su compromiso con la sociedad que es educar, respetar los derechos, informar con objetividad; sin ningún intento de engaño y morbo.

Por otra parte, Abad (2013), afirma que: “La doctrina liberal de la información en el periodismo es una actividad neutral y objetiva, independiente de ideologías, y que los medios son unas instituciones libres de compromisos políticos y económicos” (Abad, 2013, p. 14). Además, este autor ostenta que durante el periodo del expresidente Rafael Correa, se puso en debate las acciones de los medios de comunicación en la sociedad. Desde su



gobierno, se cuestionó la vinculación de interés de las empresas mediática con la élite económica; las malas prácticas periodísticas y la orientación política de información en contra su gobierno.

Rafael Correa, llevó a desarrollar líneas de acción como: el enjuiciamiento a los medios por emitir información falsa, el control del relato social mediante la propaganda y la publicidad y la configuración del conglomerado de los medios estatales. Pero, su proyecto con mayor resonancia fue proponer la Ley Orgánica de Comunicación. Esta ley se debatió de forma intermitente desde el año 2009, llevándola a consulta popular.

La creación de la Ley Orgánica de Comunicación en el 2013 y dentro de ella la conformación de un consejo de regulación tenía como objetivo, una “democracia informativa”; es decir buscar que los medios de comunicación transmitan contenidos de manera responsable y verificada, donde los derechos del individuo no se vulneren (integridad); que rindan cuentas de su acto, a través de sanciones (Abad, 2013).

La ética: el medio versus economía

La ética de los medios hace referencia de manera general a las normas y conductas que deben establecer periodista y medios de comunicación.

Muchos son los medios de comunicación que han implementado códigos éticos. Algunos de estos se encuentran en la carta mundial de ética para periodistas, adaptado

Además de tener la obligación de identificar los contenidos que transmiten; programación de franjas horarias, prohibiciones de contenidos que generen violencia, discriminación, contenidos sexualmente explícito y entre otros temas. Todo esto queda sujeto a todos los medios de comunicación del Ecuador, con la finalidad de promover y brindar al ciudadano contenidos responsables (Pérez y Baque, 2018).

Navas (s.f.) citado por Abad (2013), concluye que la “Ley de Comunicación ha puesto su mayor énfasis en la regulación y control de la información mediatizada y menos en la promoción de los derechos mediante políticas públicas” (p. 16). La creación de la LOC, siempre va hacer tema de debates, para algunos autores no existe libertad de expresión cuando se impuso a favor de un gobierno, no existe libertad cuando una idea es censurada antes de ser expresada. Desde este contexto, los medios deben establecer contenidos estratégicos, que ayuden a construir cultura de paz, desarrollo sostenible de esta forma se construye un mundo mejor.

por la Federación Internacional de Periodistas (FIP). Acorde con el código FIP, su objetivo es defender y fortalecer la ética de los profesionales de la comunicación. Destacando los valores como integridad, honestidad, independencia, verdad y necesidad de minimizar daño (Federación de Asociaciones de Periodistas, 2020). Hurel (2016), afirma:

El periodismo es inseparable de la verdad, no hay ética sin verdad y sin respeto, por lo tanto, la verdad es considerada como un valor ético, vinculado a la



honestidad, que implica la actitud de mantener en todo momento la veracidad en las palabras y acciones. (p.13)

Para la Sociedad de Periodistas Profesionales (1926) citado por Restrepo (2017), sostiene: “creen que el público es precursor de la democracia y justicia. Desde este contexto el deber del periodista es promover esos fines, en busca de la verdad, ofreciendo un recuento de los hechos y temas” (p.1). Los miembros de esta asociación han

- **Buscar la verdad:** el periodista debe ser honesto justo e imparcial, lo cual debe practicar la responsabilidad en la precisión de su trabajo, es decir; contratar la fuente.
- **Minimizar el daño:** un periodista ético trata a sus fuentes con respeto, por esto debe mostrar compasión por aquellas que se vean afectados a raíz de una cobertura. Además, deben de evitar el sensacionalismo y omitir juicios de valor a una persona que todavía no se haya enjuiciado. También es necesario que un periodista y medio provea información completa sin tener intereses personales.
- **Actúa independiente:** tener cuidado de las fuentes que ofrezcan información a cambio de favores, por lo que no es ético pagar por obtener la primicia informativa. Evitar conflictos de interés, comprobar fuentes externas. Es necesario que el periodista distinga entre publicidad y noticias, ya que este modelo híbrido dificulta la tarea de hacer periodismo. A través, de estas acciones, se ofrece al medio y periodista pautas que le permiten orientarse y realizar un buen ejercicio periodístico.

Si bien es cierto, existen algunos códigos y normas referente a la buena práctica del periodista y medio. Pero cuando el interés económico del medio de comunicación está por encima de estas acciones, el trabajo no tiene validez.

Así mismo afirma Gutiérrez (2013), “La independencia del periodista empieza a chocar con los intereses de fuertes grupos económicos, dueños de los propios medios de comunicación” (p.47). Por otro lado, anteriormente el

compartido conductas de ética y adaptan estos códigos para manifestar normas y principios de ejercicio de la sociedad.

Según Restrepo (2017), algunos principios como el fundamento de un periodismo ético, desde este contexto motiva su práctica y uso los cuales son los siguientes.

periodismo era independiente y tenía sus propios recursos y lo más esencial un sentido de responsabilidad frente a la sociedad (Kapuscinski, 2007). Este mismo autor certifica que los medios se han convertido en grandes empresas financieras y compañías multinacionales, volviéndolas dependientes de estas.

Los medios de comunicación tienen una alta dependencia económica de empresas que publicitan productos, donde estos son limitados



en la difusión de información que pudiera estar relacionado con la misma. A través de esto se tiene una autorregulación en los temas por parte de otros empresarios (Barragán, 2007).

Referente a lo citado, ningún medio debe buscar algún beneficio personal, además este debe ser independiente de interés políticos y empresas financieras a través de estas dos vertientes separada, con ética y responsabilidad un periodismo democrático. No puede existir

democracia sin medios de comunicación libres, y los medios no pueden existir sin democracia (Kapuscinski, 2007).

El informe Hutchins emitido en 1947, manifiesta la importancia de la ética del periodista y propietarios de los medios como únicos responsables directos de los contenidos que emiten y producen. Este propone una autorregulación como el mecanismo que los medios puedan establecer y regular su contenido (Lozano, 2012).

La credibilidad: medios y periodistas

La credibilidad de los medios de comunicación son un eje importante para el periodismo, ya que se analiza los mensajes que emiten y su impacto. Oyedeji citado por Castillo y Quezada (2018), asegura: “La característica de las fuentes emisoras de un mensaje hace que los mensajes asociados a fuentes con una elevada credibilidad sean más verosímiles que aquellos mensajes similares atribuidos a fuentes menos creíbles” (p.86).

Los principales elementos que infunde en la credibilidad del periodismo son: la confiabilidad, veracidad, claridad, imparcialidad. Otro aspecto importante es la calidad de los contenidos de información, donde se pone en cuestionamiento por parte de la audiencia y lectores (Mendizábal, 2016, p. 663). Y son ellos que dan el análisis si esta información es amarillista, falso o verdadera. “El mayor capital de un medio de comunicación no son los edificios ni su tecnología, sino la credibilidad que tenga entre el público” (Restrepo, 2004).

De acuerdo con lo planteado, el rol que tiene el periodista con la sociedad es dar a conocer toda la información de manera transparente, objetiva, ausencia de sesgo y sobre todo respetar el derecho del individuo, donde su integridad no se vea afectada. Pero todo esto parece ser una utopía, mientras más se quiera alcanzar esta línea de responsabilidad social en los medios, más se aleja; los medios de comunicación y periodista han sido cuestionados por su trabajo, al existir conflictos de intereses que suceden entre la empresa mediática y la élite económica, política, todo esta ha hecho que el periodismo pierda terreno a nivel global.

“Los medios que se comprometen en todo con una causa política, pierden credibilidad de inmediato; lo mismo que le pasa al periodista. Periodista que se ve metido en una causa política, es un periodista que inmediatamente pierde credibilidad y la gente sabe que está al servicio de un nombre, de un partido, pero que no está al servicio de todos” (Restrepo, 2004). La forma como emiten



información; palpándose en titulares sensacionalistas, imágenes que sensibilizan la audiencia, juicios de valor, noticias no verificadas y muchas veces mal intencionadas, llevando al periodista a perder su orientación con la sociedad.

Para que exista una buena práctica en el ejercicio periodístico es necesario independencia económica del medio, y un gobierno democrático y sólido, donde su único interés sea el bienestar de la ciudadanía, siendo estas dos vertientes claves. Además de algunas reglas y leyes que tiene el periodista al momento de informar, estas serían unas de

las formas de ganar terreno en la credibilidad de la audiencia.

En Ecuador se ha realizado investigaciones acerca de la credibilidad de los medios y periodistas, por ejemplo, el centro de investigaciones en comunicación y opinión pública mostró los índices de credibilidad de prensa y televisión, donde se detalló que tuvieron mejoras en los años 2009 y 2015, este análisis determinó que el medio Ecuavisa tiene un promedio de credibilidad de 31,4% y en prensa escrita citando el diario El Comercio obtuvo un 30.7% (Mendizábal, 2016).

El impacto de la pandemia en los medios impresos

El confinamiento causado por el covid-19 que se vivió en el mundo, ha causado un comportamiento diferente de las sociedades en lo que respecta al consumo de información y noticias, son los medios de comunicación los que han tenido que variar sus esquemas tradicionales. En Ecuador, cada medio tuvo que realizar diferentes estrategias dependiendo su situación, para alcanzar sus objetivos y lograr una sostenibilidad a largo plazo.

Los medios impresos, durante el confinamiento, fue uno de los más afectados desde la parte mercantil, su cantidad de ejemplares disminuyó en la circulación, esto

fue producto del aislamiento, porque la ciudadanía se encontraba dentro de sus hogares, ya sea como medida de prevención o por disposición del estado; por lo que no hubo personal para distribuir los ejemplares.

Esto llevó al medio a utilizar con más frecuencias sus páginas digitales. En cambio, según Oriel Guell citado por Yárnoz (2020), manifiesta que: “Los medios impresos en otros países durante el confinamiento cubrieron temas con gran amplitud y prudencia información científica y médica. En Ecuador la mayoría de los medios tradicionales tuvieron que potenciarse a través de sus plataformas digitales” (p. 7).

Metodología

La actual investigación fue de carácter descriptivo, ya que el estudio mide de forma independiente la variable es la responsabilidad social (Aguilar, 2016). Por lo que la investigación consistió en describir los

contenidos periodísticos de las portadas del diario Extra y su verificación del cumplimiento de la Ley Orgánica de Comunicación, en lo que se encuentra establecido en el artículo 71. Para llevar a cabo esto, se empleó el método



deductivo con el fin de partir de lo general; periodísticos de las portadas de diario Extra. es decir, desde la responsabilidad social vista Las técnicas que se utilizaron para la en el ámbito legal, para luego concluir en recolección de información fueron los puntos específicos de los contenidos siguientes:

- Encuesta: se recurrió a esta técnica para examinar los distintos criterios de los profesionales del periodismo. Para ello, se realizó un cuestionario de preguntas basado en la escala de Likert que mide actitudes con una escala calificativa de afirmaciones dispuestas para la selección de alternativas. Los ítems constaron con una escala que se conformó por cinco categorías de respuesta, correspondiéndole a cada señalamiento una expresión numérica, especificada de la siguiente manera: 1= nunca, 2= casi nunca, 3= a veces, 4= casi siempre y 5= siempre. Además, cuenta con preguntas de selección. El instrumento fue aplicado a 70 periodistas de diferentes medios de comunicación en la búsqueda de identificar sus criterios a cerca de las portadas de diario Extra.
- Análisis de contenido: esta técnica se la usó para valorar los contenidos periodísticos de las portadas del medio el diario Extra en su versión digital, con el objetivo de verificar el cumplimiento de la LOC. Para ello, se diseñó una matriz basada en los incisos que se describen en el artículo 71 (Ver tabla 1), los cuales fueron adaptados para observar diferentes aspectos de la noticia como: el titular, el subtítulo, entradilla y la imagen que acompaña al texto.

Tabla 1. Matriz para el análisis de los contenidos de las portadas del diario Extra

Datos básicos		
Fecha de la edición:		
Titular:		
Link de la nota periodística:		
Aspectos a observar	Si	No
Respetar los derechos humanos		
Desarrollar el sentido crítico de los ciudadanos y promover su participación en los asuntos de interés general.		
Contribuir al mantenimiento de la paz y seguridad.		



Sirve de canal para denunciar el abuso o uso ilegítimo que los funcionarios públicos o personas particulares hagan de los poderes públicos y privados.		
Impide la difusión de publicidad engañosa, discriminatoria, sexista, racista o que atente contra los derechos humanos de las personas.		
Propone a la educomunicación.		
Utiliza lenguaje informal y vulgar		
Utiliza un lenguaje académico		
Utiliza metáfora		
Utiliza un lenguaje informativo		
Resultado total		
Porcentaje	%	%

Nota. Elaboración propia. Basada en los incisos del artículo 71 de la Ley Orgánica de Comunicación.

El instrumento se Lo aplicó a distintas portadas publicadas entre el periodo de los meses de marzo y abril de 2020, que estuvieron relacionados al tema del covid-19.

Resultados y discusión

Después de recabar la información, se procedió a organizar cada uno de los resultados a manera de variables, los cuales serán presentados y discutidos a continuación:

En cuanto a la variable, si el medio mantiene un compromiso con la verdad en sus portadas durante el confinamiento, un 35,7% de los encuestados mencionaron que no apoya la verdad. En cambio, los hallazgos del análisis de contenido muestran que las portadas en un 80% incumple la responsabilidad común que tienen los medios con la sociedad. Según Andrade manifiesta que, el periodismo es inseparable de la verdad, no hay ética sin verdad y sin respeto, por lo tanto, la verdad es considerada como un valor ético, vinculado a la honestidad, que implica la actitud de

mantener en todo momento la veracidad en las palabras y acciones (Hurel, 2016). Este tipo de prácticas indebidas ocasionan la pérdida de credibilidad, donde la sociedad pone en duda la información que se le brinda.

En lo que corresponde a si el diario Extra respetó el valor de la integridad de las personas al momento de informar, un 41,4% de los periodistas afirmaron que no se respetó la integridad, desde este contexto no se pone en práctica lo que establece el artículo 71 de la Ley Orgánica de Comunicación con lo que se refiere a la responsabilidad que tiene el medio con la ciudadanía, que es proteger su integridad. Por otra parte, en los resultados del análisis de contenido, se revela que el 100% de sus portadas no respetó el derecho



del individuo como se puede apreciar en la *Figura 1*.

Figura 1. Portada de diario Extra



Nota. La portada pertenece a la edición del 13 de marzo de 2020 [Versión impresa].

De acuerdo con Navas citado por Abad manifiesta que la Ley Orgánica de Comunicación, ha puesto su mayor énfasis en la regulación y el control de la información mediatizada, y menos en la promoción de los derechos de la sociedad (Abad, 2013). Desde este contexto, los medios de comunicación hoy en día se centran en mercantilizar la información, donde los titulares e imágenes sensacionalista se antepone con el verdadero rol del periodista.

Con relación a la variable si la información que proporcionó el diario Extra durante el confinamiento fue verificada y contrastada,

se revela que el 35,2% de los encuestados indicaron que la información en las portadas no fue verificada. Mientras que, en el análisis de contenido se muestra que un 75% de las portadas no desarrolla el criterio y ni la participación de su audiencia en los asuntos de interés general. De modo que no se cumple el inciso “b” que plantea el artículo 71 de la Ley Orgánica de Comunicación. Para Restrepo, sostiene que el periodista debe ser honesto justo e imparcial, lo cual debe practicar la responsabilidad en la precisión de su trabajo, es decir, contratar la fuente (Restrepo, 2017). De acuerdo con lo expuesto muchas veces los



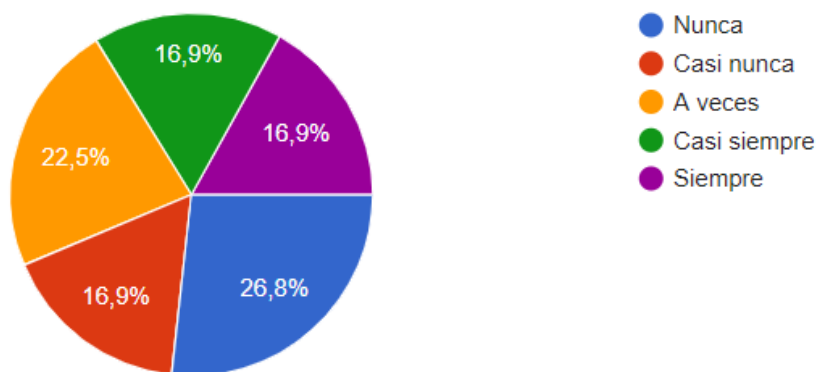
periodistas caen en la imprecisión de información debido a obtener la primicia, donde las fuentes no son verificadas ocasionando pérdida de credibilidad.

En lo que respecta a que, si el ejercicio ético establece un compromiso con la sociedad, un 47,9% de los periodistas encuestados aseguran que están de acuerdo que la práctica de la ética ejerce compromiso y responsabilidad por parte del medio hacia la audiencia. En cuanto al análisis de las portadas si estas contribuyeron al mantenimiento de la paz y seguridad durante el confinamiento, se reflejó que un 100% no cumplió con lo que se establece en el artículo 71, lo que provocó que se infundiera el pánico en la ciudadanía durante el confinamiento. Según la Federación de Periodistas, la ética de los medios hace referencia de manera general a la norma y conductas adecuadas que deben establecer y practicar los periodistas y medios de comunicación, destacando los valores como integridad, honestidad, independencia, verdad y necesidad de minimizar el daño (Federación

de Asociaciones de Periodistas, 2020). Muchos son los medios que han implementado códigos éticos; algunos de estos se encuentran en la carta mundial de ética para periodistas adaptado por la FIP. Los medios de comunicación son la voz de la ciudadanía por lo que deben siempre practicar el valor de la ética, de esta forma son responsables al momento de emitir información.

En lo que se refiere a que, si la credibilidad de diario Extra ha sido afectada debido a la poca práctica de valores, un 26,8% de los periodistas consultados determinaron que el medio de comunicación nunca pone en práctica los valores éticos, aunque un 22,5% opinan que a veces sí, mientras que el resto de los encuestados se dividen en: casi nunca (16,9%), casi siempre (16,9%), y siempre (16,9%). Esto se lo puede observar con detalle en la *Figura 2*. Para Vásconez, los principales elementos que infunde en la credibilidad del periodismo son: la confiabilidad, veracidad, claridad, imparcialidad (Vásconez 2011).

Figura 2. Percepción de credibilidad del diario Extra



Nota. Elaboración propia.

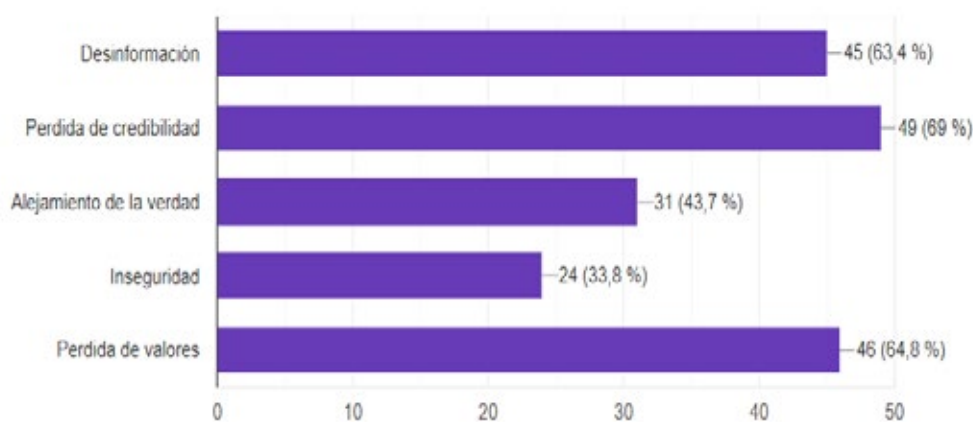


Por otro lado, los resultados del análisis de contenidos de las portadas, en cuanto a si estas sirven de canal para denunciar el abuso o uso ilegítimo de los funcionarios públicos o personas, los datos revelaron que un 100% de las portadas no contribuyeron en la denuncia de casos de corrupción que se dieron durante la cuarentena. De acuerdo con Restrepo los medios pierden credibilidad cuando se comprometen a elites políticas (Restrepo, 2004). La pérdida de credibilidad de los medios se debe a como emiten la información, lo cual se puede palpar en titulares sensacionalistas, imágenes que sensibilizan la audiencia, juicios de valor, noticias no verificadas y muchas veces mal

intencionadas, llevando al periodista a perder su orientación con la sociedad.

En lo que concierne a la variable, de cuáles son las consecuencias éticas en el uso de titulares con lenguaje informal y vulgar, un 69% de los profesionales del periodismo colocan como primera opción que uno de los efectos que desencadena el uso de la jerga popular genera pérdida de credibilidad. Seguido de eso, se encuentra la pérdida de valores (64,8%), luego de ello, se ubican las otras opciones como la desinformación (63,4%), el alejamiento de la verdad (43,7%) y la inseguridad (33,8%). Esto se lo puede visualizar en la *Figura 3*.

Figura 3. Consecuencias éticas por el uso de lenguaje informal y vulgar



Nota. Elaboración propia.

Según Gutiérrez, los medios de comunicación cada vez están más concentrados en responder a conglomerados empresariales que en controlar los contenidos que difunden, ya que estos titulares llamativos se basan en criterios comerciales, en lugar de los valores éticos de la comunicación (Gutiérrez, 2013). Por otra parte, los hallazgos del análisis de

contenido arrojan que el 100% de las portadas no cuentan con un lenguaje adecuado y uso correcto de los términos científicos, además, se muestra que un 75% de las portadas hacen constantemente empleo de metáforas para referirse a la situación de la emergencia sanitaria.

En lo que atañe a los valores que debe



poner en práctica diario Extra al momento de emitir contenidos periodísticos, un 74,6% de los encuestados escogió la opción de responsabilidad. Mientras que un 69% seleccionó el respeto, después de eso, le siguen valores como la verdad (56,3%), justicia (45,1%), y solidaridad (45,1%). De acuerdo con resultados, los periodistas consultados aseguran que el medio de comunicación Extra pone en práctica estos valores. Por otro lado, cuando más adelante se les preguntó a los encuestados, cuál de las características puso en práctica diario Extra al momento de redactar una información acerca del covid-19, la opción más destacada fue la coherencia, con un porcentaje de 32,4%. Para Lozano, la ética del periodista nace del criterio propio del profesional, lo cual hace que los valores que se ven reflejados en los contenidos periodísticos son directamente de su responsabilidad (Lozano, 2012).

Luego de conocer algunos de los criterios de los periodistas encuestados acerca de las portadas de diario Extra durante el confinamiento, se les preguntó cómo debe de tratar la información los periodistas durante un conflicto social. La respuesta fue que la mayoría de ellos mencionaron que se debe manejar la información con veracidad, transparencia, responsabilidad, respeto y empatía. Por otra parte, los resultados del análisis de contenido arrojan que un 88% de

las portadas no proponen contenidos educativos en relación con el covid-19, es decir, no se enfocaron en promover la prevención y cuidados que debe tener la ciudadanía para evitar el contagio. De acuerdo con la BBC, muchos de los programas de radio, redes sociales y televisión solo comunicaban estadísticas aterradoras de los fallecidos por covid-19, humor negro, etc. Pero poco sobre las medidas de prevención (BBC, 2020). Esto pone en evidencia que el diario Extra no educó a sus lectores, más bien, sus imágenes y titulares aterrorizaban a la ciudadanía.

Otro de los cuestionamientos que se les hizo a los periodistas encuestados, es sobre dónde creen que radica la responsabilidad social del periodista, a lo que respondieron un 48% de ellos que esta se basa en la ética principalmente, seguido de la investigación (42%) y por último la honestidad (43%). De acuerdo con Gutiérrez, “el proceso de responsabilidad social empresarial (RSE) se debe a la poca presión social ejercida sobre los editores, guionistas, periodistas, fotógrafos, stakeholders y lectores” (Gutiérrez, 2013, p. 47). Todo parece indicar que algunos medios de comunicación necesitan replantear sus códigos deontológicos para llevar a cabo una verdadera responsabilidad social que evite las falencias en el momento de informar temas tan sensibles como una emergencia sanitaria.

Conclusiones

Según criterios de algunos periodistas, la información que proporciona diario Extra entre los meses de marzo y abril de 2020, en

las portadas, estas casi nunca mostraron la verdad. Además, no respetaron la integridad de las personas, la información no fue



verificada ni contrastada, su credibilidad fue afectada debido a la poca práctica de valores. Por otro lado, el uso de titulares informales y vulgares generó pérdida de credibilidad en su audiencia.

En la descripción de las portadas se observa que los criterios de responsabilidad social por parte del diario Extra no cumplen con el propósito de desarrollar el sentido crítico de los ciudadanos. También, presenta falencias en el uso de términos científicos, y una ausencia a la hora de promover medidas de prevención y cuidado contra el covid-19 en sus notas periodísticas colocadas en las portadas del

diario.

En cuanto a la responsabilidad social y su verificación con la LOC, los resultados del análisis de contenidos concluyen que las portadas incumplen con el artículo 71 de la LOC, acerca de las responsabilidades comunes que tienen los medios con la sociedad. La irresponsabilidad de diario Extra durante el confinamiento ocasionó pánico y terror en los lectores. Esto debido a la difusión de titulares sensacionalistas que estaban más centrados en buscar mercantilizar la información, y menos en crear conciencia en la ciudadanía sobre la enfermedad.

