

**REVISTA**

ENFOQUES  
DE LA COMUNICACIÓN  
**Nº 14**

**Entre algoritmos y verdad**

ISSN: 2662-6939  
e-ISSN: 2806-5646



**Consejo de  
Comunicación**

*Todas las voces cuentan*

La responsabilidad de las opiniones expresadas en los artículos, estudios y otras colaboraciones firmadas incumben exclusivamente a sus autores y su publicación no significa que el Consejo de Comunicación se identifique con las mismas.

Los trabajos publicados en la Revista Enfoques de la Comunicación se evaluaron bajo el sistema de doble par ciego, según el cual los autores no conocen a los evaluadores.

Los autores que publican en esta revista están de acuerdo con los siguientes términos:

- Los autores conservan los derechos de autor y garantizan a la revista el derecho de ser la primera publicación del aporte bajo la licencia *Creative Commons Attribution License* que permite a otros compartir el trabajo con un reconocimiento de la autoría y la publicación inicial en esta Revista.
- Los autores pueden establecer por separado acuerdos adicionales para la distribución no exclusiva de la versión de la obra publicada en la revista (por ejemplo, situarlo en un repositorio institucional o publicarlo en un libro), con un reconocimiento de su publicación inicial en esta Revista.





Revista Enfoques de la Comunicación  
Revista de análisis y debate de la comunicación  
Consejo de Desarrollo y Promoción de la Información y Comunicación

**ISSN:** 2661-6939

**e-ISSN** 2806-5646

Depósito legal

Dirección: Av. 10 de Agosto N34-566, entre Av. República y Juan Pablo Sanz, Quito

**Código postal:** 170507

**Teléfono:** (02) 3938720

**Correo electrónico:**

[revistaenfoquescomunicacion@consejodecomunicacion.gob.ec](mailto:revistaenfoquescomunicacion@consejodecomunicacion.gob.ec)



## **COMITÉ EDITORIAL**

- Mgtr. Fabián Alejandro Alarcón Savinovich, director, Consejo de Comunicación (Quito, Ecuador)
- Mgtr. Ángel Marcelo Cedeño Macías, editor, Consejo de Comunicación (Quito, Ecuador)
- PhD. María José Enríquez Cruz, Universidad San Francisco de Quito (Quito, Ecuador)
- PhD. Paulina Donoso Bayas, Universidad Internacional del Ecuador (Quito, Ecuador)
- Mgtr. Rodolfo Guerrero Martínez, Colegio de abogados México (Guadalajara, México)
- PhD. Saudia Levoyer Salas, Universidad Andina Simón Bolívar (Quito, Ecuador)
- PhD. Kruzkaya Ordóñez, Universidad Técnica Particular de Loja (Loja, Ecuador)
- PhD. Miguel Vásquez, Universidad Católica de Cuenca / Universidad de Guayaquil / Universidad Península de Santa Elena (Quito, Ecuador)
- Mgtr. Danilo Eduardo Villarroel Silva, Universidad Estatal de Bolívar (Guaranda, Ecuador)

4

## **Gestión editorial**

- Mgtr. Michelle Moretti
- Mgtr. Anastasia Valyanyuk

## **Equipo técnico de apoyo - Dirección Técnica de Promoción del Conocimiento**

- Mgs. Sofía Jurado

## **Diseño y diagramación**

- Mgtr. Diego Lara Tello  
Dirección de Comunicación Social

**Colaboraron en este número:**

- Mgtr. Nelson Neptali Alvarado Ochoa, Investigador independiente y Abogado en libre ejercicio profesional (Ecuador)
- Dr. Byron Andino Veloz, Escuela Politécnica Nacional [EPN] (Ecuador)
- Dra. Karen Andrade, Universidad Central del Ecuador [UCE] (Ecuador)
- Mgtr. Paolo Arévalo, Universidad Técnica de Cotopaxi [UTC] (Ecuador)
- Dra. Norma Allyson Armijos Triviño, Universidad de Guayaquil [UG] (Ecuador)
- Mgtr. Jacqueline Artieda, Universidad Central del Ecuador [UCE] (Ecuador)
- Luisiana Naevi Azuero Guzmán, Universidad Nacional de Loja [UNL] (Ecuador)
- Mgtr. Giancarlo Gregory Bonifas Gómez, Universidad Laica Eloy Alfaro De Manabí [ULEAM] (Ecuador)
- Mgtr. Lourdes Yessenia Cabrera Martínez, Universidad Técnica de Cotopaxi [UTC] (Ecuador)
- Licdo. Anthony Caiza Ibarra, Consejo de la Judicatura (Ecuador)
- PhD. María Fernanda Constante Barragán, Universidad Técnica de Cotopaxi [UTC] (Ecuador)
- Dra. Gabriela Coronel, Universidad Técnica Particular de Loja [UTPL] (Ecuador)
- Dr. Jorge Cruz Silva, Pontificia Universidad Católica del Ecuador [PUCE] (Ecuador)
- Dr. Marcelo Daniel, Universidad Nacional del Nordeste (Ecuador)

- Mgtr. Vanessa Duque, Universidad Técnica Particular de Loja [UTPL] (Ecuador)
- Dra. María Beatriz Eguiguren, Universidad Técnica Particular de Loja [UTPL] (Ecuador)
- Dra. Ana Paulina Escobar, Universidad de las Américas (Ecuador)
- Mgtr. Andrés Espinel, Universidad Nacional de La Plata (Argentina)
- Dra. Ingrid Estrella, Universidad de Guayaquil [UG] (Ecuador)
- Mgtr. Diego Fernandez, Universidad de Cuenca [Ucuenca] (Ecuador)
- Dra. Dayri Flores Ramírez, Centro de Investigación y Docencia Económicas (México)
- Licda. Brígida García, Universidad Católica de las Misiones (Argentina)
- Mgtr. Maribel García, Universidad Estatal Península de Santa Elena [UPSE] (Ecuador)
- Mgtr. Carlos Antonio Granda Cruz, Universidad Nacional de Loja [UNL] (Ecuador)
- Mgtr. Karina Granja, Universidad Hemisferios (Ecuador)
- Mgtr. José Bladimir Guarnizo, Universidad Estatal de Bolívar [UEB] (Ecuador)
- Mgtr. Claudio Guevara, Universidad Católica de Cuenca [UCACUE] (Ecuador)
- Mgtr. Janetsy Gutiérrez, Universidad Central del Ecuador [UCE] (Ecuador)
- Dra. Patricia Hidalgo, Life College Institute (Ecuador)
- Roger Ricardo Imbaquingo Choro, Universidad Nacional de Chimborazo [UNACH] (Ecuador)

- Mgtr. Andrea Iturburú Calderón, Universidad de Guayaquil [UG] (Ecuador)
- Dr. Carlos Larrea, Universidad Nacional de Chimborazo [UNACH] (Ecuador)
- Licdo. Henry Patricio López Tapia, Consejo de la Judicatura (Ecuador)
- Mgtr. Juan Francisco Luzón Cedeño, Universidad Laica Eloy Alfaro De Manabí [ULEAM] (Ecuador)
- Mgtr. Betty Márquez, Universidad UTE (Ecuador)
- Mgtr. José Luis Mederos, Instituto Superior Tecnológico CuestTV (Ecuador)
- Mgtr. Paola Miranda, Universidad de Cuenca [Ucuenca] (Ecuador)
- Licda. Dominique Andrea Montalvo Villacís, One to One Pr Consulting (Ecuador)
- Ana Valentina Montoya Cañar, Universidad Indoamérica (Ecuador)
- Mayra Gabriela Morocho Quinga, Universidad Indoamérica (Ecuador)
- Mgtr. Maritza Ochoa, Universidad Técnica Particular de Loja [UTPL] (Ecuador)
- Dr. Luis Oswaldo Ordoñez Pineda, Universidad Técnica Particular de Loja [UTPL] (Ecuador)
- Dra. Emma Patricia Pacheco, Universidad Técnica Particular de Loja [UTPL] (Ecuador)
- Dr. Rigoberto Pérez Ramírez, Universidad Autónoma del Estado de México (México)
- Mgtr. Rosario Puertas, Universidad Técnica Particular de Loja [UTPL] (Ecuador)
- Mgtr. Mirian Yadira Quiroz Párraga, Universidad Laica Eloy Alfaro De Manabí [ULEAM] (Ecuador)

- Mgtr. Pilar Quito Ulloa, Universidad Nacional de Loja [UNL] (Ecuador)
- Mgtr. Jonathan Ramos, Universidad Central del Ecuador [UCE] (Ecuador)
- Mgtr. John Jairo Reyes Andrade, Universidad Laica Eloy Alfaro De Manabí [ULEAM] (Ecuador)
- Licdo. Frank Brandon Riofrío Heras, Consejo de la Judicatura (Ecuador)
- Dr. Ramón Rivero, Universidad Estatal Península de Santa Elena [UPSE] (Ecuador)
- Dr. Lenin Petronio Ruales Saltos, Universidad Indoamérica (Ecuador)
- Mgtr. Hugo Sánchez Calderón, Universidad UTE (Ecuador)
- Mgtr. Marco Iván Sánchez Peña, Universidad Estatal Amazónica [UEA] (Ecuador)
- Mgtr. Franklin Gustavo Santín Picoita, Universidad Nacional de Loja [UNL] (Ecuador)
- Mgtr. Joselyn Lizbeth Soria, Docente universitaria (Ecuador)
- Dr. Abel Suing, Universidad Técnica Particular de Loja [UTPL] (Ecuador)
- Dra. Carolina Szmoisz, Universidad de Buenos Aires [UBA] (Argentina)
- Mgtr. Lemny Marisol Tambo Cabrera, Cooperativa de Ahorro y Crédito Once de Junio Ltda. (Ecuador)
- Mishell Carolina Tapia Parreño, Universidad Técnica de Cotopaxi [UTC] (Ecuador)
- Micaela Torres Estupiñán, Universidad Indoamérica (Ecuador)

- Dr. Ricardo Francisco Ureña López, Universidad Técnica de Cotopaxi [UTC] (Ecuador)
- PhD. Alicia Uguellés, Universidad Hemisferios (Ecuador)
- Mgr. Luis Mario Valarezo, Universidad Técnica Particular de Loja [UTPL] (Ecuador)
- Mgr. Karen Valdivieso, Universidad Técnica Particular de Loja [UTPL] (Ecuador)
- Licdo. Esteban Valencia, Instituto Superior Tecnológico CuestTV (Ecuador)
- Mgr. Jenny Evangelina Villacís Domínguez, Unidad Educativa Fiscal Los Shyris (Ecuador)
- Dr. Pablo Villalva, Universidad Internacional del Ecuador (Ecuador)
- PhD. Jenny Yaguache, Universidad Técnica Particular de Loja [UTPL] (Ecuador)
- Dr. Hernán Antonio Yaguana Romero, Universidad Técnica Particular de Loja [UTPL] (Ecuador)
- Mgr. Samuel Yáñez Valarezo, Universidad Técnica Particular de Loja [UTPL] (Ecuador)
- Mgr. Yesmin Zajar Saab, Instituto Superior Tecnológico Universitario de Estudios de Televisión [ITV] (Ecuador)
- Mgr. Cinthya Zambrano Salazar, Universidad Estatal Amazónica [UEA] (Ecuador)
- Mgr. Jenny Maribel Zavala Enriquez, Universidad Nacional de Chimborazo [UNACH] (Ecuador)

## ENTRE ALGORITMOS Y VERDAD



# ÍNDICE

<b>PRESENTACIÓN.....</b>	<b>14</b>
<b>PRÓLOGO.....</b>	<b>15</b>
<b>TEMA CENTRAL: ENTRE ALGORITMOS Y VERDAD.....</b>	<b>17</b>
<b>ARTÍCULOS CIENTÍFICOS.....</b>	<b>18</b>
Redes Sociales e Interacciones Juveniles: el Caso de la Parroquia 11 de Noviembre.....	19
Percepciones sobre los Algoritmos: ¿Quién Decide lo que Vemos en Redes Sociales? Un Estudio en la Región Amazónica de Ecuador.....	59
Marketing Cultural en Facebook e Instagram: Caso Festival de Artes Vivas de Loja.....	91
Análisis Comparativo del Impacto del Uso del TikTok Dentro de la Estrategia de Comunicacional Gubernamental entre los Presidentes del Ecuador Guillermo Lasso y Daniel Noboa.....	123
Lo que dejó Twitter: Estudio de Caso sobre el Uso que el Movimiento Indígena hizo de la Red Social Twitter durante el Paro Nacional de Octubre de 2019 en Ecuador.....	153
Herramientas de Inteligencia Artificial –BERT, RoBERTa y T5– para Analizar el Impacto de Noticias Políticas en X –antes Twitter–: el Caso de la Elección Presidencial en Ecuador 2025.....	187
Transformación de la Comunicación Universitaria Durante la Pandemia de la COVID–19: Caso de Estudio Universidad Nacional de Chimborazo [Unach].....	219
<b>ENSAYOS.....</b>	<b>260</b>

El Rol de los Medios Alternativos Comunicacionales en Torno a la Concienciación de la Igualdad de Género.....	261
De la Palabra a la Acción: Comunicación Estratégica para una Educación Inclusiva.....	285
Narrativas Digitales, Masculinidad y Resistencias Feministas en Redes Sociales.....	315
La Realidad Editada: Montaje, Percepción y Construcción Simbólica de los Noticieros.....	343
Del Ciberactivismo a la Construcción de una Gobernanza Feminista: la Incidencia de la Ley Olimpia y la Ley Ingrid en México.....	361
OTROS TEMAS DE INTERÉS.....	389
ARTÍCULOS CIENTÍFICOS.....	390
Influencia Organizacional Autocrática y Autoritaria del Director en un Noticiero Televisivo en Ecuador.....	391
Crimen Organizado y Ejercicio Periodístico en Ecuador: el Caso TC Televisión.....	429
Intimidación y su Efecto en el Trabajo Periodístico en Ecuador 2024. Estudio Basado en las Alertas de Agresiones.....	460
Hostigamiento Judicial a Trabajadores de la Comunicación en Ecuador: Efectos en la Libertad de Expresión y el Ejercicio Periodístico en 2024.....	501
Protección Estatal para los Trabajadores de la Comunicación en Relación con las Protestas Sociales en Ecuador 2022.....	543
ENSAYOS.....	579
¿La falta de Aplicación del Principio de Interculturalidad en la Información, Constituye Sensacionalismo o Desinformación?.....	580

## PRESENTACIÓN

Los riesgos y desafíos que supone el acceso y uso de la inteligencia artificial, las relaciones que se generan a través de las redes sociales y el conocimiento que demandan las herramientas para incorporarnos a este universo dependen, en gran medida, de la investigación que nos permita comprender el acelerado crecimiento de lo virtual y su permeabilidad con lo físico. Esta edición de la Revista Enfoques de la Comunicación, “Entre algoritmos y verdad”, dedica su atención a esta problemática para desde el debate democrático plantear alternativas que ayuden a entender las dinámicas que emergen a partir de las nuevas tecnologías.

Especialistas, juristas, periodistas, comunicadores, universitarios, docentes y otros actores hacen eco de esta convocatoria, con estudios que convergen en la importancia de la alfabetización mediática e informacional desde la diversidad y en todos los niveles de la sociedad. Asimismo, se abordan aspectos relacionados con los riesgos y la protección del trabajo periodístico.

A los autores y autoras, nuestra gratitud y reconocimiento; del mismo modo, a todas las personas que fueron parte del proceso que garantiza los altos estándares de esta publicación indexada: al Consejo Editorial, a los lectores pares y a quienes colaboraron en esta edición.

Es grato para mí poner a disposición de la sociedad este insumo técnico, que da cuenta del potencial de lo digital y, a la vez, advierte los peligros que debemos prever desde la evidencia para garantizar el pleno ejercicio de la libertad de expresión.

**PhD. César Antonio Martín Moreno**  
Presidente del Consejo de Comunicación

## PRÓLOGO

La edición número 14 de la Revista Enfoques de la Comunicación, titulada “Entre Algoritmos y verdad” invita a reflexionar sobre cómo las nuevas tecnologías han transformado la manera de relacionarnos. Esto, sin dejar de lado el acceso a los grupos históricamente vulnerables.

El tema central de esta edición se desarrolla mediante artículos científicos y ensayos que abordan, entre otros ejes, la relación entre redes sociales y juventudes en localidades, por ejemplo, de la provincia de Cotopaxi, o la percepción del consumo de información desde la diversidad en territorios de la Amazonía.

X (antes Twitter), TikTok y Facebook se abordan desde el marketing cultural, la estrategia comunicacional y la protesta social, para revisar las dinámicas en línea vinculadas a hechos políticos y sociales tanto a nivel nacional como, específicamente, en ciudades como Loja. Se incorpora, además, una arista relevante sobre la inteligencia artificial, donde la ética enmarca su alcance en tiempos como el electoral; y, en otro frente, se indaga la transformación comunicacional de la universidad durante la pandemia de la COVID-19 en la provincia de Chimborazo.

Inclusión, educación, género, masculinidades, ciberactivismo, medios alternativos y desinformación orientan la discusión hacia los contextos ecuatoriano y mexicano. En la sección de “Temas de interés” se incorporan, además, estudios de caso sobre las industrias mediáticas y el clima laboral, así como análisis sobre la protección a las personas trabajadoras de la comunicación y los riesgos que enfrentan, tales como el crimen organizado, la intimidación, el hostigamiento judicial y la ausencia de un enfoque de derechos e interculturalidad.

El conjunto de contribuciones de esta revista es una prueba de que el diálogo académico abierto es posible. La diversidad de propuestas busca comprender las urgencias de nuestro tiempo y asumir la virtualidad como una responsabilidad compartida.

**Mgtr. Fabián Alarcón**

Director

Revista Enfoques de la Comunicación

Consejo de Comunicación

**TEMA CENTRAL:  
ENTRE ALGORITMOS Y VERDAD**

## **ARTÍCULOS CIENTÍFICOS**

## **Redes Sociales e Interacciones Juveniles: el Caso de la Parroquia 11 de Noviembre**

### ***Social Networks and Youth Interactions: The Case of the 11 de Noviembre Parish***

**Mishell Carolina Tapia-Parreño<sup>1</sup>**

Universidad Técnica de Cotopaxi

[mishell.tapia6688@utc.edu.ec](mailto:mishell.tapia6688@utc.edu.ec)

**Ricardo Francisco Ureña-López<sup>2</sup>**

Docente Investigador

Universidad Técnica de Cotopaxi

[ricardo.urena@utc.edu.ec](mailto:ricardo.urena@utc.edu.ec)

**Lourdes Yessenia Cabrera-Martínez<sup>3</sup>**

Docente Investigadora

Universidad Técnica de Cotopaxi

[lourdes.cabrera@utc.edu.ec](mailto:lourdes.cabrera@utc.edu.ec)

### **Resumen**

El objetivo del presente artículo fue determinar el impacto de las redes sociales digitales en las relaciones interpersonales de los jóvenes de la parroquia 11 de Noviembre, en la Provincia de Cotopaxi, entre las categorías analizadas

<sup>1</sup> Licenciada en Comunicación. Especialista en creación de contenido digital, producción y gestión de material audiovisual, así como en estrategias comunicacionales para redes sociales. Experiencia en el desarrollo de proyectos orientados a la interacción con audiencias en entornos digitales y la elaboración de narrativas visuales atractivas, aplicando recursos del periodismo y la comunicación digital. Actualmente ejerce de manera independiente elaborando contenido de comunicación y marketing. ORCID: <https://orcid.org/0009-0003-4734-2059>

<sup>2</sup> Sociólogo por la Universidad de Guadalajara México, Magíster en Ciencias Sociales FLACSO Ecuador. Docente Investigador de la Facultad de Ciencias Sociales, Artes y Educación de la Universidad Técnica de Cotopaxi, Ecuador. ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5525-5981>

<sup>3</sup> Magister en Ciencias Sociales con mención en Sociología por FLACSO-Ecuador, Docente-Investigadora de la carrera de Comunicación y Psicología Social de la Universidad Técnica de Cotopaxi. ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0215-1083>

se consideraron los modos de uso, las consecuencias y las particularidades de las interacciones digitales de la población de estudio. La metodología fue de orden cualitativo, implementando la técnica de entrevistas que permitió obtener datos sobre experiencias y percepciones respecto al uso de redes sociales. Los principales resultados reflejaron que, si bien las interacciones cara a cara destacan por su autenticidad y una «percepción» de mayor seguridad en el vínculo establecido, las relaciones digitales les brindan la posibilidad de conectarse con personas de otras regiones, países, lo que les permite aprender nuevos idiomas, comunicarse con sus familiares o amigos que están lejos de la ciudad y compartir imágenes fotos o vídeos de sus intereses. En conclusión, las redes sociales inciden en las relaciones interpersonales de los jóvenes de la parroquia permitiéndoles establecer vínculos a nivel local, regional e internacional. Además, identificamos que dentro del uso de las redes sociales interpersonales existe un sentido crítico de parte de los jóvenes que determina sus relaciones interpersonales.

*Palabras clave:* Ecuador, jóvenes, interacciones digitales, redes sociales, relaciones interpersonales.

### **Abstract**

The objective of this article was to determine the impact of digital social networks on the interpersonal relationships of young people in the 11 de Noviembre Parish, Cotopaxi Province. Among the categories analyzed were usage patterns, consequences, and particularities of the digital interactions of the study population. The methodology followed a qualitative approach, implementing interview

techniques that provided data on experiences and «perceptions» regarding the use of social networks. The main results showed that, while face-to-face interactions stand out for their authenticity and perceived greater security in the relationship, digital relationships offer the possibility of connecting with people from other regions and countries, allowing them to learn new languages, communicate with relatives or friends living far from the city, and share images, photos, or videos related to their interests. In conclusion, social networks influence the interpersonal relationships of young people in the parish, enabling them to establish connections at local, regional, and international levels. Furthermore, we identified that within the use of interpersonal social networks, there is a critical awareness among young people that shapes their interpersonal relationships.

*Keywords:* digital interactions, Ecuador, interpersonal relationships, platform, social networks, young people.

## **Introducción**

El acelerado avance de las Tecnologías de la Información y la Comunicación [TIC] desde las últimas décadas del siglo XX (Olarte-Pacco et al., 2023) ha proporcionado a la sociedad herramientas de comunicación sumamente poderosas, las cuales promueven y facilitan su desarrollo en todos los aspectos (Martín-Rosell, 2018). Este progreso ha transformado tanto la sociedad como las relaciones humanas, adaptándose a la organización del contexto histórico y adquiriendo características psicosociales propias que definen a las personas nacidas en esa época. De

esta manera, se establecen categorías generacionales que las caracterizan y las sitúan en relación con ciertos eventos (Ruperti y Piloso, 2018). Esto demuestra la influencia de las tecnologías en el comportamiento de las personas dentro del proceso comunicativo, el cual se articula como un proceso de producción cultural (Gayà-Morlà, et al., 2022).

En particular, el Internet representa un avance significativo en la comunicación social contemporánea; ya que, gracias a la interconectividad de la mayoría de las redes existentes, las personas buscan interactuar en tiempo real y a escala global. Es un medio fácil y rápido para acceder a numerosos servicios, incluyendo las redes sociales, lo cual caracteriza a la sociedad actual (Tejada-Garitano et al., 2023). Sin duda, esta herramienta se ha convertido en un hito en el comportamiento humano (Hernández-Cambor y De-La-Villa-Moral-Jiménez, 2024). La dinámica de las interacciones grupales y personales está experimentando cambios en sus formas y códigos, cuestionando los antiguos paradigmas de las normas sociales (Moreira-de-Freitas et al., 2021).

Según Estrada-Araoz et al. (2021) el uso de Internet se define como un espacio de comunicación para los jóvenes en relación con lo que expresan. Patiño-Alvarez (2020) destaca que, este avance en las tecnologías de la información y la comunicación está transformando las conductas y las relaciones sociales, obligando a las personas a adaptarse a estas nuevas formas de interacción.

De manera similar, las redes sociales han irrumpido con fuerza en las sociedades del siglo XXI, generando cambios significativos en los agentes de socialización

de los jóvenes (Aznar-Díaz et al., 2020). Por ello, es importante conocer la existencia y complejidad del uso de las redes sociales por parte de los jóvenes, ya que esto puede provocar cambios en su conducta y en sus relaciones interpersonales (Tello y Martínez, 2024).

Las redes sociales virtuales han creado lazos entre personas que no se conocen físicamente, permitiendo un contacto constante “en las redes sociales se evidencia en historias de amistades, citas, noviazgos, relaciones de una noche y matrimonios que surgen a través de Internet” (Barros et al., 2020, p. 169). Esto se debe a que en estos espacios interactivos las personas suelen mostrarse de manera espontánea y comparten ideas, sentimientos, entre otras, lo que fomenta vínculos de confianza que pueden evolucionar en algún tipo de relación interpersonal (Echauri y Figueras-Maz, 2021).

Actualmente, la comunicación ha sido enriquecida por la evolución de las TIC que, a través de nuevos formatos como páginas web, blogs y redes sociales como Facebook, Twitter, YouTube, WhatsApp, revolucionaron las dinámicas comunicacionales permitiendo comunicar a una gran cantidad de personas de manera simultánea y en menor tiempo (Díaz et al., 2021). En este nuevo contexto socio-tecnológico, los jóvenes desarrollan nuevas competencias para aprovechar los recursos tecnológicos en la gestión y difusión de información, conocimientos y sus relaciones interpersonales (Soria y Villegas-Villacres, 2019).

En torno a las relaciones interpersonales Blasco-Fontecilla (2021) señala que son interacciones complejas que se establecen entre individuos y que implican una

conexión emocional, comunicación, y mutua influencia. Además, estas relaciones se desarrollan a lo largo de un proceso dinámico que incluye varias etapas: atracción inicial, desarrollo, consolidación, deterioro y disolución (Calva-Nagua et al., 2019). Por su parte, Giraldo-Giraldo y Gómez-Gómez (2023) señalan que las relaciones interpersonales son fundamentales para el desarrollo humano, ya que proporcionan un entorno en el cual los individuos pueden experimentar aceptación, empatía y comprensión.

Respecto a los jóvenes y sus preferencias en la búsqueda de información a través de las redes sociales, Delfino et al. (2017) realizaron una investigación para el caso de España: el 53,8% de los jóvenes busca información sanitaria, siendo los temas de interés el cáncer -89,9%- , las adicciones -67,7%- , ETS-VIH -49,6%- , embarazos/ anticoncepción -21,5%- , enfermedades mentales -40%- , enfermedades cardíacas y diabetes mellitus -53,6%- y trastornos alimentarios.

Por su parte y dentro del contexto Latinoamericano, la Organización Mundial de la Salud [OMS] menciona que, los principales usuarios de Internet para informarse sobre aspectos sanitarios o de los sistemas de salud son los jóvenes cuyas edades van de 15 a 24 años. En este sentido la juventud es una etapa crucial en el desarrollo humano, caracterizada por un período de transición entre la adolescencia y la adultez, este concepto abarca no solo el crecimiento físico y emocional, sino también el proceso de formación de identidad y la búsqueda de independencia (Calva-Nagua et al., 2019). De esta manera el Internet se convierte en un recurso primordial para la comunicación e

información de las actuales generaciones (Cornejo y Tapia, 2011).

Del mismo modo, el estudio realizado por Calva-Nagua et al. (2019) indica que, este grupo etario utiliza las redes sociales principalmente para conectarse con amigos, conocer gente nueva, formar lazos afectivos con el sexo opuesto y, en menor medida, obtener información de personas de su interés. Por otra parte, señala que el uso principal que los jóvenes hacen de Internet es acceder a las redes sociales, seguido de visitar YouTube para descargar y ver videos, hacer tareas escolares, y bajar y escuchar música, siendo esta última una práctica cultural muy común entre los jóvenes.

Las redes sociales permiten una mayor participación social activa de los jóvenes, un estudio sobre la participación de los jóvenes en las redes sociales realizado por Soria y Villegas-Villacres (2019) concluyen que las redes sociales en internet se constituyen como un medio para prolongar las relaciones sociales de los individuos y fomentar la participación en situaciones de solidaridad, asociacionismo y movilización social. Posteriormente, en otra investigación, Barros et al. (2020) revela que los jóvenes son activos en la red en dos sentidos: como productores de contenido que invita a otros a la movilización social y como receptores activos que trasladan a la realidad su empatía ante situaciones de necesidad social.

En cuanto a los antecedentes de investigación relacionados con las redes sociales virtuales y su impacto en las relaciones interpersonales, hay pocas investigaciones realizadas debido a la novedad del tema. Sin embargo,

se encontraron numerosas investigaciones, tanto a nivel internacional como nacional, sobre la adicción a Internet, que están relacionadas con las redes sociales virtuales (Espinoza-Guillen y Chávez-Vera, 2021). La era digital actual, las plataformas como Facebook, Instagram y TikTok han transformado profundamente la manera en que los jóvenes interactúan y se relacionan entre sí. Es así como, Fernández-Villa et al. (2018) mencionan que, este cambio en la interacción de plataformas digitales no está exento de desafíos y preocupaciones sobre todo por la ciberinseguridad.

Delfino et al. (2017), en una investigación teórica en Argentina, abordaron temas relacionados con la adicción a Internet, sus consecuencias y las limitaciones que presentan las tecnologías de la información y la comunicación [TIC]. Concluyó que el abuso de Internet puede ser una manifestación secundaria de otras adicciones, y que también puede llevar a la pérdida de habilidades en el intercambio personal y facilitar la creación de relaciones sociales ficticias. Además, recomendó que futuras investigaciones se centren en recopilar más información sobre los programas más adecuados para pacientes jóvenes; así como, en desarrollar estrategias motivacionales para el tratamiento.

En el ámbito nacional, Calva-Nagua et al. (2019) realizaron un estudio en Ecuador para identificar el impacto de la dependencia a las redes sociales virtuales en las habilidades sociales de los estudiantes ecuatorianos de la Facultad de Psicología de esta universidad. Para ello, aplicaron una muestra de 120 estudiantes el Test de Adicción a Internet y Redes Sociales para medir los niveles

de adicción, y una Lista de Chequeo de Habilidades Sociales para evaluar los niveles de habilidades sociales. Los resultados mostraron que el 28,3% presentó un nivel de adicción severo, y el 34% registró un nivel bajo en habilidades sociales. Estos confirman que la dependencia de las redes sociales virtuales impacta negativamente en las habilidades sociales de las personas. Recomendó llevar a cabo campañas y programas de prevención y promoción del uso sano y constructivo de la red.

Echeburúa (2020) en su estudio sobre «Las redes sociales y las relaciones interpersonales de las nuevas generaciones» menciona que, las relaciones interpersonales que se forman a través de Internet han creado nuevos conceptos en la juventud ecuatoriana ya que, con el auge de las redes sociales, estas relaciones en línea se han convertido en una parte cotidiana de la vida. A medida que estas plataformas han ganado popularidad, han alterado significativamente la dinámica tradicional de cómo los jóvenes establecen y mantienen conexiones personales, esto plantea inquietudes sobre la calidad y seguridad de las relaciones que se forman a través de medios virtuales en comparación con las interacciones cara a cara (Soler-Carrión y Latorre-Lao, 2024).

Por otro lado, Acevedo-Niño (2024) analizó la influencia de las redes sociales en los jóvenes, considerando que son la población más vulnerable debido a sus cambios físicos y emocionales, centrándose en este último aspecto para investigar y examinar la conducta de los jóvenes en sus relaciones interpersonales. Determinó que, la sociedad ofrece la posibilidad de comprender la percepción de los

jóvenes sobre el proceso de establecer nuevas relaciones sociales, así como las actitudes y comportamientos derivados de dicho proceso (Durand, 2024).

Aunque la sociedad ecuatoriana aún mantiene rasgos ético-morales conservadores, no es ajena a esta realidad. Las nuevas generaciones están experimentando formas novedosas de socialización a través de estos medios virtuales (Andraus y Gutierrez, 2024), aunque no están exentas de potenciales riesgos que deben ser considerados. La solución no puede ser ignorar los beneficios que ofrecen estos recursos tecnológicos, ya que hoy en día la vida sin ellos es inconcebible. Las tecnologías no son intrínsecamente buenas ni malas; todo depende del uso que se les dé y de la formación moral del usuario (Estrada-Araoz et al., 2021).

Es así como, el objetivo general de la investigación es determinar cómo las redes sociales digitales inciden en las relaciones interpersonales de los jóvenes de la parroquia 11 de Noviembre del cantón Latacunga, específicamente interesa identificar cómo ellos perciben y experimentan a las redes sociales.

Para el cumplimiento de este propósito, se plantearon objetivos específicos que son los siguientes: identificar los modos de uso de las redes sociales digitales entre los jóvenes de la parroquia 11 de Noviembre; determinar las consecuencias del uso de las redes sociales digitales en las relaciones interpersonales de los jóvenes de la parroquia 11 de Noviembre y abordar las particularidades de las relaciones interpersonales en las redes sociales digitales con los jóvenes de la parroquia 11 de Noviembre. A

la vez la pregunta principal que orientó la investigación fue ¿Cómo inciden las redes sociales digitales en la formación y mantenimiento de relaciones significativas entre los jóvenes de la parroquia 11 de Noviembre? Y, como preguntas secundarias se establecieron las siguientes: ¿Cuáles son las consecuencias de las relaciones interpersonales que surgen por Internet?, ¿Cómo influyen en la formación ética de las nuevas generaciones?, ¿Cómo prevenir sus riesgos? Dichos objetivos y preguntas de investigación permitieron explorar el impacto de las redes sociales digitales en las relaciones interpersonales de los jóvenes en la parroquia 11 de Noviembre.

### **Metodología**

La metodología empleada dentro de la presente investigación fue de carácter cualitativo, a fin de explorar el impacto de las redes sociales digitales en las relaciones interpersonales de los jóvenes en la parroquia 11 de Noviembre. La investigación se caracterizó por describir fenómenos y situaciones tal como se presentan en su contexto natural, sin manipular variables ni establecer relaciones (Cornejo y Tapia, 2011). Esta metodología fue seleccionada porque permite realizar un análisis detallado y comprensivo de cómo los jóvenes utilizan las redes sociales y cómo estas influyen sus interacciones personales.

La investigación cualitativa permitió proporcionar información precisa sobre las características y comportamientos observados en su contexto natural, permitiendo identificar patrones de uso de redes sociales y sus efectos en las relaciones personales, pues ayudó a responder preguntas como las siguientes ¿Cuáles son

las principales redes sociales utilizadas?, ¿Cómo influyen en la forma en que los jóvenes interactúan entre sí?, y ¿Qué impacto tienen en la calidad de las relaciones interpersonales?

Para la elaboración del instrumento de investigación se realizó una revisión bibliográfica exhaustiva que permitió identificar antecedentes teóricos y empíricos sobre la relación entre redes sociales y juventud, centrándonos específicamente en estudios que abordan las relaciones interpersonales de los jóvenes (Ruperti y Piloso, 2018). En este sentido, se elaboró un cuestionario para entrevistas semiestructuradas en donde se consideraron elementos como: uso de redes sociales, preferencias de plataformas, frecuencia de uso y tipos de interacciones sociales realizadas a través de las redes. La población de estudio estuvo constituida por jóvenes de 15 a 22 años de edad que nos permitió obtener información directamente en el escenario de la investigación que es la parroquia 11 de Noviembre, los criterios de selección fueron edad, nivel educativo y frecuencia de uso de redes sociales. La elección de este grupo etario se consideró debido a que es una etapa del desarrollo humano caracterizada por la conformación de identidades y consolidación de las relaciones sociales que pueden reflejarse en las redes sociales.

Una vez determinada nuestra población objeto de estudio se realizó un muestreo intencional considerando como criterio el uso activo de al menos una red social en su vida cotidiana, cabe destacar que el tamaño de la muestra no se determinó antes de realizar la investigación, sino que siguió los principios de la saturación teórica, es

decir, se realizaron las entrevistas hasta que las narrativas dejaron de aportar información significativa (Glaser y Strauss, 1967). Con estas consideraciones realizamos el trabajo de campo dentro de los barrios de la parroquia 11 de Noviembre del cantón Latacunga, provincia de Cotopaxi, Ecuador, donde aplicamos veinte entrevistas semiestructuradas con la finalidad de garantizar la densidad de los datos. Las entrevistas fueron realizadas entre los meses de abril y agosto de 2024, cada una de estas entrevistas fue grabada con autorización previa en donde los participantes expresaron la voluntad de participar en el estudio, posteriormente las entrevistas fueron transcritas para continuar con el análisis cualitativo. Las dimensiones exploradas en el guion de las entrevistas incluyeron aspectos de las relaciones interpersonales mediadas por redes sociales digitales, como la frecuencia de uso, la percepción de las relaciones, los tipos de interacciones principales, la influencia en la comunicación cara a cara, y los efectos emocionales, así como psicológicos.

Asimismo, se identificaron códigos y características de los jóvenes organizándolos en dos grupos según su edad, nivel educativo y frecuencia de uso de redes sociales. A través del análisis de codificación abierta realizamos el análisis de respuestas de las entrevistas con el fin de asignar etiquetas o «códigos» (Giraldo-Giraldo y Gómez-Gómez, 2023; Soria y Villegas-Villacres, 2019), luego del análisis fue posible segmentar los datos y sobretodo identificar las categorías emergentes. Es importante destacar que con el fin de garantizar la confiabilidad del análisis implementamos estrategias de triangulación de

fuentes, a la vez a lo largo del proceso de investigación se cuidó la confidencialidad y el anonimato de los informantes estableciendo el uso de códigos alfanuméricos y no sus nombres –Tabla 1–.

**Tabla 1**

*Codificación de identificadores de entrevistados*

Código de identificación	
Grupo 1	Grupo 2
Entrevista 1 F(17)	Entrevista 11 F(19)
Entrevista 2 F(17)	Entrevista 12 M(19)
Entrevista 3 M(22)	Entrevista 13 M(19)
Entrevista 4 M(19)	Entrevista 14 M(19)
Entrevista 5 F(15)	Entrevista 15 M(20)
Entrevista 6 F(19)	Entrevista 16 F(17)
Entrevista 7 M(17)	Entrevista 17 F(18)
Entrevista 8 F(16)	Entrevista 18 F(20)
Entrevista 9 M(20)	Entrevista 19 F(20)
Entrevista 10 F(16)	Entrevista 20 F(20)

*Nota:* La tabla muestra la Codificación de identificadores de entrevistados.

## Resultados

Dentro de este apartado se presentan los resultados fruto de las dimensiones analizadas en nuestro instrumento de investigación. En un primer punto se abordó lo referente a los modos de uso de las redes sociales digitales, posteriormente las consecuencias del uso de las redes sociales digitales y finalmente las relaciones interpersonales en redes sociales digitales, se complementa con un análisis y

testimonios de los entrevistados –Tabla 2–.

## **Tabla 2**

*Categoría por resultados*

<b>Categoría</b>
Modos de Uso de las Redes Sociales Digitales
Consecuencias del Uso de las Redes Sociales Digitales
Relaciones Interpersonales en Redes Sociales Digitales

*Nota:* La tabla muestra la Categoría por resultados de la investigación.

### ***Modos de Uso de las Redes Sociales Digitales***

Respecto a esta categoría se identificó que, los jóvenes de la parroquia 11 de Noviembre exhiben una variedad de comportamientos en el uso de redes sociales digitales. La mayoría de ellos dedica una cantidad considerable de tiempo a interactuar en plataformas digitales, con un promedio de entre dos y cuatro horas diarias “yo paso alrededor de cinco horas al día en redes sociales y tres horas interactuando cara a cara con mis amigos y eso me genera vínculos de amistad” (Entrevista 1 F17, 2024). Dicha información da cuenta que existe un proceso de desplazamiento parcial que va de la interacción de carácter presencial a la interacción digital, de esta manera las redes se constituyen también en espacios de construcción de vínculos afectivos por medio de los espacios de socialización digital. En este sentido es importante señalar que los vínculos digitales no sustituyen las prácticas

de comunicación tradicionales, pero sí generan una dinámica alternativa de interacción social en donde existe un refuerzo de identidades y anclaje al lugar de pertenencia.

Por otro lado, las redes sociales más utilizadas por los jóvenes incluyen Facebook, Instagram y WhatsApp, con un enfoque predominante en la comunicación con amigos y familiares y el intercambio de temas relacionados con la vida cotidiana y el entretenimiento “mi red social favorita es el Instagram, además de conversar puedo subir fotografías” (Entrevista 5 F15, 2024). En este sentido las plataformas digitales se convierten en un espacio para establecer vínculos y compartir momentos cotidianos en los jóvenes, además de que activa la convivencia y la posibilidad de expresar sentimientos de manera más efectiva con su entorno.

Otro de los entrevistados que pertenece al Barrio Centro de la parroquia 11 de noviembre, utiliza WhatsApp, TikTok y Facebook principalmente porque se siente atraído por el contenido de fútbol y deportes, “en las redes sociales puedo encontrar juegos, videos, fotografías y conversar con mis amigos de varios temas” (Entrevista 10 M20, 2024).

Por otra parte, uno de los jóvenes señala que utiliza las redes sociales para socializar y mantenerse informado sobre eventos actuales, pero cree que las relaciones personales pueden verse afectadas por el contenido compartido en línea. “en las redes sociales considero que también hay contenido desactualizado” (Entrevista 10 M20, 2024). Además, los entrevistados consideran que el lenguaje utilizado debe ser adecuado y las fotografías de alta calidad.

Aunque reconoce que las redes sociales pueden facilitar la formación de nuevas amistades, es consciente de los riesgos y problemas, como estafas y contactos no deseados.

Los jóvenes han adoptado las redes sociales como su principal medio de comunicación, ya que, las plataformas como Instagram y WhatsApp permiten una comunicación constante y en tiempo real, lo que facilita la conexión con amigos y familiares sin importar la distancia “prefiero hablar con mis amigos por mensajes en Instagram porque es más rápido y puedo seguir la conversación cuando quiera, a diferencia de las llamadas o vernos en persona, que a veces toma mucho tiempo” (Entrevista 9 M20, 2024). Esta tendencia refleja un cambio generacional hacia una comunicación más instantánea y flexible, que, mantiene a los jóvenes conectados en cualquier lugar, tiempo y espacio.

Por otro lado, los jóvenes señalan la instantaneidad que ofrecen las redes sociales ha transformado la forma en que esperan y responden a las interacciones sociales. Aplicaciones como WhatsApp y Messenger permiten enviar y recibir mensajes al instante, lo que ha creado una expectativa de respuesta rápida entre los usuarios “me siento incómoda cuando alguien no responde rápido a mis mensajes, me hace pensar que no le importo lo suficiente” (Entrevista 10 F6, 2024). Esta necesidad de inmediatez puede generar ansiedad y presión social entre los jóvenes, quienes perciben la demora en las respuestas como un indicador de la calidad de la relación.

Aunque las redes sociales facilitan la comunicación, también es importante que los jóvenes aprendan a manejar las expectativas en torno a la velocidad de las respuestas,

otro impacto de las redes sociales en las relaciones interpersonales es la variación de las experiencias que cada cibernauta vive “las redes sociales pueden mejorar las relaciones personales cuando conversamos siempre y hace que las relaciones con mis amigos no se enfríen” (Entrevista 11 F19, 2024). Por otro lado, también ve un impacto positivo, especialmente cuando las conversaciones en redes sociales llevan a reflexionar sobre la relación con la familia y los amigos y la importancia de mantener las relaciones interpersonales a largo plazo.

De acuerdo a los testimonios recabados en las entrevistas las redes sociales ofrecen a los jóvenes la posibilidad de conectarse globalmente, acceder a información diversa y expresar su identidad “gracias a las redes he descubierto nuevas oportunidades, pero a veces siento que paso demasiado tiempo en ellas, perdiendo enfoque en mis estudios” (Entrevista 9 M20, 2024). Estas plataformas permiten a los jóvenes mantenerse en contacto con amigos y familiares, explorar intereses compartidos y participar en comunidades online. Sin embargo, su impacto no es solo positivo. “las redes me han ayudado a conocer gente con mis mismos gustos, pero también me generan ansiedad por compararme” (Entrevista 12 M19, 2024). Las redes sociales pueden proyectar imágenes distorsionadas de la realidad, creando imaginarios mentales como la parte física.

Otro de los elementos que identificamos fue que los jóvenes utilizan principalmente WhatsApp, ya que genera una comunicación directa, inmediata y significativa con su familia “prefiero WhatsApp para hablar con mi familia, ya

que no me atrae mucho lo que veo en otras redes sociales” (Entrevista 10 M20, 2024). Esta preferencia muestra cómo las redes sociales pueden adaptarse a diferentes contextos y necesidades, destacando la importancia de una plataforma que priorice la comunicación personal sobre el entretenimiento superficial.

Además, de las preferencias por las diferentes plataformas sociales, los jóvenes consideran que las redes sociales no siempre podrían mejorar sus relaciones personales debido a la propagación de información falsa, rumores y malos entendidos que pueden generar conflictos “no confío en las redes sociales para formar nuevas amistades, prefiriendo conocer a las personas en persona para evitar posibles peligros de gente estafadora” (Entrevista 13 M19, 2024). Esta desconfianza resalta las limitaciones de las interacciones digitales, donde la falta de contexto y la facilidad para difundir información errónea pueden comprometer la calidad de las relaciones de forma segura y auténtica al conectar con los demás.