Bibliografía

- Abad Ordóñez, G. (2013). Medios, periodismo y responsabilidad social: en busca de políticas públicas en el Ecuador. *Chasqui* (122), 14-22. <https://revista-chasqui.org/index.php/chasqui/article/view/67/79>
- Aguilar, M. (2016). *Tipos y diseños de investigación*. <https://sabermetodologia.wordpress.com/2016/02/15/tipos-y-disenos-de-investigacion/>
- Barragán Solís, A. N. (2007). Ética del periodista: formación y práctica. *Reencuentro* (49), 37-42. <https://www.redalyc.org/pdf/340/34004906.pdf>
- Castillo Yépez, C. y Quezada, L. (2018). Entornos digitales y credibilidad de los medios en época de la posverdad. *NNOVA Research Journal*, 4(2), 90-101. Doi: <https://doi.org/10.33890/innova.v4.n2.2019.943>
- Federación de Asociaciones de Periodistas (2020). Sociedad de Periodistas Profesionales Código de Ética. <https://www.spj.org/ethicscodeSP.asp>
- Fundamedios. (30 de julio de 2014). *Diario Extra es sancionado por quinta vez, esta vez por "contenido morboso"*. <https://www.fundamedios.org.ec/alertas/diario-extra-es-sancionado-por-quinta-vez-esta-vez-por-contenido-morboso/>
- Fundamedios. (29 de abril de 2020). *Medios impresos ecuatorianos colapsan económica y operativamente durante la pandemia*. <https://www.fundamedios.org.ec/alertas/periodicos-ecuatorianos-imprimirse-pandemia-lahora/>
- Goya, E. D. (2012). *Medios de comunicación masiva*. México D.F., México: Red tercer milenio.
- Gutiérrez, K. V. (2013). La responsabilidad



- social corporativa en empresas de comunicación en Latinoamérica. *Chasqui* (122), 46-52.
- González, J. (2020). *Medios de comunicación ¿al servicio de quién?* Buenos Aires, Argentina: Iscaria.
- Hurel Andrade, T. M. (2016). *El valor de la ética en el ejercicio periodístico* (Tesis de pregrado. Universidad Politécnica Salesiana). <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/11953/1/UPS-CT005684.pdf>
- Kapuscinsk, R. (2007). Los periodistas se han vuelto hombres que no piensan / Entrevistado por Juan Pablo Toro. *Revista Cuadernos de Información*. <https://www.redalyc.org/pdf/971/97120369001.pdf>
- Ley 0 de 2013. Ley Orgánica de Comunicación. 20 de febrero de 2019 [Reformada]. Registro Oficial No 22. <https://www.arcotel.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/07/ley-organica-comunicacion.pdf>
- Lozano, J. R. (2012). Responsabilidad social en los medios de comunicación: ¿utopía o realidad? Algunos pasos a tomar en cuenta para lograr una adecuada gestión. *Correspondencias & Análisis* (2), 99-109. Doi: <https://doi.org/10.24265/cian.2012.n2.05>
- Mendizábal, I. F. (2016). Credibilidad de medios y periodistas en Ecuador en el año 2015. *Razón y Palabra* (20) 95, 659-678. <https://www.redalyc.org/pdf/1995/199550145040.pdf>
- Pérez, K. C. y Baque, G. G. (2018). *Estudio de los contenidos en las publicaciones de los diarios Extra - Súper y su incidencia en los habitantes de bastión popular BL 10 de la ciudad de Guayaquil* (Tesis de pregrado. Universidad de Guayaquil). <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/41583>
- Pezo, B. (04 de enero de 2019). *Journal of business and entrepreneurial studies*. <http://journalbusinesses.com/index.php/revista/article/view/29/136#info>
- Restrepo, J. D. (2004). *La prensa es poderosa cuando no está con ningún poder / Entrevistado por El Universo*. <https://www.eluniverso.com/2003/04/27/0001/261/C3257C90555742029C830098A43E-CD3B.html/>
- Restrepo, J. D. (2017). *Así llegó Javier Darío Restrepo a la idea de la ética*. <https://fundaciongabo.org/es/etica-periodistica/recursos/asi-llego-javier-dario-restrepo-la-idea-de-la-etica>
- Vásconez Dávalos, I. (2011). La credibilidad de los medios de comunicación en el Ecuador: reflejo de un periodismo de calidad. *Revista ComHumanitas*, 1(1), 173-182. <http://revistacomhumanitas.org/index.php/comhumanitas/article/view/35>
- Yárnoz, C. (2020). El coronavirus pone a prueba al periodismo. *El País*. https://elpais.com/elpais/2020/01/31/opinion/1580510964_287091.html



Capítulo 4

Estrategias de comunicación digital destinada para la difusión de medidas y acciones preventivas ante la covid-19, impulsadas por el gobierno ecuatoriano

Jean Carlos Santos

jean.santos@uleam.edu.ec

Introducción

A finales del 2019, inesperadamente apareció un brote de un virus progresivo a la vista llamado COVID-19, el cual tuvo origen en la ciudad de Wuhan, China, y se ha diseminado en todos los países del mundo en un corto lapso de tiempo; obligó a cerrar escuelas, universidades y hasta empresas e industrias, perjudicando a la sociedad mundial en especial la ecuatoriana impulsando y expandiendo a acciones y medidas de forma acelerada, para asegurar la continuidad en el desarrollo de actividades cotidianas y así evitar el contagio de la población.

En esa misma idea, esta crisis mundial ha desencadenado un replanteamiento de la prestación de servicios y actividades a todos los niveles en especial el educativo, el uso intensivo de todo tipo de plataformas y recursos tecnológicos para garantizar la continuidad del aprendizaje es el experimento más audaz en materia de tecnología educativa, aunque inesperado y no planificado.

Ecuador también se encuentra afrontando la emergencia sanitaria provocada por el COVID-19. Hasta inicio de febrero de 2021, el Instituto Nacional de Investigación en Salud

Pública (INSPI), ha reportado más de 250.000 casos confirmados. El diagnóstico se realiza mediante detección de ARN viral en frotis nasofaríngeo o lavado broncoalveolar (LBA) (Bausà et al., 2020). Para la respuesta inmunológica, se determinan IgM e IgG en sangre con pruebas rápidas cualitativas (Hou et al., 2020).

Esto indica como ha revolucionado los procesos tradicionales ampliados por la sociedad ecuatoriana desde los inicios de la pandemia, cuando fue decretado mediante Acuerdo Ministerial, el 11 de marzo de 2020 por la ministra de salud, se declara el Estado de Emergencia Sanitaria en el Sistema Nacional de Salud ecuatoriano. Como resultado de la rápida propagación de este virus y el creciente contagio de personas, es necesario implementar nuevas opciones para la recolección de información y establecer la limitación de movilidad de personas en el país.

A medida que la pandemia de COVID-19 se extiende por todo el mundo, está causando impactos económicos y de salud sin precedentes en los tiempos modernos. Los



cambios esenciales introducidos en los procesos generales del país han encontrado un apoyo competente en las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones Sociales (TIC).

El empleo de las TIC se está destaca mundialmente en las instituciones actuales y la sociedad en general. El impacto de la pandemia de COVID-19, ha instruido aún más, la confianza en el proceso tecnológico para medir indicadores asociados a las medidas preventivas aprobadas en cada nación.

El COVID-19 y sus efectos hacia la humanidad

Finalizando el año 2019 y a comienzos del 2020, se ha generado una serie de sucesos epidemiológicos, que están afectando la salud y el bienestar de los seres vivos. Desde apariciones de enfermedades infecciosas emergentes y reemergentes, resistencia microbiana, enfermedades crónicas no transmisibles, incidencia del cáncer, entre muchas más, han estado haciendo estragos en la población global.

La Organización Mundial de la Salud (OMS), viene alertando sobre ciertos siniestros en esta materia y realmente sus cifras merecen total atención por todos aquellos organismos globales, que se encargan de la salud del planeta. Las estadísticas son alarmantes y preocupantes, a tal punto que obliga a todos los Estados a establecer estrategias en el ámbito de la salud para enfrentar y contrarrestar tal situación.

En este sentido, la OMS declara oficialmente la gestación de un nuevo virus con precedente de China, catalogándolo como Pandemia Global

Ante este suceso como lo es COVID-19, las prestaciones elementales de servicio público y educativos no pueden detenerse, sino, que deben ser idóneos para evolucionar los procedimientos tradicionales y permitir el acceso en línea a estos servicios, haciendo uso de las tecnologías digitales disponibles. Las medidas preventivas asociadas a la COVID-19 desencadena la aceleración digital, y las (TIC) son muy importantes dentro de la sociedad (Agostino et al., 2020).

y nombrándolo coronavirus o COVID-19, el cual es reconocido como una afección que pueden causar diversos síntomas, que van desde el resfriado común hasta enfermedades más graves, ocasionando un síndrome a nivel del medio respiratorio agudo severo que causa la muerte a la población.

En vista de esta nueva situación de alarma mundial en materia de salud, se han venido suscitando diferentes situaciones en todos los entornos (políticos, educativos, sociales, económicos, salud, etcétera) de las naciones, que obligatoriamente cambia ciertos modelos o paradigmas situacionales, ocasionando incertidumbre y caos; sobre todo en escenarios donde los países no se encontraban preparados ante tal pandemia.

En este sentido, Reimers (2020), expresa su profunda preocupación a esta crisis, ya que, debido a la magnitud y alcance de esta, se están afectando todos los sectores pilares para el desarrollo de las naciones, siendo uno de ellos el sector educación y la salud. Señala



el autor, que hasta el momento se han registrado 2.600.000 personas infectadas, 180.000 muertos contados, porque en algunos países por incapacidad en el diagnóstico o por deseo político, hay una cantidad de personas que están muriendo por infartos, problemas respiratorios que no aparecen como COVID-19.

El análisis conlleva a afirmar, que ni siquiera nos encontramos en el comienzo del final. Al respecto Churchill (1942), denota en el medio de la Segunda Guerra Mundial que no podíamos decir que es el comienzo del final, pero es el final del comienzo, esto ni siquiera es el final del comienzo. En referencia a lo anterior, el COVID-19, apenas comienza en algunos países y todavía hay naciones donde no ha comenzado todavía, con una gran posibilidad, que vendrá una segunda ola según las declaraciones emanadas por el jefe del Centro Europeo de Prevención y Control de Enfermedades [ECDC] (El Comercio, 2020).

Reimers (2020), señala que esta pandemia va a estar con nosotros y va a causar por una parte efectos en la vida de las personas, pero va a causar muchos otros efectos secundarios hacia áreas como: el empleo, la posibilidad de participación de relacionamiento y por supuesto en la educación. Entre todas las cosas ocurridas, refuerza el profesor, que observa con verdadera admiración la gran coherencia que el sector de salud ha demostrado en responder a esta pandemia. La alineación y responsabilidad entre las actividades que realizan los trabajadores, las enfermeras, los médicos, que están atendiendo

a los enfermos, es digno de hacer notar, sin embargo, y, al contrario de tal situación, el sector educacional se encuentra muy lejos de tener ese alineamiento.

El punto de desalineación se basa en que la mayoría de los maestros y directores escolares, se encuentran por su cuenta haciendo lo mejor que pueden para garantizar la continuidad educativa, sin tener por detrás ni comunidades de investigación y universidades ni sistemas educativos que los apoyen. Los efectos de esta pandemia, que no son de corto sino de largo plazo, podrían desaparecer todos aquellos esfuerzos realizados 30 años atrás y en los próximos 5 años en materia de educación. Reimers (2020), se apoya en lo descuidado y poca importancia que se ha dado a las escuelas públicas, a tal punto que, en ciertas regiones del mundo, han estudiado la posibilidad de cerrar algunas, o simplemente existen países donde las escuelas se encuentran funcionando a media máquina o para algunos niños no funcionando en absoluto.

Existe la posibilidad que lo poco que se pueda aprender, se olvide, debido a las diferencias de tiempo entre el final de un año y el comienzo del otro. Por ejemplo, en el estado de Massachusetts, donde hay un estado educativo bien plantado, el Gobernador declaró que no regresarán las clases el resto del año académico. Esto significa o quiere decir, que los niños perdieron 4 meses de clase, es decir el 40% del año escolar. La pérdida académica en el verano no es solamente que no se aprende, sino que los niños tienen un retroceso. Lo ratificaremos con la llegada del otoño, y se



mida el nivel del alumno.

A raíz de lo anterior, se tiene que asegurar el bienestar emocional de esos niños y de esas familias, que están viviendo el mismo tipo de dislocación social de gran magnitud. Muchos de esos niños y familias, no tienen la posibilidad de hacer su trabajo a distancia, entonces existe una gran necesidad de hacer una investigación que ayude a orientar conversaciones y toma de decisiones donde deben estar las prioridades educativas que deben estar en este momento.

Para finalizar este punto, Reimers (2020), es de los que piensa que se tiene la impresión de que esta pandemia ha generado un desafío adaptativo a la autonomía, un desafío adaptativo a diferencia de un desafío técnico, del cual no existe una receta aún. Los contextos gestionados, permiten alinear los problemas adaptativos, donde se destacan 3 condiciones esenciales para resolver este problema: asegurar que hay posibilidades de comunicación y de muchos mecanismos de *feedback* efectivos; que le permita al que está tomando decisiones sea una maestra, director, supervisor, entender lo que está pasando; y conocer cómo está funcionando el sistema, pero no entenderlo en los plazos típicos que emplean investigadores de hasta dos años, ya que la problemática es ahora y de forma prospectiva.

Ante la situación planteada, Schmelkes (2020), deja saber cuál sería la situación de

esta crisis, desde la perspectiva de la pedagogía motivado a que los niños y niñas generalmente nunca dejan de aprender. Tal como lo expresa Ferreira (2002), aprender y crecer son sinónimos, entonces, no por el hecho que todos no estén en la escuela, quiere decir que dejan de aprender. Existe un patrón diferente, ya que estos niños(as) pasan más tiempo de lo que normalmente pasaban en casa, dándole la oportunidad de conocer cosas nuevas.

Tomando en consideración lo que expresa Reimers (2020), quizá es importante que, a través de la radio y la televisión, que son los medios a los que más acceso tienen la población de América Latina, podamos llegar a las familias para trabajar con consejos y cosas que pueden aprender todos los habitantes del hogar. Es una oportunidad para saber más sobre la historia de la familia, pero por esta razón, es importante educar a la familia en formas de convivencia que a toda costa eviten la violencia física, psicológica y verbal.

Tenemos que cambiar hábitos, producto de la pandemia y sus consecuencias que fueron bien detalladas al comienzo de este punto. Desde mi punto de vista profesional, llevar la escuela a los hogares lo que hace es ahondar las brechas que ya conocemos como lo señalaba Torres (2020). Apoyarnos en las TIC, sin haber analizados los diferentes problemas que la misma trae, solo desarrollaría el aumento progresivo de las brechas del aprendizaje.

Tiempos de COVID-19 y las TIC

Según los datos de la Organización de las Naciones Unidas (ONU), la mayoría de los

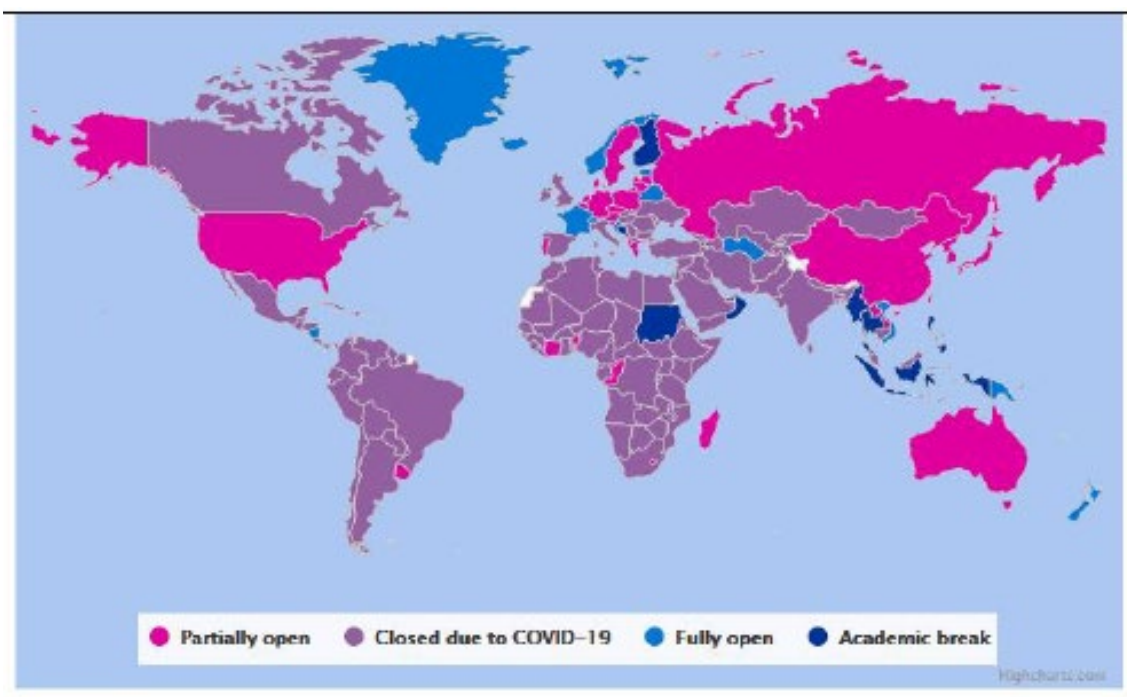
gobiernos han cerrado temporalmente las instituciones educativas como un intento



para contener la propagación del virus, esta situación inesperada ha desajustado el sistema educativo tradicional y tomado por sorpresa a la mayoría de los profesores y estudiantes habituados al sistema presencial, los ha forzado a adoptar, en tiempo récord, un cambio en las metodologías, y estrategias. Los centros educativos de educación superior están más

relacionados con sistemas a distancia y con el uso de tecnologías de información y comunicación, es decir, la educación online; cosa que no pasó con los otros niveles educativos (Sánchez, 2020). Así lo muestra el autor en la *Figura 1* extraída de la página oficial de la UNESCO.

Figura 1. Seguimiento mundial de los cierres de las escuelas causados por el COVID-19.



Nota. Reproducido de Impacto de la COVID-19 en la educación, por UNESCO, 2020, (<https://es.unesco.org/covid19/educationresponse>). Todos los derechos reservados 2020 por licenciatario. Reproducido con permiso del autor.

La competencia digital implica el uso crítico, creativo y seguro de las tecnologías de la información y la comunicación. Requiere la adquisición de conocimientos, capacidades y valores que permiten la adaptación a las nuevas necesidades tecnológicas para la interactividad en los diferentes entornos. El docente debe incluir y utilizar las tecnologías para que sea un apoyo en el proceso de

enseñanza - aprendizaje a lo que ya estaban realizando. Por ello, estar abierto a estas posibilidades y adaptarlas al alumnado favorecerá la formación de un estudiante íntegramente adaptado y responsable en la sociedad en la que vive. Sin embargo, el impacto del confinamiento llevó el deber ser de las TIC a cuestionamientos serios, por el colapso del sistema y el acceso limitado en muchos

lugares menos favorecidos por la tecnología. El cierre abrupto de los recintos educativos impulsó la aplicación obligatoria de las TIC para alcanzar los objetivos de cada institución, y también causó revuelo el darse cuenta que todos no estaban preparados (Sánchez, 2020). Esta nueva sociedad necesita docentes formados y motivados para afrontar los diferentes cambios a los que se está sometiendo continuamente la escuela en las nuevas realidades sociales.

En este sentido, las instituciones educativas se han hecho de las herramientas tecnológicas que tuvieran a la mano, y que permitieran atender este urgente llamado a protegerse, pero a seguir educándose. Pero la profundidad de las Tecnologías de la Información y Comunicación Social (TIC) durante esta pandemia ha ido exponiendo numerosas realidades en el sistema educativo a distancia, tanto para los estudiantes como para los profesores.

Sánchez (2020), hace referencia a un estudio realizado en España con información oficial de la Organización de las Naciones Unidas, donde el acceso a las TIC tiene un alto porcentaje mayor en familias aventajadas y con acceso a estas herramientas ubicándolo en 61% donde poseen hasta tres computadores personales en casa, otra parte que corresponde a un 44% solo tiene acceso a un dispositivo electrónico y un 14% no posee ningún soporte físico ni de conectividad. Esto pues, se considera como una piedra de tropiezo para la educación a distancia en este período de pandemia donde la población estudiantil está confinada a sus hogares.

De esta manera, es importante destacar que no todos poseen un computador en casa, o acceso a internet y no todos los países tienen las mismas condiciones sociales, económicas y educativas.

Esto lo considera Fernández, Rivero y Ricis, (2020), como “una brecha digital”, estudiantes con acceso a internet, pero con desconocimiento de las plataformas, falta de recursos y sobre todo falta de hábitos de estudio y la grata costumbre de la educación presencial, de la atención personalizada, de la transmisión de conocimientos de profesor a estudiante; esto ha evidenciado un ambiente desigual en el sistema educativo a distancia en esta crisis. Muy a pesar de que las herramientas de tecnología, información y comunicación ya tienen tiempo en el ámbito mundial y que la globalización se ha hecho presente en infinidad de aspectos de la vida cotidiana, el efecto COVID-19 es delicadamente particular.

Se hace importante recalcar que las actividades en el régimen educativo privado y público se han visto afectadas por la pandemia COVID-19, originando suspensión actividades en unidades educativas tanto privadas como públicas esto llevó como consecuencia que se aplazara el inicio del siguiente período lectivo, dado que no se encontraban listos para el distanciamiento social, que conllevó a implementar medidas de confinamiento. Por este motivo, que las unidades educativas acudieron a la implementación de nuevas habilidades orientadas a la educación a distancia para seguir con el proceso de enseñanza y aprendizaje (López et al., 2020).



La educación superior no es la excepción, aunque a este nivel la tecnología digital ha tenido el mayor impacto en las últimas décadas. En Ecuador, la universidad más grande que existe es la Universidad de Guayaquil (UG), esta cuenta con más de 57.000 estudiantes registrados; su medida de cambio fue la transición de la modalidad presencial a virtual, implementando las Tecnologías de la Información y Comunicación Social (TIC), entre estas se puede hacer mención a herramientas como Zoom, donde posee una aplicación de videoconferencia y audio conferencia para que los profesores y estudiantes puedan formalizar las clases virtuales de manera participativa; y Moodle, que es una aplicación de gestión y creación de espacios para el aprendizaje.

En esta transformación, la Universidad de Guayaquil, al igual que las demás Instituciones de Educación Superior (IES), han tenido muchas dificultades, desde la falla en la conectividad y falta de contenido en línea, colocado con los planes de estudio nacionales, hasta un profesor no capacitado para esta “nueva modalidad”. La Organización de Naciones Unidas para la Educación, Ciencia y Cultura (UNESCO, 2020), plantea que “casi 1100 millones de estudiantes y jóvenes de todo el mundo están afectados por el cierre de escuelas y universidades debido al brote de la COVID-19”.

El Vicerrectorado de Formación Académica y Profesional (VIFAP) de la Universidad de Guayaquil, dispuso redactar un comunicado y enviarlo a todos los decanos de todas las facultades que conforman esta institución

en el cual se adjunta la “Guía Metodológica Académica Modalidad en Línea – UG 2020”, en este se disponen las normas, lineamientos y conceptos fundamentales, dirigido a todos los docentes de la institución, y la ejecución del proceso de enseñanza - aprendizaje en modalidad en línea, haciendo uso apropiado de las herramientas tecnológicas que dispone la institución (Universidad de Guayaquil, 2020a, p. 3).

En concordancia con lo anterior, en el contexto ecuatoriano, y siguiendo las recomendaciones proporcionadas por la OMS, el Ministerio de Educación en Ecuador, con el aval del gobierno Ecuatoriano, emite las instrucciones a la secretaría de educación, a nivel nacional para dar cumplimiento del aislamiento preventivo obligatorio y poder mitigar la propagación del virus en las instituciones educativas, estableció la flexibilidad curricular con el fin de poder seguir brindando el apoyo al proceso educativo y garantizar la prestación del servicio a los educandos.

Al mismo tiempo, el anuncio toma por sorpresa a la comunidad educativa de todos los establecimientos públicos y privados. Ante este hecho, los rectores y los docentes no estaban listos para desarrollar su propuesta educativa en el contexto del modelo a distancia. De acuerdo con un estudio realizado por la Universidad de Guayaquil (UG), el 96% de instituciones públicas en el Ecuador no están preparados para implementar clases virtuales, el estudio también muestra, que más de la mitad de los estudiantes de centros educativos en el país no tienen computador e internet



en sus hogares. Solo un porcentaje de instituciones privadas con plataforma virtual podrán seguir dando el servicio educativo en modalidad virtual.

Ante el nuevo contexto, el desafío es ahora para los educadores, los cuales, en su mayoría, son inmigrantes digitales, en consecuencia, “se debe buscar la forma de poder enseñar y conectar a los estudiantes con el propio proceso de aprendizaje” (Prensky 2010), por esta razón, se debe integrar las Tecnologías de la Información y la Comunicación Social (TIC) a los procesos formativos, sin embargo, hay que tener presente que la mayoría de los educadores, no tienen los suficientes

Innovación Educativa

Con el paso del tiempo, se ha generado una efervescencia mediática acerca de la conceptualización de innovación educativa. Son varios los autores que han realizado aportes sobre la definición acerca de este tema. Imbernón (1996), afirma que “la innovación educativa es la actitud y el proceso de indagación de nuevas ideas, propuestas y aportaciones, efectuadas de manera colectiva, para la solución de situaciones problemáticas de la práctica educativa” (p.64). En el contexto educativo nunca se parte de cero, siempre hay una experiencia que se ha recorrido. El proceso de innovación está directamente relacionado con obtener nuevos conocimientos y con la implementación de procesos creativos.

Desde una perspectiva más amplia, Carbonell (2002), define la innovación como “una serie de intervenciones, decisiones y procesos, con cierto grado de intencionalidad

conocimientos técnicos para el manejo de las tecnologías más habituales en las aulas, o simplemente no disponen de información sobre los beneficios que les pueden ofrecer en los procesos educativos.

Por ende, los procesos de formación en los educadores enfocado a la integración de las TIC en el aula deben ser capaz de generar competencias tanto en los aspectos técnicos, como formativos y metodológicos de estas nuevas herramientas, ya que sin esa combinación las posibilidades de la articulación de las tecnologías se ven notablemente imperceptibles (Rodríguez y Pozuelos, 2009).

y sistematización que tratan de modificar actitudes, ideas, culturas, contenidos, modelos y prácticas pedagógicas” (p.103).

Es indiscutible no incluir los conceptos de cambio y mejora cuando se habla de innovación educativa. Para Sein-Echaluce (2016) “La innovación educativa es la aplicación de una idea que produce cambio planificado en procesos, servicios o productos que generan mejora en los objetivos formativos” (p. 596). Es importante que los educadores puedan facilitar a los educandos las innovaciones propuestas en el proceso educativo con el fin de poder identificar el impacto generado como innovación educativa al proceso propuesto. Con el arribo de las TIC a los contextos escolares, se ha dado un nuevo impulso a los métodos pedagógicos, propiciando en el sistema escolar la búsqueda de nuevos caminos innovadores en el proceso formativo.



Por lo tanto, son los educadores del siglo XXI, en su nuevo rol docente, los que están llamados a liderar, a partir de experiencias innovadoras, el desarrollo de las diferentes capacidades en los estudiantes, como son: aprender a trabajar en equipo, empatía, creatividad, comunicación, inclusión, entre otras, apoyadas desde las herramientas TIC. De acuerdo con lo planteado por Hillmayr (2020), en el estudio de investigación realizado

Herramientas TIC

Las TIC, siguen generando un alto impacto al interior de la sociedad del conocimiento con respecto a la forma y al contenido, el efecto ha sido multiplicador más en el campo de la educación. Las TIC, ahora son más amigables, accesibles, y adaptables en los contextos educativos. Esta incorporación, en los espacios de formación pedagógica es con el propósito de hacer la transición de lo tradicional hacia un aprendizaje más constructivo por parte de los educadores. Parra (2012), menciona que “uno de los espacios donde el proceso tecnológico ha influenciado mayoritariamente es en los contextos educativos, naturalmente, ha sido en el oficio del maestro, llegando a formar parte de su cotidianidad escolar” (p.145).

En ese sentido, es importante determinar que “la capacidad de transformación y mejora de la educación de las TIC debe entenderse como un potencial que puede o no hacerse realidad, (...) en función del contexto en el que estas tecnologías son efectivamente utilizadas” (Coll, 2008, p.15), por esta razón,

sobre el uso de las herramientas digitales en el área de matemáticas, se concluye que “el uso de las herramientas digitales tuvo un efecto positivo en los resultados de aprendizaje de los estudiantes”. De acuerdo con lo anterior, cualquier propuesta que implique cambio y mejora utilizando las TIC se constituye como una innovación al proceso de enseñanza aprendizaje.

en el contexto actual, el nuevo rol docente, es poder articular las herramientas TIC que hay en su contexto educativo para poder generar nuevos procesos disruptivos en el aprendizaje, los cuales sean significativo para los estudiantes.

Como lo indica Schiavo (2007), “el principal uso que se les da a las TIC es las de poderlas utilizar como una herramienta que acelera procesos y por tal motivo disminuir el tiempo de dedicación a los mismos” (p. 91). En este sentido, los profesores con el apoyo tecnológico en el proceso de enseñanza-aprendizaje, están contribuyendo a estimular nuevos procesos de aprendizaje, donde los estudiantes son los actores principales de su proceso de formación y aprehensión de los nuevos saberes. Delgado (2020), señala que “actualmente estamos viviendo una época de cambios, en la cual tanto niños como adolescentes son los que utilizan más tiempo enlazados con las nuevas tecnologías”, por ende, los docentes no pueden desconocer los contextos de sus estudiantes.