### ***Consecuencias del Uso de las Redes Sociales Digitales***

Los resultados revelaron varios aspectos que impactan en la vida de los jóvenes al utilizar las redes sociales, uno de los aspectos más destacados es la facilidad con la que los jóvenes pueden mantenerse conectados con amigos y familiares, independientemente de la distancia geográfica “puedo hablar con mi prima que vive en otro país casi todos los días, y eso hace que no la sienta tan lejos” (Entrevista 6 F19, 2024). La posibilidad de interactuar en tiempo real permite que las relaciones se mantengan vivas y dinámicas, incluso cuando no es posible el contacto físico.

Además, las redes sociales ofrecen una plataforma para el intercambio de ideas y conocimientos, muchos jóvenes utilizan estas plataformas para acceder a información relevante y aprender sobre temas de interés, este aspecto educativo de las redes sociales destaca el acceso a contenido diverso “he aprendido mucho sobre temas de ciencia y tecnología gracias a las cuentas que sigo, es como tener una biblioteca en mi teléfono” (Entrevista 4 M19, 2024). La capacidad de discernir y verificar fuentes es fundamental para evitar malentendidos y desinformación. Aunque he ampliado mi conocimiento, siempre verifico las fuentes para asegurarme de obtener información precisa y confiable.

A pesar de que las redes sociales permiten la conexión de ideas, a los jóvenes les preocupa la gestión de la privacidad, pues consideran que se deben equilibrar el deseo de compartir aspectos personales con la necesidad de proteger su información “a veces me preocupo por quién puede ver lo que publico, pero al mismo tiempo quiero que mis amigos sepan lo que estoy haciendo” (Entrevista 15 M20, 2024). Estos conceptos entre apertura y resguardo crean una dinámica compleja donde los límites de lo privado y lo público se difuminan, afectando la percepción de seguridad y confianza en el entorno digital, como ya se ha mencionado.

El entorno digital también ha abierto nuevas formas de expresión y creatividad, permitiendo a los jóvenes explorar y compartir sus talentos con un público amplio “en redes sociales puedo publicar mis dibujos, los hago en mi tiempo libre y muchas personas me han felicitado” (Entrevista 4 M19, 2024). Esta expansión del alcance artístico puede ser liberadora, aunque también puede crear presión para mantener una presencia constante y relevante en línea,

sin embargo, las redes sociales han tenido el poder de viralizar los contenidos creando comunidades de intereses compartidos.

Otra consecuencia es el impacto en el tiempo de estudio y productividad, muchos jóvenes admitieron que las redes sociales son una distracción constante que les impide concentrarse en sus actividades educativas. “he perdido horas navegando en redes sociales sin darme cuenta, y luego me doy cuenta de que no hice nada de lo que tenía que hacer” (Entrevista 15 M20, 2024). Esta falta de atención hacia las responsabilidades académicas resalta la necesidad de desarrollar estrategias de autocontrol y manejo del tiempo para que el uso de las redes sociales no interfiera con el cumplimiento de tareas y objetivos importantes.

Además, se identificó un incremento en los casos de ciberacoso y comentarios ambiguos, que afectan la autoestima y el bienestar emocional de los jóvenes “recibí comentarios muy hirientes sobre mi apariencia, y eso me hizo sentir inseguro y deprimido por mucho tiempo” (Entrevista 19 F20, 2024). Actualmente, no existen leyes que regulen las redes sociales provocando que existan episodios de vulnerabilidad en los jóvenes frente a una sociedad desconocida tras de las plataformas digitales, por ello, se vuelve necesario implementar políticas efectivas de prevención y respuesta al ciberacoso.

Por otro lado, se identificaron conflictos generados por conversaciones con faltas interpretaciones que reflejan una preocupación común entre los entrevistados “los malentendidos y las peleas pueden surgir fácilmente debido a la falta de contexto en los mensajes escritos” (Entrevista

2 F17, 2024). Según el entrevistado la interpretación de un mensaje puede variar significativamente y llevar a conflictos no intencionados, es así como, la comunicación clara es esencial para evitar malentendidos y que es crucial ser consciente de cómo los mensajes pueden ser percibidos por los demás.

Otro aspecto que surge es el rol de las redes sociales en la formación de opiniones y creencias. Los jóvenes, al estar expuestos a diversas perspectivas, tienen la oportunidad de moldear sus ideas de manera más informada “aprendo mucho sobre temas que antes no conocía, pero a veces es difícil saber en qué fuentes confiar” (Entrevista 3 M22, 2024). Esta influencia en la formación del pensamiento crítico resalta la importancia de desarrollar habilidades para discernir la veracidad de la información, sin embargo, los jóvenes han encontrado en las redes sociales un método de aprendizaje no habitual.

Otros jóvenes se mostraron apáticos, sin tener atracción por contenidos específicos que no han logrado conectar completamente con alguna plataforma “utilizo principalmente Instagram, TikTok, Facebook y WhatsApp, pero no me siento atraído por ningún contenido en específico, hay demasiadas cosas” (Entrevista 2 F17, 2024). Esta falta de interés sugiere que, a pesar de la gran cantidad de contenido disponible, muchos jóvenes pueden sentirse desconectados o insatisfechos con lo que encuentran en las redes sociales. Esto podría reflejar una saturación de información y un desinterés generalizado.

### ***Relaciones Interpersonales en Redes Sociales Digitales***

En cuanto a las relaciones interpersonales, varios entrevistados mencionan que utilizan las redes sociales para facilitar la comunicación con amigos y la conexión emocional para conocer nuevas personas, los jóvenes señalan que, pesar de la facilidad de comunicación que ofrecen las redes sociales, la autenticidad y la conexión que proviene de las interacciones físicas, donde puede percibir las emociones y reacciones de las personas “me gustan las redes sociales para informarme o comprar cosas, pero me siento más vinculado a mis amigos en interacciones cara a cara” (Entrevista 8 F16, 2024). Aunque las redes sociales ofrecen herramientas valiosas para la comunicación y la conexión emocional, los jóvenes reconocen que la autenticidad y profundidad de las interacciones físicas, ya que, la capacidad de percibir emociones y reacciones en tiempo real en interacciones cara a cara.

Entre el proceso de interacción los jóvenes señalan que han experimentado situaciones en las que la identidad de una persona en línea no coincide con la realidad “tengo muchos perfiles falsos que quieren abrir conversaciones conmigo, algunos si me han dado miedo” (Entrevista 13 M19, 2024). Las plataformas digitales no dan seguridad de la identidad de los perfiles y esto puede retener el proceso de comunicación, se recalca que los jóvenes son conscientes de los riesgos potenciales y prefiere no interactuar con desconocidos en línea.

Las redes sociales han facilitado la formación de nuevas amistades para algunos jóvenes, quienes valoran la oportunidad de conectar con personas con intereses similares o en contextos distintos. Sin embargo, también

han surgido problemas significativos, los jóvenes también reportan haber enfrentado ofertas fraudulentas y acoso en línea, lo cual afecta su percepción de la seguridad y autenticidad de las relaciones formadas a través de redes sociales “me han estafado en Facebook cuando he querido comprar, por eso ahora siempre pido un lugar de referencia” (Entrevista 4 M19, 2024). Este tipo de experiencias subraya la importancia de ser cauteloso y crítico al interactuar en línea, a pesar de las oportunidades para hacer nuevas conexiones, los jóvenes deben estar atentos a los riesgos asociados.

Los jóvenes utilizan las redes sociales principalmente para interactuar con amigos y familiares conocidos, evitando profundizar en conversaciones con desconocidos “tengo chicos que siempre me están escribiendo, ya les bloqueo, pero se crean más perfiles, eso me molesta” (Entrevista 1 F17, 2024). Los jóvenes utilizan las redes sociales principalmente para interactuar con amigos y familiares conocidos, no siempre buscan nuevas interacciones, ya que, prefieren no profundizar en conversaciones con desconocidos y se sienten más cómodos hablando solo con personas que ya conoce.

En el ámbito emocional, las redes sociales digitales ofrecen una plataforma para la expresión personal y la conexión emocional continua. Los jóvenes pueden compartir sus pensamientos, sentimientos y experiencias a través de publicaciones y mensajes, lo que les permite recibir apoyo y comprensión de sus amigos y seguidores “las redes sociales me ayudan a sentirme conectada con mis amigos que están lejos. A veces, solo necesito un mensaje de aliento para sentirme mejor cuando me siento triste” (Entrevista 18

F20, 2024). Este testimonio refleja cómo las redes sociales pueden ser una herramienta valiosa para el bienestar emocional, permitiendo que los jóvenes encuentren consuelo y apoyo en momentos difíciles.

Esta capacidad de comunicación constante puede fortalecer los lazos emocionales y proporcionar un sentido de pertenencia y apoyo “cuando estoy pasando por un momento difícil, publicar sobre ello en las redes me permite recibir apoyo de amigos que de otra manera no estarían tan cerca” (Entrevista 6 F19, 2024). Estas plataformas facilitan y fortalecen los lazos afectivos y contribuyen a crear una red de soporte emocional. Al permitir compartir experiencias y recibir aliento en tiempo real, las redes sociales ayudan a los jóvenes a sentirse conectados y respaldados, incluso cuando están separados físicamente.

En el ámbito educativo, las redes sociales digitales pueden ser tanto una herramienta útil como una distracción, por un lado, los jóvenes pueden utilizar estas plataformas para acceder a recursos educativos, colaborar en proyectos y participar en discusiones académicas “las redes sociales me permiten acceder a las tareas y hacer trabajos en grupo cuando es difícil vernos cara a cara, hacemos zoom y podemos terminar los trabajos” (Entrevista 9 M20, 2024). Las plataformas permiten realizar trabajos en grupo y coordinarse a través de herramientas como Zoom, facilitando la colaboración a distancia, esto beneficia al entorno educativo y profesional.

Sin embargo, el uso no controlado de redes sociales también puede llevar a distracciones durante el estudio y a una disminución en la productividad académica. Los

encuestados expresaron preocupaciones sobre cómo las redes sociales pueden interrumpir su enfoque en las tareas escolares “a veces, me cuesta concentrarme en mis estudios porque las notificaciones de redes sociales me distraen constantemente” (Entrevista 15 M20, 2024). Las notificaciones y las interacciones en estas plataformas pueden interrumpir la concentración en las tareas, para ello, es fundamental que los jóvenes encuentren un equilibrio entre aprovechar las herramientas digitales para su educación y mantener un enfoque constante en sus responsabilidades académicas.

En el entorno familiar, las redes sociales han cambiado la manera en que los jóvenes interactúan con sus familiares, la capacidad de mantenerse en contacto a través de mensajes y actualizaciones facilita la comunicación, especialmente para aquellos que viven lejos de sus familias “a pesar de que no vivo cerca de mis padres, las redes sociales me permiten mantenernos en contacto y compartir momentos importantes” (Entrevista 10 F16, 2024). Esta conectividad permite a los jóvenes compartir momentos importantes y mantenerse al tanto de la vida familiar a pesar de la distancia. Este nivel de conectividad fortalece los lazos familiares, ya que permite a los jóvenes participar en la vida cotidiana de sus seres queridos, incluso cuando están separados físicamente.

Sin embargo, el tiempo que los jóvenes pasan en redes sociales puede reducir el tiempo dedicado a la interacción cara a cara con sus familiares, afectando la calidad del tiempo familiar “aunque hablo con mi familia a través de redes sociales, a veces siento que no paso

suficiente tiempo con ellos en persona, y eso afecta nuestras relaciones” (Entrevista 8 F16, 2024). La comunicación digital es útil para mantenerse en contacto, pero el reemplazarla por las interacciones en persona puede llevar a una sensación de desconexión y afectar la profundidad de las relaciones familiares.

En cuanto a las relaciones de pareja, las redes sociales digitales pueden ofrecer una plataforma para la conexión y la comunicación constante, los jóvenes en relaciones de pareja utilizan estas plataformas para compartir momentos importantes, coordinar actividades y mantener una comunicación abierta “las redes sociales nos permiten estar en contacto durante el día y compartir fotos y mensajes, lo que fortalece nuestra relación” (Entrevista 20 F20, 2024). Los jóvenes en relaciones de pareja utilizan estas plataformas para compartir momentos significativos que contribuyen a fortalecer el vínculo emocional y la cercanía en la relación.

No obstante, también pueden surgir problemas relacionados con la privacidad y la confianza, ya que, la exposición a la vida social de la pareja en redes sociales puede provocar celos y malentendidos “a veces, ver las fotos de mi pareja con otras personas en redes sociales me hace sentir inseguro y provoca discusiones” (Entrevista 19 F20, 2024). La exposición constante a la vida social de la pareja en redes sociales puede llevar a percepciones erróneas y a tensiones en la relación, es así como, es importante fomentar la comunicación sobre sus expectativas y preocupaciones de las plataformas digitales.

Los entrevistados coinciden en que las redes sociales,

a pesar de sus ventajas en términos de comunicación y conexión, no pueden reemplazar el valor del contacto físico y la interacción directa para una conexión emocional más profunda y auténtica “yo valoro mucho el contacto físico, como los abrazos y los gestos, que no pueden ser replicados en las redes sociales. Considera que la interacción física es mucho más enriquecedora y simbólica” (Entrevista 16 F17, 2024), los jóvenes valoran la conexión personal, donde puede ver las expresiones y sentir las emociones de los demás. Por otro lado, coincide en que las redes sociales no pueden reemplazar el valor del contacto físico y la interacción directa.

### **Discusión**

Una vez obtenidos los resultados de las entrevistas con los jóvenes de la parroquia 11 de Noviembre se determina que, las redes sociales digitales inciden en la formación y mantenimiento de relaciones significativa, ya que, la preferencia generalizada por las interacciones presenciales sobre las digitales resalta una tendencia hacia la autenticidad y la seguridad en las relaciones, al igual, nuestra investigación coincide con la realizada por Echeburúa (2020) en Chile, porque, esta enfatiza la importancia de conocer a las personas en contextos reales para observar sus rasgos y comportamientos genuinos. Esta preferencia por las interacciones cara a cara se alinea con estudios previos que indican que las relaciones formadas en persona tienden a ser más duraderas y satisfactorias

Por otro lado, coincidiendo con Estrada-Araoz et al. (2021), en nuestra investigación también se identificó que, los jóvenes presentaron una perspectiva crítica sobre

el uso de redes sociales, manifestando una preferencia por conocer a las personas de manera presencial debido a su desconfianza hacia los perfiles en línea, una preocupación que se refleja en estudios que muestran que la desconfianza y el riesgo de engaños son altos en el entorno digital. Al igual que Blasco- Fontecilla (2021), en su investigación desarrollada en adolescentes de Perú, se coincide en que los jóvenes han enfrentado problemas como perfiles falsos y acoso, lo que pone de manifiesto los peligros inherentes del uso de redes sociales, incluyendo la exposición a contenido fraudulento. Esta experiencia también lo señala en la investigación de Estrada-Araoz et al. (2021) que destaca que las redes sociales pueden ser un entorno generador de conflictos y problemas de confianza.

Por otro lado, los jóvenes reconocen que las redes sociales les han permitido generar nuevas amistades al igual que en la investigación de Fernández-Villa et al. (2018), en su estudio indica que el 67% de los jóvenes usan redes sociales para conocer nuevas personas, pero solo el 45% reporta que estas nuevas amistades son de alta calidad, pero estas relaciones a menudo carecen de la profundidad y autenticidad que se logra a través del contacto directo. Esto sugiere que, a pesar de las ventajas de la conectividad digital, las relaciones formadas en línea pueden no ser tan significativas o estables como aquellas desarrolladas en encuentros personales.

La investigación muestra que, aunque los jóvenes utilizan redes sociales para ampliar su círculo social, la conexión emocional profunda se mantiene preferentemente en interacciones cara a cara. Sin embargo, las redes sociales

han permitido fortalecer las relaciones existentes y permitir a los jóvenes expandir sus círculos sociales al conectar con personas que comparten sus mismos intereses y pasiones. Al igual que Acevedo-Niño (2024) señala que, este fenómeno contribuye a la formación de comunidades virtuales donde la similitud de preferencias actúa como un vínculo inicial para construir relaciones más profundas y significativas.

La formación de conexiones basadas en intereses es una afirmación que también lo define Blasco-Fontecilla (2021) en su estudio, pues, encontró que el 55% de los jóvenes encuestados afirmaron haber hecho nuevas amistades en línea a través de grupos y comunidades en redes sociales, donde la conexión inicial se estableció debido a intereses compartidos como hobbies, deportes o música. Estos datos subrayan cómo las redes sociales no solo sirven como medios de entretenimiento e información, sino también como plataformas para la expresión personal y la conexión social en las personas que pueden estar distanciadas en tiempo y espacio.

Los jóvenes entrevistados afirman, que, a más de emplear las redes sociales para conocer personas, y utilizarlas como fuentes de entretenimiento o informativas, en estos espacios han logrado compartir y viralizar varios de sus talentos, los cuales, ha permitido generar conexiones con otras personas. Las redes sociales han revolucionado la forma en que los jóvenes se relacionan y se comunican, esta afirmación coincide con la investigación de Fernández-Villa et al. (2018) señalan que, las redes sociales en línea como Facebook e Instagram hasta redes más específicas como TikTok y

YouTube, cada una está ofreciendo diferentes formas de interacción y expresión personal en los jóvenes. Las redes sociales cumplen un papel crucial como fuentes tanto de entretenimiento como de información para los jóvenes.

Según datos de Soria y Villegas-Villacres (2019), el 72% de los jóvenes utilizan Instagram principalmente para entretenerse, mientras que un 45% lo utilizan para mantenerse informados sobre eventos actuales y noticias relevantes. Esto demuestra cómo las plataformas no solo satisfacen necesidades de ocio, sino también de consumo informativo rápido y accesible. Al igual que en nuestra investigación, se determinó que, una característica distintiva de las redes sociales modernas es su capacidad para permitir a los usuarios compartir y viralizar talentos y habilidades creativas.

El uso de redes sociales también plantea desafíos significativos en la formación ética de los jóvenes. Los problemas de confianza, el acoso y la exposición a contenidos ambiguos pueden influir negativamente en la percepción ética de los jóvenes y en su capacidad para manejar conflictos de manera constructiva. El 58% de los jóvenes reporta haber sido testigos de comportamientos ambiguos en redes sociales, lo que sugiere que la exposición a estos problemas puede tener un impacto perjudicial en su desarrollo ético y social (Fernández-Villa et al., 2018). Los jóvenes han enfrentado acoso y críticas en línea, demuestran cómo las redes sociales pueden afectar su bienestar emocional y su visión de las interacciones sociales.

Los resultados de la investigación subrayan la

necesidad de estrategias para mitigar los riesgos asociados con el uso de redes sociales, según Hernández-Cambor y De-La-Villa-Moral-Jiménez (2024) la implementación de programas de educación digital y alfabetización en medios puede ser crucial para mejorar la gestión de los riesgos y la calidad de las interacciones en línea. Barros et al. (2020) señalan que, el 73% de los jóvenes que participaron en programas de educación digital reportaron una mejor capacidad para manejar conflictos y comportamientos inapropiados en redes sociales. Por otro lado, nuestra investigación se relaciona con los resultados obtenidos de Aznar-Díaz et al. (2020) sobre la importancia de fomentar las interacciones cara a cara y proporcionar apoyo psicológico son medidas que pueden ayudar a equilibrar el impacto de las redes sociales en la salud mental y las relaciones interpersonales. Estudios sugieren que el 65% de los jóvenes que accedieron a servicios de apoyo psicológico reportaron mejoras en su bienestar emocional y en la gestión de conflictos en línea (Barros et al., 2020).

La influencia de las redes sociales digitales en las relaciones interpersonales y la formación ética de los jóvenes es un tema de creciente interés, la expansión de las tecnologías de la información y comunicación [TIC] ha transformado profundamente cómo los jóvenes interactúan y se relacionan. Estrada-Araoz et al. (2021), por su parte, menciona que, este análisis al igual que los resultados obtenidos en la investigación sobre la incidencia de las redes sociales en las relaciones interpersonales de los jóvenes son parte fundamental del desarrollo comunicacional en las nuevas generaciones, dotándoles de

menos experiencias unipersonales.

Al igual que en el estudio de Hernández-Cambor y De-La-Villa-Moral-Jiménez (2024) se coincide que, las plataformas para ampliar su círculo social. Sin embargo, la investigación también muestra que estas interacciones pueden ser problemáticas, con un 58% de jóvenes reportando haber sido testigos de comportamientos ambiguos en redes sociales. Estos resultados subrayan la complejidad de las relaciones formadas en línea y la necesidad de manejar estos riesgos de manera efectiva. El uso de redes sociales para conocer nuevas personas también es significativo, con un 67% de los jóvenes.

Los datos obtenidos en la investigación revelan que los jóvenes de la parroquia 11 de Noviembre muestran una mayor conexión emocional con sus amigos a través de interacciones personales que a través de redes sociales. El estudio realizado por Blasco-Fontecilla (2021) señala que la implementación de políticas contra el acoso y la desinformación puede reducir significativamente los comportamientos ambiguos en redes sociales. En relación con estos hallazgos, los resultados de nuestra investigación sugieren que la exposición a problemas en línea, como el acoso y las críticas, puede tener un impacto ambiguo en la formación ética de los jóvenes. La gestión adecuada de estos problemas es crucial para preservar la integridad ética de los jóvenes.

### **Conclusiones**

De acuerdo a nuestra investigación y luego de realizar el trabajo de campo con los jóvenes de la parroquia Once de Noviembre concluimos que las redes sociales digitales han redefinido la manera en que los jóvenes mantienen y gestionan sus relaciones interpersonales. A través de

plataformas como Instagram, Facebook y Twitter, los jóvenes tienen la capacidad de conectarse con amigos y familiares a nivel global, facilitando la comunicación continua y el fortalecimiento de vínculos afectivos. Estas plataformas permiten a los usuarios compartir experiencias, fotos y mensajes en tiempo real, lo que ayuda a mantener relaciones a distancia y a estar al tanto de la vida de los demás. Sin embargo, a pesar de estos beneficios, las interacciones digitales no sustituyen las conexiones presenciales ya que de acuerdo a los resultados analizados las reuniones cara a cara proporcionan una calidad emocional y una comprensión que las redes sociales digitales no logran replicar, las señales no verbales y la interacción física juegan un papel crucial en la profundidad y autenticidad de las relaciones personales.

El equilibrio entre la comunicación digital y la presencial puede enriquecer las relaciones interpersonales, los jóvenes que utilizan ambas formas de comunicación suelen encontrar un balance que les permite disfrutar de los beneficios de la conectividad constante mientras mantienen experiencias significativas en persona. Muchos de los jóvenes entrevistados organizan su tiempo para combinar el uso de redes sociales con encuentros cara a cara, utilizando las plataformas digitales para coordinar eventos y mantenerse en contacto regular, mientras que las interacciones presenciales fortalecen los lazos emocionales y crean recuerdos duraderos. Las redes sociales digitales enfrentan críticas, a pesar de su popularidad y utilidad. Las interacciones en línea a menudo carecen de la profundidad emocional y la autenticidad que se experimenta en las reuniones presenciales, lo que puede llevar a un sentimiento de superficialidad en las conexiones.

Otra crítica significativa es el impacto en la salud mental de los usuarios, la exposición constante a la vida idealizada y a las imágenes filtradas que se presentan en las redes sociales puede generar sentimientos de ansiedad, baja autoestima y presión social entre los jóvenes. La comparación continua con los estándares poco realistas mostrados en estas plataformas puede afectar negativamente la percepción de uno mismo y su bienestar emocional. Además, las redes sociales son a menudo criticadas por fomentar el ciberacoso y la difusión de comentarios ambiguos. La posibilidad de anonimato en muchas plataformas puede dar lugar a comportamientos «dañinos» que afectan la autoestima y el bienestar emocional de los jóvenes. El ciberacoso y los comentarios ambiguos son problemas que pueden tener un impacto duradero en la salud mental y emocional de los usuarios.

En cuanto a las preferencias de los jóvenes en redes sociales plataformas como Instagram, TikTok y Snapchat se destacan como las más populares en Once de Noviembre. Estas redes son apreciadas por sus características visuales y su capacidad para compartir contenido de manera rápida y dinámica. Instagram y TikTok, en particular, es atractiva por los jóvenes porque ofrece herramientas creativas que permiten a los usuarios expresarse y conectar con su audiencia de manera innovadora. WhatsApp, por su parte, es valorada por sus funciones de mensajería y la posibilidad de compartir momentos de manera inmediata y privada, estas preferencias reflejan en los jóvenes de la parroquia Once de Noviembre un interés en las plataformas porque combina la conectividad social con las interacciones personales que se manifiestan dentro del territorio.

## Referencias

- Acevedo-Niño, D. A. (2024). Adolescencia y Redes Sociales: Entre Riesgos y Oportunidades. *Revista Ciencia y Tecnología, UMECIT*, 8(2), 8–21. [https://doi.org/10.37811/cl\\_rcm.v8i2.11045](https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v8i2.11045)
- Andraus-Quintero, C. y Gutiérrez-Fernández, J. (2024). El impacto de las Redes Sociales en la difusión de contenidos políticos en la ciudad de Portoviejo. *Revista de Ciencias Humanísticas y Sociales (ReHuSo)*, 9(2), 1–17. Epub 05 de diciembre de 2024. <https://doi.org/10.33936/rehuso.v9i2.6431>
- Aznar-Díaz, I., Kopecký, K., Romero-Rodríguez, J. M., Cáceres-Reche, M. P. y Trujillo-Torres, J. M. (2020). Patologías asociadas al uso problemático de internet. Una revisión sistemática y metaanálisis en WOS y Scopus. *Revista Investigación Bibliotecológica*, 34(82), 229–253. <https://doi.org/10.22201/iibi.24488321xe.2020.82.58118>
- Barros, V. N., Hauché, R. A., De-Grandis, C. y Elgier, Á. M. (2020). Aumento del uso de Instagram® y su relación con la Soledad Percibida, en contexto de pandemia COVID-19. Subjetividad y Procesos Cognitivos. *Revista Subjetividad y Procesos Cognitivos*, 24(2), 161–177. <https://publicacionescientificas.uces.edu.ar/index.php/subyprocog/article/view/1038>
- Blasco-Fontecilla, H. (2021). El impacto de las redes sociales en las personas y en la sociedad: redes sociales, redil social, ¿o telaraña? *Tarbiya, Revista De Investigación E Innovación Educativa*, 11(2), 49–62. <https://doi.org/10.15366/tarbiya2021.49.007>

- Calva-Nagua, X., Galarza, A. S. y Sare-Ochoa, F. I. (2019). Las redes sociales y las relaciones interpersonales de las nuevas generaciones de ecuatorianos. *Revista Conrado*, 10(6), 141–162. <https://conrado.ucf.edu.cu/index.php/conrado/article/view/873>
- Cornejo, M. y Tapia, M. L. (2011). Redes sociales y relaciones interpersonales en internet. *Revista Fundamentos en Humanidades*, XII(24), 219–229.
- Delfino, G., Sosa, F., y Zubieta, E. (2017). Uso de internet en Argentina: género y edad como variables asociadas a la brecha digital. *Investigación y Desarrollo*. *Revista Investigación y Desarrollo*, 25(2), 100–123. <http://dx.doi.org/10.14482/indes.25.2.10961>
- Díaz-Quichimbo, D. M., Crespo-Asqui, J. D. y Contreras-Moina, M. J. (2021). Las redes sociales para fomentar la interculturalidad en la educación superior. *Revista Andina de Educación*, 5(1), e106. Epub 16 de junio de 2021. <https://doi.org/10.32719/26312816.2022.5.1.10>
- Durand-Ysla, M. S. (2024). ADICCIÓN DE LAS REDES SOCIALES Y SU IMPACTO EN HABILIDADES COMUNICATIVAS PARA ESTUDIANTES DE UNA UNIVERSIDAD PRIVADA. *Aula Virtual*, 5(12), e324. Epub 25 de noviembre de 2024. <https://doi.org/10.5281/zenodo.12679840>
- Echauri, G. y Figueras-Maz, M. (2021). Interacciones digitales en un contexto transnacional: Prácticas comunicativas de estudiantes internacionales en Barcelona. *Dixit*, (35), 71–82. Epub 01 de diciembre de 2021. <https://doi.org/10.22235/d35.2471>
- Echeburúa, E. y De-Corral, P. (2010). Adicción a las nuevas tecnologías y a las redes sociales en jóvenes: un nuevo reto. *Revista Adicciones*, 22(2), 91–95. <https://www.redalyc.org/pdf/2891/289122889001.pdf>

- Espinoza-Guillen, B. y Chávez-Vera, M. D. (2021). El uso de las redes sociales: Una perspectiva de género. *Revista MASKANA*, 12(2), 19-24. <https://doi.org/10.18537/mskn.12.02.03>
- Estrada-Araoz, E. G., Zuloaga-Araoz, M. C., Gallegos-Ramos, N. A. y Mamani-Uchasara, H. J. (2021). Adicción a internet y habilidades sociales en adolescentes peruanos de educación secundaria. *Revista Archivos Venezolanos de Farmacología y Terapéutica*, 40(1), 74-80. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=55971233014>
- Fernández-Villa, T., Alguacil-Ojeda, J. Almaraz-Gómez, A., Cancela-Carral, J. M., Delgado-Rodríguez, M., García-Martín, M., Jiménez-Mejías, E., Llorca, J., Molina, A. J., Ortíz Moncada, R., Valero-Juan, L. F. y Martín, V. (2017). Uso problemático de internet en estudiantes universitarios: factores asociados y diferencias de género. *Revista Adicciones*, 27(4), 265-275. <https://doi.org/10.20882/adicciones.751>
- Gayà-Morlà., C., Rizo-García, M. y Vidal-Castell, D. (2022). Comunicación, cultura y relato Una propuesta para repensar las bases teóricas de la comunicación participativa. *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*, XXVIII(55), 11-28.
- Giraldo-Giraldo, Y. D. y Gómez-Gómez, M. M. (2023). Ser adolescente y las relaciones mediadas por las redes sociales en Internet. *Revista Hacia la Promoción de la Salud*, 28(1), 21-36. <https://doi.org/10.17151/hpsal.2023.28.1.3>
- Glaser, B. G. y Strauss, A. L. (1967). *The discovery of grounded theory: Strategies for qualitative research*. Aldine de Gruyter.

- Hernández-Cambor, C. y De-La-Villa-Moral-Jiménez, M. (2024). Uso de las redes sociales virtuales, percepción de soledad y habilidades sociales en jóvenes adultos españoles de la generación Z y la generación Y. *Revista Acta Colombiana de Psicología*, 27(1), 229–245. <https://doi.org/10.14718/ACP.2024.27.1.13>
- Martín-Rosell, M. (2018). *Jóvenes y Redes sociales* [Proyecto de titulación de grado]. 15–52. Universidad de la Laguna. <https://riull.ull.es/xmlui/bitstream/handle/915/2511/Jovenes%20Y%20redes%20sociaes.pdf>
- Moreira-de-Freitas, R. J., Carvalho-Oliveira, T. N., Lopes-de-Melo, J. A., do-Vale-e-Silva, J., de-Oliveira-e-Melo, K. C. y Fontes-Fernandes, S. (2021). Percepciones de los adolescentes sobre el uso de las redes sociales y su influencia en la salud mental. *Enfermería Global*, 20(64), 324–364. Epub 25 de octubre de 2021. <https://dx.doi.org/10.6018/eglobal.462631>
- Olarte-Pacco, M. A. D., Flores-Mayta, D. J., Rios-Vera, K. J., Quispe-Ambrocio, A. D. y Seguil-Ormeño, N. A. (2023). Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) en la gestión empresarial: Un análisis cuantitativo. *COMUNI@CCION: Revista de Investigación en Comunicación y Desarrollo*, 14(4), 388–400. <https://doi.org/10.33595/2226-1478.14.4.899>
- Patiño-Alvarez, L. D. (2020). Revisión Sistemática de Literatura: *La influencia de las redes sociales sobre las relaciones interpersonales en los adolescentes* [Tesis Modalidad de grado para optar al título de Pregrado en psicología], 10–56. Universidad Cooperativa de Colombia. <https://repository.ucc.edu.co/entities/publication/2a32358d-1c13-4349-8e6a-963c4f5c088d>

- Ruperti, E. y Piloso, J. (2018). Las redes sociales y su influencia en las relaciones interpersonales en los adolescentes de las unidades educativas [Trabajo de titulación de grado] 14–36. Universidad Tecnológica Empresarial de Guayaquil. <https://repositorio.unemi.edu.ec/xmlui/handle/123456789/4048>
- Soler-Carrión, C. y Latorre-Lao, L. (2024). REDES SOCIALES Y ADOLESCENCIA: ESTUDIO SOBRE LA INFLUENCIA DE LA COMUNICACIÓN DIGITAL EN LA SALUD MENTAL DE LOS JÓVENES. *Revista Sabir*, 5, 161–229. <https://ojs.ual.es/ojs/index.php/IBAL/article/view/9939>
- Soria, P y Villegas-Villacres N. (2019). Adicción a las redes sociales y su relación con la autoestima en adolescentes. *Psicología Unemi*, 8(14), 19–29. <https://doi.org/10.29076/issn.2602-8379vol8iss14.2024pp19-29p>
- Tejada-Garitano, E., Arce-Alonso, A., Bilbao-Quintana, N. y López-de-la-Serna, A. (2023). Internet, smartphone y redes sociales: entre el uso y abuso, previo a la adicción. *ALTERIDAD.Revista de Educación*, 18(1), 14–22. <https://doi.org/10.17163/alt.v18n1.2023.01>
- Tello-Jácome, J. E. y Martínez-Yacelga, A. R. (2024). Adolescentes de Pujilí: Adicción al internet y su impacto en la adaptación conductual escolar. *Revista Cientific*, 9(31), 296–317. Epub 03 de febrero de 2025. <https://doi.org/10.29394/Scientific.issn.2542-2987.2024.9.31.14.296-317>

## **Percepciones sobre los Algoritmos: ¿Quién Decide lo que Vemos en Redes Sociales? Un Estudio en la Región Amazónica de Ecuador**

### ***Perceptions of Algorithms: Who Decides What We See on Social Media? A Study in the Amazon Region of Ecuador***

**Cinthy Zambrano-Salazar<sup>1</sup>**

Docente-investigadora

Universidad Estatal Amazónica

[cm.zambranos@uea.edu.ec](mailto:cm.zambranos@uea.edu.ec)

59

### **Resumen**

Este estudio examina las percepciones de los habitantes de la región amazónica del Ecuador sobre los algoritmos de redes sociales y su influencia en el consumo de información. La investigación tiene un enfoque cualitativo de tipo descriptivo-exploratorio, donde se aplicó una encuesta a 177 participantes de seis provincias amazónicas, seleccionados mediante muestreo no probabilístico por conveniencia. El instrumento, compuesto por 23 preguntas distribuidas en cuatro secciones, abordó datos sociodemográficos, uso de redes sociales, conocimiento sobre algoritmos y percepciones sobre sesgo y representación cultural. Los resultados muestran que, aunque existe un uso intensivo de las redes sociales, existe poco conocimiento sobre el funcionamiento de los algoritmos. Menos de la mitad de los encuestados afirma entender claramente la función del algoritmo en

---

<sup>1</sup> Magister en Comunicación, mención Comunicación Digital. Se desempeña como docente universitaria en la Universidad Estatal Amazónica en Puyo-Ecuador. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7814-8289>

la personalización de contenidos. La mayoría cree decidir lo que consume, aunque reconoce cierta influencia de las plataformas. Más de la mitad percibe baja representación cultural de sus comunidades en redes sociales. Este estudio concluye que la alfabetización digital, la regulación tecnológica y la inclusión de narrativas locales son esenciales para fortalecer la diversidad informativa, reducir la desigualdad digital y garantizar la visibilidad cultural en entornos digitales.

*Palabras clave:* algoritmo, Amazonía ecuatoriana, brecha digital, redes sociales.

### **Abstract**

This study examines the perceptions of residents of the Ecuadorian Amazon region regarding social media algorithms and their influence on information consumption. The research follows a qualitative, descriptive-exploratory approach and applied a survey to 177 participants from six Amazonian provinces, selected through non-probabilistic convenience sampling. The instrument, composed of 23 questions divided into four sections, addressed sociodemographic data, social media use, knowledge of algorithms, and perceptions of bias and cultural representation. Findings reveal that, despite intensive use of social media, knowledge of how algorithms work is limited. Fewer than half of respondents report clearly understanding the role of algorithms in content personalization. Most believe they are in control of what they consume, yet acknowledge some influence from the platforms. More than half perceive low cultural representation of their communities on social media. The study concludes that

digital literacy, technological regulation, and the inclusion of local narratives are essential to strengthen informational diversity, reduce the digital divide, and ensure cultural visibility in digital environments.

*Keywords:* algorithms, digital divide, Ecuadorian Amazon, social media.

## Introducción

En la era digital contemporánea, los algoritmos desempeñan un rol central en la organización y difusión de contenido en las redes sociales. Estos sistemas están diseñados para procesar grandes volúmenes de datos y predecir patrones de comportamiento, con el propósito de influir en las publicaciones que los usuarios visualizan y comparten en el entorno digital (Caicedo–Beltrán y Rubiano, 2023). Su capacidad para personalizar la experiencia de navegación transforma la manera en que las personas acceden a la información, y establece interrogantes sobre el impacto del algoritmo en la formación de percepciones, creencias y opiniones.

Los algoritmos funcionan como actores sociotécnicos: al mismo tiempo que ejecutan operaciones digitales, también incorporan lógicas sociales, culturales y de poder que moldean su funcionalidad (Ramírez–Autrán, 2023). Esta doble dimensión digital y cultural de los algoritmos refiere que carecen de neutralidad, y que reflejan y reproducen desigualdades existentes.

En el Ecuador, el 74% de la población a nivel nacional está identificada como usuarios de redes sociales (DataReportal, 2025). Sin embargo, persiste la brecha en

cuanto a conectividad, velocidad y alfabetización digital, afectando a zonas rurales e indígenas. La brecha digital, entendida también en el contexto latinoamericano, continúa demandando transformaciones estructurales e inclusivas.

La región amazónica del Ecuador está caracterizada por su alta diversidad cultural y geográfica, por lo que el análisis del entorno digital debe contextualizarse según este territorio. De acuerdo con datos de la Agencia de Regulación y Control de las Telecomunicaciones [ARCOTEL] (2022) y el Instituto Nacional de Estadística y Censo [INEC] (2024), provincias como Morona Santiago y Napo presentan los índices más bajos de conectividad fija del país. Esto limita el acceso al internet, mientras que incrementa la dependencia a las redes móviles. Además, esta realidad reduce las oportunidades de los habitantes para participar en el espacio público digital. A pesar de ello, las plataformas digitales son canales primarios de información en este territorio, particularmente entre jóvenes y poblaciones urbanas de la región.

No obstante, la limitada conectividad, la desigualdad en el acceso a las tecnologías y la presencia de comunidades rurales e indígenas potencia el impacto de los algoritmos respecto a la selección de contenidos y la representación cultural y territorial (Garzón-Asanza, et al., 2022; Martens et al., 2022). En este contexto, se generan preguntas sobre quién decide el contenido que se muestra en las plataformas y cómo esta selección puede reforzar o invisibilizar narrativas locales.

Estudios recientes advierten sobre la falta de comprensión que tienen las personas sobre el rol de los

algoritmos en la configuración del contenido informativo, y la falsa percepción de control sobre lo que se visualiza (Sánchez-Cifuentes, 2025; Pauner-Chulvi, 2023; Salazar, 2025). Por lo consiguiente, los habitantes de regiones como la Amazonía ecuatoriana se encuentran más expuestos a los efectos de la curaduría algorítmica, lo que incluye sesgos cognitivos, homogeneización del discurso y exclusión de narrativas locales. En este sentido, es importante comprender cómo se percibe el funcionamiento de los algoritmos en estas realidades, con el fin de visibilizar otros tipos de desigualdades digitales.

El presente estudio tiene como objetivo reconocer la percepción que tienen los habitantes de la región amazónica del Ecuador respecto a los algoritmos de redes sociales y su influencia en el consumo de información. Para este propósito, se empleó un enfoque mixto y se aplicó un cuestionario a 177 participantes provenientes de provincias de la Amazonía, para explorar su nivel de conocimiento sobre los algoritmos y su percepción respecto a la neutralidad del contenido, y el control que tienen sobre lo que visualizan y consumen en redes sociales.

### ***Algoritmos en la Comunicación Digital Contemporánea***

Los algoritmos son considerados actores sociales, económicos, culturales y políticos; ya que influyen en las decisiones de la vida diaria de los usuarios y forman parte de la era actual de comunicación digital, la cual está caracterizada por el uso intensivo de la Inteligencia Artificial [IA] y el *big data*. Esta era presenta tres retos para la democracia: la polarización; la proliferación de *fake news*, y la consolidación de cámaras de eco y filtros burbuja (García-Orosa et al., 2023).

De acuerdo con Valenzuela (2024), un algoritmo se define como “una serie de pasos o reglas prediseñadas para resolver un problema” (p. 186). En el caso de las plataformas digitales, estas emplean algoritmos basados en el aprendizaje automático y la IA para clasificar los contenidos según la relevancia y el *engagement*. El resultado es una experiencia personalizada, aunque en gran medida opaca e invisible para los usuarios como para los propios desarrolladores.

Por este motivo, los algoritmos son denominados “cajas negras”, ya que solo se observa la información de entrada y de salida (*input/output*) pero sin que su funcionamiento interno sea transparente (Abeliuk, 2023). Las creencias y conocimientos del usuario pueden influir en su configuración, ya que se derivan de experiencias previas con otras plataformas algorítmicas, las cuales son reproducidas y transmitidas a nivel social (Valenzuela, 2024).

Sued (2022) señala que los algoritmos poseen doble materialidad: digital en su constitución y cultural en su funcionalidad. Es decir que, en el contexto actual, la tecnología puede ser un reflejo de las relaciones sociales y, por este motivo, no puede percibirse como neutra. La condición de apreciar estos sistemas inteligentes como opacos, cerrados y no neutrales, resalta la importancia de comprender su diseño, lo cual es relevante para analizar las maneras en las que la tecnología se transfiere y se apropia socialmente, reconociendo a los algoritmos como objetos sociotécnicos (Ramírez–Autrán, 2023).

### **Consumo de Información y Dependencia Algorítmica**

El incremento en el consumo de información que proviene de plataformas digitales tiene como resultado la dependencia del algoritmo en la visualización de noticias, de acuerdo al comportamiento previo de la audiencia. Esto se determina por medio de *big data* y puede presentar distorsiones como la polarización (Shmargad y Klar, 2020). Peres-Neto y Huertas-Bailén (2024), definen la polarización como “un fenómeno social en el que participan factores ideológicos y afectivos, donde se observan posturas extremas que dificultan el diálogo y la convivencia democrática”.

Según Makhortykh y Wijermars (2021), la predicción de contenidos por medio de distintas fuentes de datos, con el fin de retener a los usuarios, es preocupante ya que puede causar la fragmentación de la audiencia. Peres-Neto y Huertas-Bailén (2024) refieren que la polarización se manifiesta en la creación de audiencias fragmentadas. Estas son aquellas que consumen información únicamente alineada a sus creencias, lo que refuerza la división social y política (Pacchioni-Hurtado y Antezana-Corrieri, 2023). Aun así, existen medios tradicionales que utilizan los sistemas de recomendación de noticias para afrontar la desinformación y promover la transparencia.

### **Sesgos Algorítmicos**

En el entorno digital, los sesgos algorítmicos representan un fenómeno complejo que afecta de manera profunda a las dinámicas de acceso y consumo de información en redes sociales. Estos sesgos demuestran las limitaciones que poseen los datos con los que se entrenan

a los modelos de inteligencia artificial y amplifican las diferencias sociales y culturales preconcebidas (García-Orosa et al., 2023).

Los algoritmos representan sistemas cerrados, opacos o de caja negra, son configurados por grupos de personas con sus propias perspectivas y visiones del mundo, valoraciones de los hechos, prejuicios y sesgos adquiridos a lo largo de su vida. De acuerdo con Ramírez-Autrán (2023), estas apreciaciones se filtran en el diseño de los algoritmos y en la definición de sus criterios de evaluación. En otras palabras, si las personas que establecen los algoritmos no son lo suficientemente “inclusivos” para reflejar una variedad de visiones, probablemente no noten la existencia de los sesgos y no estén aptos para corregirlos (Ferrante, 2021).

Los sesgos cognitivos y sociales reflejan la manera en la que los usuarios se comunican e interactúan en línea. Un ejemplo es el sesgo de actividad, el cual se manifiesta en la concentración del consumo en un reducido porcentaje de contenido, lo que limita la diversidad de perspectivas para los usuarios. El sesgo de datos también es una realidad preocupante, ya que el 50% de sitios web están en inglés, lo cual limita el acceso a la información y la exposición a diferentes contenidos y perspectivas culturales. Respecto a la sobrecarga de contenido, producto de su generación ilimitada, las plataformas adoptan algoritmos para recomendar contenido y facilitar su consumo de manera eficiente para los usuarios (Abeliuk, 2023).