Las TIC como estrategia didáctica en el proceso de aprendizaje con los estudiantes

De acuerdo con lo planteado por Arrieta et al. (2010), algunos de los recursos TIC que se pueden usar son: Videoconferencia, Buscadores, Software especializado, Espacios virtuales de comunicación (foros, debates), correo electrónico, chats y mensajería instantánea, materiales didácticos multimedia (en línea o local), listas de discusión/distribución, pizarra electrónica, Hardware (impresora, escáner, cámara digital, entre otros.).

Para Barráez (2020), “la integración de las TIC en la educación han abierto grandes posibilidades para enriquecer los procesos de enseñanza y de aprendizaje en los espacios virtuales”, en este sentido, los docentes han tenido que afrontar los nuevos desafíos en la articulación de las herramientas TIC para llevar a cabo las clases en modalidad virtual y, por ende, contribuir a seguir cerrando la brecha tecnológica en el momento del uso de las herramientas tecnológicas.

En el nuevo escenario para las instituciones privadas, las pautas acerca de la virtualidad,

hay que tener presente una nueva variable en el proceso de enseñanza aprendizaje, la pantalla del computador o dispositivo móvil, los profesores se ven forzados a modificar su forma de trabajo hacia un encuentro con las nuevas reglas tecnológicas, convirtiéndose en el organizador entre los estudiantes y los objetos de conocimiento, estimulando permanentemente la iniciativa y en el aprendizaje activo con creación, comunicación y participación mediado por la articulación de las herramientas TIC, como lo menciona Coll (2008), “las expectativas en el uso de las TIC para mejorar del proceso formativo son muy elevadas y la realidad se ha quedado muy corta” (p. 17).

Por su parte, Torres (2020) quien es especialista en temas educativos en Ecuador, expone 7 puntos (*Ver figura 2*) que de alguna manera confirma desde de su punto de vista, pero de manera más objetiva, y coherente hacia realidades y el campo de investigación en su país.



Figura 2. Los 7 puntos de partidas para la reorganización del campo educativo



Nota. Adaptación de los 7 puntos de partidas para la reorganización del campo educativo ante la proliferación del COVID-19, por Torres, R., 2020, comie mex [Canal de YouTube] (https://www.youtube.com/watch?v=kmDxp4-Ye-U&ab_channel=comiemex). CC BY 2.0.

Explica Torres (2020), que existe un tema de modificación del campo, el cual por motivos que descuidados, no se le dio la importancia que necesitaba y, ahora debido a la pandemia dichos motivos se agravan. Por consiguiente, es momento de organizar las ideas, organizar los conceptos, en todos los sectores educativos. Desde los gestores educativos a nivel nacional, los ministros, los gobiernos y también los organismos internacionales, existe un déficit alto sobre el debido uso de la información y del conocimiento el cual afecta el rendimiento y la efectividad de la educación virtual, debido a las tomas de decisiones sobre el lanzamiento y propuestas de ideas tomando en cuenta las TIC, sin revisar las estadísticas básicas sobre temas básicos (herramientas) como: Internet, computadoras, acceso al aprendizaje en línea, entre otros.

Es evidente entonces, precisa Torres (2020), que la Pandemia tomó desprevenido y con

insatisfacciones altas a la mayoría de los países con sistemas educativos en situación de abandono, y con una invisibilización grande de lo que es la educación en familia (casa). Si bien es cierto, que el hogar es la primera educación recibida, la escuela viene a reforzar de forma técnica la misma. Para nadie es un secreto, que venimos de un incipiente crecimiento de desarrollo de las TIC. Existen números que se van sumando y lo respaldan, pero también es cierto que no hay una cabal comprensión del rol de estas personas (TIC /educador) en el sistema escolar, y parte de esta incompreensión radica en las desigualdades sociales en varios niveles en la cotidianidad de las personas.

Por estas razones, Torres (2020), plantea estas 7 reorganizaciones del campo educativo, cuyos significados se muestran a continuación:

1. La diferencia entre la educación a distancia y la educación virtual es



- fundamental, la educación en casa ha estado ahí siempre, la distinción entre el *home schooling* que es hacer educación escolar en casa y el *home learning* que es aprender en casa, puede entrar también la educación escolar pero no se reduce a una profundización.
2. La diferencia entre escuela y hogar que genera mucho ruido, sin embargo, las enseñanzas son diferentes. Los padres en su mayoría se preocupan de que los niños cumplan con sus deberes para este no pierda el año, pero se pierde toda clase de enseñanza extra que solo es posible con la interacción directa del educador y sus técnicas de aprendizaje.
 3. Una distinción fundamental entre educación y aprendizaje se habla mucho de educación, pero se habla menos que de aprendizaje, y esto es lo que ha pasado siempre. Las prescripciones que se dan en el espacio de aprendizaje en casa aplican a una minoría de niños y jóvenes en América Latina. Los espacios que conocemos tienen que ver con la pobreza, no tienen nada que ver con esas indicaciones que se dan sobre cuál sería el espacio ideal que se dan para estudiar y aprender. Hay que hacer una revisión más holística y sistémica de la educación en el hogar, el sistema educativo y la comunidad. La distinción entre educación y aprendizaje no da lo mismo, no se hace diferencia entre estas dos.
 4. La separación o divorcio entre la educación y cultura es necesario eliminarlo. Es estos momentos donde la cultura está teniendo un papel importante en la pandemia. Una de las cosas importantes que ha traído esta pandemia es ponernos la cultura (música, teatro, cine, etcétera) delante a todos. Motivado al programa mundial de alejamiento, estos espacios están atravesando una crisis, ya que no pueden hacer sus presentaciones, aunque en contra-respuestas ya existen varios portales (TIC) en América Latina liderados por ministerios de cultura y de otras entidades que están poniendo en línea cosas magníficas como recorridos por museos, cosas que no se hubieran hecho con esta prisa que se ha hecho ahora y con esta gana si no hubiéramos tenido esta pandemia. Aprovechar esta ventana, permite florecer el arte, ya que el acceso el global, mediante la radio, televisión e internet.
 5. A pesar de todo esto, señala Torres (2020), que seguimos pensando que la educación va por un lado y que la cultura va por otro. Mucho de los planes educativos que se han hecho en América Latina, no están teniendo en cuenta estas plataformas virtuales que se están creando. Por lo tanto, es el momento clave para retomar la reconciliación y la unión, que nunca debió separarse entre la educación



- con la cultura.
6. Estamos viendo una crisis que se toman decisiones sobre la educación clásica norte-sur, donde los modelos son globales de arriba abajo. Estamos bajo una crisis de ese paradigma donde tenemos que repensar la educación y, tomar decisiones para rediseñar estrategias relacionadas con el aparato educativo, que al mismo tiempo englobe, políticas educativas, reformas educativas, para el bien del medio. Es imperante que las decisiones tomadas al respecto, exista la participación y consulta con las sociedades y las comunidades envueltas en tal situación.
 7. El paradigma del aprendizaje a lo largo y ancho de la vida en este momento crítico, entrelazados entre casa, familia y comunidad, que es el gran ausente en la pandemia. Todo esto me conlleva al tema del aprendizaje a lo largo y ancho de la vida, el cual es catalogado como un nuevo paradigma que viene proponiendo la UNESCO, hasta ahora no comprendido, no desarrollado en nuestras sociedades. Es importante retomar este paradigma y que no sea simplemente un nombre o una moda lingüística epistemológica. La experiencia de Torres en el área educativo, la hace destacar las dificultades enormes que hay para comprender. No es simplemente darles curso a los adultos, oportunidades de aprendizaje a los jóvenes. Es una visión totalmente diferente de lo que es el aprendizaje, desde el nacimiento hasta la muerte. Es el momento ideal para que esta noción de aprendizaje a lo largo y ancho de la vida pueda ser comprendido.
 8. Las estadísticas nos dicen que el 50% de los hogares no tienen internet en su casa, esto hace ver que es imposible de llegar a todo el mundo. Muchos países en Latinoamérica han incluido el sistema educativo a través de la radio televisión y medios impresos. Países como Ecuador, entre otros se encuentran en planes armados de multimedia, pero su alcance es limitado, según las estadísticas, por lo tanto, no nos asegura que las mismas puedan llegarles a todos y de manera diversificada. El problema de la desigualdad en América Latina pone en entredicho una verdadera distinción entre la educación pública y la particular. Existen brechas en cuanto a organización, digitalización, acceso a internet, dispositivos digitales, etcétera.
- Finalmente, agrega Torres (2020), que en varios de nuestros países las diferencias son muy grandes, sobre todo en materia de sociedad rural, donde resulta alarmante y vergonzoso ver las estadísticas de América Latina y del mundo. En algunos países en el campo rural no tienen acceso a lo que es virtual, el tema tridente (casa-escuela-comunidad) es importante, pero los problemas



de confinamiento y limitaciones, hace que ese esfuerzo no se consolide como parte de

la solución educativo motivado por la aparición del COVID-19.

Relación pandemia- educación virtual

En un estudio realizado por Ardini, Barroso, Contreras y Corzo (2020), con estudiantes de nivel secundario y universitario de la provincia de Córdoba en Argentina, consultados a través de una encuesta en la plataforma Google por el actual contexto de excepcionalidad impuesto por el aislamiento social preventivo y obligatorio frente al COVID-19. Se les preguntó entre otras cosas si tenían experiencia previa utilizando espacios virtuales para el cursado de sus estudios, un 60,3% indicó que era la primera vez y el restante 39,7% que ya había usado algún tipo de plataforma virtual para el aprendizaje.

En relación a este estudio, para la mayoría, la experiencia del aprendizaje virtual es una novedad, aunque, es importante señalar que los estudiantes de manera informal y no sistematizada empleaban previamente

diferentes herramientas en línea para complementar sus estudios presenciales, antes del aislamiento, por ejemplo: WhatsApp para comunicarse y organizarse con sus compañeros, YouTube para encontrar videos relacionados a los temas que estaban estudiando y procesadores de texto digitales como Word o Google Drive para la redacción de sus trabajos.

Esto es lo que el uso particular de las TIC más ha influenciado en la población, lo que se puede considerar común denominador entre la población estudiantil. Este estudio se propuso recabar información sobre las modalidades y experiencias educativas en entornos virtuales, según la perspectiva de los estudiantes en el contexto de la pandemia por COVID-19 en diferentes categorías.

Estrategia Didáctica

El proceso de la enseñanza requiere una organización y planificación por parte del educador, en este orden de ideas, la planeación de las actividades pedagógicas requiere pensar en la metodología y los recursos más indicados para que los contenidos programáticos se puedan desarrollar en los estudiantes de una manera apropiada.

En este sentido, el proceso de la enseñanza emplea estrategias didácticas como parte de su organización en el proceso. Para referirse al concepto de didáctica, es necesario

mencionar la etimología del término, Amós (2000), menciona que “el término didáctica proviene del griego didácticos, que significa el que enseña y concierne a la instrucción” (p.10), por consiguiente, las estrategias didácticas son herramientas útiles que ayudan al educador a comunicar los contenidos planeados y para hacerlos más amigables para la comprensión de los estudiantes.

De acuerdo con Tébar (2003), la estrategia didáctica consiste en “los procedimientos que el agente de enseñanza utiliza en forma



reflexiva y flexible para promover el logro de aprendizajes significativos en los estudiantes” (p.7). Cabe resaltar que existe otra aproximación para definir una estrategia didáctica, para Tobón (2010), las estrategias didácticas son “un conjunto de acciones que se proyectan y se ponen en marcha de forma ordenada para alcanzar un determinado propósito” (p. 90), por ello, en el campo pedagógico específica que se trata de un “plan de acción que pone en marcha el docente para lograr los aprendizajes” (Tobón, 2010), es el plan de acción que requiere que el educador implemente en el contexto actual de la pandemia del COVID-19.

Por lo tanto, son los educadores del siglo XXI, en su nuevo rol docente, los que están

llamados a liderar, a partir de experiencias innovadoras, el desarrollo de las diferentes capacidades en los estudiantes, como son: aprender a trabajar en equipo, empatía, creatividad, comunicación, inclusión, entre otras, apoyadas desde las herramientas TIC. De acuerdo con lo planteado por Hillmayr (2020), en el estudio de investigación realizado sobre el uso de las herramientas digitales en el área de matemáticas, se concluye que “el uso de las herramientas digitales tuvo un efecto positivo en los resultados de aprendizaje de los estudiantes”. De acuerdo con lo anterior, cualquier propuesta que implique cambio y mejora utilizando las TIC se constituye como una innovación al proceso de enseñanza aprendizaje.

Metodología

Para el desarrollo del presente trabajo de investigación se utilizó el enfoque mixto, de acuerdo con lo planteado Bryman (2006), con la mirada y el empleo de los métodos cualitativo y cuantitativo se aplicó en las

instituciones educativas objeto del estudio, las muestras fueron a directivas, docentes incluyendo a alumnos de la Universidad de Guayaquil (UG).

Población

La población objeto de estudio está conformada por: directivas, docentes y

estudiante universitarios pertenecientes a la Universidad de Guayaquil en el Ecuador.

Tabla 1. Población encuestada sobre las TIC medidas y acciones ante COVID-19

Categoría	Distribución de la población
Directivas	5
Profesores	10
Estudiantes	50
Total de encuestados	65

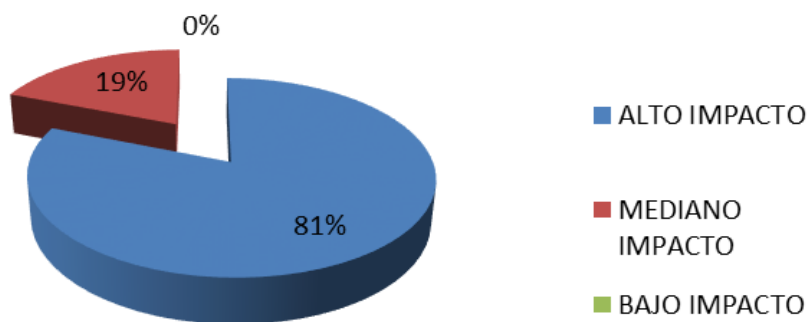
Nota. Elaboración propia.



En la *Tabla 1*, se evidencia a la población que participó en el estudio de la investigación. Los cuales fueron encuestados basados en un cuestionario de preguntas previamente elaborado.

Resultados

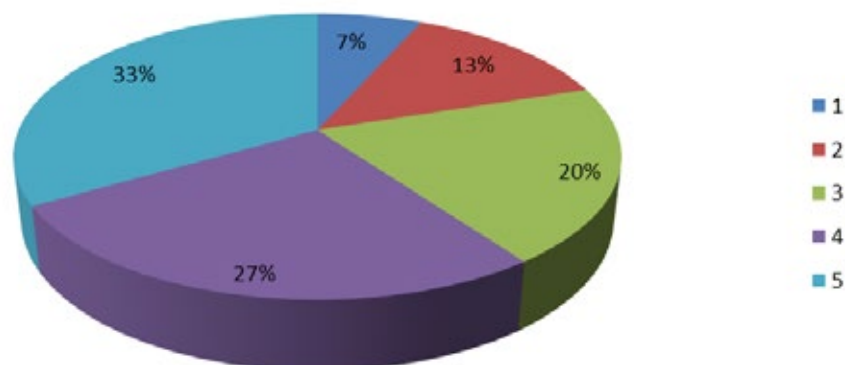
Figura 3. Profesores: ¿La práctica docente en su contexto educativo qué tanto se ha visto impactado por el COVID-19?



Nota. Elaboración propia.

En cuanto los profesores encuestados, la mayoría manifiestan que la práctica educativa ha tenido un alto impacto por causa de la pandemia del COVID-19 (81%). Mientras que el resto dijo que el impacto fue medio (19%).

Figura 4. Docentes: En una escala del 1 al 5, siendo 1 el más bajo y 5 el más alto, ¿Cree que el proceso de enseñanza aprendizaje de su clase con los estudiantes se ha visto afectada por el COVID-19?



Nota. Elaboración propia.

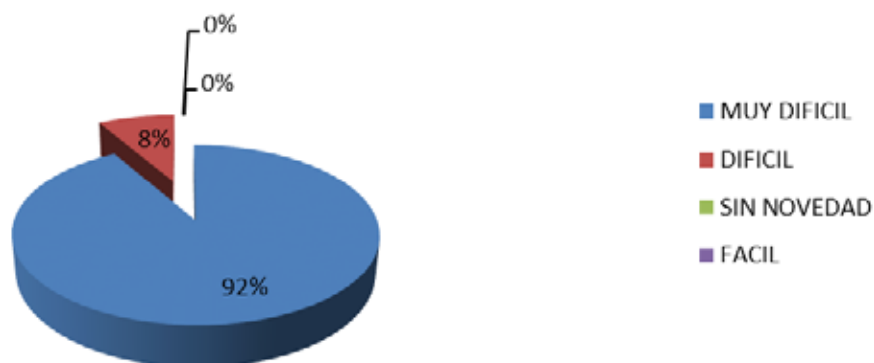
De la población docente estudiada el 33% considera que el proceso de enseñanza



aprendizaje de las clases con los estudiantes se ha visto afectada por el COVID-19. En cambio, un 27% opina que fue afectada en su mayoría, otro 20% dice que se vio afectada

en cierta medida, mientras que un 13% indicó que fue muy poca la afectación, y por último, un 7% afirma que casi no afecto en nada a la formación de los alumnos.

Figura 5. Docente: ¿Qué tan difícil ha sido adaptarse al nuevo rol docente en los procesos enseñanza - aprendizaje en su contexto educativo?



Nota. Elaboración propia.

De la población docente encuestada, la gran mayoría piensa que ha sido muy difícil adaptarse en los procesos de enseñanza - aprendizaje en su contexto educativo (92%). Asimismo, un porcentaje pequeño de los

encuestados (8%) respalda que también fue difícil la adaptación a las nuevas formas de impartir el conocimiento a los alumnos.

Discusión y resultados

La situación mundial de pandemia decretada por la OMS durante el primer trimestre del 2020 causó una precipitada cambio en los entornos virtuales de aprendizaje, sacudió las bases de la normalidad acostumbrada del sistema educativo. Lo que salió a la luz, fue un esfuerzo inagotable por parte de los docentes, quienes se entregaron con creatividad y valentía a la ardua tarea de cumplir sus funciones en un ambiente para muchos desconocidos. Se manifestó, además,

el deseo de aprender, expresarse y comunicarse por parte de los estudiantes, junto a una manifestación de insuficiencias y desafíos, que ponen en evidencia la distancia entre la situación actual y la deseada.

El tiempo de consumidores pasivos, de ciudadanos pasivos, de estudiantes pasivos no pudo resistir a la consolidación de los ambientes digitales y la conexión global e instantánea de la comunicación digital interactiva, sin embargo, no hay que confundir



la posibilidad de auto gestionar con el criterio para hacerlo. Las personas pueden auto gestionar su experiencia comunicativa, pero eso no les infunde automáticamente la capacidad para el logro de sus objetivos ni tampoco se garantiza una participación y una comunicación genuina por la mera introducción de la tecnología.

La autogestión es también un aprendizaje y en un entorno cambiante y desafiante se hace cada vez más necesario que los estudiantes aprendan a aprender para un mundo en constante transformación que exige soluciones cada vez más creativas para problemas cada vez más complejos. El aburrimiento, la confusión y la frustración, no son emociones surgidas espontáneamente como consecuencia únicamente de la pandemia por COVID-19. Como en todos los ámbitos de la sociedad, el periodo de aislamiento magnificó el impacto de problemas estructurales que el sistema educativo arrastraba desde hace tiempo, sin solución o con intentos

Conclusiones

Debido a situación presentada por la pandemia COVID-19, la UNESCO (2020), recalca que el 91% de los estudiantes y población del mundo está siendo afectado. Por tal motivo el educador debe tomar un nuevo rol incluyendo a las TIC frente aislamiento preventivo obligatorio en las instituciones educativas y empresas esto como medida de prevención contra más contagios. Como lo propone Freire (1997), “La educación no cambia al mundo: cambia a las personas que van a cambiar el mundo” (p. 60).

Sin duda, en el contexto actual de la

tímidos de superación.

La recolección de la información se generó a través de muestras tomadas de la población perteneciente a la Universidad de Guayaquil, de entrevistas e interacciones con los docentes educativos en septiembre de 2020, de todas las facultades y carreras que conforman la institución. La población de la investigación estuvo conformada por 50 docentes adscritos a la institución de Educación Superior.

Los resultados de las encuestas se procesaron en la herramienta de *Google Form* y se generó de manera automática la tabulación en una hoja de *Excel* y se presentaron en tablas de frecuencia y gráficos estadísticos para una mejor interpretación y análisis y se aprecian las respuestas de los docentes de la Universidad de Guayaquil. Los resultados evidencian que el 100% de los encuestados reconocen la relevancia e impacto que tienen las TIC en el ámbito educativo.

modalidad virtual, los docentes han tenido que empezar un proceso de alfabetización funcional en el conocimiento y manejo de las herramientas TIC para poder ser implementadas como estrategias didácticas en el proceso formativo con sus estudiantes, por lo tanto, el propósito de integrar las TIC en los espacios de formación es mejorar el proceso de enseñanza aprendizaje, dando un uso oportuno y dinámico al proceso, por tal motivo, se hace necesario incentivar, a los educadores, en el uso de los recursos tecnológicos a través de capacitación en las



competencias tecnológicas para docentes propuestas el Ministerio de la Educación en Ecuador.

La articulación de las herramientas TIC en el contexto virtual de las clases generada por los educadores, ha dado un nuevo impulso a los procesos pedagógicos, creando experiencias significativas innovadoras para los estudiantes en su proceso de aprendizaje, claro está, evitando caer en la transferencia de información académica y procurar optar por modelos educativos flexibles (Villafuerte, 2019), para ratificar la formación humanizadora en el contexto del aislamiento preventivo obligatorio.

Durante el estudio de la investigación, en las instituciones educativas impactadas, se axioma que el COVID-19 ha generado un desastre en el sistema educativo, por tal razón, las directivas deben tener como alternativas de aprendizaje efectivo el modelo de educación en modalidad virtual como valor agregado a su propuesta educativa a partir del crecimiento de las competencias TIC en el desarrollo profesional docente.

Generalmente, se tiene previsto que tomar decisiones enfocadas y a tiempo, la cual trae como consecuencia capacidad de respuesta positiva acorde a las complejidades y situaciones que se presentan en un momento determinado. En este caso, una vez confirmada el COVID-19 como pandemia por parte de la OMS, comenzaron a surgir una serie de medidas y estrategias direccionadas a diferentes sectores que ameritaban un cambio drástico en su cotidianidad, para poder sobrellevar tal situación sanitaria.

Todo se ha visto afectado no hay más una normalidad tal como lo habíamos conocido, los sistemas educativos se han conmocionado y deben responder de manera emergente para tratar de ofrecer alguna opción educativa a los niños y jóvenes que desde su casa deben estar siguiendo estas orientaciones educativas.

Los padres y madres de familia tienen que hacer esfuerzos adicionales a los que ya están haciendo por la emergencia, para tratar que sus hijos reciban estos servicios educativos. Asimismo, los niños y jóvenes en esta situación deben hacer grandes esfuerzos para tratar de entender la dinámica que está imponiendo y todo esto en un contexto de una enorme desigualdad educativa, que hace que estas ofertas educativas se están abriendo se distribuyan de una manera sumamente desigual.

Las decisiones y opciones que surgen desde las escuelas no pueden ser determinadas como acertadas, debido a las innumerables situaciones de desviación que existían en el sector y que no fueron atacadas en su debido tiempo, para evitar contrastes y desigualdades que están afectando a la población estudiantil del mundo. Aunado a esto, tomar decisiones en el ámbito educativo, donde se plantea emplear a las TIC como alternativa para difundir el aprendizaje y el conocimiento, parecía una buena señal para enfrentar la crisis, sin embargo, destacamos situaciones colaterales que están afectando al sistema virtual como alternativa de alcance educativo.

Entre las situaciones que podemos señalar, están las propuestas por Fajardo (2020), quien conforma que la crisis ya existiera a la llegada



del COVID-19. Por esas razones ya se evidenciaba como el proceso educativo evolucionaba muy despacio y con inconsistencias.

Se tenía que comprender intrínsecamente las verdaderas causas que originaban la crisis actual, para luego evaluar las decisiones en cuanto a la implementación de las TIC y que su impacto inicial no fuera traumático para todos los involucrados en el nuevo proceso de aprendizaje y conocimiento de los estudiantes (maestros, profesores, alumnos y padres de familia o representantes).

A todas estas lo que Fajardo (2020), quería enfatizar, era que la implantación de las TIC

solo agravaría el sistema educativo que ya estaba colapsado. Sincerar la paridad existente para disminuir las brechas de equidad y calidad era esencial analizarlos desde tiempo atrás. El COVID-19, toma por sorpresa a muchos Estados, sobre todo aquellos más vulnerables al sector salud y educativo. Donde sus esfuerzos han sido desproporcionales a las necesidades de los ciudadanos.

La falta de preparación del sistema que se está empleando en torno a las TIC están siendo manejados y recibidos por personas que no se encuentran capacitados para ejercer esta función.