El sesgo del algoritmo dificulta el reconocimiento de patrones y predicciones basadas en datos. Como se ha explicado anteriormente, los algoritmos no son entidades

imparciales y apartadas de sus creadores e intereses, de la misma manera que no lo son los conjuntos de datos con los que se alimenta. En este sentido, es fácil entender cómo la discriminación y la desinformación atraviesan esta herramienta y llegan a los usuarios. El procesamiento que se requiere para configurarla está lleno de información sesgada, debido a que los algoritmos reducen la información a conglomerados que se simplifican en patrones para poder manejarla (Faliero, 2021).

### ***Personalización, Filtro Burbuja y Diversificación***

El filtro burbuja es un fenómeno presente en Internet, el cual genera resultados de búsqueda diferenciados para cada usuario, incluso cuando las consultas que se realizan son idénticas. Este efecto se produce debido a que la navegación web deja un rastro de datos que se almacenan en el historial. Estos datos se utilizan para optimizar la experiencia de navegación, ya que la información generada por los usuarios es la materia prima de este mecanismo. El filtro burbuja utiliza algoritmos que identifican y procesan patrones con el objetivo de personalizar el contenido que recibe cada persona (López-Julca et al., 2024).

Redes sociales como Twitter, Facebook, Instagram y LinkedIn utilizan este «*feed* social» o «línea de tiempo» para organizar las preferencias de usuarios y otorgarles una experiencia ajustada a sus intereses. Sin embargo, puede limitar la exposición a perspectivas diversas (Abeliuk, 2023). Esta situación se vincula con la necesidad de desarrollar alfabetización algorítmica, la cual es la capacidad de comprender cómo funcionan los sistemas que determinan el contenido que los usuarios consumen.

Diversos estudios indican que una gran parte de los usuarios no distingue entre noticias personalizadas y publicidad dirigida, y desconocen los medios que emplean personalización (Calice et al., 2023). Esta falta de comprensión incrementa la vulnerabilidad de los usuarios ante la manipulación algorítmica y la percepción de que «el algoritmo decide» el contenido que se ve.

### **Algoritmos y Desinformación**

Los algoritmos de las redes sociales pueden amplificar la difusión de *fake news*, ya que priorizan este tipo de contenido. Estas plataformas maximizan la interacción del usuario, por lo que las publicaciones que generan más interacciones tienen más probabilidades de aparecer en los *feeds* de los usuarios. Las *fake news* buscan provocar emociones fuertes como el miedo o el enojo, y suelen generar más interacciones que las noticias verdaderas.

A pesar de que las redes sociales implementan medidas para afrontar la desinformación y combatirla –como la verificación de hechos y la eliminación de cuentas falsas–, estas acciones no son suficientes. La velocidad a la que circulan las *fake news* y la autorregulación de las plataformas provoca que la desinformación sea difícil de controlar. Las plataformas deben tener más responsabilidad en la gestión de los algoritmos e implementar políticas estrictas que prioricen la verdad del contenido por encima de las interacciones (Pineda-Solorio, 2024).

### **Algoritmos y Representación**

De acuerdo con Parra-Monsalve (2015), en los países amazónicos, las sociedades multiétnicas conviven en una realidad donde los grupos locales buscan preservar

su autonomía, mientras que los gobiernos aplican políticas orientadas a la homogeneización cultural y social. Esto refleja un juego de poder y de relaciones sociales en el que las instituciones responden a fines económicos, pero también están enraizadas en significados simbólicos.

En el contexto ecuatoriano, de acuerdo a un estudio sobre la cobertura mediática de la Amazonía (Cárdenas et al., 2025), una proporción significativa de jóvenes percibe que los medios nacionales no reflejan adecuadamente las problemáticas, culturas y perspectivas amazónicas. Solo un 23% considera que la cobertura es adecuada la mayoría de las veces, mientras que la mayoría opina que es insuficiente o casi inexistente. Esto evidencia una necesidad de fortalecer medios locales y una comunicación más inclusiva y territorial, que dé voz a las comunidades amazónicas y preserve su identidad cultural.

Según Mantilla et al. (2025), los medios tradicionales y comerciales suelen reproducir ciertos imaginarios que no siempre representan fielmente la diversidad y complejidad de estos pueblos, lo que impacta en la percepción pública y la formulación de políticas. La justicia y la plurinacionalidad se plantean como enfoques para mejorar la representación, promoviendo el reconocimiento de los saberes y la autonomía de los pueblos amazónicos en los espacios mediáticos y sociales.

En este contexto, los medios digitales y las tecnologías de la información son espacios relevantes para la lucha por el futuro del conocimiento y la sostenibilidad, lo que incluye el acceso a la telefonía móvil, el internet, la igualdad en línea, la defensa a los derechos digitales y el

desarrollo de sistemas de comunicación sostenibles (Martens et al., 2022). En territorios que han sido históricamente marginados, como la región amazónica, estos elementos son relevantes para garantizar la representación cultural y territorial en el entorno digital.

Los algoritmos de las redes sociales, los sistemas de mensajería y las plataformas digitales influyen en la representación de identidades y comunidades. Al personalizar el flujo de información de acuerdo al historial de búsqueda o la huella digital de los usuarios, los algoritmos moldean las preferencias de consumo informativo, por lo que también pueden reforzar ideas y prejuicios preexistentes y evitar la exposición a otras perspectivas (Rebolledo-González, 2021). Este proceso reduce la diversidad informativa y crea una realidad limitada, donde se acepta que los contenidos sean percibidos como verdades incuestionables.

### ***Brecha Digital y Desigualdad Tecnológica en la Amazonía Ecuatoriana***

La brecha digital es la diferencia en el uso, acceso y apropiación de las tecnologías de la información y comunicación [TIC], entre distintos grupos sociales o regiones. En Latinoamérica, la brecha digital se acentúa en poblaciones rurales, indígenas o de difícil acceso; como lo es la región amazónica. De acuerdo a la Comisión Económica para América Latina y el Caribe [CEPAL] (2025), la brecha digital es una de las desigualdades estructurales que afectan los modelos de desarrollo en la región, ya que representa un obstáculo que mantiene a sectores de la población al margen de los beneficios del progreso. No obstante, la digitalización tiene un alto potencial para mejorar la productividad a nivel

nacional, ampliar el acceso al conocimiento y la información, optimizar la prestación de servicios sociales e incrementar la eficacia de las políticas públicas. Estos beneficios contribuyen a superar los desafíos propios de la crisis del desarrollo.

En el caso de Ecuador, la dispersión geográfica de la población dificulta la reducción de esta brecha a nivel nacional. De acuerdo con el Instituto Nacional de Estadística y Censo [INEC] (2024), el 48,1% de los hogares rurales tienen acceso a Internet. En la región amazónica del Ecuador, esta realidad es evidente, de acuerdo con la Agencia de Regulación y Control de las Telecomunicaciones [ARCOTEL] (2022), provincias como Napo y Morona Santiago presentan los índices más bajos de conectividad –menos del 15% de hogares con conexión fija–. En este contexto, existe la necesidad de políticas administrativas que promuevan la inversión en conectividad y el acceso a tecnologías (Garzón-Asanza, et al., 2022).

### **Metodología**

Esta investigación adopta un enfoque cualitativo de tipo descriptivo-exploratorio, y se desarrolló entre mayo y julio de 2025. El diseño metodológico está orientado a identificar y analizar las percepciones que tienen los habitantes de la región amazónica del Ecuador sobre los algoritmos de redes sociales y su influencia en el consumo de información.

Se diseñó un instrumento de recolección de datos en formato de encuesta tipo cuestionario, elaborado en la plataforma Google Forms. El enlace se difundió de manera abierta a través de medios digitales y redes sociales con el objetivo de garantizar la participación voluntaria de cualquier

persona con acceso a internet. Se optó por un muestreo no probabilístico por conveniencia debido a las limitaciones de acceso a la población y a la naturaleza exploratoria del estudio.

Sin embargo, para fines del análisis, se consideraron únicamente las respuestas de personas que residen en la región amazónica del Ecuador, en coherencia con el objetivo de la investigación. Por este motivo, se establecieron criterios claros para seleccionar las respuestas y se incluyeron intencionalmente dos preguntas en el instrumento:

- ¿En qué provincia de la Amazonía ecuatoriana vives actualmente?
- ¿Vives en una zona...? (urbana o rural)

Estas preguntas permitieron verificar la pertenencia geográfica de los participantes a la región amazónica y distinguir entre entornos urbanos y rurales, lo que enriquece el análisis contextual de los datos. Además, permite comprender cómo factores territoriales pueden incidir en la percepción del funcionamiento de los algoritmos y su influencia en el consumo de información en redes sociales. Esta diferenciación es relevante ya que factores como la conectividad, el acceso a dispositivos y las prácticas digitales pueden variar según el entorno.

La encuesta de tipo cuestionario estuvo conformada por 23 preguntas, divididas en cuatro secciones:

- Datos sociodemográficos: edad, género, ubicación geográfica y tipo de zona de residencia.
- Uso de redes sociales: frecuencia, plataformas más utilizadas y hábitos de interacción.

- Conocimiento sobre algoritmos: familiaridad con el concepto, comprensión de su funcionamiento y percepciones sobre su papel en la selección de contenidos.
- Percepción sobre el uso de redes sociales y sesgo algorítmico: creencias sobre la neutralidad de la información, percepción de control y representación cultural en el contenido consumido.

Se incluyeron preguntas de tipo escala Likert de 5 puntos, la cual se utiliza para identificar el nivel de conformidad o inconformidad de una persona respecto a una afirmación o enunciado, por lo que facilita la evaluación de actitudes, percepciones o conductas (Alvarez-Esteban y Vázquez-Burguete, 2024). Para objeto de este estudio, se implementó la escala de Likert con el fin de que los participantes valoren su nivel de acuerdo respecto a la percepción que tienen sobre el uso de redes sociales y quién decide el contenido que visualizan en estas.

Se revisó el instrumento de recolección de datos para garantizar su coherencia con el objetivo del estudio y que tenga un lenguaje adecuado y una secuencia lógica en las preguntas. Posterior a ello, se aplicó una prueba piloto a un pequeño grupo de personas para evaluar la comprensión del cuestionario. A partir de esto, se realizaron ajustes menores antes de proceder con su aplicación final.

Debido a que el formulario se distribuyó de forma abierta, la aplicación de la encuesta obtuvo un total de 192 respuestas provenientes de distintas regiones del país. Sin embargo, luego de aplicar el criterio de inclusión geográfica, se

depuró la muestra para considerar únicamente a los participantes que residen en la región amazónica, lo que resulta en un total de 177 casos válidos para el análisis. Esta depuración garantizó la pertinencia de los datos obtenidos y fortaleció la validez del estudio.

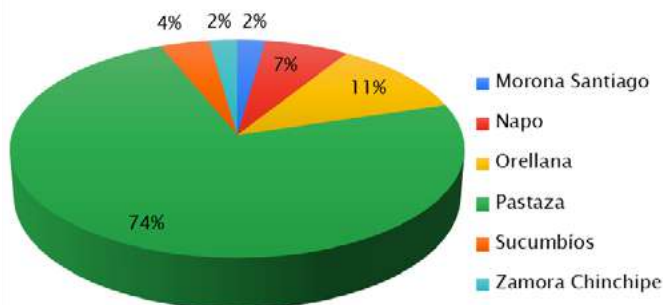
La información recolectada se analizó utilizando herramientas de estadística descriptiva, para identificar patrones en el uso de redes sociales, niveles de conocimiento algorítmico y percepciones relacionadas con el sesgo y la influencia de los algoritmos en la vida cotidiana de los habitantes de la Amazonía ecuatoriana.

### Resultados

Para cumplir con el objetivo de estudio se filtraron las respuestas de acuerdo a la pregunta “¿En qué provincia de la Amazonía ecuatoriana vives actualmente?”, por lo que se analizaron únicamente las respuestas de los participantes que habitan en esta región.

#### Figura 1

*Distribución geográfica de los participantes*

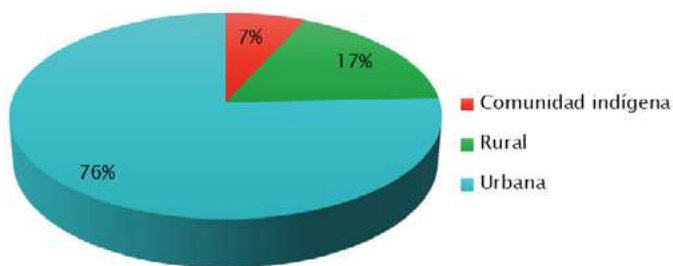


*Nota:* Elaboración propia a partir de los resultados de la encuesta.

En la Figura 1 se observa que los encuestados provienen de provincias como Pastaza –130–, Orellana –20–, Napo –12–, Sucumbíos –7–, Morona Santiago –4– y Zamora Chinchipe –4–. El 75,84% mencionaron que viven en zonas urbanas; el 17,42% en una zona rural; y el 6,74% en comunidades indígenas –Figura 2–.

### Figura 2

*Contexto territorial de los encuestados*



*Nota:* Elaboración propia a partir de los resultados de la encuesta.

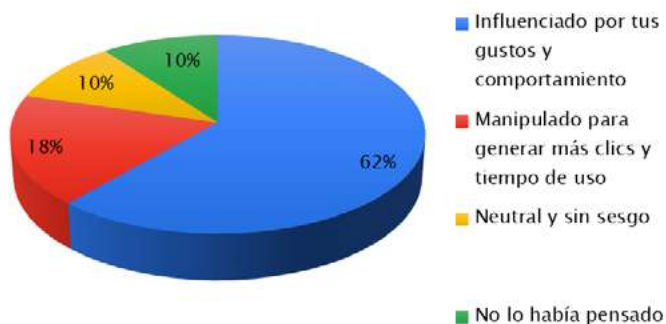
En cuanto al uso y frecuencia de uso de redes sociales, el 93,79% –166– de los participantes refiere que sí las utiliza. De los cuales, el 80,72% las utiliza varias veces al día; el 12,65%, varias veces a la semana; el 4,82%, una vez al día; y el 1,81%, una vez a la semana o menos.

En la Figura 3 se muestra la frecuencia de uso de plataformas digitales entre los encuestados. Se observa que WhatsApp es la red social más utilizada, con un 28%, seguida de Facebook con 25% y TikTok con 22%. Estas tres plataformas concentran el 75% del uso total reportado, lo que indica una preferencia por redes sociales de comunicación directa y consumo rápido de contenido.

Por otro lado, Instagram ocupa el cuarto lugar con un 12%, mientras que YouTube representa el 10% del uso. En menor medida, la red social X –antes Twitter– aparece con un 2%, y otras plataformas alcanzan solamente el 1%.

### Figura 3

*Redes sociales utilizadas con más frecuencia por los encuestados*



*Nota:* Elaboración propia a partir de los resultados de la encuesta.

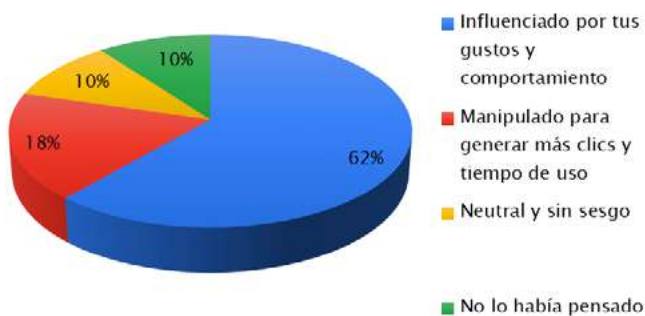
Los resultados obtenidos evidencian que los participantes prefieren redes sociales móviles, de mensajería instantánea y de fácil acceso. En regiones como la Amazonía, la conectividad puede influir en esta decisión.

En relación al conocimiento sobre el algoritmo, el 74,10% de los participantes mencionó que sí ha escuchado el término; un 16,27% refiere que nunca lo ha escuchado; y un 9,64% manifiesta que no está seguro al respecto. Además, el 47,59% considera que entiende claramente la función que cumplen los algoritmos en las redes sociales; el 37,95% refiere que entiende más o menos o tiene una idea; mientras que el 14,46% manifiesta que no lo entiende.

El 62,05% de los encuestados creen que ellos deciden el contenido que visualizan en redes sociales, de acuerdo a las cuentas que sigan o a las búsquedas que realizan; y un 33,13% considera que la red social lo decide automáticamente. Además, el 87,35% refiere que después de hablar o realizar una búsqueda sobre algo, le aparecen contenidos relacionados en sus redes sociales. Sin embargo, el 94,58% de los encuestados ha dudado alguna vez que una noticia leída en redes sociales sea verdadera.

#### Figura 4

*Perspectiva de los encuestados sobre el contenido en redes sociales*



*Nota:* Elaboración propia a partir de los resultados de la encuesta.

En la Figura 4 se observa que, el 61,45% de los participantes cree que el contenido que visualiza en redes sociales es influenciado por sus gustos y comportamiento. El 18,07% considera que el contenido es manipulado para generar más clics y tiempo de uso. Mientras que, un 10,24% cree que el contenido es neutral y sin sesgo. En cuanto a la percepción de

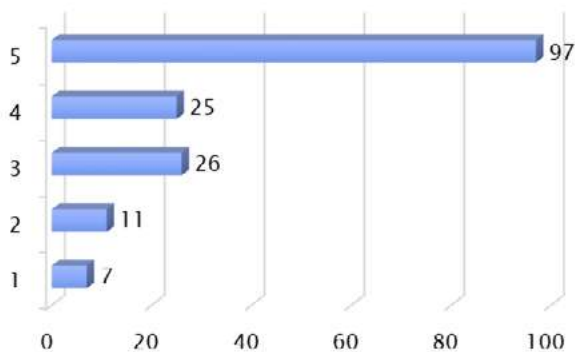
control que tienen los usuarios sobre el contenido que visualizan en redes sociales, el 48,80% considera que tiene algo de control; el 32,53%, que tiene el control totalmente; y el 12,65%, que tiene poco o ningún control.

El 56,02% de los participantes considera que la información que aparece en redes sociales no siempre representa bien a su comunidad. También, el 19,28% considera que sí representa bien a su localidad. Además, el 15,66% refiere que su comunidad no está bien representada por el contenido en redes sociales. Por último, el 9,04%, no está seguro en su respuesta.

Se les solicitó a los encuestados que calificaran del 1 al 5 el nivel de importancia que tiene aprender cómo funcionan las redes sociales y sus algoritmos, en la Figura 5 se visualizan las respuestas, donde el 58,43% lo considera lo más importante.

### Figura 5

*Nivel de importancia que tiene aprender sobre las redes sociales y sus algoritmos*

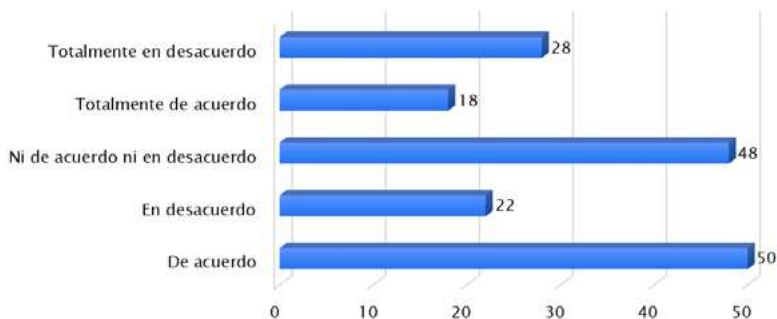


*Nota:* Elaboración propia a partir de los resultados de la encuesta.

Se les preguntó a los encuestados que mencionen su nivel de acuerdo sobre la premisa “Estoy consciente de que las redes sociales me muestran contenido seleccionado por un algoritmo, no al azar” donde: El 37,95% refiere estar de acuerdo; el 20,48% considera no estar de acuerdo ni en desacuerdo; el 18,07% se encuentra totalmente en desacuerdo; el 16,27% se encuentra totalmente de acuerdo; y el 7,23% está en desacuerdo –Figura 6–.

**Figura 6**

*Percepción de los encuestados sobre la afirmación «Estoy consciente de que las redes sociales me muestran contenido seleccionado por un algoritmo, no al azar»*

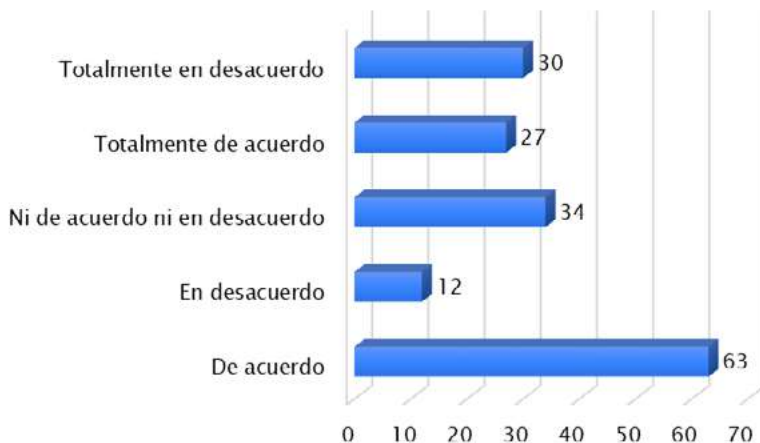


*Nota:* Elaboración propia a partir de los resultados de la encuesta.

Respecto a la afirmación “Siento que las redes sociales pueden influir en mis opiniones o decisiones sin que yo me dé cuenta”, el 30,12% manifestó estar de acuerdo; el 28,92% refiere estar ni de acuerdo ni en desacuerdo; el 16,87% se encuentra totalmente en desacuerdo; el 13,25% estuvo en desacuerdo; y el 10,84% refiere estar totalmente de acuerdo –Figura 7–.

**Figura 7**

*Percepción de los encuestados sobre la afirmación “Siento que las redes sociales pueden influir en mis opiniones o decisiones sin que yo me dé cuenta”*

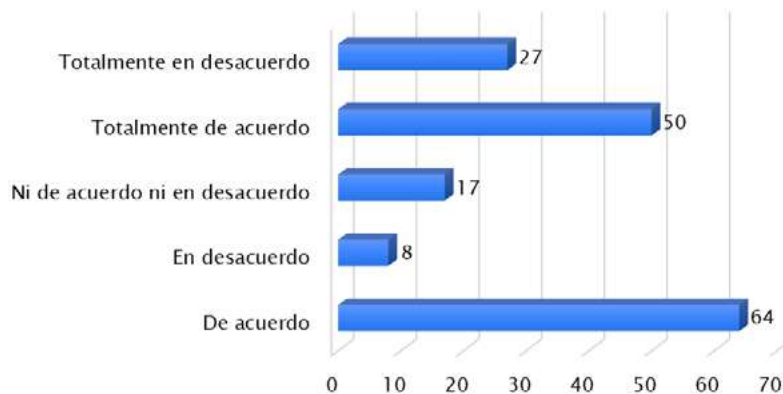


*Nota:* Elaboración propia a partir de los resultados de la encuesta.

En cuanto a la premisa “Es importante que en mi comunidad aprendamos más sobre cómo funcionan los algoritmos de las redes sociales”, el 38,55% se encuentra de acuerdo; el 30,12% refiere estar totalmente de acuerdo; el 16,27% está totalmente en desacuerdo; el 10,24% se encuentra ni de acuerdo ni en desacuerdo; y el 4,82% manifestó estar en desacuerdo –Figura 8–. No obstante, el 75,90% refiere que le gustaría recibir más información sobre este tema.

### Figura 8

*Percepción de los encuestados sobre la afirmación “Es importante que en mi comunidad aprendamos más sobre cómo funcionan los algoritmos de las redes sociales”*



*Nota:* Elaboración propia a partir de los resultados de la encuesta.

### Discusión

Los hallazgos de este estudio evidencian que, en la región amazónica del Ecuador, el uso intensivo de redes sociales se concentra en plataformas móviles y de mensajería instantánea como WhatsApp, Facebook y TikTok, lo que coincide con investigaciones previas que señalan la preferencia por entornos digitales de fácil acceso y consumo rápido de información en contextos de conectividad limitada (Garzón-Asanza, et al., 2022; ARCOTEL, 2022).

Sin embargo, de acuerdo con Mentino (2025), el 1,57% de los usuarios de TikTok a nivel nacional corresponden a

la provincias de Sucumbíos -0,85%- , Pastaza -0,38%- y Zamora-Chinchiipe -0,34%-. En el caso de redes sociales como WhatsApp, Facebook e Instagram; ninguna de las provincias de la Amazonía figura en el listado de concentración de usuarios en estas plataformas.

A pesar de que el 74,10% de los encuestados afirma conocer el término “algoritmo”, existe una brecha importante en la comprensión de su funcionamiento: menos de la mitad de los participantes considera que entiende claramente el rol de esta herramienta en la personalización del contenido. Este resultado refuerza lo señalado por Calice et al. (2023), quienes advierten que la falta de alfabetización algorítmica incrementa la vulnerabilidad frente a sesgos y manipulación informativa.

La percepción mayoritaria de que los usuarios deciden el contenido que visualizan -62,05%- contrasta con la evidencia empírica sobre la curaduría algorítmica y la formación de burbujas de filtro (Abeliuk, 2023; Makhortykh y Wijermars, 2021). Este desfase entre la percepción y el funcionamiento real de los algoritmos sugiere un bajo nivel de conciencia crítica, lo que se alinea con los hallazgos de Sánchez-Cifuentes (2025) y Pauner-Chulvi (2023) sobre la falsa sensación de control que las audiencias mantienen en entornos digitales.

Asimismo, la falta de representación cultural percibida por más de la mitad de los encuestados (56,02%) revela que los algoritmos influyen en la selección de contenidos y en la visibilización —o invisibilización— de las comunidades amazónicas. Este hallazgo extiende la discusión sobre la relación entre la brecha digital y la

desigualdad simbólica, planteada por Martens et al. (2022) y Rebolledo-González (2021), quienes destacan la necesidad de estrategias digitales inclusivas para garantizar la diversidad informativa y la representación territorial.

Otro aspecto importante es el interés manifestado por el 75,90% de los participantes en recibir más información sobre el funcionamiento de los algoritmos, lo que evidencia la necesidad de alfabetización digital. La formación comunitaria podría mitigar los sesgos cognitivos y fomentar el consumo de contenido crítico, como proponen Herrera et al. (2025), Peres-Neto y Huertas-Bailén (2024).

Estos resultados demuestran que los encuestados participan activamente en el ecosistema digital, a pesar de las limitaciones en cuanto a conectividad. Sin embargo, la escasa comprensión del funcionamiento de los algoritmos, la necesidad de representación cultural y la falsa percepción de control, establecen un escenario donde la alfabetización mediática y la regulación tecnológica son indispensables para reducir desigualdades y fortalecer el derecho a recibir información plural y veraz.

### **Conclusiones**

El estudio revela que, en la región amazónica del Ecuador, existe un uso intensivo de redes sociales móviles y de mensajería instantánea, especialmente WhatsApp, Facebook y TikTok. Esto confirma la influencia de factores territoriales, culturales y de conectividad en las prácticas digitales. La preferencia por plataformas de consumo rápido y acceso sencillo responde, en gran medida, a las condiciones estructurales de la región, donde la conectividad fija es limitada y el acceso a internet depende en de dispositivos móviles.

Los hallazgos muestran que, aunque el 74,10% de los participantes ha escuchado el término «algoritmo», menos de la mitad comprende su función. Esta brecha en la alfabetización digital refleja una falta de conocimiento crítico sobre el funcionamiento de los sistemas que determinan el contenido que se consume en línea. Este desconocimiento genera una percepción errónea de control sobre las redes sociales y expone a los usuarios a sesgos, manipulación informativa y desinformación.

La mayoría de los encuestados cree que sus preferencias y búsquedas determinan el contenido que ven, aunque un porcentaje significativo reconoce la intervención de las plataformas en esta selección. Esta contradicción confirma que existe un desfase entre la percepción y la realidad del funcionamiento del algoritmo, lo que coincide con investigaciones previas que evidencian la invisibilidad de estos procesos para la mayoría de los usuarios.

Este hallazgo evidencia cómo los algoritmos median el acceso a la información y pueden condicionar la construcción de percepciones, creencias y narrativas colectivas. En este sentido, el fenómeno deja de ser un asunto del entorno digital para convertirse en un problema comunicacional, ya que involucra procesos de producción, circulación y recepción de mensajes en espacios digitales. La contradicción entre la percepción de control y la realidad de la curaduría algorítmica se vincula con la formación de la opinión pública, la configuración de agendas informativas y la reproducción de sesgos culturales.

Un hallazgo relevante es que más de la mitad de los participantes percibe una baja representación cultural

de sus comunidades en redes sociales. Esto indica que la personalización algorítmica condiciona el acceso a la información e influye en la visibilidad de identidades, tradiciones y narrativas. La invisibilización de estas perspectivas profundiza la desigualdad simbólica y limita la diversidad informativa disponible para la audiencia local y global. Este hallazgo puede asumirse como punto de partida para futuras investigaciones que analicen cómo los algoritmos impactan en la construcción de la identidad cultural y en la configuración del espacio público digital, ya que la mediación tecnológica puede reforzar procesos de exclusión simbólica en comunidades históricamente marginadas.

El interés manifestado por el 75,90% de los encuestados en aprender sobre el funcionamiento de los algoritmos constituye una oportunidad para impulsar procesos de alfabetización digital en la región. Estas iniciativas, combinadas con estrategias de comunicación inclusivas podrían reducir la vulnerabilidad frente a la manipulación y fortalecer las capacidades críticas de la ciudadanía.

En conclusión, los resultados evidencian que el fortalecimiento de la alfabetización digital y la inclusión activa de narrativas locales son elementos esenciales para promover un ecosistema digital más equitativo en la Amazonía ecuatoriana. Integrar estas acciones favorecerá el acceso plural a la información, y contribuirá a preservar y difundir la riqueza cultural de la región en entornos digitales cada vez más mediados por algoritmos.

## Referencias

- Abeliuk, A. (2023). Sesgos algorítmicos en las redes sociales. *Revista Bits de Ciencia*, (24). <https://revistasdex.uchile.cl/index.php/bits/article/view/12669>
- Agencia de Regulación y Control de las Telecomunicaciones [ARCOTEL]. (2022). Cuentas de Internet fijos y móviles. Datos abiertos Ecuador. *Agencia de Regulación y Control de las Telecomunicaciones*. <https://datosabiertos.gob.ec/dataset/cuentas-internet-fijos-y-moviles>
- Alvarez-Esteban, R. y Vázquez-Burguete, J. (2024). Consideraciones sobre la naturaleza de la escala de Likert a través de diferentes estructuraciones de los datos. Una aplicación para identificar estilos de aprendizaje en un entorno universitario. *Revista Internacional de Sociología*, 82(3), e258–e258. <https://doi.org/10.3989/ris.2024.82.3.M23-05>
- Caicedo-Bletrán, J. y Rubiano, P. (2023). Uso de Tecnologías de Big Data para monitorizar y predecir tendencias sociales. *Revista Vínculos*, 20(1). 75–84. <https://revistas.udistrital.edu.co/index.php/vinculos/article/view/16062>
- Calice, M., Bao, L., Freiling, I., Howell, E., Xenos, M. A., Yang, S., Brossard, D., Newman, T. P., y Scheufele, D. A. (2023). Polarized platforms? How partisanship shapes perceptions of “algorithmic news bias”. *New Media & Society*, 25(11), 2833–2854. <https://journals.sagepub.com/doi/epub/10.1177/14614448211034159>
- Cárdenas, M., Noguera, Y., Cárdenas, S. y Chávez, H. (2025). Patrones de consumo de noticias en los jóvenes amazónicos ecuatorianos: ¿Medios tradicionales o digitales? *Esprint Investigación*, 463–476. <https://doi.org/10.61347/ei.v4i1.123>

- DataReportal. (2025). *Cifras de uso de redes sociales en Ecuador*. DataReportal – Global Digital Insights. <https://datareportal.com/reports/digital-2025-ecuador>
- Faliero, J. (2021). Limitar la dependencia algorítmica. Impactos de la inteligencia artificial y sesgos algorítmicos. *Nueva Sociedad*, (294), 120–129. <https://biblat.unam.mx/hevila/Nuevasociedad/2021/no294/11.pdf>
- Ferrante, E. (2021). Inteligencia artificial y sesgos algorítmicos. ¿Por qué deberían importarnos? *Nueva Sociedad*, (294), 27–37. <https://nuso.org/articulo/inteligencia-artificial-y-sesgos-algoritmicos/>
- García-Orosa, B., Canavilhas, J., y Vázquez-Herrero, J. (2023). Algoritmos y comunicación: Revisión sistematizada de la literatura. *Revista Científica de Educomunicación*, 9–21. <https://doi.org/10.3916/C74-2023-01>
- Garzón-Asanza, A. A., Segovia-Castro, J. S., Mora-Coello, R. A. (2022). Estudio de la Brecha Digital y el Proceso de Enseñanza – Aprendizaje en Ecuador – Caso De Estudio: Universidad Técnica De Machala. *Revista Angolana de Ciencias*, 4(1). <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=704173394010>
- Herrera, P., Huepe, M., y Trucco, D. (2025). *Educación y desarrollo de competencias digitales en América Latina y el Caribe*. CEPAL. <https://repositorio.cepal.org/server/api/core/bitstreams/1bcc9786-a37c-4325-ba30-efe8b5f26022/content>
- Instituto Nacional de Estadística y Censos [INEC]. (2024). *Tecnologías de la información y comunicación*. Instituto Nacional de Estadística y Censo. <https://www.>

[ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas\\_Sociales/TIC/2024/202407\\_Tecnologia\\_de\\_la\\_Informacion\\_y\\_Comunicacion-TICs.pdf](https://ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Sociales/TIC/2024/202407_Tecnologia_de_la_Informacion_y_Comunicacion-TICs.pdf)

- López-Julca, R., Julca-Guerrero, F., Nivin-Vargas, L., Allauca-Castillo, W., Robles-Trejo, L. y Robles-Blacido, E. (2024). El filtro burbuja y el derecho a la información en la web. *Desde el Sur*, 16(1). [http://www.scielo.org.pe/scielo.php?pid=S2415-09592024000100017&script=sci\\_abstract&tlng=pt](http://www.scielo.org.pe/scielo.php?pid=S2415-09592024000100017&script=sci_abstract&tlng=pt)
- Makhortykh, M. y Wijermars, M. (2021). Can filter bubbles protect information freedom? Discussions of algorithmic news recommenders in Eastern Europe. *Digital Journalism*, 11(9), 1597-1621. <https://doi.org/10.1080/21670811.2021.1970601>
- Mantilla, J., Rosero, A., Larrea-Ayala, A. y Garcés, G. (2025). Visiones sobre desarrollo en la Amazonía ecuatoriana en medios españoles: caso de estudio periódico El País. *Universidad & Sociedad*, 17(1), e5105. <https://rus.ucf.edu.cu/index.php/rus/article/view/5105?articlesBySimilarityPage=187>
- Martens, C., Venegas, C. y Sharupi-Tapuy, E. F. S. (2022). Activismo digital, medios comunitarios y comunicación sostenible en América Latina. USFQ PRESS. Universidad del Valle, Programa Editorial. [https://davidvilavinas.net/wp-content/uploads/2025/01/2022\\_usfq\\_capitulo\\_compressed-1.pdf](https://davidvilavinas.net/wp-content/uploads/2025/01/2022_usfq_capitulo_compressed-1.pdf)
- MENTINO. (2025). Ecuador Estado Digital. Abril 2025. MENTINO: Inteligencia y Analítica de Negocios. <https://www.mentinno.com/estado-digital-ecuador-2025>

- Pacchioni-Hurtado, V. y Antezana-Corrieri, M. E. (2023). Miradas comunicacionales de la polarización política en entornos digitales, una revisión bibliográfica. *Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Ensayos*, (194), 35-52. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=9186573>
- Parra-Monsalve, J. (2015). Las nuevas formas de la ciudadanía en la comunicación digital: Reivindicaciones indígenas y TICS en la Panamazonía. *Revista de Comunicación y Ciudadanía Digital*, 4(2), 155-185. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5289602>
- Pauner-Chulvi, C. (2023). Transparencia algorítmica en los medios de comunicación y las plataformas digitales. *Revista española de la transparencia*, (17), 107-136. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=9038858>
- Peres-Neto, L. y Huertas-Bailén, A. (2024). Pensar la relación entre comunicación y polarización política desde las epistemologías algorítmicas. *Lecciones del Portal de la Comunicación (InCom-UAB)*. Universitat Autònoma de Barcelona. [https://ddd.uab.cat/pub/artpub/2024/303262/lecporcom\\_a2024m11d1.pdf](https://ddd.uab.cat/pub/artpub/2024/303262/lecporcom_a2024m11d1.pdf)
- Pineda-Solorio, M. (2024). El impacto de las fake news en las redes sociales. *CTES: Revista electrónica sobre Tecnología, Educación y Sociedad*, 11(22). <https://ctes.org.mx/index.php/ctes/article/view/862/1154>
- Ramírez-Autrán, R. (2023). Sesgos y discriminaciones sociales de los algoritmos en Inteligencia Artificial: Una revisión documental. *Entretextos*, 15(39), 1-17. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=9380872>

- Rebolledo-González, L. (2021). Entre la imprenta y la red, entre la palabra y los algoritmos y entre lo social y lo digital. *Revista Comunicación y Medios*, (4), 12-17. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/8584046.pdf>
- Salazar, E. (2025). Inteligencia artificial y algoritmos: Cómo deciden lo que conocemos e ignoramos. *Revista Enfoques de la Comunicación*, (13), 333-354. <https://revista.consejodecomunicacion.gob.ec/index.php/rec/article/view/234>
- Sánchez-Cifuentes, J. (2025). *El algoritmo de la verdad: un estudio de caso del impacto de las tecnologías digitales en la libertad de expresión, la desinformación y las relaciones de poder en el contexto democrático*. Universidad de Brasilia. <https://repositorio.unb.br/handle/10482/52324>
- Shmargad, Y. y Klar, S. (2020). Sorting the news: how ranking by popularity polarizes our politics. *Political Communication*, 37(3), 423-446. <https://doi.org/10.1080/10584609.2020.1713267>
- Sued, G. (2022). Culturas algorítmicas: conceptos y métodos para su estudio social. *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, 67(246), 43-73. <https://doi.org/10.22201/fcpys.2448492xe.2022.246.78422>
- Valenzuela, S. (2024). Cuando los algoritmos son editores: Cómo las redes sociales, la IA y la desinformación alteran el consumo de noticias. *Comunicación y Medios*, 33(49), 186-191. <https://doi.org/10.5354/0719-1529.2024.74976>

## **Marketing Cultural en Facebook e Instagram: Caso Festival de Artes Vivas de Loja**

### ***Cultural Marketing on Facebook and Instagram: The Case of the Festival of Live Arts in Loja***

**Luisiana Naevi Azuero-Guzmán<sup>1</sup>**

Universidad Nacional de Loja

[luisana.azuero@unl.edu.ec](mailto:luisana.azuero@unl.edu.ec)

**Carlos Antonio Granda-Cruz<sup>2</sup>**

Docente investigador

Universidad Nacional de Loja

[carlos.a.granda@unl.edu.ec](mailto:carlos.a.granda@unl.edu.ec)

**Franklin Gustavo Santín-Picoita<sup>3</sup>**

Docente investigador

Universidad Nacional de Loja

[franklin.santin@unl.edu.ec](mailto:franklin.santin@unl.edu.ec)

---

1 Licenciada en Comunicación por la Universidad Nacional de Loja. ORCID: <https://orcid.org/0009-0004-2067-793X>

2 Doctorando en Educación por la Universidad de Buenos Aires, Magíster en Comunicación Estratégica por la Universidad Técnica Particular de Loja y Licenciado en Comunicación Social por la Universidad Politécnica Salesiana. Actualmente es docente investigador en la Universidad Nacional de Loja. Con más de diez años de trayectoria en comunicación y medios digitales, se ha desempeñado como consultor independiente y ponente en congresos nacionales e internacionales. ORCID: <https://orcid.org/0009-0005-3510-3258>

3 Doctorando en el Programa de Doctorado Interuniversitario en Comunicación de las universidades de Cádiz, Huelva, Málaga y Sevilla, especializado en Educomunicación y Alfabetización Mediática. Maestría en Comunicación, mención en Investigación y Cultura Digital por la UTPL y Licenciatura en Comunicación Social por la UNL, actualmente se desempeña como Docente Ocasional en la UNL. Es creador y coordinador del GIESDCOM; y, ha publicado en revistas científicas y realizado revisiones pares. 10 años de experiencia en medios radiales, impresos, digitales y comunicación estratégica a nivel nacional e internacional. Ha sido parte de proyectos como RUTA E. Miembro del Directorio de la UNP de Ecuador, núcleo de Loja. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3852-047X>

## Resumen

El marketing cultural digital se ha consolidado como una estrategia para fortalecer la visibilidad de los eventos artísticos y generar vínculos simbólicos con los públicos. En este marco, Facebook e Instagram se configuran como escenarios centrales de difusión, donde la interactividad y la pertinencia cultural determinan el alcance de las narrativas audiovisuales. Sin embargo, persisten vacíos en el análisis del *engagement* audiovisual en contextos latinoamericanos, especialmente en Ecuador. El objetivo de este estudio fue analizar el *engagement* generado por las publicaciones del VIII Festival Internacional de Artes Vivas de Loja [FIAVL] (2023) en Facebook e Instagram, vinculando métricas de interacción digital con marcos teóricos contemporáneos de la comunicación. Se empleó un enfoque mixto: análisis de contenido de publicaciones orgánicas –*reels*, cápsulas, transmisiones en vivo e imágenes– y entrevistas a responsables institucionales. Los resultados muestran que los formatos audiovisuales breves y dinámicos —en particular los *reels* y videos de expectativa— obtuvieron un promedio de *engagement* del 11,76 %, superando ampliamente a las publicaciones estáticas. Este hallazgo confirma que la brevedad narrativa y la creatividad audiovisual favorecen la conexión con audiencias diversas, especialmente jóvenes. No obstante, se evidenció la falta de una estrategia post-evento, lo que limitó la sostenibilidad de la interacción digital. Se concluye que el *engagement* audiovisual constituye un indicador híbrido que combina dimensiones cuantitativas y cualitativas, aportando al campo del marketing cultural digital una categoría analítica para

comprender cómo las audiencias se apropian y resignifican contenidos culturales en entornos digitales.

*Palabras clave:* marketing digital, cultura, audiencias, redes sociales.

### **Abstract**

Digital cultural marketing has become a key strategy to enhance the visibility of artistic events and to strengthen symbolic connections with audiences. Within this framework, Facebook and Instagram have emerged as central platforms for dissemination, where interactivity and cultural relevance determine the reach of audiovisual narratives. However, gaps remain in the analysis of audiovisual engagement in Latin American contexts, particularly in Ecuador. The aim of this study was to analyze the engagement generated by the publications of the VIII International Festival of Live Arts of Loja [FIAVL] (2023) on Facebook and Instagram, linking digital interaction metrics with contemporary communication theories. A mixed-methods approach was applied, combining content analysis of organic posts (reels, capsules, live streams, and images) with interviews with institutional representatives. The results show that short and dynamic audiovisual formats—especially reels and teaser videos—achieved an average engagement rate of 11.76 %, significantly outperforming static publications. This finding confirms that narrative brevity and audiovisual creativity foster stronger connections with diverse audiences, especially younger users. Nevertheless, the absence of a post-event communication strategy limited the sustainability of digital interaction and community building. It is concluded that audiovisual engagement constitutes a hybrid indicator

that integrates quantitative and qualitative dimensions, contributing to the field of digital cultural marketing by offering an analytical category for understanding how audiences appropriate and reinterpret cultural content in digital environments.

*Keywords:* digital marketing, culture, audiences, social media.

## Introducción

El marketing digital ha modificado sustancialmente los modos en que las organizaciones culturales se relacionan con sus públicos, al integrar acciones estratégicas en medios y plataformas digitales que permiten atraer, fidelizar y generar vínculos significativos con audiencias específicas (Kotler y Astromg, 2013; Kotler y Keller, 2021). En el campo cultural, estas prácticas no solo amplían el alcance de los eventos artísticos, sino que también posibilitan la construcción de comunidades transnacionales y la circulación de bienes culturales más allá de las fronteras físicas. En América Latina, este proceso se ha intensificado con el uso de Facebook e Instagram, que concentran más de 3.000 millones de usuarios y representan espacios privilegiados para la difusión de actividades artísticas y patrimoniales (We Are Social y Meltwater, 2024).