Bibliografía

- Amós, J. (2000). *Didáctica Magna*. México: Editorial Porrúa. http://www.terras.edu.ar/biblioteca/11/11DID_Fernandez_Engueta_Unidad_1.pdf
- Arrieta, R., Flores, M. y Martínez, O. (2010). Articulación Pedagogía – Tecnología: Un Medio para Mejorar las Competencias del Lenguaje y la Comunicación. *Barranquilla, Educosta*. (11), 143-146. <https://revistas.ugca.edu.co/index.php/sophia/article/view/347>
- Agostino, D., Arnaboldi, M. y Lema, M. D. (2020). New development: COVID-19 as an accelerator of digital transformation in public service delivery. *Public Money & Management*, 1-4.
- Arroba, J. (2000). ¿Cuándo y cómo se hace un sondeo flash? *Chasqui. Revista Latinoamericana de Medicina Clínica*, 155(9), 417.
- Asamblea Nacional Constituyente de Ecuador. (2008). Constitución de la República del Ecuador.
- Barráez, D. (2020). La educación a distancia en los procesos educativos: Contribuye significativamente al aprendizaje. *Revista Tecnológica-Educativa Docentes 2.0*, 8(1).
- Bausà, M. V., Peris, R. B. y Corominas, H. (2020). Reacciones cruzadas entre factor reumatoide e IgM SARS-CoV-19.
- Bryman, A. (2006). Integrating quantitative and qualitative research: how is it done? *Qualitative Research*, (6) 97-113. <https://doi.org/10.1177/1468794106058877>
- Carbonell, J. (2002). *La aventura de innovar. El Cambio en la Escuela*, Ediciones Morata. <https://vdocuments.mx/carbonell-j-2006-la-aventura-de-innovar>



- el-cambio-en-la-escuela.html
- Coll, C. (2008). Aprender y enseñar con las TIC: expectativas, realidad y potencialidades. *Boletín de la Institución Libre de Enseñanza*, (72). 1-23. <https://www.educ.ar/recursos/70819/aprender-y-ensenar-con-las-tic-expectativas-realidad-y-potencialidades>
- Chacín, A. J. P., González, A. I. y Peñalosa, D. W. (2020). Educación superior e investigación en Latinoamérica. *Comunicación* (70).
- Contreras, J. L. R., Pabón, J. C. R. y Ríos, G. M. V. (2017). Importancia de las Tic en enseñanza de las matemáticas. *Revista MATUA*, 4(2).
- Davies, N. G., Kucharski, A. J., Eggo, R. M., Gimma, A., Edmunds, W. J., Jombart, T., O'Reilly, K., Endo, A., Hellewell, J. y Nightingale, E. S. (2020). Effects of non-pharmaceutical interventions on COVID-19 cases, deaths, and demand for hospital services in the UK: a modelling study. *The Lancet Public Health*, 5(7), e375- e385.
- Delgado, J., García, C., Guaicha, K. y Prado, M. (2020). La Webquest como herramienta didáctica para potenciar el pensamiento crítico en la formación de estudiantes universitarios. *Revista Tecnológica-Educativa Docentes 2.0*, 9(1), 49-55. <https://doi.org/10.37843/rted.v9i1.96>
- Echeverría J. (2000). Educación y tecnologías telemáticas. *Revista Ibero Americana*, (24), 3-8. <https://rieoei.org/historico/documentos/rie24a01.htm>
- Flaxman, S., Mishra, S., Gandy, A., Unwin, H. J. T., Mellan, T. A., Coupland, H., Whitaker, C., Zhu, H., Berah, T. y Eaton, J. W. (2020). Estimating the effects of non-pharmaceutical interventions on COVID-19 in Europe. *Nature*, 584(7820), 257-261.
- García, M., Reyes, J. y Godínez, G. (2018). Las TIC en la educación superior, innovaciones y retos / The ICT Hernández-Sampieri, R. y Mendoza-Torres, C. (2018). Metodología de la Investigación. Editorial Mc Graw-Hill: Hou, H., Wang, T., Zhang, B., Luo, Y., Mao, L., Wang, F., Wu, S., & Sun, Z. (2020). Detection of IgM and IgG antibodies in patients with coronavirus disease 2019. *Clinical & translational immunology*, 9(5), e1136.
- Imai, N., Gaythorpe, K. A., Abbott, S., Bhatta, S., van Elsland, S., Prem, K., Liu, Y. y Ferguson, N. M. (2020). Adoption and impact of non-pharmaceutical interventions for COVID-19. *Wellcome Open Research*, 5. in higher education, innovations and challenges. *RICSH Revista Iberoamericana de las Ciencias Sociales y Humanísticas*, 6(12), párr.17. <https://doi.org/10.23913/ricsh.v6i12.135>
- Jaramillo Chacon, G. (2016). *Urgencias neuropsiquiátricas en el paciente adulto mayor atendidas en el Instituto de Neurociencias de la Junta de Beneficiencia de Guayaquil 2014*. (Tesis de pregrado. Universidad de Guayaquil).
- Levano, L., Sánchez, S., Guillén, P., Tello, S.,



- Herrera, N. y Collantes, Z. (2019). Competencias digitales y educación. *La Scientific Electronic Library Online*, 7(2). <http://dx.doi.org/10.20511/pyr2019.v7n2.329>
- Ley Orgánica de Educación Intercultural. (2011).
- Ley Orgánica de Educación Intercultural. (2017).
- López, D., González Orellana, M., García, E., Ramírez de Bello Suazo, A. L., Urrutia, J., Escobar Salmerón, J. E. y Saz, C. (2020). *COVID-19: Una mirada interdisciplinaria a la pandemia*. México.
- Reglamento general a la Ley Orgánica de Educación superior. 2019. Decreto Ejecutivo 742. Transición al uso de tecnologías digitales por Covid-19. *Revista de ciencias sociales*, 26(3), 98-117.
- UNESCO. (2020). Coalición Mundial para la Educación COVID-19. <https://es.unesco.org/covid19/globaleducationcoalition>
- Universidad de Guayaquil. (2020a, mayo). Memorando Nro. UG-CFAP-2020-0980-M. www.unir.net/educacion/revista/el-necesario-desarrollo-de-la-competencia-digital-del-profesorado/



Capítulo 5

Los comportamientos online de los ecuatorianos durante el confinamiento 2020

Erik Alexander Cumba Castro

erik06profcontact@gmail.com

<https://orcid.org/0000-0002-0438-4377>

Introducción

El 11 de marzo de 2020, la Organización Mundial de Salud (OMS), declaró formalmente la emergencia sanitaria global, debido a la propagación del virus del SARS-CoV-2, que es la causante de la enfermedad del covid-19. Esto ocasionó que muchos países entraran en un estado de excepción para evitar la transmisión de esta enfermedad en la población.

Basado en esta realidad mundial, el 17 de marzo de 2020, el gobierno del Ecuador decretó un estado de excepción en todo el territorio nacional. En la que se estableció la restricción de la libertad de tránsito y movilidad a nivel nacional (Decreto Presidencial N° 1017 de 2020). De modo que, estas medidas implicaron que la población entre en una cuarentena de manera obligatoria, lo cual hizo que muchas de las actividades se paralicen por un largo lapso, exceptuando, aquellas personas que prestan servicios básicos de salud, seguridad, banca, y otros servicios necesarios para combatir la propagación del covid-19.

En este sentido, la mayoría de las

actividades presenciales tuvieron que realizarse a través de medios telemáticos, esto con el fin de que no se paralice por completo la productividad del país. De acuerdo con el Decreto Presidencial No. 1017, Art. 6, menciona que la suspensión de la jornada presencial de trabajo es para todos los trabajadores del sector público y privado. Por lo que los servidores públicos y empleados en general, deberán acogerse a la modalidad de teletrabajo en todo el territorio nacional (Decreto Presidencial N° 1017 de 2020). De esta manera, el internet se convirtió en el medio principal para mantener activa las diferentes áreas de producción, tanto en el ámbito público como privado.

Sin embargo, no toda la población ecuatoriana tiene acceso a internet fijo. Según el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, a nivel nacional, el 53,2% de los hogares cuenta con acceso a internet (INEC, 2020). A pesar de eso, la penetración de internet en la población es uno de los más altos en la región, de acuerdo con Internet World Stats, en el



Ecuador existe un promedio del 80,2% de penetración a internet, es decir, 14.340.687 de usuarios con acceso a conectividad, superando a países como Argentina (78,6%), Chile (77,0%) y Brasil (65,9%). En cambio, en lo que se refiere a internet móvil, se registra un total de 14.780.730 suscripciones a telefonía móvil (Internet World Stats, 2020).

Otro factor que se debe de considerar es la velocidad del internet, según el informe mensual Speedtest Global Index, en diciembre de 2020, el Ecuador se encontraba en el puesto 103, de 174 países, con una velocidad promedio de 28.65 Mbps, esto en lo que se refiere a banda ancha fija. Mientras que, en internet móvil se ubica en la posición 100, de 138 países, con una velocidad de 20.91 Mbps (Ookla, 2020). Todos estos indicadores muestran que el Ecuador tiene ciertas falencias en sus telecomunicaciones, ya que, al no contar con un alto porcentaje de acceso a internet, falta de cobertura y velocidad, es poco probable que la población ecuatoriana pueda mantener con normalidad la productiva en el confinamiento.

Por lo tanto, el actual manuscrito plantea como objetivo principal; examinar distintos resultados empíricos de investigaciones cuantitativas acerca de los comportamientos online en Ecuador durante el periodo de

confinamiento 2020. Por otra parte, de manera específica, se busca comparar datos previos a la declaratoria oficial de toque de queda en Ecuador, versus los hallazgos que se generando durante el periodo de confinamiento 2020.

Vale aclarar que el periodo de estudio del presente trabajo se enmarca desde el inicio del confinamiento hasta el final del año 2020, pero cada variable fue examinada bajo sus propios intervalos de tiempo. Esto se debe a ciertas limitaciones que se suscitaron en el momento de la obtención de los datos, los cuales se extrajeron de varios organismos y empresas dedicadas al ámbito tecnológico.

La metodología que se llevó a cabo es de tipo descriptiva, por lo que se encuentra cimentada en una revisión bibliográfica a diferentes estudios empíricos que están relacionados a los comportamientos de los usuarios en internet, cuyos resultados son publicados de manera abierta mensualmente. Para la ejecución de este análisis, se aplicó el método analítico, con el fin de descomponer cada una de las variables que se vinculan a los hábitos de consumo de plataformas digitales en Ecuador. Adicional a eso, se utilizó el método sintético para construir una teoría sobre los comportamientos online de los ecuatorianos en época de confinamiento.

1. Equipos tecnológicos más usados para conectarse a Internet

Según los datos de la empresa Statcounter, durante el mes de marzo de 2020, los equipos de escritorio fueron los más utilizados por los ecuatorianos para navegar en internet, con un porcentaje de 69,04% de la cuota de mercado de usuarios. En cambio, los teléfonos

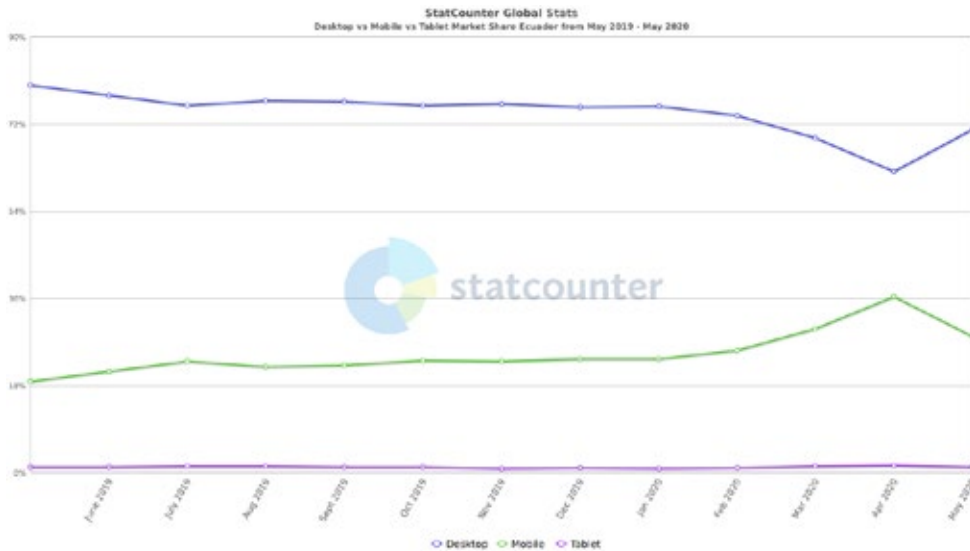
móviles registraron un 29,75% de la cuota de mercado de usuarios en la misma fecha. Mientras que las Tablet, mostraron una cifra de 1,21% de la cuota de mercado de usuarios, lo cual se puede apreciar en la *Figura 1*.



Capítulo 5

Los comportamientos online de los ecuatorianos durante el confinamiento 2020

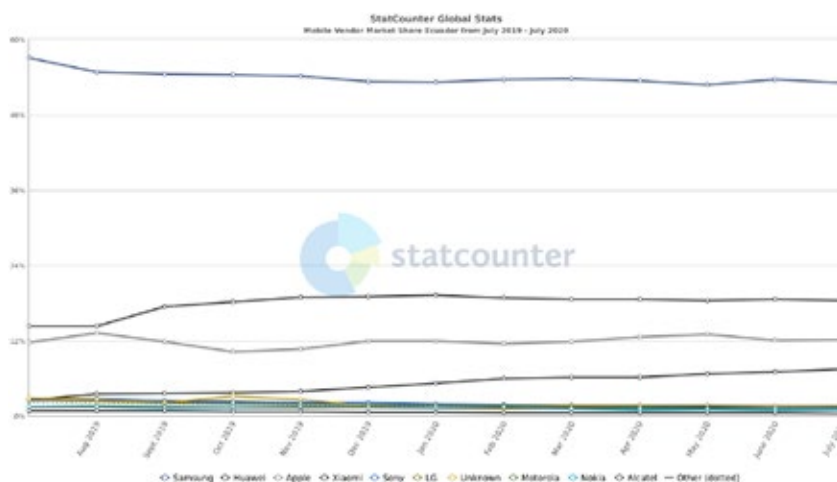
Figura 1. Cuota de mercado de Equipo de escritorio vs. Móvil vs. Tablet en Ecuador (mayo 2019 – mayo 2020).



Nota. Reproducido de Desktop vs Mobile vs Tablet Share, por Statcounter, 03 de junio de 2020, (<https://gs.statcounter.com>). Todos los derechos reservados 2020 por licenciatario. Reproducido con permiso del autor.

Adicional a eso, se observa en la *Figura 2*, que la marca de telefonía móvil que más dominó el mercado ecuatoriano durante el mes de marzo fue Samsung, con un porcentaje de 53,81% de la cuota de mercado de usuarios. Luego le siguen marcas como Huawei (18,61%), Apple (11,87%), Xiaomi (6,24%), Sony (1,74%), LG (1,70%), Motorola (1,44%), Nokia (1,20%), Alcatel (0,58%), entre otros.

Figura 2. Cuota de mercado de marcas de telefonía móvil en Ecuador (julio 2019 – julio 2020)



Nota. Reproducido de Mobile Vendor Market Share, por Statcounter, 02 de agosto de 2020, (<https://gs.statcounter.com>). Todos los derechos reservados 2020 por licenciatario. Reproducido con permiso del autor.



Todo apunta a que los equipos de escritorio siguen siendo la plataforma principal para conectarse a internet. Sin embargo, los teléfonos móviles cada día van aumentando su cuota de mercado en Ecuador. Al parecer la pandemia generó un leve cambio en el comportamiento online de los ecuatorianos, ya que se evidencia un repentino aumento de usuarios de telefonía móvil entre los meses de febrero (25,27%) y marzo (29,75%) de un 4,48% de la cuota de mercado de usuarios. Mientras que los equipos de escritorio, por esas mismas fechas disminuyeron en un 4,73% de usuarios. Esta tendencia que presentaron ambas plataformas se sostuvo así hasta abril, como se puede apreciar en la *Figura 1*.

Por otro lado, el informe anual de Tecnologías de la Información y Comunicación elaborado por el INEC indica que, en el 2020, hubo un aumento de 2,0% de hogares con computadora de escritorio en comparación con el año 2019. Mientras que los computadores portátiles (Tablet y laptops) incrementaron en un 2,8% a nivel nacional. En lo que respecta a telefonía móvil, hay un aumento de 3,0% de celulares activados con relación al 2019, de ese porcentaje (62,9% de la población tiene un celular activado) el 81,8% de ellos tiene un teléfono inteligente activado (INEC, 2020).

Es importante aclarar que las cifras de la empresa Statcounter son diferentes a las del INEC, debido a que tienen formas distintas de recabar la información. De acuerdo con la empresa Statcounter, su metodología se basa

en la recolección de datos a través de un código de seguimiento que está instalado en más de 2 millones de sitios web en todo el mundo. En el caso particular de Ecuador, el tamaño de la muestra es de 25.822.255 páginas web que, cada mes, registran la visita de los usuarios que ingresan a estos sitios, en la que se analizan varios tópicos (Statcounter, 2015). En cambio, el INEC para elaborar el informe 2020, manejó una muestra de 12.060 viviendas censadas, cuyo levantamiento de información fue en diciembre (INEC, 2020).

Si bien, cada entidad tiene su propia metodología para elaborar sus informes. Ambas coinciden en que durante el confinamiento 2020, se mostró un aumento considerable de usuarios de telefonía móvil. Aunque este fenómeno no es relativamente nuevo, existen investigaciones de años anteriores que demuestran como los dispositivos móviles están en constante crecimiento en el Ecuador. Cada vez es más frecuente el uso de dispositivos móviles con acceso a internet, lo cual ha desatado una completa revolución en las dinámicas sociales, en el entorno familiar, y en el ámbito empresarial, donde se observa que hay una demanda alta de profesionales dedicados a esta área del manejo de la información (Luque González y Herrero García, 2019). La pandemia provocó que se terminara de consagrar el uso de la telefonía móvil en el Ecuador, desplazando de cierta manera a los equipos de escritorio.

2. Sistemas operativos instalados con mayor frecuencia

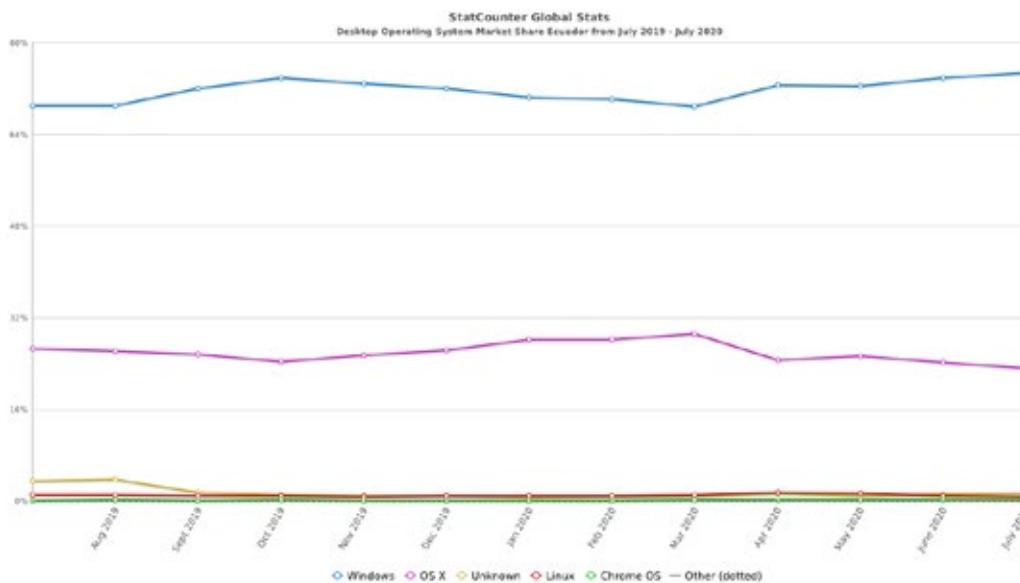
Los datos de la empresa Statcounter muestran que, en lo respecta a sistemas



operativos para equipos de escritorio, Windows sigue siendo el líder absoluto, con un porcentaje de 68,8% de la cuota de mercado de usuarios de Ecuador, esto durante el mes de marzo del 2020, lo cual se puede visualizar

en la *Figura 3*. Donde se observa una amplia diferencia de sus competidores como; OS X (29,15%), Linux (1,05%), Sistemas desconocidos (0,92%)¹, Chrome OS (0,09%), entre otros.

Figura 3. Cuota de mercado de sistemas operativos de escritorio en Ecuador (julio 2019 – julio 2020)



Nota. Reproducido de OS Market Share, por Statcounter, 03 de agosto de 2020, (<https://gs.statcounter.com>). Todos los derechos reservados 2020 por licenciario. Reproducido con permiso del autor.

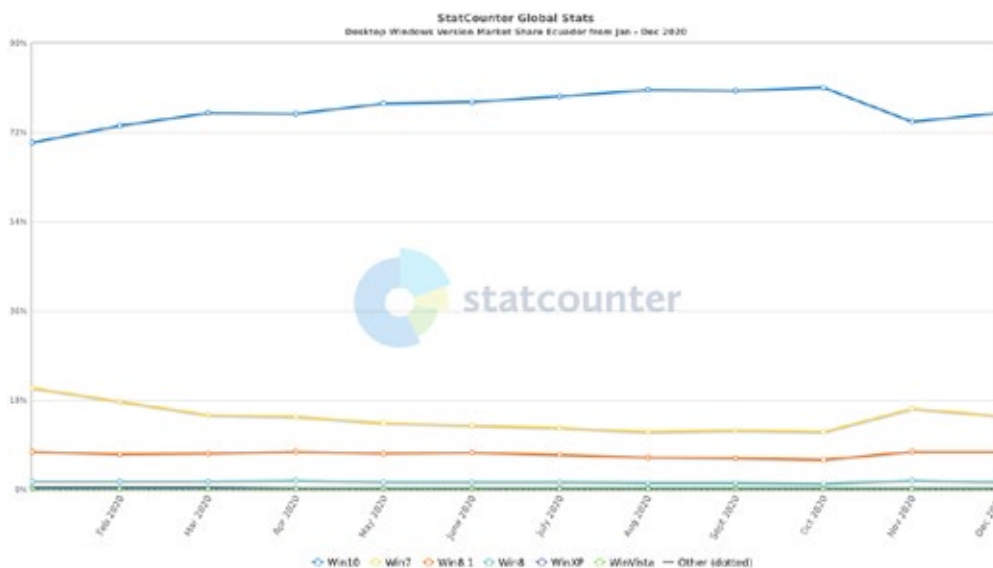
Además, los datos señalan que Windows 10 es la versión más instalada de los sistemas operativos para escritorio que pertenecen a la compañía de Microsoft, con un porcentaje de 75,82% de la cuota de mercado de usuarios, esto durante el mes de marzo de 2020, lo cual

se puede apreciar en la *Figura 4*. Dejando muy por debajo a sus antiguas versiones como Windows 7 (15,02%), Windows 8.1 (7,28%), Windows 8 (1,53%), Windows XP (0,26%), Windows Vista (0,08%), entre otras.

¹ Sistemas desconocidos: Se refiere a sistemas operativos que no están basados en el núcleo de Linux como; FreeBSD, OpenBSD, Unix, etc.



Figura 4. Cuota de mercado de versión de Windows de escritorio en Ecuador (enero - diciembre 2020)



Nota. Reproducido de OS Market Share, por Statcounter, 04 de enero de 2021, (<https://gs.statcounter.com>). Todos los derechos reservados 2020 por licenciatario. Reproducido con permiso del autor.

A pesar de que el confinamiento obligó a muchas personas a que abandonaran sus oficinas y aulas de clases, lo cual llevó a que se fomente el Teletrabajo y la Teleeducación, haciendo que algunos tengan que adquirir nuevos equipos para poder continuar con sus labores y estudios. Este comportamiento no hizo que se genere cambios en las preferencias de consumo de sistemas operativos. Ya que Windows, sigue manteniéndose como el sistema operativo más instalado en equipos de escritorio en el Ecuador. De hecho, se observa un leve crecimiento de usuarios de Windows entre los meses de marzo (68,80%) y abril (72,55%), de un 3,75% de la cuota de mercado, como se puede apreciar en la *Figura 3*. Mientras que su mayor competidor OS X, disminuyó drásticamente sus usuarios en un 4,60% de la cuota mercado. En cambio, los sistemas operativos como Linux (+0,42%), Sistemas desconocidos (+0,36%), y Chrome OS (+0,06%), aumentaron su cuota de mercado

de usuarios en el mes de abril.

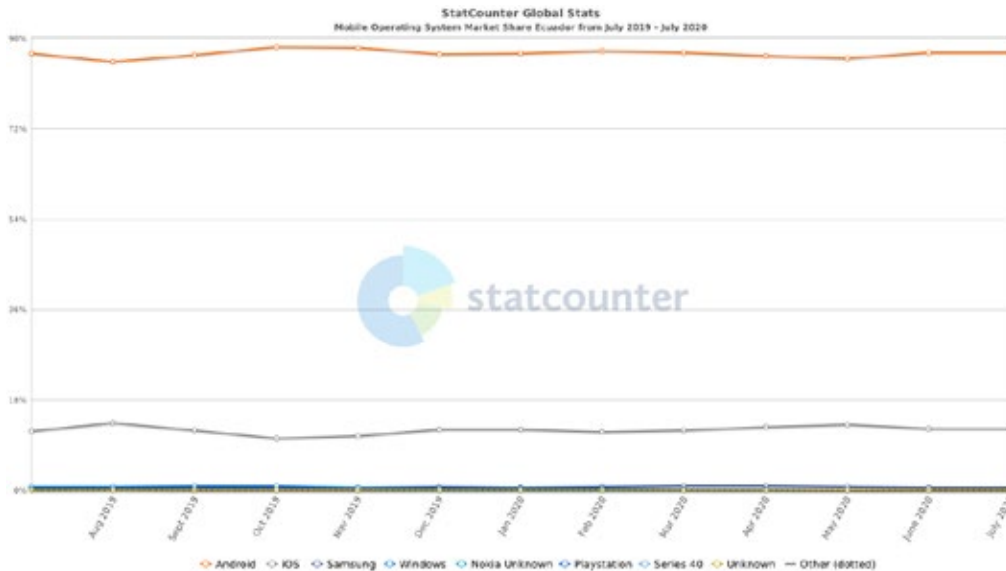
Lo anterior demuestra que, Windows sigue controlando el mercado de los sistemas operativos en Ecuador. Es muy difícil de que cambie esta tendencia, ya que existen varios factores que inciden en ello, como: la falta de conocimiento sobre lo digital, el costo de los equipos, etc. Todo esto ha causado que Windows logre convertirse en un monopolio difícil de regular. Empresas como Microsoft tienen el control total del mercado de los sistemas operativos, pues indirectamente el usuario termina pagando por una licencia que ni siquiera sabe si realmente la deseaba al momento de adquirir un computador (González Galindo, 2017).

Por otro lado, en lo que se refiere a sistema operativos para teléfonos móviles, Android sigue siendo el principal sistema operativo para los smartphones, con un porcentaje de 87,05% de la cuota de mercado de usuarios en Ecuador, esto durante el mes de marzo de



2020, como se puede observar en la *Figura 5*. Dejando muy por debajo a sus competidores como iOS (11,87%), Samsung (0,81%), Windows (0,19%), PlayStation (0,03%), Desconocidos (0,02%)², BlackBerry OS (0,02%), Nokia OS desconocido (0,00%), entre otros.

Figura 5. Cuota de mercado de sistemas operativos móviles en Ecuador (julio 2019 - julio 2020)



Nota. Reproducido de OS Market Share, por Statcounter, 03 de agosto de 2020, (<https://gs.statcounter.com>). Todos los derechos reservados 2020 por licenciatario. Reproducido con permiso del autor.

Al parecer el confinamiento no ocasionó casi ningún cambio significativo en los comportamientos de consumo de sistemas operativos para telefonía móvil, Android se sigue manteniendo como el sistema operativo más usado por los ecuatorianos. Es necesario resaltar que, se evidencia una muy leve disminución de usuarios en Android, entre los meses de marzo (87,05%) y abril (86,43%) de un 0,62% de la cuota de mercado. De la misma manera ocurrió con sus competidores como Samsung (-0,08%) y Windows (-0,04%), con excepción de iOS (+0,72%) y Nokia OS desconocido (+0,02%) que aumentaron su cuota de mercado de usuarios en abril, mientras que el resto de los sistemas operativos

se mantuvieron con igual porcentaje que los meses anteriores como se puede apreciar en la *Figura 5*.

No cabe duda Android, en la actualidad es el líder del mercado de los sistemas operativos para telefonía móvil, debido a que viene preinstalado en las marcas de celulares más usados en el mundo. Lo que obliga a los usuarios a depender de este sistema operativo y sus demás productos de la empresa Google. Si bien, Android es un sistema abierto y de libre modificación, no obstante, Google combina en conjunto con otras series de aplicaciones que son exclusivas de ellos, un acuerdo que permite instalar aplicaciones de terceros en los dispositivos Android, bajo

² Desconocidos: se refiere a sistemas operativos para móviles que son de software libre como Ubuntu Touch.

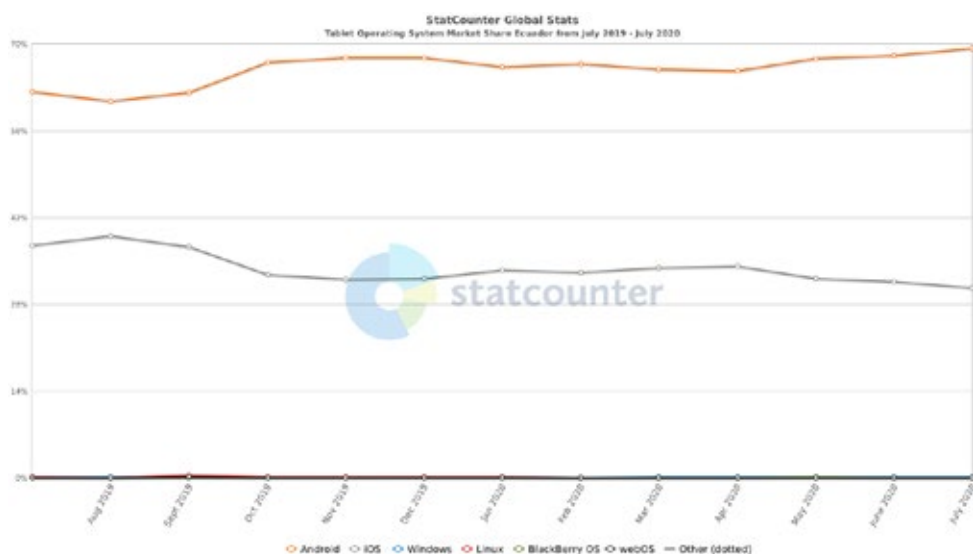


ciertos parámetros, los cuales han sido cuestionados duramente por la Comisión Europea (García Gancedo, 2017).

Por otra parte, en lo corresponde a Tablet, se repite nuevamente el mismo resultado, Android es el que encabeza la lista de sistemas operativos más usados en Tablet, con un porcentaje de 65,87% de la cuota de mercado

de usuarios en Ecuador, esto en lo que se refiere al mes de marzo de 2020, lo que se puede apreciar en la *Figura 6*. Marcando una cierta diferencia porcentual con sus competidores como iOS (33,90%), Windows (0,15%), BlackBerry OS (0,04%), Linux (0,03%), entre otros.

Figura 6. Cuota de mercado de sistemas operativos de Tablet en Ecuador (julio 2019 - julio 2020)



Nota. Reproducido de OS Market Share, por Statcounter, 03 de agosto de 2020, (<https://gs.statcounter.com>). Todos los derechos reservados 2020 por licenciatarario. Reproducido con permiso del autor.

Durante los primeros meses del confinamiento, no se observa que la pandemia haya afectado en gran medida a los comportamientos de los usuarios del sistema operativo Android, pero si se muestra una muy leve baja de usuarios entre los meses de marzo (65,87%) y abril (65,64%) de un 0,23% de la cuota de mercado. Mientras que sus competidores como iOS (+0,26%), y Linux (+0,01%) obtuvieron un ligero crecimiento de usuarios por esas mismas fechas. En cambio, sistemas operativos como Windows (-0,02%), y BlackBerry OS (-0,02%) registraron una

reducción de su cuota de mercado de usuarios, aquello se puede visualizar en la *Figura 6*.

Todo apunta a que Android domina el mercado de los sistemas operativos en Tablet, el motivo de esto se debe a que la mayoría de las marcas fabricantes de este tipo de equipos, vienen ya preinstalado el sistema operativo Android, algo similar a lo que sucede con los teléfonos móviles, lo cual hace que el usuario no tenga la oportunidad de elegir el sistema operativo de su preferencia, convirtiéndolos en dependientes de los productos de Google. De acuerdo con García:



Google otorga incentivos financieros a aquellos fabricantes que preinstalan las aplicaciones de Google. Una condición de exclusividad, que impide a sus competidores hacerse hueco en el mercado al otorgar incentivos sólo si se preinstalan servicios de Google, y no de otros (García Gancedo, 2017, p. 156).

De esta manera, los fabricantes de dispositivos móviles y Tablet no les queda otra opción que cumplir con los acuerdos establecidos con la empresa Google, lo que

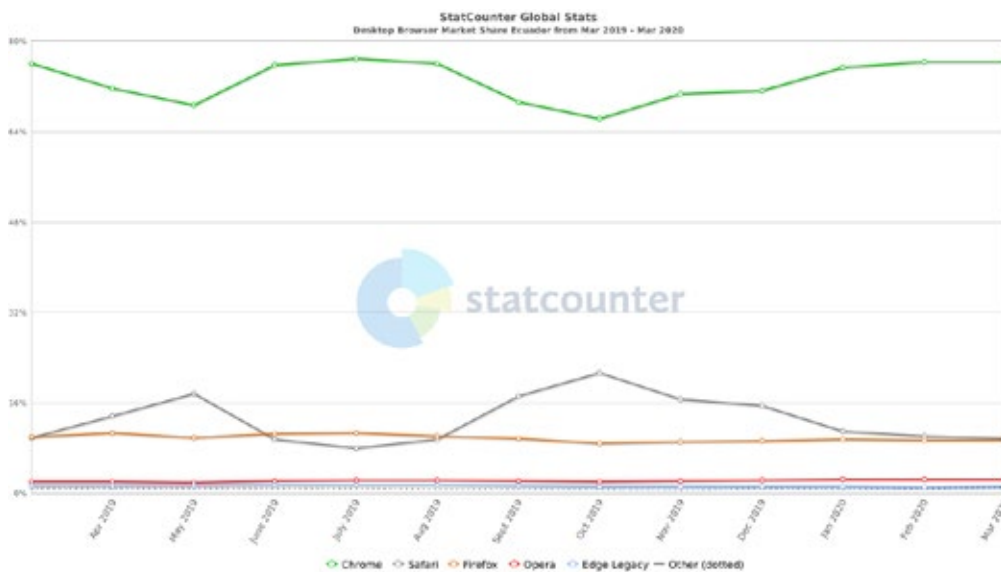
provoca que no se pueda optar por otras alternativas que permitan salir de los dominios de Android.

3. Navegadores preferidos

El navegador Chrome fue el más utilizado por los ecuatorianos durante las dos primeras semanas de la cuarentena, esto a través de computadores de escritorio, con un porcentaje de 76,28% de la cuota de mercado de usuarios en Ecuador, en lo que respecta al mes de marzo

de 2020, según datos de la empresa Statcounter, lo cual se puede apreciar en la *Figura 7*. Superando con una amplia diferencia a los otros navegadores como: Safari (9,68%), Firefox (9,43%), Opera (2,48%), Edge (0,40%), entre otros.

Figura 7. Cuota de mercado de navegadores de escritorio en Ecuador (marzo 2019 - marzo 2020)



Nota. Reproducido de Browser Market Share, por Statcounter, 06 de abril de 2020, (<https://gs.statcounter.com>). Todos los derechos reservados 2020 por licenciario. Reproducido con permiso del autor.

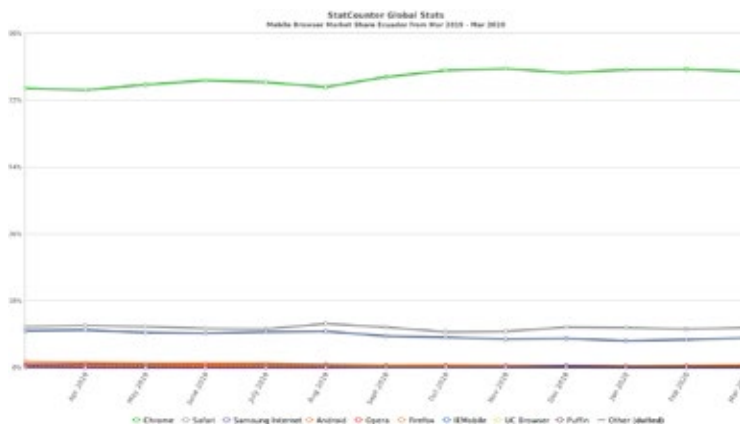
En lo que se refiere a teléfonos móviles, el resultado es casi similar al de equipos de escritorio, Chrome se impone ante los demás navegadores, con un porcentaje de 79,64%

de la cuota de mercado de usuarios, en lo que concierne al mes de marzo, esto se puede observar en la *Figura 8*. Mientras que sus competidores como: Safari (10,67%), Samsung



Internet (7,90%), Android (0,58%), Firefox (0,33%), Opera (0,19%), UC Browser (0,19%), Puffin (0,17%), Edge Legacy (0,08%), entre otros, se encuentra muy por debajo de Chrome.

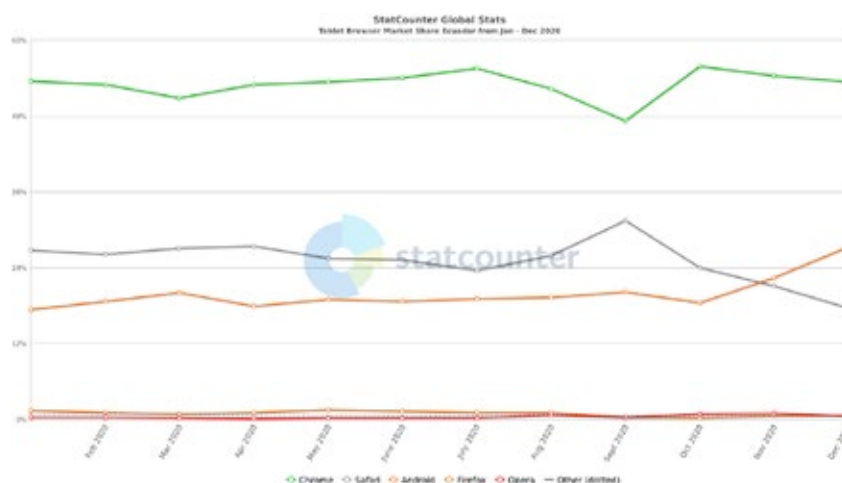
Figura 8. Cuota de mercado de navegadores móviles en Ecuador (marzo 2019 - marzo 2020)



Nota. Reproducido de Browser Market Share, por Statcounter, 06 de abril de 2020, (<https://gs.statcounter.com>). Todos los derechos reservados 2020 por licenciario. Reproducido con permiso del autor.

En lo que se relaciona a Tablet, el navegador Chrome lideró este tipo de dispositivos durante los inicios de la cuarentena, con un porcentaje de 50,81% de la cuota de mercado de usuarios, en lo que se refiere al mes de marzo, esto se puede ver en la *Figura 9*. En cambio, sus competidores como: Safari (27,12%), Android (20,01%), Firefox (0,89%), Opera (0,21%), entre otros, se ubican un poco más abajo del navegador que pertenece a la empresa de Google.

Figura 9. Cuota de mercado de navegadores para Tablet en Ecuador (enero - diciembre 2020)



Nota. Reproducido de Browser Market Share, por Statcounter, 10 de enero de 2021, (<https://gs.statcounter.com>). Todos los derechos reservados 2020 por licenciario. Reproducido con permiso del autor.

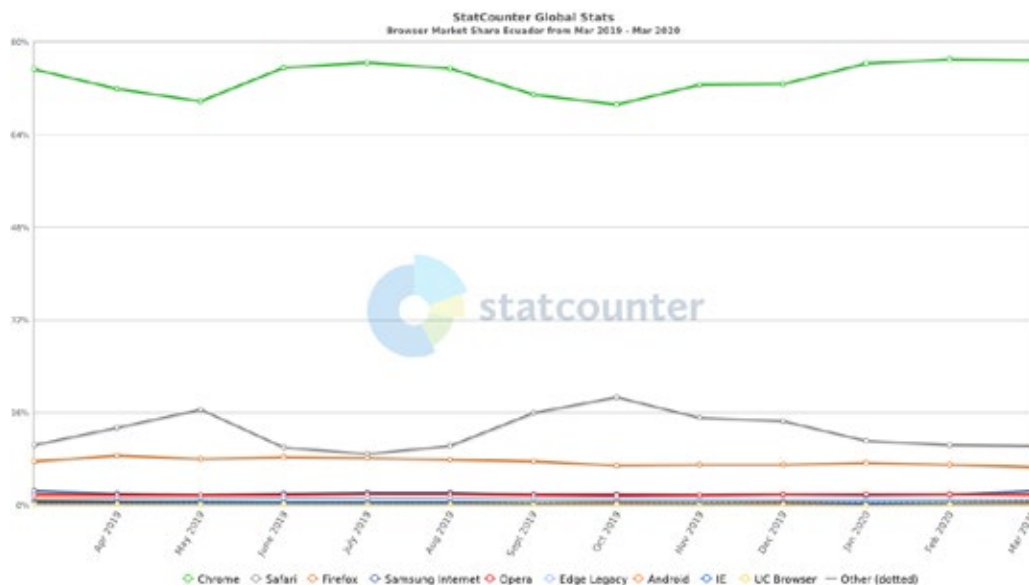
A nivel de todas las plataformas, Chrome es el navegador más usado por los ecuatorianos



durante las dos primeras semanas de la declaratoria de toque de queda, con un total de 76,83% de la cuota de mercado de usuarios, en lo que consiste al mes marzo, esto se puede visualizar en la *Figura 10*. Destacando por

una amplia diferencia de sus competidores como: Safari (10,17%), Firefox (6,60%), Samsung Internet (2,35%), Opera (1,77%), Edge Legacy (0,83%), Android (0,41%), IE (0,28%), entre otros.

Figura 10. Cuota de mercado de navegadores en Ecuador (marzo 2019 - marzo 2020)



Nota. Reproducido de Browser Market Share, por Statcounter, 06 de abril de 2020, (<https://gs.statcounter.com>). Todos los derechos reservados 2020 por licenciatario. Reproducido con permiso del autor.

Todo parece indicar que el navegador Chrome sigue siendo el predilecto de los ecuatorianos, ya que en todas las plataformas se muestra que, este ha logrado mantener desde el año pasado como el navegador principal que emplean los ecuatorianos para desplazarse en la red. A pesar del confinamiento, no se evidencia cambios sustanciales en los hábitos de consumo de los internautas ecuatorianos, aunque si se observa que Chrome tuvo una ligera disminución de la cuota de mercado de usuarios en el mes de marzo (76,83%) de 2020, en comparación con febrero (77,01%) del mismo año, en un total de 0,18% de

usuarios menos, esto se puede apreciar al ver la *Figura 10*. Asimismo, la mayoría de sus competidores sufrieron una pequeña baja de usuarios, a excepción de Samsung Internet (+0,45%), Edge Legacy (+0,11%) y Android (+0,10%) que incrementaron muy levemente su cuota de mercado de usuarios.

La fidelización de los usuarios por el navegador Chrome, y de la empresa a la que pertenece, son cada vez mayores, esto se debe a que Google ofrece un paquete completo de productos y servicios para todo tipo de personas y empresas, lo que hace que se convierta en una necesidad en la actualidad, por eso muchos hablan de que se trata de un



monopolio, ya que la empresa no cuenta con un competidor fuerte en el mercado (Santana Chaparro, 2018). Al no existir alternativas en el mercado que tenga todos los servicios que ofrece Google en un solo paquete, es inevitable el uso de sus productos, y específicamente de su navegador, que es el que controla el acceso a servidores web en el sistema operativo de Android.

El poder controlar el mercado de los

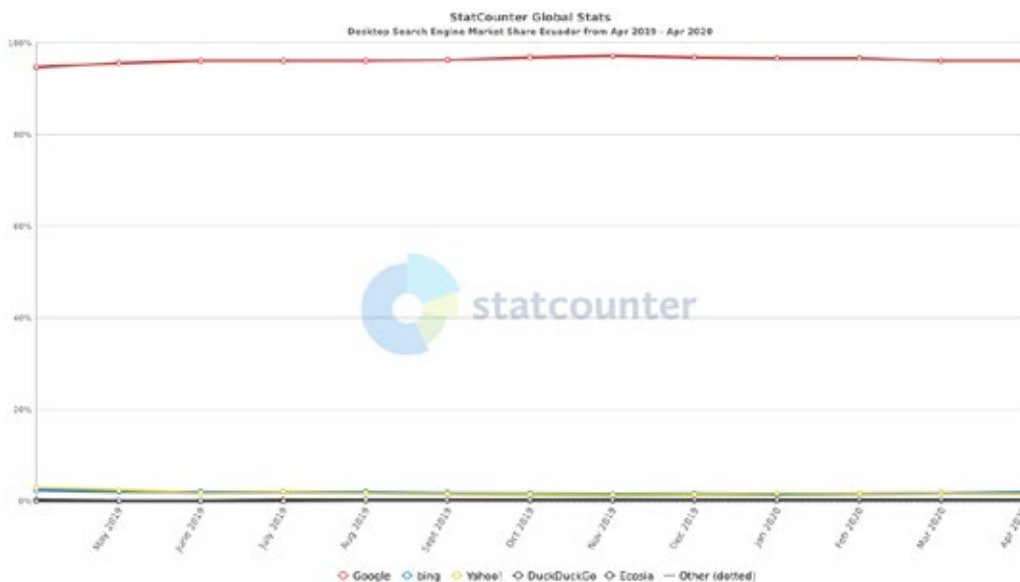
navegadores, hace que también se tenga la posibilidad de introducir fácilmente otros servicios, por ejemplo, un motor de búsqueda que venga por defecto. En palabras de Villota, un navegador dentro del negocio de internet es fundamental, ya que estos tienen la capacidad de contactar cualquier página web desde cualquier ordenador, aquello ha hecho se les conozca a los navegadores como la “plataforma universal” (Villota Hurtado, 2008).

4. Los motores de búsqueda más utilizados

Según los datos de la empresa Statcounter, durante las dos primeras semanas de la declaratoria del confinamiento, Google se ha mantenido como el motor de búsqueda preferido por los ecuatorianos en equipos de escritorio, esto se puede apreciar en la *Figura 11*, en donde se observa que Google, en el mes

de marzo tenía una la cuota de mercado de 96,00% de usuarios, superando con una amplia diferencia porcentual de sus competidores como: bing (1,87%), Yahoo! (1,79%), DuckDuckGo, (0,14%), Ecosia (0,14%), entre otros.

Figura 11. Cuota de mercado de motores de búsqueda de escritorio en Ecuador (abril 2019 - abril 2020)



Nota. Reproducido de Search Engine Market Share, por Statcounter, 04 de mayo de 2020, (<https://gs.statcounter.com>). Todos los derechos reservados 2020 por licenciatario. Reproducido con permiso del autor.

En cuanto a teléfonos móvil, Google en el confinamiento se ha sostenido como el líder



Capítulo 5

Los comportamientos online de los ecuatorianos durante el confinamiento 2020

absoluto de los buscadores más utilizados por los ecuatorianos en celular, con un 99,47% de la cuota de mercado de usuarios, en lo respecta al mes de marzo, lo cual se puede ver en la *Figura 12*. Destacando con una alta diferencia porcentual ante los demás motores de búsqueda como: Yahoo! (0,19%), bing (0,15%), DuckDuckGo (0,09%), Ecosia (0,07%), entre otros.

Figura 12. Cuota de mercado de los motores de búsqueda móviles en Ecuador (abril 2019 - abril 2020)

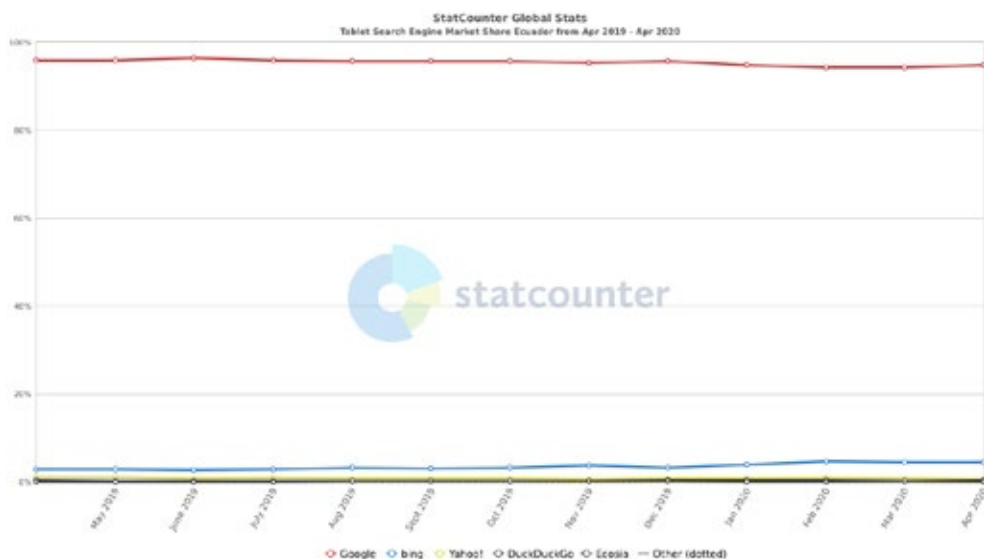


Nota. Reproducido de Search Engine Market Share, por Statcounter, 04 de mayo de 2020, (<https://gs.statcounter.com>). Todos los derechos reservados 2020 por licenciario. Reproducido con permiso del autor.

En relación con dispositivos de Tablet, se muestra que Google fue el buscador más usado por los ecuatorianos durante el inicio de la cuarentena, en este tipo de equipos, con un 94,37% de la cuota de mercado de usuarios, cuya cifra corresponde al mes de marzo, esto se puede visualizar en la *Figura 13*. Despuntando ante los demás buscadores como: bing (4,50%), Yahoo! (0,77%), DuckDuckGo (0,23%), Ecosia (0,09%), entre otros.



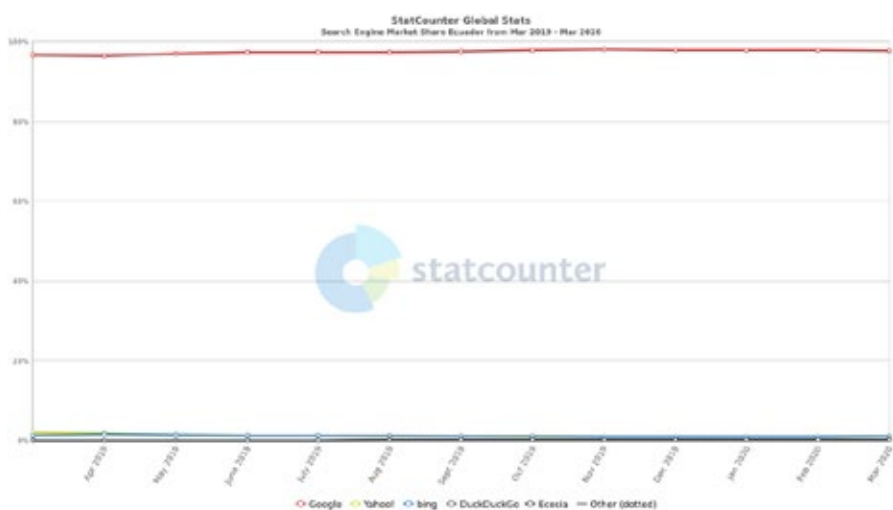
Figura 13. Cuota de mercado de los motores de búsqueda de Tablet en Ecuador (abril 2019 - abril 2020)



Nota. Reproducido de Search Engine Market Share, por Statcounter, 04 de mayo de 2020, (<https://gs.statcounter.com>). Todos los derechos reservados 2020 por licenciario. Reproducido con permiso del autor.

A nivel de todas las plataformas, Google prevalece como el motor de búsqueda mayormente utilizado por los ecuatorianos durante el confinamiento, con un total de 97,63% de la cuota de mercado de usuarios, en lo que se refiere al mes de marzo, esto se puede ver en la *Figura 14*. Demostrando que existe una amplia diferencia porcentual ante los demás buscadores como: bing (1,10%), Yahoo! (1,00%), DuckDuckGo (0,12%), Ecosia (0,10%), entre otros.

Figura 14. Cuota de mercado de Motores de búsqueda en todas las plataformas en Ecuador (marzo 2019 - marzo 2020)



Nota. Reproducido de Search Engine Market Share, por Statcounter, 05 de abril de 2020, (<https://gs.statcounter.com>). Todos los derechos reservados 2020 por licenciario. Reproducido con permiso del autor.



Es innegable que el motor de búsqueda preferido de los ecuatorianos es Google, la amplia diferencia porcentual de usuarios que aglutina este buscador en comparación a los otros, es tan inmensa que, la cuarentena no afectó en gran medida a su crecimiento de usuarios, lo cual hace que se mantenga como el buscador principal de los ecuatorianos. Sin embargo, vale mencionar que Google entre los meses de febrero (97,83%) y marzo (97,63%) de 2020, no obtuvo ningún incremento de la cuota de mercado de usuarios, al contrario, bajo un 0,20% como se aprecia en la *Figura 14*. En cambio, sus competidores como Bing (+0,13%) Yahoo! (+0,07%) y DuckDuckGo (+0,01%) aumentaron muy levemente la cantidad de usuarios.

5. Los sitios web más visitados

De acuerdo con el ranking del portal web Alexa, se observa que el sitio web más visitado por los ecuatorianos es Google, con un promedio total de 14.91 millones de visitas diarias, esto durante los primeros tres meses desde que inició el año 2020 (Consultado el 31 de marzo de 2020). Además, el tiempo promedio diario que un visitante pasa en este

Todo lo anterior demuestra que, el confinamiento no generó ningún tipo de cambio de comportamiento relevante, en lo concierne a consumo de motores de búsqueda, Google sigue siendo el buscador preferido de los ecuatorianos. Esto tal vez se deba a que viene establecido por defecto en ciertos navegadores, lo que hace que se vuelva una costumbre en los usuarios, son muy pocos los que buscan salir a explorar otras alternativas. Este es uno de los factores por los que Google se ha convertido en una de las plataformas digitales más grandes del mundo. “Unos pocos jugadores controlan gran parte de la actividad en cada sector. Google lidera las búsquedas, la publicidad y el aprendizaje automatizado” (Zuazo, 2018, p. 7).

sitio es de 12 min 59s. Por otro lado, la cantidad de páginas webs que se enlazan a Google es de un total de 1.977.024 (Dato de la última semana). Mientras que el porcentaje de todas las referencias proveniente de motores de búsqueda es de un total de un 0,40%, como se puede apreciar en la *Figura 15*.

Figura 15. Principales sitios web en Ecuador

Rank	Site	Daily Visits on Site	Daily Page Views per Visitor	% of Traffic from Search	Time Spent on Site
1	Google.com	13,03	14,91	0,40%	1,371,024
2	YouTube.com	12,03	7,23	18,25%	1,311,423
3	Elcomercio.com	4,45	2,15	38,45%	6,989
4	Ecuador.com	4,01	2,01	43,85%	6,991
5	Elcomercio.com	4,15	1,85	38,85%	1,523
6	Linea.com	4,03	3,13	12,15%	37,872

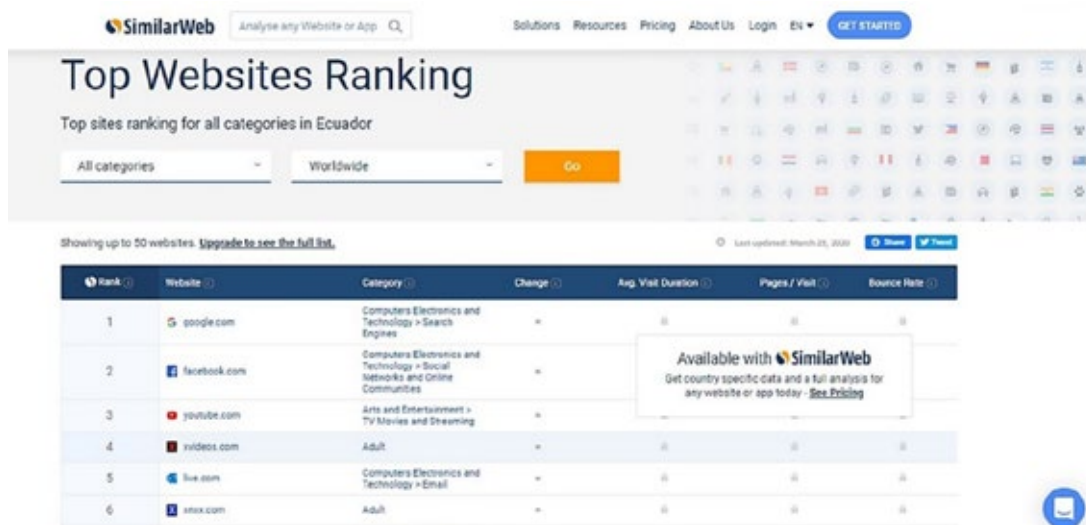
Nota. Reproducido de Top Sites in Ecuador, por Alexa, 31 de marzo de 2020, (<https://www.alexa.com>). Todos los derechos reservados 2020 por licenciatario. Reproducido con permiso del autor.