Diversos estudios sostienen que las instituciones culturales han encontrado en las redes sociales un aliado estratégico para fortalecer experiencias comunicativas dinámicas, fomentar la participación ciudadana y optimizar recursos (Patiño Correa, 2017; Villarreal Terán, 2024). Esta convergencia ha dado lugar al concepto de marketing

cultural digital, entendido como la integración de objetivos comerciales con valores simbólicos y sociales, donde las plataformas digitales se configuran como escenarios de visibilidad, interacción y construcción de identidad colectiva (Mariscal Orozco et al., 2012). En investigaciones recientes se ha demostrado que las organizaciones culturales que adoptan estrategias digitales bien estructuradas logran un mayor alcance, fortalecen sus comunidades y consolidan nuevas audiencias en contextos globales y locales (Alnasser, 2023; Sun et al., 2019).

### ***Marketing Cultural Digital en Redes Sociales***

Facebook e Instagram se consolidan como canales estratégicos para la comunicación cultural. Facebook, con sus opciones de segmentación y creación de comunidades, permite a las organizaciones establecer relaciones sostenidas con públicos específicos mediante páginas, eventos y grupos (Aced et al., 2012). Por su parte, Instagram, gracias a su enfoque visual y recursos como *stories*, *reels* y transmisiones en vivo, se erige como una plataforma idónea para difundir narrativas creativas que combinan estética, inmediatez y cercanía (Caramutti Frías, 2020). Estas herramientas, interpretadas desde la perspectiva de la economía de la atención (Davenport y Beck, 2021), exigen diseñar contenidos que logren captar y retener el interés en un ecosistema saturado de estímulos informativos.

De igual manera, la teoría del *framing* (Koziner, 2013) aporta para comprender cómo los mensajes difundidos en redes sociales no solo informan, sino que configuran significados y refuerzan identidades culturales. En este

sentido, los festivales latinoamericanos que articulan narrativas audiovisuales y estrategias interactivas han logrado incrementar su participación, alcanzar proyección internacional y consolidarse como referentes de innovación cultural (Valdiviezo–Abad et al., 2024). En esta línea, Ortiz–Ospino et al. (2025) destacan que las industrias creativas y culturales están adoptando tecnologías emergentes para reforzar sus procesos comunicativos y de participación digital, lo cual representa una oportunidad estratégica para eventos culturales como el FIAVL.

Además, las prácticas de marketing cultural digital deben analizarse dentro de los procesos de transformación tecnológica y social que atraviesan América Latina. La creciente penetración de internet y el consumo intensivo de redes sociales han configurado nuevos hábitos culturales, donde los públicos se convierten en prosumidores: usuarios que no solo consumen, sino que también producen y circulan contenidos. Esta dinámica refuerza la necesidad de estudiar cómo las instituciones culturales adaptan sus estrategias comunicacionales para conectar con audiencias más activas y críticas (Barrera–Verdugo et al., 2022).

En este escenario, el FIAVL representa un caso de estudio relevante porque combina estrategias institucionales con prácticas de participación ciudadana. La utilización de Facebook e Instagram ha permitido difundir la programación artística, documentar experiencias, generar interacción en tiempo real y construir memoria colectiva digital. Analizar estas dinámicas permite comprender cómo los festivales culturales logran mantener un diálogo sostenido con sus públicos y cómo las métricas digitales pueden convertirse en indicadores de impacto cultural.

Asimismo, es pertinente destacar que el rol de estas plataformas no se limita a la visibilidad internacional, sino que también contribuye a la formación de comunidades transnacionales que interactúan alrededor de un evento local. En el caso del FIAVL, los contenidos digitales trascendieron las fronteras ecuatorianas, proyectando la identidad cultural de Loja hacia públicos regionales y globales. Esto confirma que Facebook e Instagram actúan como espacios de diplomacia cultural digital, donde se negocian sentidos, se consolidan redes de colaboración y se posicionan las ciudades como nodos culturales en la esfera global (Spry, 2018).

De manera complementaria, el análisis del FIAVL evidencia que el éxito del marketing cultural digital depende de la capacidad de integrar narrativas visuales con elementos de participación activa del público. La retroalimentación en tiempo real, expresada en comentarios, reacciones y compartidos, no solo mide el impacto de la campaña, sino que también se convierte en insumo para rediseñar estrategias y fortalecer la relación con la audiencia. Así, las redes sociales se configuran no solo como canales de difusión, sino como laboratorios interactivos de innovación cultural, donde la co-creación de significados entre instituciones y públicos amplifica el alcance y la relevancia de los festivales (Walmsley, 2016).

### ***Engagement Audiovisual y Experiencias Culturales***

El *engagement* constituye un indicador esencial para evaluar la eficacia comunicacional de las instituciones culturales en entornos digitales, entendido como la capacidad de generar relaciones bidireccionales, sostenidas

y emocionalmente significativas con los públicos (Fabbro y Ospital, 2022). Si bien tradicionalmente se mide a través de interacciones cuantitativas —comentarios, reacciones, compartidos o visualizaciones—, autores como Bergillos (2017) destacan la importancia de integrar dimensiones emocionales, cognitivas y culturales. En este marco surge el concepto de *engagement* audiovisual, referido al compromiso generado por piezas breves y dinámicas que activan respuestas sensoriales inmediatas y propician la construcción de memorias colectivas.

Investigaciones recientes en contextos latinoamericanos demuestran que el uso de narrativas audiovisuales en redes sociales no solo incrementa los niveles de interacción, sino que también refuerza la identidad cultural compartida y facilita la apropiación comunitaria de los eventos (Ajitoni, 2024). Desde la perspectiva del marketing experiencial (Schmitt, 1999), estas prácticas contribuyen a que la audiencia no sea un receptor pasivo, sino un co-creador de experiencias culturales memorables. Complementariamente, la teoría de *uses and gratifications* (Katz *et al.*, 1974) subraya que los usuarios participan activamente en la resignificación de los contenidos digitales, transformando el consumo cultural en un proceso de construcción colectiva.

En este contexto, el *engagement* audiovisual adquiere un valor estratégico para las instituciones culturales que buscan consolidar un posicionamiento diferenciado en entornos digitales. Un mayor nivel de compromiso no solo incrementa la visibilidad de los eventos, sino que fortalece la confianza y la lealtad del público, elementos cruciales en la construcción de comunidades digitales sostenibles.

Este enfoque resulta especialmente pertinente en el caso de festivales culturales, donde la participación activa de la audiencia asegura la continuidad del proyecto y su legitimidad social (Mihelj, 2019).

Además, es necesario subrayar que el *engagement* audiovisual no se reduce a un indicador de éxito digital, sino que puede interpretarse como una manifestación de ciudadanía cultural en entornos virtuales. Al interactuar con las publicaciones, los usuarios no solo expresan aprobación o desagrado, sino que también participan en la construcción de relatos colectivos en torno al festival. Esta dimensión ciudadana permite pensar el *engagement* como un espacio donde se negocian sentidos, se generan vínculos comunitarios y se legitiman identidades culturales. En este marco, el FIAVL se proyecta como un escenario donde lo digital se convierte en un catalizador de cohesión social.

Por otra parte, la temporalidad del *engagement* constituye un aspecto poco explorado en la literatura. El análisis de los datos del FIAVL revela que las interacciones no se distribuyen de manera homogénea, sino que se concentran en momentos como el lanzamiento de la programación, los días de inauguración y los espectáculos de gran impacto. Este fenómeno coincide con lo que la economía de la atención (Davenport y Beck, 2021) denomina picos de saturación informativa, donde las instituciones deben diseñar estrategias diferenciadas para captar la atención en fases intermedias o de menor visibilidad. Comprender esta dinámica temporal es crucial para proyectar estrategias comunicacionales sostenidas que mantengan el interés del público antes, durante y después del festival.

Asimismo, el *engagement* audiovisual puede entenderse como una herramienta para medir la sostenibilidad cultural en el ámbito digital. A diferencia de indicadores meramente económicos, este constructo permite evaluar en qué medida los contenidos culturales generan continuidad, confianza y memoria en la audiencia. El FIAVL 2023 demostró que el contenido orgánico, aun en ausencia de campañas pagadas, puede lograr niveles de interacción superiores al promedio de la industria (Lee et al., 2018; Statista, 2024). Esto plantea un desafío interesante para las instituciones culturales: cómo mantener estos niveles de compromiso en escenarios de escasez presupuestaria y, al mismo tiempo, garantizar que la participación digital se traduzca en experiencias culturales más profundas y sostenibles.

Finalmente, el *engagement* audiovisual debe ser analizado desde una perspectiva de justicia comunicacional. Si bien los resultados del FIAVL reflejan un éxito en términos de interacción digital, persisten brechas en el acceso a internet y en la alfabetización mediática de ciertos sectores sociales. Estas desigualdades limitan la participación equitativa de todos los públicos y generan el riesgo de que la digitalización cultural beneficie principalmente a quienes ya cuentan con recursos tecnológicos. En este sentido, el reto para los gestores culturales no se limita a diseñar contenidos creativos, sino a garantizar la inclusión digital como condición necesaria para democratizar la participación cultural en redes sociales.

## Metodología

Este estudio adoptó un diseño descriptivo-exploratorio con enfoque mixto, integrando técnicas cuantitativas y cualitativas. La elección de este enfoque responde a la necesidad de complementar datos empíricos verificables –métricas de interacción digital– con interpretaciones derivadas de actores involucrados, lo que permitió construir una comprensión integral del fenómeno del *engagement* audiovisual (Hernández-Sampieri *et al.*, 2014). El diseño fue no experimental y transversal, dado que no se manipularon variables independientes, sino que se observaron fenómenos en su contexto natural durante un periodo específico: el VIII Festival Internacional de Artes Vivas Loja [FIAVL] 2023.

### **Población y Muestra**

La población correspondió al conjunto de publicaciones realizadas en las cuentas oficiales de Instagram –@festivaldeloja, 18.100 seguidores– y Facebook –Festival Internacional de Artes Vivas Loja, 128.746 seguidores–, en el periodo comprendido entre el 10 de octubre y el 25 de noviembre de 2023.

### **Tabla 1**

*Número de seguidores de las redes sociales del Festival Internacional de Artes Vivas 2023*

Red social	Nº de seguidores
Instagram	18,100
Facebook	128,746
Total	146,846

*Nota:* Datos recopilados de las redes sociales del Festival Internacional de Artes Vivas Loja.

Se seleccionó una muestra de 84 publicaciones mediante muestreo no probabilístico, de tipo intencional. La elección de esta técnica se justifica en tanto el objetivo fue analizar las piezas con mayor relevancia comunicativa y niveles significativos de interacción, lo cual permite identificar patrones de engagement representativos de las estrategias del festival (Patton, 2015).

Aunque el muestreo intencional de publicaciones puede introducir sesgos hacia los contenidos con mayor rendimiento, esta limitación se abordó delimitando claramente el objeto de estudio y los alcances de la investigación. En primer lugar, no se consideraron entrevistas a públicos, ya que el objetivo central del estudio fue analizar las estrategias comunicacionales institucionales del Festival Internacional de Artes Vivas de Loja [FIAVL] en su ecosistema digital, más que evaluar percepciones ciudadanas. De este modo, se privilegió un enfoque centrado en la producción y gestión de los contenidos emitidos por la organización (Rivera-Guamán et al., 2021).

En segundo lugar, se decidió analizar exclusivamente las publicaciones orgánicas –en la red social administrada por la institución municipal–, dado que el Municipio de Loja, no implementó campañas pagadas durante la edición 2023 del Festival. Este criterio permitió mantener la coherencia analítica, evitando comparaciones metodológicamente inválidas entre contenidos con inversión publicitaria y aquellos sin respaldo económico. Así, el análisis se circunscribió a las dinámicas de *engagement* originadas únicamente desde la interacción espontánea del público, lo que constituye una aproximación

válida para comprender el alcance real de las estrategias orgánicas de marketing cultural digital en contextos de limitación presupuestaria.

En consecuencia, si bien la ausencia de aleatoriedad y la no inclusión de percepciones de usuarios reducen la posibilidad de generalizar los resultados, la investigación ofrece una visión pertinente y contextualizada sobre la eficacia de las publicaciones institucionales en redes sociales, aportando evidencia empírica sobre la capacidad de las narrativas audiovisuales para generar *engagement* en el marco de un festival cultural latinoamericano.

### **Técnicas e Instrumentos**

Se aplicaron dos técnicas principales:

Análisis de contenido de publicaciones digitales, considerando variables como tipo de formato (imagen, *reel*, video), eje temático, tono comunicativo, recursos visuales y nivel de interacción. Para garantizar la validez de este instrumento, fue sometido a juicio de expertos en comunicación digital y transmedia, aplicándose el coeficiente Kappa de Fleiss (Landis y Koch, 1977), que arrojó un nivel de concordancia perfecto –Kappa = 1.00–.

### **Tabla 2**

#### *Resumen Kappa de Fleiss*

Elemento	Valoración					Total general
	1	2	3	4	5	
Constructo teórico	-	-	-	-	3	3
Suficiencia	-	-	-	-	3	3
Claridad	-	-	-	-	3	3
Coherencia	-	-	-	-	3	3
Calidad	-	-	-	-	3	3
Relevancia	-	-	-	-	3	3
Po = 1	Pe = 0		Po-Pe = 1			

Concordancia teórica al azar:	1
Kappa:	1
Mediana:	Moda:
3	3

*Nota:* Elaboración propia.

Además, se efectuaron entrevistas semiestructuradas aplicadas a tres actores institucionales (coordinadora, director y comunicadora del festival).

### Tabla 3

*Profesionales que participan en el evento cultural*

Denominación	Nombre	Cargo
Profesional 1	Yosselyn Llacxaguanga	Coordinadora del Festival por parte del Municipio de Loja
Profesional 2	José Antonio Mora	Director de Festival por parte del Ministerio de Cultura y Patrimonio
Profesional 3	Andrea Pardo	Comunicadora del Festival por parte del Municipio de Loja

*Nota:* Los profesionales cumplen funciones con corte a mayo 2025.

### Procesamiento y Análisis de Datos

El cálculo del *engagement* se realizó con base en la fórmula propuesta por Ure (2018):

$$\frac{\text{nº me gusta} + \text{nºcomparten} + \text{nº comentarios en el periodo}}{\text{Número de publicaciones en el periodo}} \times 100$$

Número de fans

### **Consideraciones Éticas**

La investigación se rigió por principios éticos de confidencialidad, anonimato y consentimiento informado. El análisis de contenido se basó únicamente en publicaciones públicas. En las entrevistas institucionales y de usuarios se obtuvo consentimiento informado, garantizando voluntariedad, confidencialidad y uso académico de los datos.

Este indicador cuantitativo permitió medir el nivel de participación del público frente a los contenidos difundidos, aportando datos objetivos sobre la efectividad de las estrategias de comunicación digital implementadas.

### **Análisis de Resultados**

El análisis de las 84 publicaciones del VIII Festival Internacional de Artes Vivas Loja [FIAVL] 2023 mostró un *engagement* promedio del 11,76 %, resultado significativamente superior al rango estándar reportado en *benchmarks* de la industria cultural y de entretenimiento, que se sitúa entre 5 % y 8 % en Facebook e Instagram (Lee et al., 2018; Statista, 2024). Este hallazgo confirma que la estrategia comunicacional del Festival generó una conexión más intensa con la audiencia en comparación con otros eventos culturales de referencia. Por ejemplo, estudios previos sobre festivales como el Festival Internacional Cervantino – México– o el Festival Iberoamericano de Teatro de Bogotá han registrado tasas de interacción entre el 6 % y el 9 %, centradas principalmente en picos de programación o en contenidos de artistas internacionales (Sun et al., 2019). En contraste, el FIAVL consiguió mantener una interacción sostenida durante toda la campaña, lo que sugiere una planificación escalonada y efectiva de contenidos.

**Tabla 4**

*Engagement de las redes sociales de Facebook e Instagram*

<b>Facebook e Instagram</b>	<b>84 publicaciones</b>
<i>Me gusta</i>	15,361
<i>Comentarios</i>	1,004
<i>Compartidos</i>	1,895
<i>Total</i>	18,260

*Nota:* Datos recopilados de las redes sociales del Festival Internacional de Artes Vivas Loja.

La estrategia de comunicación en Facebook destacó por el uso de postales diarias acompañadas de *copys* emocionales como “Loja se inunda de artes vivas, magia y color”, lo cual reforzó la narrativa del festival como un evento de apropiación colectiva –Tabla 5 y Tabla 6–.

**Tabla 5**

*Publicaciones con mayor interacción en Facebook*

---

**Tema:**            **Postales del día (12-11-2023)**

---

*Red social*      Facebook



---

😊 ¡Con el #FIAVL2023 #Loja se llena de magia y alegría para convertirse en un escenario vivo!

*Lead* 🎭 Descubre la emoción en cada rincón de la Capital Cultural del EC.

#ElArteViveEnLoja

---

*Interacción:* 548 me gusta

*Nota:* Red Social Facebook del FIAVL.

---

### Tabla 6

*Publicaciones con mayor interacción en Facebook*

---

**Tema:** Postales del día (20-11-2023)

---

*Red social* Facebook



---

Loja se inunda de artes vivas, magia y color con el #FIAVL2023

*Lead* 🎭 Te compartimos las postales de los mejores momentos que nos dejó el quinto día del Festival Internacional de Artes Vivas de Loja

---

*Interacción:* 713 me gusta

*Nota:* Red Social Facebook del FIAVL.

---

Estos recursos discursivos pueden interpretarse desde la teoría del *framing* (Koziner, 2013), en tanto encuadraron al festival como una experiencia comunitaria cargada de simbolismo y pertenencia. En Instagram, los *reels* y concursos generaron altos niveles de interacción, alcanzando más de 1.000 «me gusta» en publicaciones –Tabla 7 y Tabla 8–. Este resultado dialoga con la economía de la atención (Davenport y Beck, 2021), pues evidencia la capacidad de los formatos audiovisuales breves para captar la atención de públicos jóvenes en entornos saturados de contenidos.

**Tabla 7**

*Publicaciones con mayor interacción en Instagram*

<b>Tema:</b>		<b>Postales del día (8-11-2023)</b>
<i>Red social</i>	Instagram	
<i>Lead</i>	<p>¡Loja es un escenario vivo para las artes! 🎨🎭</p> <p>👉👉👉 Las calles y comercios de la Capital Cultural del EC están listos para recibirte en la 8va edición del #FIAV2023.</p> <p>👉👉 Danza, teatro, música y mucha emoción te esperan en cada rincón.</p>	
<i>Interacción:</i>	1015 me gusta	

*Nota:* Red Social Instagram del FIAVL

**Tabla 8**

*Publicaciones con mayor interacción en Instagram*

---

<b>Tema:</b>	<b>Postales del día (12-11-2023)</b>
--------------	--------------------------------------

---

Red social	Instagram	
<b>Lead</b>	¡Llegó la hora de volvernos a encontrar! 🎉 Loja está lista para recibir al mayor acontecimiento de artes vivas del país. 🎭 Del 15 al 25 de noviembre disfrutaremos de días llenos de arte, música, teatro y muchas emociones en la 8va edición del #FIAVL2023. ¡Prepárate para vivir momentos inolvidables! 🎉 ✨	
<b>Interacción:</b>	1022 me gusta	

---

*Nota:* Red Social Instagram del FIAVL.

En términos de interacción, los resultados muestran que el *engagement* orgánico alcanzado por el Festival Internacional de Artes Vivas Loja (2023) fue significativamente alto, pese a no contar con campañas pagadas. Este dato resulta relevante, pues evidencia que el festival logró construir comunidad y generar vínculos con sus audiencias a partir de contenidos orgánicos, basados en narrativas audiovisuales breves como *reels*, cápsulas informativas y transmisiones en vivo. Dichos formatos superaron ampliamente a las imágenes estáticas en número de reacciones, comentarios y compartidos, lo que confirma la eficacia de las estrategias centradas en la interactividad y la pertinencia cultural.

Asimismo, los hallazgos sugieren que las publicaciones audiovisuales no se limitaron a difundir información, sino que funcionaron como experiencias digitales que fortalecieron la memoria colectiva del festival. En línea con los postulados del marketing experiencial (Schmitt, 1999), estas piezas lograron activar respuestas emocionales y simbólicas en el público, prolongando el vínculo con el evento más allá de los escenarios físicos. De esta manera, el FIAVL se consolida como un caso representativo de cómo los festivales culturales latinoamericanos pueden generar impacto digital relevante y sostenido incluso en contextos de restricciones presupuestarias, dependiendo de la creatividad y la gestión estratégica de sus recursos orgánicos.

### **Resultados de las Entrevistas**

Los entrevistados también coincidieron en que la interacción digital del festival no fue únicamente un

resultado de las herramientas empleadas, sino del sentido de pertenencia que lograron transmitir los contenidos. El hecho de incluir a artistas locales, símbolos identitarios y escenas cotidianas de la ciudad de Loja en las piezas audiovisuales reforzó la conexión emocional con la comunidad. Este aspecto es coherente con lo planteado por Ajitoni (2024), quienes señalan que los festivales culturales exitosos en entornos digitales son aquellos capaces de articular narrativas que no solo informen, sino que representen a la colectividad y activen procesos de apropiación simbólica. De este modo, la estrategia digital del FIAVL puede interpretarse como un ejercicio de comunicación cultural participativa que trasciende la promoción de eventos para convertirse en una práctica de construcción comunitaria.

Por otro lado, las entrevistas revelaron tensiones institucionales relacionadas con los recursos económicos y humanos limitados, lo que obligó a priorizar contenidos orgánicos frente a campañas pagadas. Esta restricción, lejos de debilitar la estrategia, estimuló la creatividad y la innovación en la producción de narrativas digitales, generando un impacto mayor al esperado. Este hallazgo resulta relevante para el campo del marketing cultural digital, ya que demuestra que la efectividad de las estrategias no depende exclusivamente de la inversión, sino de la capacidad de diseñar mensajes culturalmente pertinentes, estéticamente atractivos y narrativamente coherentes con los valores de la institución y de su público. En este sentido, el caso del FIAVL 2023 aporta evidencia empírica de cómo los festivales latinoamericanos pueden

consolidar un posicionamiento cultural internacional incluso en contextos de limitaciones estructurales.

### **Discusión**

El marketing digital, concebido como un conjunto de estrategias orientadas a la creación, difusión e interacción de contenido en entornos digitales (Patiño-Correa, 2017), se ha consolidado como un recurso central para las organizaciones culturales. Sin embargo, este estudio demuestra que su aplicación en el sector cultural no puede limitarse a la lógica promocional ni replicar modelos comerciales, sino que debe problematizar las dinámicas de valor simbólico, la diversidad de audiencias y las limitaciones presupuestarias propias de las instituciones públicas. Desde esta perspectiva, el marketing cultural digital aporta una mirada diferenciada al reconocer que el éxito de las campañas no se mide únicamente en clics o interacciones, sino en la construcción de comunidad, en la memoria cultural compartida y en la apropiación simbólica de los eventos artísticos.