Para conseguir una mejor comprensión, se decidió analizar otras fuentes similares, esto con el fin de poder comparar datos. Según el ranking de SimilarWeb, los sitios web más visitados por los ecuatorianos durante los primeros 30 días del mes de marzo de 2020,

son los siguientes: en primer lugar, Google, seguido de Facebook, luego se encuentra YouTube, en cuarto puesto Xvideos, y entre otros más, que engloban la lista. Estos se pueden visualizar con mayor detalle en la *Figura 16*.

Figura 16. Ranking del top de sitios web en Ecuador



Nota. Reproducido de Top Websites Ranking, por SimilarWeb, 29 de marzo de 2020, (<https://www.similarweb.com>). Todos los derechos reservados 2020 por licenciatario. Reproducido con permiso del autor.

Adicional a eso, se revisó también el ranking de SEMrush, en donde los resultados son un poco diferentes a los dos anteriores, ya que ellos colocan a Facebook en primer lugar como el sitio web más visitado por los ecuatorianos,

seguido de YouTube, luego aparece Wikipedia, en cuarto lugar, Google, y entre otros más, que se pueden observar en la *Figura 17*. Estos datos fueron recolectados de los primeros 30 días del mes de marzo de 2020.



Figura 17. Ranking de SEMrush en Ecuador

Ranking de SEMrush

Base de datos: 🇪🇨 Ecuador | Dispositivo: Escritorio | Fecha: 30 mar. 2020 | Moneda: USD

Ranking de SEMrush 1 - 100 (1.030.522) Exportar

Ranking de SEMrush	Dominio	Palab. clave buscador	Tráfico del buscador	Costes (USD)	Palabras clave de pago	Tráfico de pago	Precio del tráfico de pago (USD)
1	facebook.com	178,1K	31,8M	1,2M	10	150	40
2	youtube.com	220,2K	27,1M	2,8M	22	5,1K	722
3	wikipedia.org	181,8K	24,3M	2,7M	0	0	0
4	google.com	98,8K	19,7M	4,1M	64	20K	3,4K
5	live.com	2,1K	8,2M	1,1M	0	0	0
6	upodown.com	15,9K	3,9M	335,1K	0	0	0
7	pinterest.es	119,6K	3,8M	386,6K	0	0	0
8	xvideos.com	13,8K	3,3M	944K	0	0	0
9	paidejuegos.com.ec	5,3K	3,1M	248,4K	0	0	0
10	whatsapp.com	1,9K	3,1M	489,7K	0	0	0

Nota. Reproducido de Ranking de SEMrush, por SEMrush, 30 de marzo de 2020, (<https://www.semrush.com>). Todos los derechos reservados 2020 por licenciatarario. Reproducido con permiso del autor.

Al parecer todo indica que Google, es el sitio web más visitado por los ecuatorianos durante los primeros tres meses desde que empezó el año 2020, lo que demostraría que esta página web sigue siendo uno de los ejes centrales en el momento de navegar en la red, a pesar de la pandemia. Esto se fundamenta en que dos de las tres fuentes consultadas colocan a Google en primer lugar dentro de sus rankings, los cuales evidenciarían que durante las dos primeras semanas del confinamiento en Ecuador (del 16 al 30 marzo), las visitas a Google no dejaron de aumentar entre los usuarios ecuatorianos, ya sea que el motivo fuese por buscar información o simplemente para redireccionarse a otros sitios en la red.

Esta tendencia en los ecuatorianos de siempre visitar la página de Google como hábito regular en la navegación, no es algo

nuevo. Según el informe *Digital 2019: Ecuador*, el sitio web más visitado por los ecuatorianos en el 2019, fue Google, con un promedio de 12 millones de visitas cada nueve segundos, más abajo se ubica YouTube, seguido de Facebook, y entre otros sitios más que aparecen en la lista (We Are Social y Hootsuite, 2019). Es inevitable el uso constante del motor de búsqueda de Google, debido a que viene por defecto como página principal de ciertos navegadores. De modo que es difícil que los usuarios comunes logren eludir a la plataforma, al menos que tenga conocimientos básicos en computación, algo que no todos los ecuatorianos poseen. De acuerdo con los datos del INEC, en el Ecuador existe un 10,2% de analfabetismo digital a nivel nacional en personas de entre 15 a 49 años (INEC, 2020).

Por todos estos motivos, Google siempre estará entre los primeros puestos de los sitios



web más visitados por los ecuatorianos, repitiendo las tendencias de años anteriores en las que también dominaron los rankings

las grandes plataformas digitales. La pandemia casi no ocasionó ningún cambio en el número de visitas a sitios web ya consolidados.

5.1. Los sitios web de Ecuador más visitados

De acuerdo con el ranking de Alexa, se observa que elcomercio.com fue el sitio web nacional más visitado durante los tres primeros meses del año 2020, con un promedio de 2.10 visitas diarias, y un aproximado de tiempo de 4 min 48 s por visita, esto se puede apreciar en la *Figura 15*. Luego le siguen sitios como: eluniverso.com, ecuavisa.com, teleamazonas.com, tctelevision.com, benditofutbol.com, vistazo.com, pichincha.com, entre otros. Mientras que el ranking de SimilarWeb, colocó al sri.gob.ec como el sitio web ecuatoriano más visitado en los últimos 30 días de marzo de 2020 (*Ver Figura 16*). Por otra parte, el ranking de SEMrush, muestra que paisdelosjuegos.com.ec fue el sitio web de Ecuador que tuvo mayores visitas durante el mes de marzo de 2020 (*Ver Figura 17*).

Con base en lo anterior, se puede interpretar que los sitios web ecuatorianos más visitados en el mes de marzo de 2020, fueron los que están relacionados a medios de comunicación nacionales y páginas de instituciones. Es posible que este fenómeno se deba a que, durante el confinamiento existió un incremento el consumo de noticias a través de internet

en casi todos los países del mundo. Según la empresa Hootsuite, muestra que a nivel mundial hubo un aumento del 40% en cuanto a leer noticias por internet. También señala que se evidenció un crecimiento del 43% de las transmisiones en vivo durante la cuarentena (We Are Social y Hootsuite, 2020). En el Ecuador, estos resultados coinciden con los datos del ranking de Alexa.

El medio de comunicación El Comercio, durante el confinamiento se convirtió en la principal fuente de información de los ecuatorianos. Aquello se puede comprobar al ver la línea de tiempo del tráfico global de internet y el compromiso obtenido en los últimos 90 días, lo cual se observa en la *Figura 18*. Estos datos proporcionados por Alexa muestran que, a inicios de enero, El Comercio se encontraba en el puesto #979, y para finales de marzo paso a estar en la posición #691 del ranking de sitios webs más visitados a nivel mundial. Lo que significa que, en tres meses escaló 286 puestos, y su mayor crecimiento se nota a partir de la segunda semana de marzo.



Figura 18. El Comercio: tráfico global (enero - marzo 2020)



Nota. Reproducido de Top Sites in Ecuador, por Alexa, 31 de marzo de 2020, (<https://www.alexa.com>). Todos los derechos reservados 2020 por licenciatario. Reproducido con permiso del autor.

Por otro lado, los datos de la empresa SimilarWeb, colocan al medio de comunicación El Comercio, en el puesto 20 del ranking de sitios web en Ecuador, en lo que respecta al mes de marzo de 2020. En cambio, dentro la clasificación de páginas webs ecuatorianas, El Comercio ocupa la posición número 5 de

la lista. Siendo el segundo portal web de noticias más visitado, después del medio El Universo. Sin embargo, El Comercio muestra un mayor tráfico proveniente de redes sociales en comparación con El Universo, esto se puede visualizar en la Figura 19.

Figura 19. Fuentes de tráfico: El Universo vs. El Comercio (marzo 2020)



Nota. Reproducido de Top Websites Ranking, por SimilarWeb, 29 de marzo de 2020, (<https://www.similarweb.com>). Todos los derechos reservados 2020 por licenciatario. Reproducido con permiso del autor.

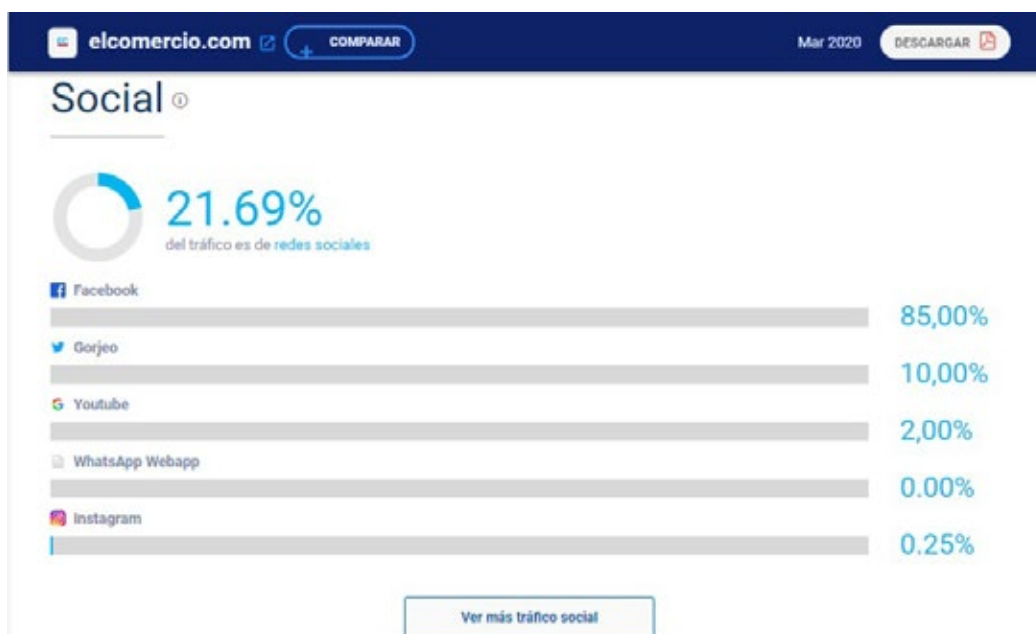


El 21,69% de las visitas al sitio web El Comercio, vinieron de redes sociales. Mientras que, El Universo logró un 12,00% de tráfico a través de esta fuente. Esto demuestra que El Comercio durante las dos primeras semanas de cuarentena, obtuvo mayor presencia en las audiencias de redes sociales, lo cual le ayudó en su crecimiento de seguidores. Según la empresa Hootsuite, el 69% de la población ecuatoriana tiene al menos una cuenta en alguna red social (We Are Social y Hootsuite,

2020). El público de redes sociales es vital para el desarrollo de cualquier medio digital.

El Comercio, durante las dos primeras semanas de confinamiento consiguió una alta presencia en la red social Facebook, en un equivalente al 85,00% del total del tráfico procedente de redes sociales (21,69%), esto se puede apreciar al ver la *Figura 20*. El porcentaje restante se divide en 10,00% Twitter, 2,00% YouTube, y el 3,00% sobrante se deriva en otros medios sociales.

Figura 20. El Comercio: tráfico de redes sociales (marzo 2020)



Nota. Reproducido de Top Websites Ranking, por SimilarWeb, 29 de marzo de 2020, (<https://www.similarweb.com>). Todos los derechos reservados 2020 por licenciatario. Reproducido con permiso del autor.

Según los datos de Hootsuite, el 69,1% de usuarios activos de Facebook de Ecuador, ingresan únicamente desde teléfonos móvil, solo el 3,2% de usuarios acceden exclusivamente desde un equipo de escritorio o laptop, el 27,7% restante, usan ambas plataformas (We Are Social y Hootsuite, 2020). El hecho de que la mayoría de los usuarios

activos de Facebook de Ecuador, inicien sesión solo desde teléfonos móvil, es una clara muestra de que el consumo de redes sociales en este tipo dispositivos ha crecido durante la cuarentena.

Al parecer todo apunta a que, en la cuarentena una buena parte de la población ecuatoriana consumió noticias a través de



las redes sociales, y muy posiblemente fue desde los smartphones. En la cual el medio de comunicación El Comercio, se destacó con mayor presencia en la red social de Facebook, gracias a eso, consiguió ubicarse entre los primeros puestos en los rankings de sitios web nacionales más visitados. De acuerdo con Ramos y Rivera, sostienen que: “Se

evidencia una clara tendencia de los usuarios centrada principalmente en seguir las plataformas de Facebook y Twitter donde tienen presencia los diarios investigados, elcomercio.com lidera la primera y eluniverso.com la segunda” (Ramos y Rivera, 2020, p. 105).

6. Las aplicaciones más descargadas

Según el ranking de la empresa SimilarWeb, las aplicaciones que más se descargaron los ecuatorianos de la tienda de Apple App Store, al principio del confinamiento son las siguientes: Zoom, TikTok, Fiesta, Netflix, Glovo,

Rappi, Rave, Skype, Tipti, Equipos Microsoft, entre otras. Vale mencionar que estos datos corresponden a los últimos 28 días desde su revisión (Consultado el 29 de marzo de 2020), lo cual se puede apreciar en la *Figura 21*.

Figura 21. Ranking de aplicaciones móviles en Ecuador (Apple App Store)

Rango	Nombre de la aplicación	Desarrollador	Descargas	Calificación
1	Zoom Cloud Meetings	Zoom	8000	4.7
2	TikTok - Video Musical	TikTok, Inc.	8000	4.6
3	Facebook	Meta Platforms, Inc.	8000	4.5
4	Twitter	Twitter, Inc.	8000	4.4
5	Netflix	Netflix, Inc.	8000	4.3
6	WhatsApp - Mensajes e llamadas	WhatsApp LLC	8000	4.2
7	Google Play Store	Google LLC	8000	4.1
8	Zoom para iPhone	Zoom	8000	4.0
9	Zoom para Android	Zoom	8000	3.9
10	Tiempo	Apple Inc.	8000	3.8
11	Equipos de Microsoft	Microsoft Corporation	8000	3.7
12	WhatsApp - Mensajes e llamadas	WhatsApp LLC	8000	3.6
13	WhatsApp de escritorio	WhatsApp LLC	8000	3.5
14	WhatsApp - Mensajes e llamadas	WhatsApp LLC	8000	3.4
15	WhatsApp de escritorio	WhatsApp LLC	8000	3.3
16	WhatsApp de escritorio	WhatsApp LLC	8000	3.2
17	WhatsApp de escritorio	WhatsApp LLC	8000	3.1
18	WhatsApp de escritorio	WhatsApp LLC	8000	3.0
19	WhatsApp de escritorio	WhatsApp LLC	8000	2.9
20	WhatsApp de escritorio	WhatsApp LLC	8000	2.8
21	WhatsApp de escritorio	WhatsApp LLC	8000	2.7
22	WhatsApp de escritorio	WhatsApp LLC	8000	2.6
23	WhatsApp de escritorio	WhatsApp LLC	8000	2.5
24	WhatsApp de escritorio	WhatsApp LLC	8000	2.4
25	WhatsApp de escritorio	WhatsApp LLC	8000	2.3
26	WhatsApp de escritorio	WhatsApp LLC	8000	2.2
27	WhatsApp de escritorio	WhatsApp LLC	8000	2.1
28	WhatsApp de escritorio	WhatsApp LLC	8000	2.0
29	WhatsApp de escritorio	WhatsApp LLC	8000	1.9
30	WhatsApp de escritorio	WhatsApp LLC	8000	1.8
31	WhatsApp de escritorio	WhatsApp LLC	8000	1.7
32	WhatsApp de escritorio	WhatsApp LLC	8000	1.6
33	WhatsApp de escritorio	WhatsApp LLC	8000	1.5
34	WhatsApp de escritorio	WhatsApp LLC	8000	1.4
35	WhatsApp de escritorio	WhatsApp LLC	8000	1.3
36	WhatsApp de escritorio	WhatsApp LLC	8000	1.2
37	WhatsApp de escritorio	WhatsApp LLC	8000	1.1
38	WhatsApp de escritorio	WhatsApp LLC	8000	1.0
39	WhatsApp de escritorio	WhatsApp LLC	8000	0.9
40	WhatsApp de escritorio	WhatsApp LLC	8000	0.8
41	WhatsApp de escritorio	WhatsApp LLC	8000	0.7
42	WhatsApp de escritorio	WhatsApp LLC	8000	0.6
43	WhatsApp de escritorio	WhatsApp LLC	8000	0.5
44	WhatsApp de escritorio	WhatsApp LLC	8000	0.4
45	WhatsApp de escritorio	WhatsApp LLC	8000	0.3
46	WhatsApp de escritorio	WhatsApp LLC	8000	0.2
47	WhatsApp de escritorio	WhatsApp LLC	8000	0.1
48	WhatsApp de escritorio	WhatsApp LLC	8000	0.0
49	WhatsApp de escritorio	WhatsApp LLC	8000	0.0
50	WhatsApp de escritorio	WhatsApp LLC	8000	0.0

Nota. Reproducido de Top Apps Ranking, por SimilarWeb, 29 de marzo de 2020, (<https://www.similarweb.com>). Todos los derechos reservados 2020 por licenciatario. Reproducido con permiso del autor.



Por otro lado, en lo que concierne al sistema operativo Android, las aplicaciones que más se descargaron los ecuatorianos de la tienda de Google Play Store, en el inicio del confinamiento son las siguientes: Parchis Star, Zoom, TikTok, SaludEC, Equipos de

Microsoft, Paisajes de jardín, One Booster, Crema perfecta, Netflix, Trivia Crack, etc. Esto datos pertenecen a los últimos 28 días del mes de marzo de 2020, como se observa en la *Figura 22*.

Figura 22. Ranking de aplicaciones móviles en Ecuador (Google Play Store)

Rango	App	Desarrollador	Categoría	Fecha de actualización	Reseñas	Calificación	Descargas
1	WhatsApp	WhatsApp LLC	COMUNICACION	17/03/2020	100M+	4.5	100M+
2	Zoom	Zoom Meeting	COMUNICACION	17/03/2020	10M+	4.5	10M+
3	TikTok	TikTok Pte. Ltd.	ENTRETENIMIENTO	17/03/2020	10M+	4.5	10M+
4	SaludEC	Ministerio de Salud Pública	COMUNICACION	17/03/2020	1M+	4.5	1M+
5	Equipos de Microsoft	Microsoft Corporation	COMUNICACION	17/03/2020	1M+	4.5	1M+
6	Paisajes de jardín	Wondershare PDFElement	COMUNICACION	17/03/2020	1M+	4.5	1M+
7	One Booster	Wondershare PDFElement	COMUNICACION	17/03/2020	1M+	4.5	1M+
8	Crema perfecta	Wondershare PDFElement	COMUNICACION	17/03/2020	1M+	4.5	1M+
9	Netflix	Netflix, Inc.	COMUNICACION	17/03/2020	1M+	4.5	1M+
10	Trivia Crack	Wondershare PDFElement	COMUNICACION	17/03/2020	1M+	4.5	1M+
11	Facebook	Facebook, Inc.	COMUNICACION	17/03/2020	1M+	4.5	1M+
12	Instagram	Instagram, Inc.	COMUNICACION	17/03/2020	1M+	4.5	1M+
13	Twitter	Twitter, Inc.	COMUNICACION	17/03/2020	1M+	4.5	1M+
14	LinkedIn	LinkedIn Corporation	COMUNICACION	17/03/2020	1M+	4.5	1M+
15	WhatsApp Business	WhatsApp LLC	COMUNICACION	17/03/2020	1M+	4.5	1M+
16	Zoom Meeting	Zoom Meeting	COMUNICACION	17/03/2020	1M+	4.5	1M+
17	TikTok	TikTok Pte. Ltd.	ENTRETENIMIENTO	17/03/2020	1M+	4.5	1M+
18	SaludEC	Ministerio de Salud Pública	COMUNICACION	17/03/2020	1M+	4.5	1M+
19	Equipos de Microsoft	Microsoft Corporation	COMUNICACION	17/03/2020	1M+	4.5	1M+
20	Paisajes de jardín	Wondershare PDFElement	COMUNICACION	17/03/2020	1M+	4.5	1M+
21	One Booster	Wondershare PDFElement	COMUNICACION	17/03/2020	1M+	4.5	1M+
22	Crema perfecta	Wondershare PDFElement	COMUNICACION	17/03/2020	1M+	4.5	1M+
23	Netflix	Netflix, Inc.	COMUNICACION	17/03/2020	1M+	4.5	1M+
24	Trivia Crack	Wondershare PDFElement	COMUNICACION	17/03/2020	1M+	4.5	1M+
25	Facebook	Facebook, Inc.	COMUNICACION	17/03/2020	1M+	4.5	1M+
26	Instagram	Instagram, Inc.	COMUNICACION	17/03/2020	1M+	4.5	1M+
27	Twitter	Twitter, Inc.	COMUNICACION	17/03/2020	1M+	4.5	1M+
28	LinkedIn	LinkedIn Corporation	COMUNICACION	17/03/2020	1M+	4.5	1M+
29	WhatsApp Business	WhatsApp LLC	COMUNICACION	17/03/2020	1M+	4.5	1M+
30	Zoom Meeting	Zoom Meeting	COMUNICACION	17/03/2020	1M+	4.5	1M+
31	TikTok	TikTok Pte. Ltd.	ENTRETENIMIENTO	17/03/2020	1M+	4.5	1M+
32	SaludEC	Ministerio de Salud Pública	COMUNICACION	17/03/2020	1M+	4.5	1M+
33	Equipos de Microsoft	Microsoft Corporation	COMUNICACION	17/03/2020	1M+	4.5	1M+
34	Paisajes de jardín	Wondershare PDFElement	COMUNICACION	17/03/2020	1M+	4.5	1M+
35	One Booster	Wondershare PDFElement	COMUNICACION	17/03/2020	1M+	4.5	1M+
36	Crema perfecta	Wondershare PDFElement	COMUNICACION	17/03/2020	1M+	4.5	1M+
37	Netflix	Netflix, Inc.	COMUNICACION	17/03/2020	1M+	4.5	1M+
38	Trivia Crack	Wondershare PDFElement	COMUNICACION	17/03/2020	1M+	4.5	1M+
39	Facebook	Facebook, Inc.	COMUNICACION	17/03/2020	1M+	4.5	1M+
40	Instagram	Instagram, Inc.	COMUNICACION	17/03/2020	1M+	4.5	1M+
41	Twitter	Twitter, Inc.	COMUNICACION	17/03/2020	1M+	4.5	1M+
42	LinkedIn	LinkedIn Corporation	COMUNICACION	17/03/2020	1M+	4.5	1M+
43	WhatsApp Business	WhatsApp LLC	COMUNICACION	17/03/2020	1M+	4.5	1M+
44	Zoom Meeting	Zoom Meeting	COMUNICACION	17/03/2020	1M+	4.5	1M+
45	TikTok	TikTok Pte. Ltd.	ENTRETENIMIENTO	17/03/2020	1M+	4.5	1M+
46	SaludEC	Ministerio de Salud Pública	COMUNICACION	17/03/2020	1M+	4.5	1M+
47	Equipos de Microsoft	Microsoft Corporation	COMUNICACION	17/03/2020	1M+	4.5	1M+
48	Paisajes de jardín	Wondershare PDFElement	COMUNICACION	17/03/2020	1M+	4.5	1M+
49	One Booster	Wondershare PDFElement	COMUNICACION	17/03/2020	1M+	4.5	1M+
50	Crema perfecta	Wondershare PDFElement	COMUNICACION	17/03/2020	1M+	4.5	1M+

Nota. Reproducido de Top Apps Ranking, por SimilarWeb, 29 de marzo de 2020, (<https://www.similarweb.com>). Todos los derechos reservados 2020 por licenciatario. Reproducido con permiso del autor.

Ambos hallazgos demuestran que las aplicaciones destinadas a la comunicación y redes sociales eran las que estaban liderando los rankings en el inicio del confinamiento. Además, se observa que las Apps de servicios

de pedidos, compras y entretenimiento se convirtieron en tendencia durante el mes de marzo, tanto en el sistema operativo Android como en iOS. También es notable el hecho de que en ambos sistemas operativos las



aplicaciones Zoom y TikTok tuvieron un crecimiento exponencial cuando comenzó la cuarentena, lo que los llevó rápidamente alcanzar los primeros puestos en los rankings de apps a nivel mundial. A continuación, se detallará el motivo de su éxito en pandemia.

El crecimiento de la aplicación Zoom tiene su explicación en el auge de la modalidad del teletrabajo y la teleeducación. El medio de comunicación El Comercio, en los primeros días de la declaración oficial del confinamiento, publicó una nota de prensa titulada: “Empresas se suman para impulsar acciones digitales para enfrentar el covid-19”, en la que mencionaba que el ministro de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información, Andrés Michelena, se reunió con varios empresarios del país, con el fin de adoptar acciones que permitan hacer frente al covid-19, las cuales fueron que la empresa de CNT no cobrara las apps que ofrecen servicio de ‘delivery’, además, que las empresas como IBM, Cisco y Microsoft entregarían licencias gratuitas para teletrabajo y teleeducación (Orozco, 2020). Este anuncio fomentó a que tanto empresas como instituciones educativas implementaran la modalidad virtual, lo que provocó que la aplicación Zoom se vuelva la herramienta de

comunicación principal para las actividades de teletrabajo y teleeducación.

En lo que respecta a la aplicación TikTok, se ha convertido en la red social más popular del momento, debido a la sencillez de su interfase. Este auge comenzó unos meses antes de la declaratoria oficial de la emergencia sanitaria, esta aplicación ya venía gozando de una excelente recepción en Estados Unidos (el 28 de febrero se encontraba en el puesto #20, según el ranking de SimilarWeb), pero a raíz de la pandemia subió de rango con mayor velocidad, a tal punto que, para el 29 de marzo de 2020, se ubicó en el puesto #16, en Estados Unidos. En el Ecuador ocurrió un fenómeno similar, el medio de comunicación Ecuador Today, publicó una nota titulada: “La cuarentena de Tik Tok”, en donde señalaba que “TikTok es la plataforma de mayor crecimiento, entre los jóvenes, durante los últimos meses. Actualmente ha servido de desahogo de la cuarentena” (Monsalve, 2020). Además, según la empresa de marketing Mentinno, en julio de 2020, la aplicación TikTok tenía alrededor de 2,6 millones de usuarios en Ecuador, y ocupa el puesto número seis de las apps más descargadas en sistemas iOS, y el segundo lugar en los sistemas Android (Mentinno, 2020).

6.1. Los videojuegos para dispositivos móviles más descargados

Dentro de lo que es entretenimiento, las aplicaciones de videojuegos destacaron durante el confinamiento. Esto se puede evidenciar al ver el ranking de SimilarWeb, en la que se observa que la aplicación de videojuego Parchis Star se encuentra en el

primer lugar del ranking de Google Play Store en Ecuador, dentro la clasificación de todas las categorías, esto durante los primeros 28 días del mes de marzo de 2020, como se puede apreciar en la *Figura 22*. Mientras que, en el ranking de la Apple App Store, por esa misma



fecha, aún no presentaba indicios de alguna aplicación de entretenimiento que este dentro de la clasificación de todas las categorías. No obstante, con el paso de los meses aparecerían las apps de videojuegos Garena Free Fire, Call

of Duty, Parchis Star y Fortnite, entre las diez aplicaciones más descargadas en iOS durante el mes de julio, en la clasificación Top Grossing³, de acuerdo con el portal web Annie, esto se puede visualizar en la *Figura 23*.

Figura 23. Top de aplicaciones en iOS en Ecuador



Nota. Reproducido de Apps Annie Top Chrats, por Annie, 14 de julio de 2020, (<https://www.appannie.com>). Todos los derechos reservados 2020 por licenciatario. Reproducido con permiso del autor.

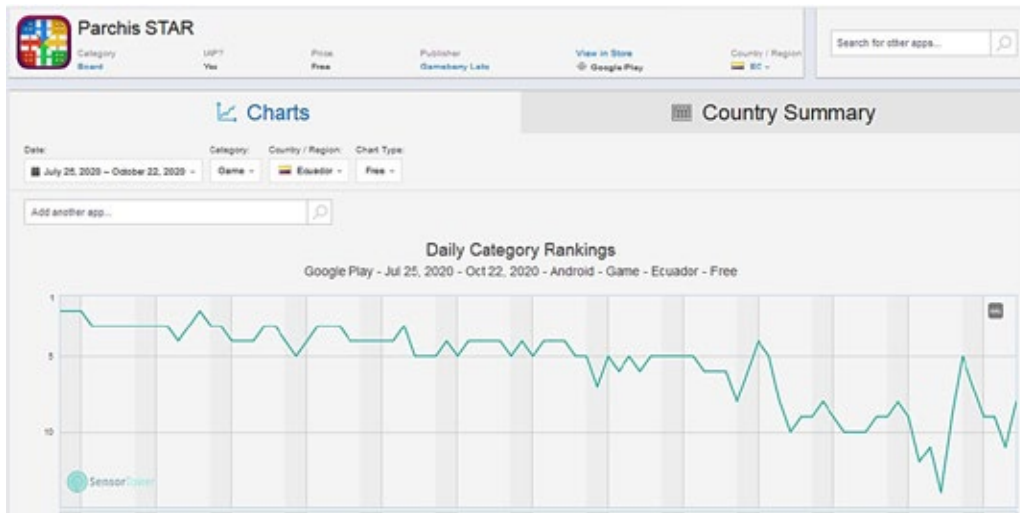
Todo indica que, en lo respecta a aplicaciones de videojuegos, Parchis Star fue la más descargada por los ecuatorianos en ambos sistemas operativos móviles, pero especialmente en Android, esto durante los primeros meses del confinamiento. De acuerdo con el medio de comunicación El Comercio, que publicó un artículo titulado: “Los juegos de mesa, ahora en formato digital”, en la cual señalaba que la aplicación gratuita Parchis Star, se convirtió en la principal forma de

entretenimiento durante la emergencia sanitaria en varios países. En Ecuador, las descargas se incrementaron a partir del 19 de abril, según lo que refleja Google Trends (Encalada, 2020). Sin embargo, con el transcurso de los meses el videojuego Parchis Star fue decayendo su popularidad, como se muestra en la *Figura 24*. Según el portal web SensorTower, a partir del mes de julio, es cuando inicia su descenso en los rankings de apps de Android en la categoría Game.

³ Top Grossing: son aplicaciones gratuitas, pero que se financian a base de recaudación. Estas recaudaciones se dan a través de la venta de ítems o regalos especiales para avanzar de niveles en los juegos u obtener ciertos privilegios.



Figura 24. Historial de rankings de Parchis Star en la categoría game: Android Ecuador (julio 25 – octubre 22 de 2020)



Nota. Reproducido de Top Chrats App Profiles, por SensorTower, 22 de octubre de 2020, (<https://sensortower.com>). Todos los derechos reservados 2020 por licenciatario. Reproducido con permiso del autor.

En cambio, en iOS la aplicación de videojuego se sostuvo en la posición # 1 por varios meses más que en el sistema operativo Android, excepto en iPad, que se observa un desplome total, sobre todo a partir del 16 de octubre, donde llegó a estar en el puesto # 100, como se puede visualizar en la Figura 25.

Figura 25. Historial de rankings de Parchis Star en la categoría game: iOS Ecuador (julio 25 – octubre 22 de 2020)



Nota. Reproducido de Top Chrats App Profiles, por SensorTower, 22 de octubre de 2020, (<https://sensortower.com>). Todos los derechos reservados 2020 por licenciatario. Reproducido con permiso del autor.

Con base en estos resultados, demostraría que el éxito de la aplicación de videojuego Parchis Star, fue un fenómeno momentáneo en Ecuador, que estaría muy relacionado a la cuarentena. Lo cual empezó a declinar con el paso de los meses, a medida que el gobierno

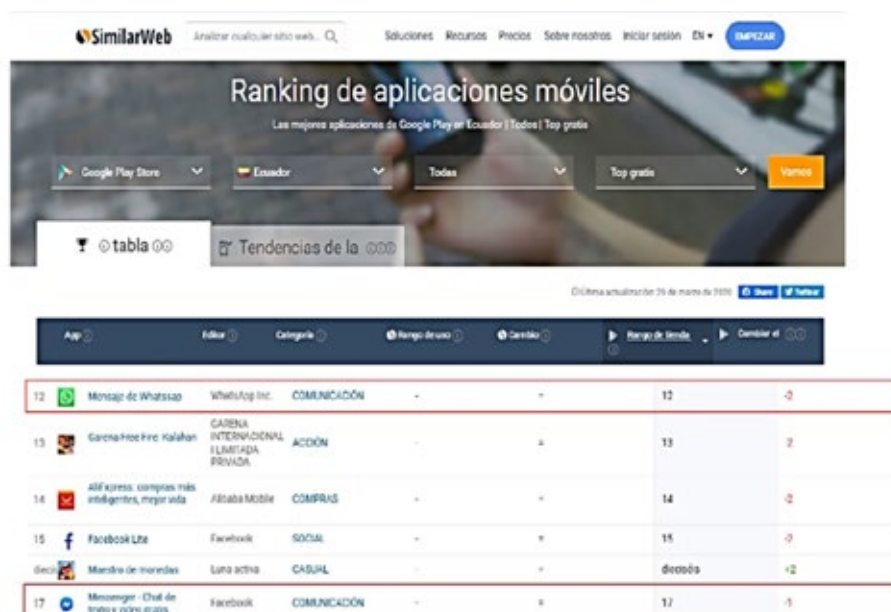
iba retirando de a poco las restricciones de movilidad. Más adelante aparecerían otras aplicaciones de videojuegos como Among Us, que estarían dentro del top de las apps más descargadas en Ecuador.

6.2. Aplicaciones de mensajería instantánea más usadas

Según los datos de la empresa SimilarWeb, la aplicación de mensajería instantánea más descargada en Ecuador, en lo que concierne a sistemas operativos Android, durante los primeros 28 días del mes de marzo de 2020,

fue WhatsApp, esto se puede apreciar en la *Figura 26*. Luego le siguen aplicaciones de comunicación como: Messenger, Telegram, entre otras.

Figura 26. Ranking de aplicaciones móviles en Ecuador (Google Play Store)



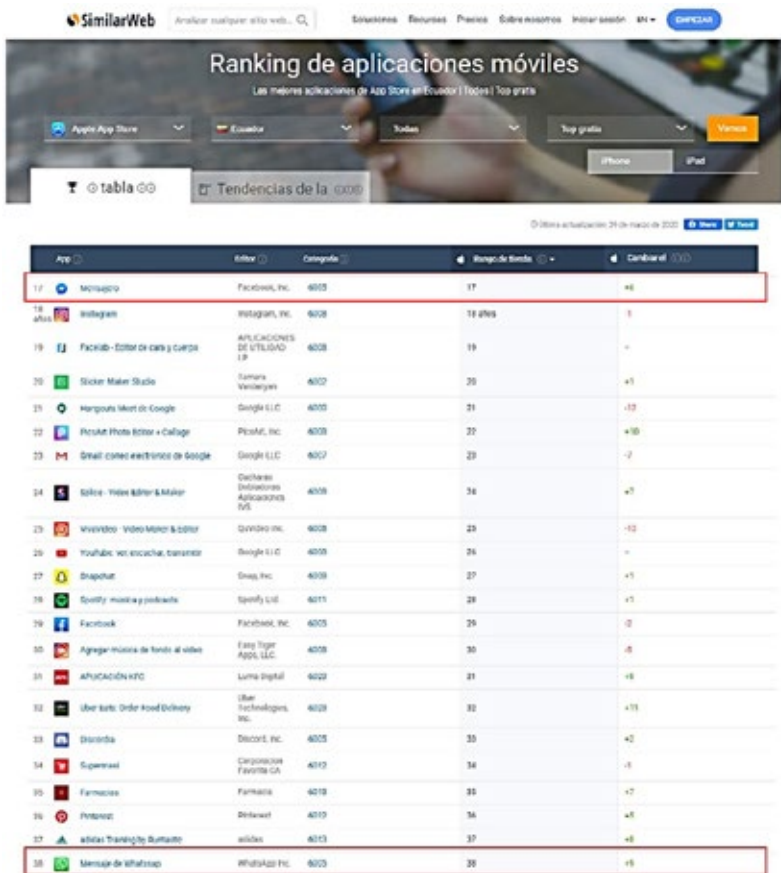
Nota. Reproducido de Top Apps Ranking, por SimilarWeb, 29 de marzo de 2020, (<https://www.similarweb.com>). Todos los derechos reservados 2020 por licenciatario. Reproducido con permiso del autor.

En lo que respecta a sistemas operativos iOS, la aplicación de mensajería instantánea que más descargaron los ecuatorianos durante los primeros 28 días del mes de marzo de

2020, fue Messenger, como se puede visualizar en la *Figura 27*. Después aparecen apps de comunicación como: WhatsApp, Telegram, entre otras.



Figura 27. Ranking de aplicaciones móviles en Ecuador (Apple App Store)



Nota. Reproducido de Top Apps Ranking, por SimilarWeb, 29 de marzo de 2020, (<https://www.similarweb.com>). Todos los derechos reservados 2020 por licenciatario. Reproducido con permiso del autor.

De acuerdo con la empresa Mentinno, en su informe del Estado Digital Ecuador, señala que para el 14 de julio de 2020, la cantidad de usuarios de WhatsApp fue de alrededor de 9.1 millones. Mientras que Messenger, para esa misma fecha, alcanzó un total de 8.4 millones de usuarios, en cambio, en menor medida le sigue Telegram, con aproximadamente 300.000 usuarios

7. Las redes sociales más frecuentadas

Según la empresa Statcounter, en lo que respecta a computadores de escritorio, se evidencia que YouTube es la red social con mayor crecimiento de usuarios en Ecuador,

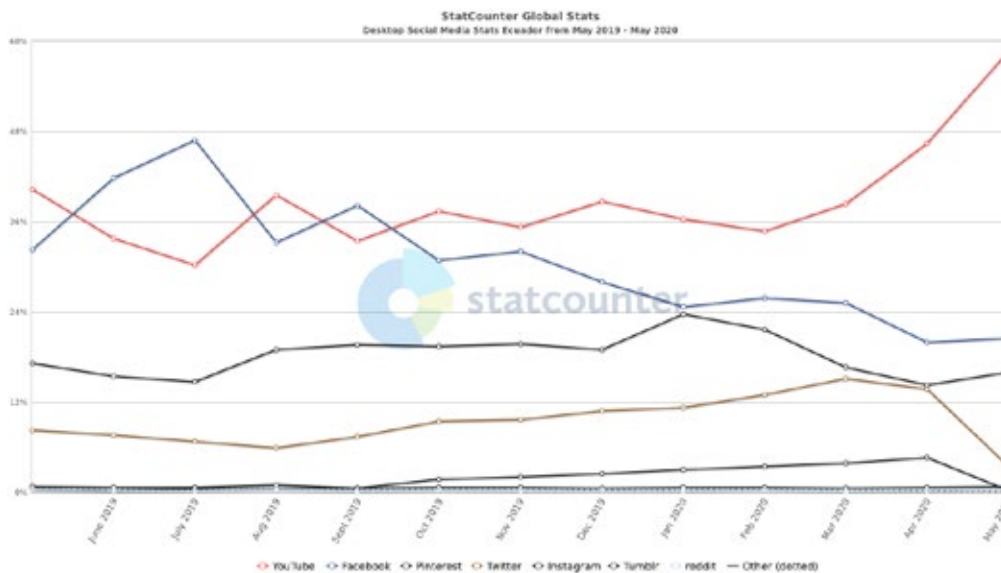
(Mentinno, 2020). Ambos resultados demuestran que WhatsApp, se ha mantenido como la aplicación de mensajería instantánea preferida por los ecuatorianos, sobre todo en el sistema operativo Android, esto durante los primeros cuatro meses desde que el gobierno declaró la emergencia sanitaria en el país.

esto desde que empezó el confinamiento, con un porcentaje 38,33% de la cuota de mercado de usuarios, en lo que refiere al mes de marzo de 2020, como se puede apreciar en la Figura



28. Superando a sus competidores como (15,08%), Instagram (3,85%), Tumblr (0,53%), Facebook (25,19%), Pinterest (16,24%), Twitter (0,10%), entre otros.

Figura 28. Cuota de mercado de redes sociales en equipos de escritorio en Ecuador (mayo 2019 – mayo 2020)



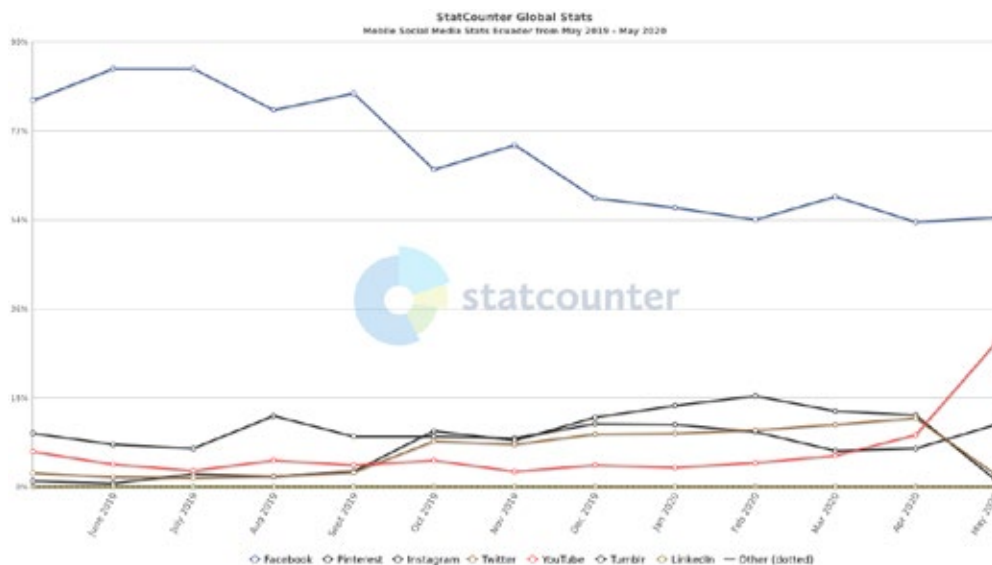
Nota. Reproducido de Social Media Stats, por Statcounter, 07 de junio de 2020, (<https://gs.statcounter.com>). Todos los derechos reservados 2020 por licenciatario. Reproducido con permiso del autor.

También se puede observar en la *Figura 28* que YouTube ha ido aumentando sus usuarios con el transcurso de los meses (abril 46,40% y mayo 58,64%), y justamente ese repentino crecimiento de usuarios se muestra casi a partir de la fecha que el gobierno ecuatoriano hizo la declaratoria oficial de la cuarentena. Vale acotar que es muy posible que este fenómeno se encuentre relacionado a la teleeducación y el teletrabajo, ya que mucha de la información en formato audiovisual es alojada en esta plataforma.

En cuanto a telefonía móvil, la situación es distinta, Facebook prevalece como el líder absoluto en agrupar la mayor cantidad de usuarios, con un porcentaje de 58,67% de la cuota de mercado en Ecuador, esto lo que respecta al mes de marzo de 2020, lo cual se puede visualizar en la *Figura 29*. Destacando ampliamente de sus competidores como Instagram (15,19%), Twitter (12,52%), Pinterest (7,26%), YouTube (6,27%), LinkedIn (0,03%), Tumblr (0,02%), entre otros.



Figura 29. Cuota de mercado de redes sociales en teléfonos móviles en Ecuador (mayo 2019 – mayo 2020)

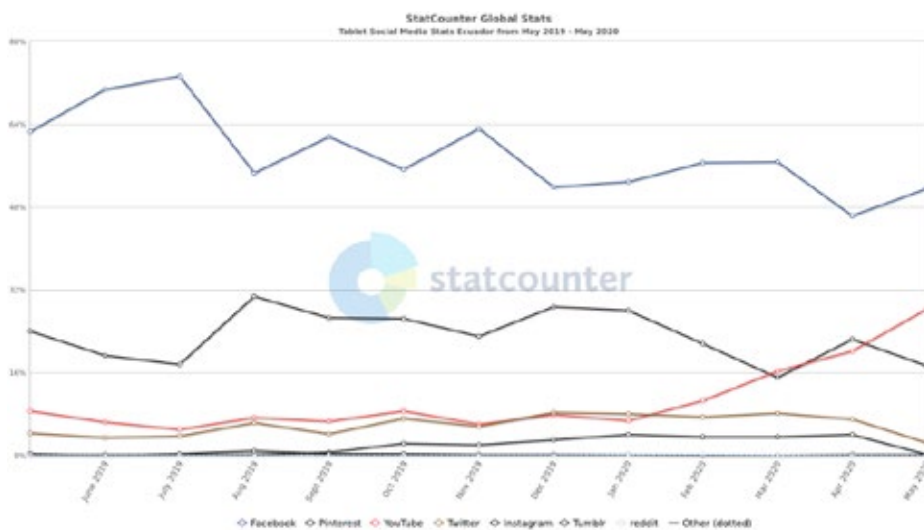


Nota. Reproducido de Social Media Stats, por Statcounter, 07 de junio de 2020, (<https://gs.statcounter.com>). Todos los derechos reservados 2020 por licenciatario. Reproducido con permiso del autor.

En lo que corresponde a Tablet, se observa que Facebook se mantiene como la principal red social en Ecuador en este tipo de dispositivo, con un porcentaje de 56,75% de la cuota de mercado de usuarios, en lo que concierne al mes de marzo de 2020, lo cual

se puede ver en la *Figura 30*. Sobresaliendo ante sus competidores como YouTube (16,33%), Pinterest (15,02%), Twitter (8,16%), Instagram (3,63%), Tumblr (0,05%), Reddit (0,04%), entre otros.

Figura 30. Cuota de mercado de redes sociales en Tablet en Ecuador (mayo 2019 – mayo 2020)



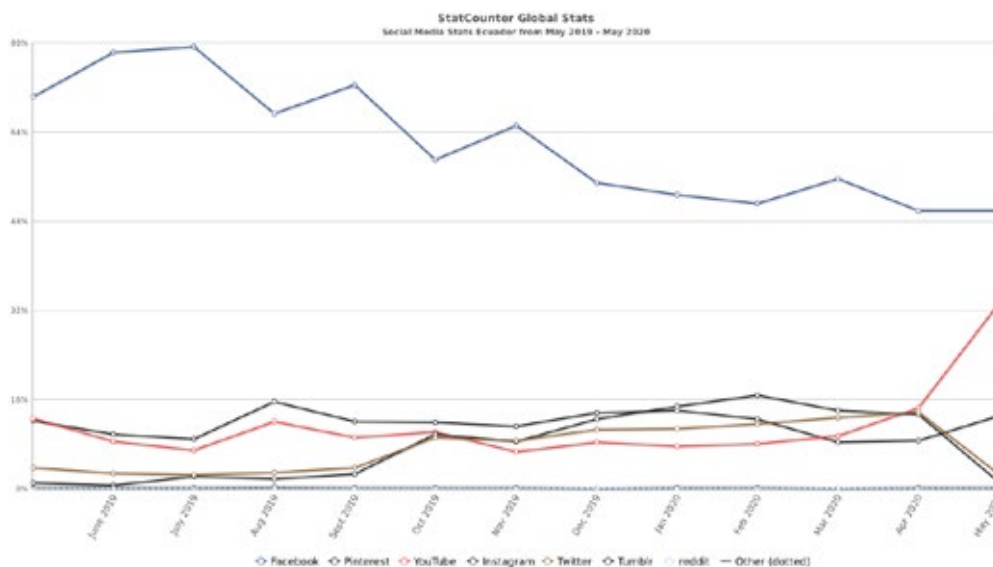
Nota. Reproducido de Social Media Stats, por Statcounter, 07 de junio de 2020, (<https://gs.statcounter.com>). Todos los derechos reservados 2020 por licenciatario. Reproducido con permiso del autor.



Es indudable que Facebook es la red social con la mayor cantidad de usuarios en Ecuador, si lo comparamos a nivel de todos los dispositivos, con un porcentaje de 55,52% de la cuota de mercado, esto durante el mes de marzo de 2020, lo cual se puede apreciar

en la *Figura 31*. Despuntando ante sus competidores como Instagram (13,98%), Twitter (12,70%), YouTube (9,39%), Pinterest (8,24%), Tumblr (0,06%), Reddit (0,03%), entre otras.

Figura 31. Cuota de mercado de redes sociales en todas las plataformas en Ecuador (mayo 2019 - mayo 2020)



Nota. Reproducido de Social Media Stats, por Statcounter, 07 de junio de 2020, (<https://gs.statcounter.com>). Todos los derechos reservados 2020 por licenciario. Reproducido con permiso del autor.

A pesar del confinamiento, Facebook sigue manteniéndose como la red social preferida por los usuarios ecuatorianos de manera general, de modo que la pandemia casi no ocasionó cambios drásticos en los comportamientos de consumo de redes sociales. Al contrario, se observa que Facebook tuvo un aumento considerable de usuarios entre los meses de febrero (51,17%) y marzo (55,52%) de un 4,35% de la cuota de mercado, aunque en abril (49,80%) se registró una baja inesperada de un 5,72% de usuarios menos, posterior a eso, en mayo (49,82%) se mantuvo casi igual al porcentaje del mes anterior. Algo

similar les sucedió a sus competidores como Instagram, Pinterest, Tumblr y Reddit, en donde sufrieron una disminución de usuarios por esas mismas fechas. En cambio, YouTube y Twitter mostraron un aumento notable de usuarios, como se puede apreciar en la *Figura 31*.

Todos los indicadores señalan que el consumo de redes sociales en dispositivos móviles va en aumento en Ecuador. Según el informe anual de Tecnologías de la Información y Comunicación, elaborador por INEC, menciona que el 44,6% de los ecuatorianos utilizan redes sociales desde su smartphone



(INEC, 2020). Además, los resultados demuestran que Facebook sigue siendo la red social preferida por los ecuatorianos, ya que hasta el 14 de julio de 2020, se contabilizan un total de 13.1 millones de usuarios (Mentinno, 2020). No cabe duda, que Facebook abarca la mayor cantidad de usuarios en Ecuador, lo cual hace que muchas de las personas pasen conectadas un tiempo prolongado en esta red social. De acuerdo con los datos de Alexa, un ecuatoriano pasa un promedio de 17 min 36 s por día en Facebook y revisa 7,95 páginas por visita, en lo que respecta al mes de marzo de 2020 (Alexa, 2020).

Desde que comenzó la pandemia, las redes sociales pasaron a convertirse en el medio principal de difusión de información. Esto trajo consigo un sinnúmero de beneficios (acceso libre a la información, compra y venta

online, entretenimiento, etc.) y problemas (desinformación, bulo, aumento de ciberdelitos, etc.) a la sociedad en general. Para Yarlequé, sostiene que el impacto de las noticias en Facebook acerca del covid-19 en los estudiantes de la Universidad de Guayaquil, fue imprevisto, lo que generó un alto nivel de desinformación, debido a la difusión de noticias no verificadas. Entre las noticias que más se compartieron en redes sociales durante los meses de marzo, abril y mayo son aquellas que están relacionadas al contagio, muerte, colapso de hospitales, teorías conspirativas y medidas de protección (Yarlequé León, 2020). Sin embargo, más allá de las consecuencias que han venido trayendo las redes sociales, debemos tener claro que estas herramientas digitales llegaron para quedarse, y ser parte de nuestra vida cotidiana en época de covid-19.

8. Los tipos de archivos Torrents más descargados

Es de conocimiento de todos, que los archivos Torrent⁴ son contenido en su mayoría ilegal, ya sea porque infringen las leyes de derechos de autor u otro tipo de legislaciones, no obstante, algunos activistas que sostienen el discurso de la libertad de la información defienden este tipo de prácticas piratas, lo que ha llevado a que se siga manteniendo hasta la actualidad. Pero más allá del debate que se forma entorno a que si es legal o no, el hecho es que los usuarios hacen uso constante de los archivos Torrent, para obtener de manera ilegal programas informáticos, videojuegos, música, películas, etc.

Ahora, desde que empezó el confinamiento se ha evidenciado un incremento drástico del tráfico de descarga de archivos Torrent, esto a través de softwares de tipo P2P (Peer 2 Peer) que brinda este servicio como: eMule, µTorrent, Vuze, etc. Según el sitio especializado Torrent Freak, señala que las descargas de Torrents en todo el mundo muestran claramente un aumento considerable del 33%, en lo que respecta al periodo del 6 de marzo al 6 de abril de 2020 (Van der Sar, 2020). Lo que indicaría que durante los primeros meses del confinamiento se reveló un alto índice de descarga de archivos Torrent.

⁴ Torrent: es un archivo que contiene metadatos sobre la ubicación de piezas que forman un contenido (audio, video, documento, etc.), el cual se distribuye a través de softwares P2P.



En el caso de Ecuador, entre el periodo del 13 de marzo al 04 de mayo de 2020, se observó un incremento del 0,22% de descargas de archivos Torrents, de acuerdo con los datos del sitio web I Know. Este servicio rastrea millones de archivos que están disponibles en sitios públicos de Torrents, incluidos The Pirate Bay e YTS (I Know, 2020). Para el

presente análisis, se comparó ambas fechas, es decir, días antes de la declaratoria oficial del confinamiento por parte del Estado ecuatoriano, y después cuando se empezaron a retirar de a poco las medidas de restricción, aquello se puede apreciar al ver la *Figura 32* y *33*.

Figura 32. Estadísticas diarias de descargas de archivos Torrents en Ecuador (13 de marzo de 2020)



Nota. Reproducido de Estadísticas diarias de Torrents en Ecuador, por I know, 13 de marzo de 2020, (<https://iknowwhatyoudownload.com>). Todos los derechos reservados 2020 por licenciatario. Reproducido con permiso del autor.

Figura 33. Estadísticas diarias de descargas de archivos Torrents en Ecuador (04 de mayo de 2020)



Nota. Reproducido de Estadísticas diarias de Torrents en Ecuador, por I know, 04 de mayo de 2020,



(<https://iknowwhatyoudownload.com>). Todos los derechos reservados 2020 por licenciatario. Reproducido con permiso del autor.

Al finalizar la cuarentena, el 04 de mayo de 2020, tan solo ese día se registró que hubo un total de 2227 descargas de archivos Torrents, lo cual representó un 0,46% de la población que tiene acceso a internet fijo (48,94%), esto se puede apreciar al ver la *Figura 33*. No cabe duda de que, durante los meses de confinamiento se evidenció un incremento de descargas de archivos Torrents. Por otro lado, los tipos de contenidos que más se descargaron los ecuatorianos en el último día de la cuarentena fueron los siguientes: Películas y series (73%), Videojuegos (17%), Software (6%), Porno (3%) y Música (1%).

Todo apunta a que, en el confinamiento

una pequeña parte de la población ecuatoriana se dedicó a descargar películas o series piratas. Según Jijón, los resultados de investigación determinaron que, la mayoría de los guayaquileños consumen series o películas a través de plataformas digitales, tanto antes como durante el confinamiento, sin embargo, la cifra aumentó en la cuarentena. Además, los hallazgos siguieron que Netflix es la plataforma más popular (Jijón Jurado, 2020). En este mismo estudio, se muestra que 24 de los 384 encuestados, mencionaron que utilizaron plataformas digitales de piratería para ver series o películas.

9. Los ataques de virus informáticos más comunes

A raíz de la pandemia muchos negocios y empresas tuvieron que dar el salto hacia lo digital, para poder continuar con sus laborales, lo cual llevó a que su personal de planta también empiece a trabajar de manera remota. Lo mismo ocurrió con el ámbito educativo y en otras actividades más. Esto provocó que las personas se vuelvan vulnerables a frecuentes ataques de ciberdelincuentes, ya que el hecho de estar mayor tiempo conectado a la red hace que los usuarios estén más expuestos a ser víctimas de ataques de virus informático, y más aún si no cuentan con un

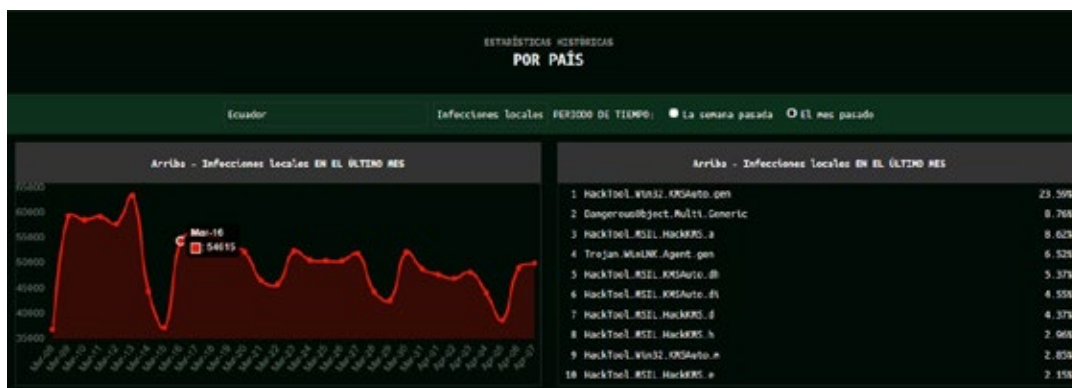
antivirus que los proteja. Según la corporación tecnológica Akamai, en el Ecuador se registran un promedio de 79.509 ataques por hora (Akamai, 2020).

Durante el inicio del confinamiento, se evidenció que el virus informático “HackTool. Win32.KMSAuto.gen”, fue el que mayormente atacó a los ordenadores de los ecuatorianos, con un porcentaje de 23,59% del total de infecciones locales⁵, entre el 08 de marzo y el 07 de abril de 2020, esto se puede apreciar en la *Figura 34*, según datos de la empresa de ciberseguridad Kaspersky.

⁵ Las infecciones locales se refieren a los malwares que son detectados al momento que el antivirus Kaspersky escanea de manera automática las acciones que realiza el usuario como; abrir, copiar, ejecutar o guardar operaciones en el ordenador.



Figura 34. Estadísticas históricas de infecciones locales en Ecuador



Nota. Reproducido de Estadísticas Históricas por Países, por Kaspersky, 08 de abril de 2020, (<https://cybermap.kaspersky.com>). Todos los derechos reservados 2020 por licenciatario. Reproducido con permiso del autor.

También se observa en la *Figura 34* que, entre los días 11, 12 y 13 de marzo estuvieron más elevadas las infecciones locales, llegando en un día detectarse un total de 64910 ordenadores infectados, luego de eso, se visualiza un descenso drástico el día 15 (35400). Sin embargo, el 16 de marzo nuevamente se elevaron las infecciones, llegando contabilizarse alrededor de 54615 computadores con malware, después de esta ola de contagios, se ha mantenido fluctuando entre 50000 a 40000 infectados por día, esto en lo que concierne a las tres primeras semanas de la declaratoria oficial del confinamiento en Ecuador.

Por otro lado, vale aclarar que el virus informático “HackTool.Win32.KMSAuto.gen”, ataca principalmente al sistema operativo, lo cual hace que el computador funcione lento, los programas no inicien bien, ocasionando

fallas en la conexión a la red, inhabilitación del antivirus, entre otros problemas. Según Kaspersky menciona que: “Las aplicaciones de esta familia pueden activar productos de software de Microsoft no registrados. Dichas aplicaciones se pueden usar junto con software malicioso o no deseado” (Kaspersky, 2018). Lo que significa que el virus se puede adquirir a través de la descarga de algún software de origen desconocido, por ejemplo: los denominados ‘Crack’⁶.

Los cracks constituyen un peligro para los usuarios que hacen uso de este tipo de parches sin autorización del creador del software, debido a que pueden ocultar malware malintencionado, el cual puede afectar el funcionamiento del computador. Este problema se relaciona a la falta de conocimiento acerca de protocolos de seguridad.

En Ecuador el 43% de los ciudadanos tiene acceso a internet, sin embargo, la gran mayoría de estos, desconocen medidas de protección y prevención sobre las amenazas y peligros de su uso, debido a que carecen de una educación formal sobre el tema informático, siendo fácilmente víctimas de los ciberata-

⁶ Los crack son parches que permiten activar copias piratas de softwares con licencia.



ques; por otro lado, las políticas de ciber seguridad en las empresas del Ecuador, tampoco se aplican de manera rigurosa. (Alvarado Chang, 2020, p. 19)

Todo parece indicar que, el problema de los ecuatorianos durante el confinamiento, lo que ha hecho que los usuarios se vuelvan vulnerables a ataques de mayor complejidad. analfabetismo digital provocó que aumentaran las infecciones locales en los ordenadores de

10. Cantidad de usuarios conectados a la red TOR

En la actualidad, existen diferentes softwares que permiten ingresar de manera anónima en la denominada darknet, programas como: Freenet, I2P, ANts P2P, MUTE, entre otros. Sirven para acceder a sitios ocultos que los motores de búsquedas convencionales no pueden indexar. Pero uno de los más populares es la red TOR (The Onion Router), esto se debe a la mala imagen que se ha fomentado entorno a ella —la red de las cosas ilegales—, sin embargo, no todo es ilegalidad en la red TOR, también hay otros motivos por los cuales las personas usan este enrutador. De acuerdo con Lisa Dittmer, que pertenece a la organización Reporteros Sin Fronteras (RSF), en una entrevista realizada por el medio Deutsche Welle (DW), afirma que:

La darknet o más bien el buscador TOR, permite navegar en internet de forma anónima y facilita el acceso a páginas que podrían estar censuradas en otros países. Además de compartir documentos y material de video con otros medios de comunicación internacionales sin revelar la identidad. Es una herramienta fundamental, especialmente en países menos libres (DW, 2020).

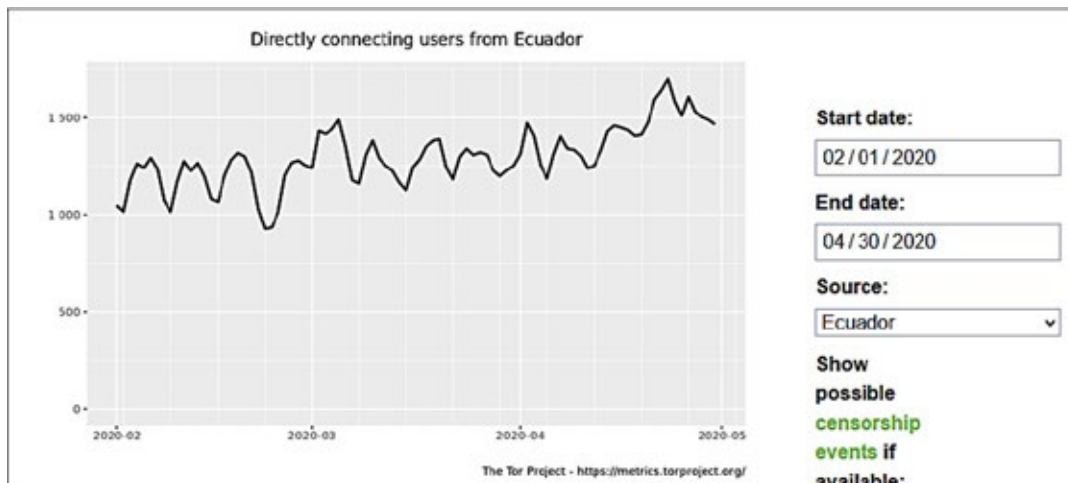
Durante el confinamiento, se evidenció que el número de visitas a la red oscura aumentó en algunos países. Según José García Molina, Comisario Principal de la Policía Nacional, en una entrevista para el medio RTVE, mencionó que el número de visitas a la darknet se incrementó en la cuarentena, a causa de la pesca de datos personales y la venta de drogas en el mercado negro. En España, llegó a aumentar en un 50% el tráfico de usuarios de TOR, esto desde que se decretó el estado alarma (RTVE, 2020). Es indudable que la pandemia ha hecho que la red TOR crezca, ya sea que se la emplee para fines legales o delictivos. Por esta razón, es necesario analizar el crecimiento de usuarios de la red TOR a nivel local. De acuerdo con los datos de la organización TOR Project, durante el periodo del 01 de febrero al 30 de abril de 2020, se observó que hubo un ligero crecimiento de usuarios de Ecuador de manera paulatina que se conectaron directamente —Sin usar puentes⁷— a la red TOR, lo cual fluctuó entre los 1000 a 1500 usuarios conectados por día, esto se puede apreciar en la *Figura 35*. Además, en el gráfico se muestra que, a partir de la última semana de abril, existió un repentino aumento

⁷ Un puente sirve para evitar los bloqueos o censuras al momento de usar la red TOR.



de usuarios que se enlazaron a la red TOR, un promedio de 1700 usuarios. llegando en un solo día a estar conectados

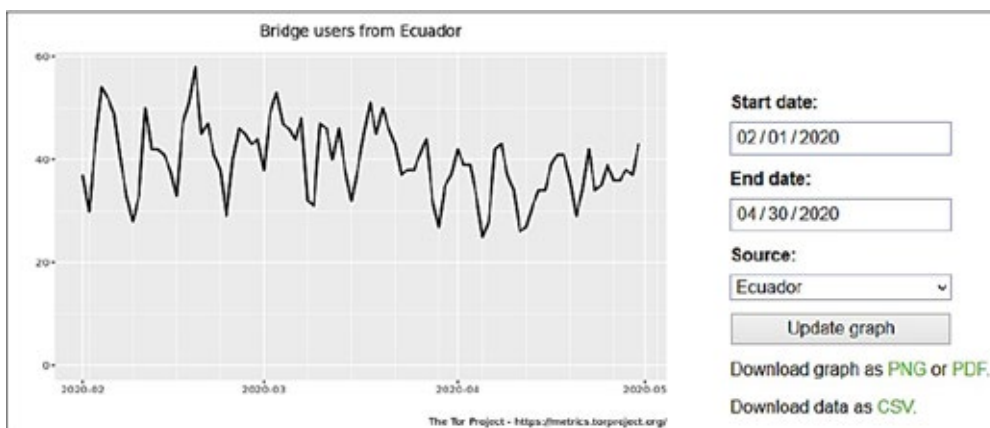
Figura 35. Usuarios conectados directamente a la red TOR en Ecuador (febrero – abril 2020)



Nota. Reproducido de TOR Metrics, por TOR Project, 01 de mayo de 2020, (<https://metrics.torproject.org/>). Todos los derechos reservados 2020 por licenciatario. Reproducido con permiso del autor.

Por otro lado, la cantidad de usuarios de Ecuador que se conectaron a la red TOR a través de puentes fluctuó entre los 30 a 60 usuarios conectados por día, esto durante el periodo del 01 de febrero al 30 de abril de 2020, lo cual se puede visualizar en la *Figura 36*. También se muestra que, a partir de abril, se evidenció una breve disminución de usuarios que, cuya cifra estuvo entre los 25 a 45 usuarios conectados por día.

Figura 36. Usuarios conectados a través de puentes a la red TOR en Ecuador (febrero – abril 2020)



Nota. Reproducido de Tor Metrics, por Tor Project, 01 de mayo de 2020, (<https://metrics.torproject.org/>). Todos los derechos reservados 2020 por licenciatario. Reproducido con permiso del autor.



Estos resultados demuestran que, durante el confinamiento los usuarios ecuatorianos se conectaron con mayor frecuencia a la red TOR de forma directa, especialmente en la última semana del mes de abril. Mientras que, la cantidad de usuarios que hicieron uso de puentes para conectarse a la red TOR durante esas mismas fechas, fue en menor medida en comparación con el otro método de conexión. Lo que significa que la censura o bloqueo del uso del software TOR en Ecuador, todavía no representa un problema relevante, de hecho, no existe un argumento legal que impida su uso. Sin embargo, los datos apuntan a que cada día hay más ciudadanos que emplean TOR como una manera de proteger su identidad digital.

Es posible que uno de los motivos del incremento de usuarios en Ecuador, que se conectaron la red TOR durante el confinamiento, se encuentre ligado al alto índice de censura hacia la libertad de expresión y los constantes ataques a los medios de comunicación, aunque desde hace mucho tiempo, ya se vienen presentando este tipo de inconvenientes. Según el informe publicado por la organización Reporteros Sin Fronteras (RSF) menciona que: “En Ecuador, las intimidaciones y agresiones contra los reporteros, especialmente durante las protestas, y los ataques contra las instalaciones de las estaciones de radio y televisión son frecuentes y se intensificaron en 2019” (Reporteros sin Fronteras, 2020). Este hecho

hizo que el Ecuador descienda un puesto en el ranking mundial de libertad de prensa, pasando a ocupar la posición 98 de 180 países que conforman la lista.

A raíz de la emergencia sanitaria, el gobierno de Ecuador incrementó sus sistemas de vigilancia para supervisar a las personas de que cumplan con la cuarentena y las medidas de aislamiento, esto con el fin de identificar a posibles contagiadores, y detectar los sitios donde existan aglomeraciones. Según el Decreto Presidencial No. 1017, Art. 11, donde establece que: “Se podrán utilizar plataformas satelitales y de telefonía móvil para monitorear la ubicación de personas en estado de cuarentena sanitaria y/o aislamiento obligatorio, que incumplan las restricciones dispuestas” (Decreto Presidencial N° 1017 de 2020). Eso quiere decir que, el Estado conoce la ubicación en tiempo real de cada ecuatoriano. No obstante, la Corte Constitucional del Ecuador, instauró la constitucionalidad de dicho decreto, en la que precisó que el uso de estas tecnologías será únicamente para abordar la emergencia sanitaria, y el rastreo del virus.

Por otra parte, la emergencia sanitaria provocó que se agravara más la situación del dilema sobre el acceso a los datos y las cifras oficiales de casos de covid-19. En un comunicado de prensa del 13 de agosto de 2020, el Ministerio de Salud Pública reconoció que:

El Ecuador es uno de los pocos países de la región en donde no existe una Ley de Protección de Datos. La existencia de esta normativa podría facilitar los dilemas que se presentan en este tipo de casos. A falta de ley, el MSP sustenta



su acción en la legislación de salud y en los principios contenidos en la Constitución (Ministerio de Salud Pública, 2020).

Todos estos hechos que se describen arriba hacen que muchos ecuatorianos duden de la privacidad de los datos y las telecomunicaciones. De modo que aquello podría estar incidiendo a que las personas opten por alternativas que les permitan navegar en Internet de manera anónima, por lo que cabe la posibilidad de atribuir que el aumento de usuarios de Ecuador que se

conectaron a la red TOR durante el confinamiento, estarían relacionados con el problema de censura que existe en el país. Aunque es importante aclarar que hacen falta más investigaciones al respecto, para lograr determinar con precisión, cuáles fueron los motivos por los que los ciudadanos visitaron la red oscura e hicieron uso del software TOR en la cuarentena.

Conclusión

En resumen, se puede determinar que en el presente análisis se evidenció ciertos cambios en los comportamientos online de

los ecuatorianos. De los cuales se destacan los siguientes:

- El incremento del 4,48% de usuarios que se conectaron a internet a través de teléfonos móviles en marzo, esto en comparación con el mes anterior, lo que hizo que se desplazara por un breve tiempo el uso de los equipos de escritorio para navegar en la red.
- Los sitios web nacionales más visitado durante el mes de marzo, fueron aquellos relacionados a medios de comunicación. El Comercio, llegó a registrar un promedio de 2.10 visitas diarias, con un aproximado de tiempo de 4 min 48 s por visita, colocándolo en el primer lugar, de acuerdo con el ranking de Alexa.
- Las aplicaciones más descargadas desde que inicio el confinamiento fueron las dedicadas a comunicación, redes sociales, servicios de pedidos, compras y entretenimiento. La aplicación Zoom y TikTok marcaron tendencia durante el mes de marzo.
- Los videojuegos para dispositivos móviles gozaron de gran popularidad durante el confinamiento del 2020. Los que más destacaron fueron: Parchis Star, Among Us y Fortnite.
- Los usuarios de aplicaciones de mensajería instantánea aumentaron considerablemente en la cuarentena. La que más acumuló usuarios es WhatsApp, sin embargo, Telegram mostró un leve crecimiento.
- El consumo de redes sociales a través de teléfonos móviles aumentó durante la cuarentena. Siendo Facebook la red social preferida por los ecuatorianos, con un porcentaje del 56,57% de la cuota de mercado de usuarios. En la que se



registró un aproximado de 7.95 vistas diarias, y un promedio de tiempo por visita de 17 min 36 s al día, esto en lo que respecta al mes de marzo. Por otro lado, es importante mencionar que YouTube, acumuló la mayor cantidad de usuarios de la cuota de mercado en equipos de escritorio durante los primeros meses del confinamiento.

- Desde que inicio la cuarentena en Ecuador, se observa un incremento del 0,22% de descarga de archivos Torrents. Lo que significa que, una pequeña parte de la población ecuatoriana que tiene acceso a internet fijo, durante el confinamiento se dedicó a bajar archivos piratas para el entretenimiento. Entre los contenidos más descargados fueron las películas y series (73%).
- El virus informático que más atacó a los ordenadores de los ecuatorianos durante el primer mes de la cuarentena, fue “HackTool.Win32.KMSAuto.gen”, en un porcentaje de 23,59% del total de infecciones locales.
- Durante la cuarentena se evidenció un incremento en la cantidad de usuarios conectados a la red Tor, la cual fluctuó entre los 1000 a 1500 conectados por día, este dato corresponde únicamente a las conexiones sin uso de puentes de por medio.

Es necesario recalcar que, en un futuro cercano se deberían de desarrollar investigaciones a mayor profundidad del tema expuesto aquí. Asimismo, cada uno de los tópicos abordados en este estudio, convendrían

ser análisis por separado, ya que son escasos los datos en algunas de las variables mostradas en el manuscrito, lo que dificulta esto a la hora de proyectar con exactitud, información de manera general.

Bibliografía

- Akamai. (17 de diciembre de 2020). *Supervisar las amenazas empresariales*. <https://www.akamai.com/es/visualizations/visualizing-akamai>
- Alexa. (2020). *Top Sites in Ecuador*. <https://www.alexa.com/topsites/countries/EC>
- Alvarado Chang, J. E. (2020). Análisis de ataques cibernéticos hacia el Ecuador. *Revista Científica Aristas*, 2(1), 18-27. https://revistacientificaistjba.edu.ec/images/home/documentos/Mayo_2020/2.pdf
- Decreto Presidencial N° 1017 de 2020. (s.f.). *Estado de excepción por emergencia sanitaria. 17 de marzo de 2020. Registro Oficial No. 163*. https://www.defensa.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2020/03/Decreto-presidencial_No_1017_17-Marzo-2020.pdf
- DW. (24 de diciembre de 2020). *Viaje al lado oculto de Internet [Archivo de video]*. YouTube. https://www.youtube.com/watch?v=bZySuxR8bGM&ab_

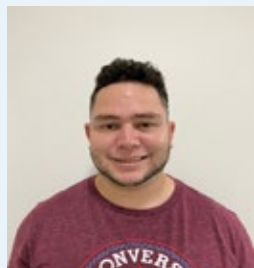


- channel=DWEspa%C3%B1ol
- Encalada, E. (08 de mayo de 2020). Los juegos de mesa, ahora en formato digital. *El Comercio*. <https://www.elcomercio.com/tendencias/juegos-mesa-formato-digital-cuarentena.html>
- García Gancedo, S. (2017). Google y su abuso de posición. *Revista Universitaria Europea*(27), 143-162. <http://www.revistarue.eu/RUE/122017.pdf>
- González Galindo, G. G. (2017). Libertad a medias. *Vínculos*, 14(2), 134-139. doi:<https://doi.org/10.14483/2322939X.12843>
- I Know. (13 de marzo de 2020). *Cómo recopilamos los datos*. <https://iknowwhatyoudownload.com/en/contacts/>
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos - INEC. (2020). *Tecnologías de la Información y Comunicación, 2020*. https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Sociales/TIC/2020/202012_Principales_resultados_Multiproposito_TIC.pdf
- Internet World Stats. (2020). *Internet Usage and Population in South America*. <https://www.internetworldstats.com/south.htm#ec>
- Jijón Jurado, C. J. (2020). *Consumo audiovisual en Guayaquil antes y durante el confinamiento por la COVID-19 - Estudio de los públicos de series de 30 a 59 años: plataformas, dispositivos y canales de comunicación*. (Tesis de pregrado. Universidad Casa Grande). <http://dspace.casagrande.edu.ec:8080/bitstream/ucasagrande/2605/1/Tesis-2778JIJc.pdf>
- Kaspersky. (02 de febrero de 2018). *HackTool.Win32.KMSAuto*. <https://threats.kaspersky.com/mx/threat/HackTool.Win32.KMSAuto/>
- Luque González, A. y Herrero García, N. (2019). Impacto de la tecnología en la sociedad: el caso de Ecuador. *Universidad y Sociedad*, 11(5), 176-182. <http://scielo.sld.cu/pdf/rus/v11n5/2218-3620-rus-11-05-176.pdf>
- Mentinno. (2020). *Ecuador Estado Digital jul/2020*. <https://blog.formaciongerencial.com/actualizacion-julio-2020-ecuador-estado-digital/>
- Ministerio de Salud Pública. (13 de agosto de 2020). *Comunicado: Legislación prohíbe divulgación de datos personales*. <https://www.salud.gob.ec/comunicado-legislacion-prohibe-divulgacion-de-datos-personales/>
- Monsalve, S. (20 de abril de 2020). La cuarentena de Tik Tok. *Ecuador Today*. <https://ecuadortoday.media/2020/04/26/la-cuarentena-de-tik-tok/>
- Ookla. (2020). *Ecuador's Mobile and Fixed Broadband Internet Speeds*. <https://www.speedtest.net/global-index/ecuador>
- Orozco, M. (16 de marzo de 2020). Empresas se suman para impulsar acciones digitales para enfrentar el covid-19. *El Comercio*. <https://www.elcomercio.com/actualidad/negocios/em->



- presas-acciones-digitales-coronavirus-ecuador.html
- Ramos Alejandro, Y. y Rivera Rogel, D. (2020). Periodismo móvil y perfil de periodistas en diarios ecuatorianos. En C. Ortiz León, *Convergencia de la comunicación* (pp. 95-106). Loja, Ecuador: Editorial UTPL. doi:http://doi.org/10.5281/zenodo.4423419
- Reporteros sin Fronteras. (2020). *Ecuador: worrying increase in violence*. <https://rsf.org/en/ecuador>
- RTVE. (03 de abril de 2020). *Los usuarios de la Dark Web aumentan en un 50% en España desde que se decretó el estado de alarma*. <https://www.rtve.es/noticias/20200403/usuarios-dark-web-aumentan-50-espana-desde-se-decreto-estado-alarma/2011378.shtml>
- Santana Chaparro, S. F. (2018). *Google una de las empresas más representativas e innovadoras de la nueva era (trabajo de pregrado)*. Colombia: Fundación universitaria empresarial de la cámara de comercio de Bogotá. <http://hdl.handle.net/11520/22524>
- Statcounter. (2015). *¿Qué metodología se utiliza para calcular las estadísticas globales de Statcounter?* <https://gs.statcounter.com/faq#methodology>
- Van der Sar, E. (8 de abril de 2020). *El tráfico de piratería y uso compartido de archivos aumenta en medio de la crisis del Covid-19*. <https://torrentfreak.com/piracy-and-filesharing-traffic-surges-amidst-covid-19-crisis-200408/>
- Villota Hurtado, O. (2008). La propiedad intelectual analizada desde la economía de la información. *Revista Códice*, 4(1), 25-34. <https://cnb.gov.co/ojs/index.php/codices/article/view/205/155>
- We Are Social y Hootsuite. (2019). *Digital 2019: January Global Statshot Report*. <https://datareportal.com/reports/digital-2019-ecuador?rq=ecuador>
- We Are Social y Hootsuite. (2020). *Digital 2020: April Global Statshot Report*. Obtenido de <https://datareportal.com/reports/digital-2020-april-global-statshot>
- Yarlequé León, A. (2020). *Las noticias de la red social Facebook durante el covid-19, y su impacto en los estudiantes de FACSO UG*. (Tesis de pregrado. Universidad de Guayaquil). <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/53757>
- Zuazo, N. (2018). *Los dueños de internet: Cómo nos dominan los gigantes de la tecnología y qué hacer para cambiarlo*. Buenos Aires, Argentina: Penguin Random House Grupo Editorial.

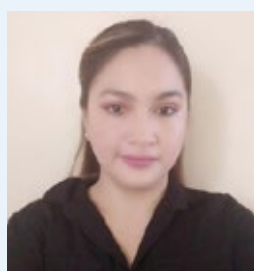
Autores



Mauro Julio Solórzano Cevallos (San Vicente, Ecuador, 1999). Cursó estudios en la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí. Logrando en el 2021 obtener el grado de licenciado en Comunicación Social mención Periodismo. En el ámbito profesional, se desempeña como editor de noticias en el canal Oromar Tv.



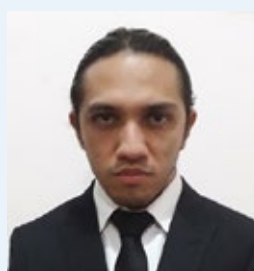
Galo Antonio Mero Demera (Charapotó, Ecuador, 1976). Estudió en la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Eloy Alfaro de Manabí. Obteniendo en el año 2014 el título de licenciado en Comunicación Social mención Periodismo. Además, posee una maestría en Periodismo Digital por la Universidad Eloy Alfaro de Manabí. En cuanto a lo profesional, desde el año 2000 ejerce como periodista de los medios impresos El Diario de Manabí, y Hoy de Quito. También es reportero del canal de televisión Manavisión.



Danny Aglael Paladines Mero (Cojimíes, Ecuador, 1995). Cuenta con estudios en licenciatura en Comunicación Social con mención Periodismo por la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí. Adicional a eso, dentro de sus formaciones académica cuenta con seminarios de medio ambiente, seminarios socio-economía de Manabí.



Jean Carlos Santos (Manta, Ecuador, 1991). Tiene formación académica en licenciatura en Ciencias de la Comunicación Social por la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí. Además, cuenta con una maestría en Marketing por la Universidad de Especialidades Espíritu Santo de Guayaquil. Actualmente es docente de la Facultad de Ciencias de la Comunicación y de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí. En cuanto a lo profesional, tiene 6 años de experiencia en PYMES enfocadas a la producción multimedia para las nuevas tecnologías de la información y comunicación social (TICS).



Erik Alexander Cumba Castro (Quito, Ecuador, 1990). Estudió en la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, en donde obtuvo el título de licenciado en Ciencias de la Comunicación mención Comunicación Organizacional y Relaciones Públicas en el año 2016. Además, cuenta con una maestría en Periodismo Digital y Gestión de Proyectos Multimedia por la Universidad Casa Grande. En el ámbito profesional, es columnista del medio digital Datainfox en la sección de tecnología.





Ulearn
UNIVERSIDAD LAICA
ELOY ALFARO DE MANABÍ

2023

ISBN: 978-9942-827-93-7



9789942827937