Los resultados del FIAVL 2023 refuerzan esta premisa: las narrativas audiovisuales breves –*reels*, cápsulas, transmisiones en vivo– superaron en *engagement* a las publicaciones estáticas, confirmando que el contenido dinámico potencia la conexión con los públicos jóvenes. No obstante, más allá de reafirmar hallazgos previos (Lee *et al.*, 2018; Dolan *et al.*, 2016), este estudio aporta evidencia desde un contexto latinoamericano y ecuatoriano, donde la interacción digital adquiere un carácter comunitario y emocional, vinculado a identidades locales y a la construcción de orgullo cultural. Esto sugiere que la teoría

de marketing cultural digital debe incorporar categorías como *engagement* audiovisual y prosumo cultural, ampliando los marcos teóricos tradicionales hacia una comprensión más inclusiva de la experiencia digital.

Asimismo, los hallazgos dialogan con teorías de la comunicación digital. La teoría de usos y gratificaciones explica por qué los usuarios se sintieron atraídos por piezas que ofrecían entretenimiento, autoexpresión y conexión social. La teoría del *framing* (Koziner, 2013) muestra cómo los encuadres narrativos del festival reforzaron la identidad local y la diversidad cultural, potenciando el sentido de pertenencia. El marketing experiencial (Schmitt, 1999) permite entender por qué los contenidos que incorporaron a los asistentes en la narrativa consolidaron una experiencia de marca cultural más profunda. Finalmente, la economía de la atención (Davenport y Beck, 2021) se refleja en la diferencia entre alcance orgánico y pagado: las publicaciones orgánicas lograron un *engagement* proporcionalmente más alto, revelando que las audiencias valoran la autenticidad por encima de la publicidad explícita.

No obstante, estos resultados deben interpretarse con cautela. La investigación enfrentó limitaciones metodológicas: el muestreo intencional, centrado en publicaciones con mayor interacción, pudo introducir sesgos de confirmación al privilegiar las piezas más exitosas. Asimismo, el estudio fue transversal, restringido a un solo periodo –10 de octubre–25 de noviembre de 2023–, sin evaluar fases pre ni post-evento. Estas restricciones impiden generalizar los hallazgos a toda la audiencia digital del festival y dificultan identificar procesos de *engagement* sostenido en el tiempo.

En términos de aportes teóricos, este estudio plantea que el *engagement* audiovisual no debe entenderse únicamente como una métrica, sino como un proceso cultural en el que los usuarios reinterpretan y recrean contenidos. La incorporación de la categoría prosumo cultural resulta clave para explicar cómo los públicos del FIAVL no se limitaron a consumir las publicaciones, sino que también contribuyeron a expandirlas mediante comentarios, reacciones y compartidos, lo que evidencia un papel activo en la circulación del discurso cultural. Este hallazgo amplía la literatura sobre marketing cultural digital al situar la producción simbólica de los usuarios como un componente central de la experiencia comunicacional.

Desde el plano comparativo, los resultados del FIAVL permiten observar diferencias relevantes con festivales internacionales. Mientras en Europa y Norteamérica los festivales suelen apoyarse en fuertes campañas pagadas (Rodríguez et al., 2021), el FIAVL basó su estrategia en publicaciones orgánicas debido a restricciones presupuestarias. Paradójicamente, esta limitación se convirtió en una fortaleza, pues fomentó la autenticidad de los contenidos y un *engagement* proporcionalmente más alto. En este sentido, el caso ecuatoriano aporta evidencia de que la creatividad, la coherencia narrativa y la pertinencia cultural pueden compensar la ausencia de inversión en pauta publicitaria, configurando un modelo alternativo para otros festivales latinoamericanos con recursos limitados.

En cuanto a las implicaciones prácticas, los hallazgos sugieren que los gestores culturales deben repensar el rol del contenido audiovisual como eje de la estrategia

digital. No basta con publicar información promocional; es necesario diseñar narrativas visuales que integren símbolos identitarios, representen la diversidad cultural y promuevan la participación ciudadana. Asimismo, se recomienda planificar estrategias de comunicación post-evento, orientadas a sostener la interacción digital y consolidar comunidades más allá de la temporalidad del festival. Esto coincide con Alnasser (2023) y Ortiz-Ospino *et al.* (2025), quienes destacan que la sostenibilidad de la comunicación cultural digital depende de la continuidad y de la capacidad de construir vínculos a largo plazo.

Finalmente, el estudio abre futuras líneas de investigación en tres direcciones. Primero, la necesidad de aplicar diseños longitudinales que evalúen la evolución del *engagement* en diferentes etapas de los festivales. Segundo, la incorporación de metodologías cualitativas participativas que integren la voz de los usuarios para equilibrar la visión institucional. Y tercero, la exploración del papel de la inteligencia artificial en el marketing cultural digital, tanto para segmentación avanzada y análisis predictivo de audiencias, como para la generación automatizada de contenidos. Estas líneas de investigación permitirán profundizar en el entendimiento del *engagement* audiovisual y enriquecer el debate sobre el futuro de la comunicación cultural en la era de la conectividad global.

### **Conclusiones**

El presente estudio tuvo como objetivo analizar el *engagement* audiovisual generado en Facebook e Instagram durante el VIII Festival Internacional de Artes Vivas de Loja (2023), articulando métricas de interacción digital con marcos teóricos contemporáneos de la comunicación.

Los resultados confirmaron que los formatos audiovisuales breves y dinámicos –*reels*, cápsulas, transmisiones en vivo– alcanzaron niveles de *engagement* superiores a las publicaciones estáticas, evidenciando que la interactividad, la brevedad narrativa y la pertinencia cultural son factores determinantes en la conexión digital de los públicos con eventos culturales.

Desde el plano teórico, este trabajo contribuye a la consolidación del *engagement* audiovisual como un constructo híbrido que integra dimensiones cuantitativas (interacciones en redes sociales) y cualitativas (emocionales, cognitivas y simbólicas). Esta propuesta enriquece la literatura sobre comunicación cultural digital en América Latina, al demostrar que el *engagement* en contextos culturales trasciende los indicadores tradicionales y debe analizarse en relación con teorías como los usos y gratificaciones, el *framing*, el marketing experiencial y la economía de la atención. El aporte consiste en situar al *engagement* no solo como métrica de impacto digital, sino como expresión de participación cultural y apropiación comunitaria.

En términos metodológicos, la combinación de análisis de contenido con entrevistas institucionales permitió triangular la información y generar hallazgos robustos. Sin embargo, la investigación se enfrentó a limitaciones significativas: la muestra reducida y no probabilística de publicaciones, la ausencia de percepciones directas de usuarios y la falta de un análisis longitudinal que evalúe la evolución del *engagement* antes, durante y después del festival. Estos aspectos restringen la generalización de los resultados y subrayan la necesidad de futuros estudios con

diseños más amplios y representativos.

En el plano aplicado, se concluye que las instituciones culturales deben priorizar narrativas audiovisuales segmentadas, fomentar la participación activa de los públicos como co-creadores y desarrollar estrategias de comunicación post-evento para consolidar comunidades digitales sostenibles. Asimismo, se identifican como líneas de investigación futuras la integración de indicadores de percepción ciudadana, la aplicación de análisis longitudinales y el uso de herramientas de inteligencia artificial en la gestión del marketing cultural digital. Estas innovaciones permitirán optimizar la segmentación de audiencias, predecir comportamientos y diseñar experiencias comunicacionales más inclusivas, personalizadas y sostenibles en el tiempo.

Además, este estudio pone de relieve la necesidad de repensar el papel del marketing cultural digital en el fortalecimiento de la memoria colectiva. En el caso del FIAVL, el *engagement* audiovisual no solo amplificó la difusión de los contenidos, sino que también actuó como un archivo vivo de la experiencia cultural, al registrar, compartir y resignificar los momentos del festival en tiempo real. Esta dimensión patrimonial del contenido digital abre una línea de investigación aún poco explorada: cómo las interacciones en redes sociales pueden convertirse en insumos para la construcción de memoria cultural y para la legitimación simbólica de los festivales en la esfera pública, trascendiendo la lógica promocional y contribuyendo a la sostenibilidad cultural en el largo plazo.

En síntesis, el estudio evidencia que el FIAVL 2023 constituye un caso representativo del potencial del marketing

cultural digital en Ecuador, al demostrar que el *engagement* audiovisual puede convertirse en un indicador para comprender la interacción cultural en entornos digitales. Con ello, se aporta tanto al avance del conocimiento científico como a la proyección estratégica de los festivales culturales en la región.

## Referencias

- Aced, C., Arqués, N., Benítez, M., Llodrà, B. y Sanagustín, E. (2009). *Visibilidad: cómo gestionar la reputación en Internet*. Gestión 2000. <https://tinyurl.com/4m88ctnr>
- Ajitoni, B. (2024). Digital storytelling and cultural identity: The role of social media in contemporary narratives. *The Abuja Communicator: A journal of culture and media arts*, 4(2), 89–101. <https://doi.org/10.70118/tacj0007>.
- Alnasser, N. S. (2023). Strategies applied by different arts and cultural organisations: A comparative study. *Heliyon*, 9(12), e17135. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2023.e15835>
- Barrera-Verdugo, G., Ochoa-Díaz, A. y Pérez-Rivera, M. (2022). Evaluating the relationship between social media use and engagement metrics in cultural contexts. *Heliyon*, 8(9), e10533. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2022.e09214>
- Bergillos, I. (2017). ¿Dos caras de la misma moneda?: una reflexión sobre la relación entre engagement y participación en medios. *Comunicación y hombre*, (14), 119–134. <https://goo.su/M4tU>
- Caramutti-Frias, G. (2020). *La importancia de Instagram como medio de comunicación*. <https://goo.su/EGl4mKv>
- Davenport, T. H. y Beck, J. C. (2001). *The Attention Economy: Understanding the New Currency of Business*. Harvard Business Press. <https://tinyurl.com/5n6phsvr>
- Dolan, R., Conduit, J., Fahy, J. y Goodman, S. (2016). Social media engagement behaviour: A uses and gratifications perspective. *Journal of Strategic Marketing*,

24(3-4), 261-277. <https://doi.org/10.1080/0965254X.2015.1095222>

- Fabbro, G. y Ospital, S. (2022). Estrategias de interacción y medición de engagement de la cuenta de Twitter@CheNetflix. *Revista de Comunicación y Cultura*, (5), 49-66. <https://goo.su/veLZ3Tx>
- Hernández-Sampieri, R., Fernández-Collado, C., y Baptista-Lucio, P. (2014). *Metodología de la investigación* (6ta. Ed.). McGraw-Hill. <https://goo.su/mMsUel>
- Katz, E., Blumler, J. G. y Gurevitch, M. (1974). Uses and Gratifications Research. *Public Opinion Quarterly*, 37(4), 509-523. <https://doi.org/10.1086/268109>
- Kotler, P. y Armstrong, G. (2013). *Fundamentos de marketing*. Pearson Educación de México. <https://bit.ly/3TU6WR1>
- Kotler, P. y Keller, K. (2021). *Dirección de marketing* (14<sup>a</sup> ed.). Pearson. <https://goo.su/TY7a4>
- Koziner, N. S. (2013). Antecedentes y fundamentos de la teoría del framing en comunicación. *Austral Comunicación*, 2(1), 01-25. <https://doi.org/10.26422/aucom.2013.0201.koz>
- Landis, J. R. y Koch, G. G. (1977). The Measurement of Observer Agreement for Categorical Data. *Biometrics*, 33(1), 159-174. <https://doi.org/10.2307/2529310>
- Lee, D., Hosanagar, K. y Nair, H. (2018). Advertising content and consumer engagement on social media: Evidence from Facebook. *Management Science*, 64(11), 5105-5131. <https://doi.org/10.1287/mnsc.2017.2902>
- Mariscal Orozco, J. L., Hernández Valencia, L. G., Ochoa Oroz, C. M. y Aguilar Velasco, A. (2012). *Diseño de la acción cultural*. <https://goo.su/WldK>

- Mihelj, S., Leguina, A. y Downey, J. (2019). Culture is digital: Cultural participation, diversity and the digital divide. *New Media & Society*, 21, 1465 – 1485. <https://doi.org/10.1177/1461444818822816>.
- Ortiz-Ospino, L., Beltrán-Suárez, J. y Cárdenas-García, S. (2025). Technology trends in the creative and cultural industries sector. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 14(1), 25. <https://doi.org/10.1186/s13731-025-00497-6>
- Patiño Correa, J. (2017). *El marketing digital aplicado a las organizaciones culturales*. <https://goo.su/ff9K>
- Patton, M. Q. (2015). *Qualitative Research & Evaluation Methods: Integrating Theory and Practice* (4.ª ed.). SAGE Publications. <https://tinyurl.com/bdhuf6xc>
- Rivera-Guamán, R., Cumbicus-Pineda, O., López-Lapo, R. y Neyra-Romero, L. (2021). *Sentiment Analysis Related of International Festival of Living Arts Loja-Ecuador Employing Knowledge Discovery in Text*. 327–339. [https://doi.org/10.1007/978-3-030-71503-8\\_25](https://doi.org/10.1007/978-3-030-71503-8_25).
- Schmitt, B. H. (1999). *Experiential Marketing: How to Get Customers to Sense, Feel, Think, Act, and Relate to Your Company and Brands*. Free Press <https://tinyurl.com/3pkxufyr>
- Spry, D. (2018). Facebook diplomacy: a data-driven, user-focused approach to Facebook use by diplomatic missions. *Media International Australia*, 168, 62–80. <https://doi.org/10.1177/1329878X18783029>.
- Statista. (2024). *Social media engagement benchmarks worldwide*. <https://www.statista.com/>

- Sun, H., Wu, S., Li, Y. y Dai, G. (2019). Tourist-to-Tourist Interaction at Festivals: A Grounded Theory Approach. *Sustainability*. <https://doi.org/10.3390/SU11154030>.
- Ure, A. (2018). Engagement estratégico y encuentro conversacional en los medios sociales. *Revista de Comunicación*, 17(1), 146-163. <https://doi.org/10.26441/RC17.1-2018-10>
- Valdiviezo-Abad, C., Puertas-Hidalgo, R. y Yaguache Quichimbo, J. (Coords.). (2024). *Colección de comunicación estratégica 2024: Transformación digital de la comunicación corporativa*. Universidad Técnica Particular de Loja. <https://goo.su/usbE1>
- Villarreal Terán, G. L. P. (2024). *El impacto del Inbound Marketing en la difusión de eventos culturales: Un enfoque hacia las festividades ecuatorianas*. *Polo Del Conocimiento*, 9(12). <https://goo.su/0u8Xx>
- Walmsley, B. (2016). From arts marketing to audience enrichment: How digital engagement can deepen and democratize artistic exchange with audiences. *Poetics*, 58, 66-78. <https://doi.org/10.1016/J.POETIC.2016.07.001>.
- We Are Social y Meltwater. (2024). Digital 2024: Global Overview Report. DataReportal / We Are Social. <https://surl.li/hlnpvx>

## **Análisis Comparativo del Impacto del Uso del TikTok Dentro de la Estrategia de Comunicacional Gubernamental entre los Presidentes del Ecuador Guillermo Lasso y Daniel Noboa**

### ***Comparative Analysis of the Impact of TikTok's Use within the Government's Communications Strategy between Ecuadorian Presidents Guillermo Lasso and Daniel Noboa***

**Hugo Iván Sánchez-Calderón<sup>1</sup>**

Docente

Universidad UTE

[hsanchez@ute.edu.ec](mailto:hsanchez@ute.edu.ec)

**Betty Maribel Márquez-Báez<sup>2</sup>**

Docente

Universidad UTE

[betty.marquez@ute.edu.ec](mailto:betty.marquez@ute.edu.ec)

123

### **Resumen**

La estrategia de comunicación gubernamental implica, entre otras cosas, la selección adecuada de medios de

<sup>1</sup> Licenciado de Publicidad de la UTE y Master en Comunicación Organizacional de la UCE. Trabajó durante 14 años en agencias de publicidad. Experiencia académica: durante 21 años en la Universidad UTE y, de forma ocasional, en UDLA y Universidad Católica de Quito. Es autor de artículos, guías y libros; así también, ha realizado ponencias en espacios académicos nacionales e internacionales. Fue Director de la Carrera de Publicidad de la UTE en 2018 - 2019 y Coordinador de la Maestría de Publicidad mención en Publicidad Digital 2019. Actualmente, es Director de la Carrera de Comunicación de la UTE. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7327-012X>

<sup>2</sup> Licenciada en Publicidad y Magister en Dirección de Comunicación Empresarial. 9 años de experiencia profesional en agencias del país como Universal Mccann, Zenith Optimedia y Starcom-Markplan; amplia experiencia en manejo de cuentas como Coca-Cola, Nestlé Ecuador y Movistar; realización de planes estratégicos de medios; y, estrategias de comunicación. 14 años de docencia en la UTE en las carreras de Relaciones Públicas y Comunicación organizacional y Comunicación; y, 2 años en la coordinación académica en Relaciones Públicas. Actualmente es Coordinadora Académica de la Facultad de Derecho, Ciencias Administrativas y Sociales. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9005-6248>

comunicación para llegar con información a la ciudadanía. Las redes sociales tienen un papel muy importante al momento de captar la atención. TikTok ha sido utilizada dentro de la comunicación gubernamental del expresidente de Ecuador Guillermo Lasso y del actual presidente Noboa para comunicar sus actividades. En el presente estudio se utiliza la investigación explorativa, cualitativa y cuantitativa, para analizar el uso del TikTok en la comunicación gubernamental de Guillermo Lasso y Daniel Noboa. El método cuantitativo se utilizó al aplicar una encuesta a jóvenes de 18 a 25 años del Ecuador para medir el impacto del TikTok en la comunicación gubernamental y la investigación explorativa y cualitativa se utilizó para analizar los videos de TikTok en cada presidente. Se concluye que el uso de TikTok dentro de la estrategia gubernamental es de gran impacto, ya es la forma adecuada para llegar a los jóvenes, dependiendo del contenido que tengan los videos a publicarse.

*Palabras clave:* TikTok, comunicación gubernamental, presidente, Guillermo Lasso, Daniel Noboa.

### **Abstract**

The government's communication strategy involves, among other aspects, the appropriate selection of media outlets to provide information to citizens. Social media plays a very important role in capturing attention. TikTok has been used in the government communications of former Ecuadorian President Guillermo Lasso and current President Daniel Noboa to share their activities. This study employs exploratory, qualitative, and quantitative research to analyze the use of TikTok in the government communication

of Guillermo Lasso and Daniel Noboa. The quantitative method was applied through a survey of young people aged 18 to 25 in Ecuador to measure the impact of TikTok on government communication, while exploratory and qualitative research was used to analyze the TikTok videos of each president. It is concluded that the use of TikTok within the government strategy has a strong impact, as it is an appropriate way to reach young people, depending on the content of the be published

*Keywords:* TikTok, government communication, president, Guillermo Lasso, Daniel Noboa.

## Introducción

La forma como un gobierno informa a la ciudadanía sobre sus planes y acciones debe estar dentro de una estrategia comunicacional debidamente estructurada, la cual permita llegar a los diferentes públicos con el mensaje, sin embargo, estamos viviendo un entorno de desconfianza y falta de credibilidad en los políticos y sus respectivos partidos políticos. La comunicación gubernamental consiste en las acciones comunicativas desarrolladas por entidades gubernamentales para informar, persuadir y mantener una relación efectiva con la ciudadanía, con el propósito de construir consenso y legitimidad en la gestión pública (Rioda citado en Machicao-Cárdenas, 2025, p. 31). Resulta cada vez más complejo diferenciarse, generar una propuesta de valor para la ciudadanía y proyectar credibilidad y confianza (Sevilla, 2021, p. 91).

La nueva forma de comunicación, que hoy en día se la conoce como comunicación 2,0, ha pasado de la

sociedad de la información a la sociedad de la interacción siendo ahora la conversación la protagonista y dejando atrás el viejo arquetipo unidireccional y esto aplica también a la comunicación gubernamental (Coterón–Molina, 2016, p. 117). El uso de las redes sociales dentro de la comunicación gubernamental ha sido primordial ya que parte de la población utiliza este medio para poder informarse.

De las distintas redes sociales que en la actualidad se utiliza, TikTok ha crecido considerablemente, es una red que permite compartir contenido, especialmente de forma dinámica y creativa. Para los jóvenes de hoy, es la principal red social que más utilizan y, en algunos casos, es su principal fuente de entretenimiento e información, por lo que muchos gobiernos utilizan el TikTok dentro de su comunicación Gubernamental.

En Ecuador, el presidente Guillermo Lasso, a inicios de su mandato estableció utilizar las diferentes redes sociales como principal forma de comunicación gubernamental, reemplazando a las cadenas nacionales que ocupaban gobiernos anteriores para difundir información. Sin embargo, con el pasar de los meses, el gobierno tuvo que rectificar esta estrategia y volver a utilizar las formas tradicionales de comunicación gubernamental, complementando con el uso de las redes sociales. En el caso de Daniel Noboa destino un importante espacio para el uso de esta red social dentro de la comunicación gubernamental.

### ***Comunicación Política y Gubernamental***

La comunicación política son procedimientos para el intercambio de discursos que llevan a cabo algunos actores políticos –políticos, comunicadores, periodistas– con el fin

de convencer a otros actores políticos –los ciudadanos– de apoyar o no ciertas decisiones políticas (Rivera y Suárez, 2017), a base de una estrategia de comunicación que debe seleccionar adecuadamente los canales por donde se pueda llegar al electorado.

La comunicación de gobierno es un campo de estudio vinculado directamente a la comunicación política, pero que puede ser estudiado como un objeto particular y diferenciado (Ponce, 2013, p. 44). Dentro de un equipo de trabajo de un candidato a elecciones populares, debe haber un estratega de comunicación política, quien desarrollará las distintas estrategias para que el electorado conozca cuáles son las propuestas de campaña. La actividad política debe desarrollarse por medio de estrategias de comunicación presididas por técnicas de investigación y planificación que finalmente son utilizadas dentro de la ejecución y diseño de acciones tácticas y estratégicas (Tandazo–Juela et. al., 2021).

Los políticos, cada vez más, van entendiendo la necesidad de rodearse de especialistas en comunicación política. Sin embargo, aún muchos lo hacen por un afán por destacar; y, sin ser conscientes, quizá, caen en la denominada mega–personalización (Guerra–Salas 2017).

La comunicación política ha tenido que considerar diversos aspectos no solo relacionados con difundir ideologías, valores y programas, sino que también ha tenido que plantearse la conveniencia de emplear múltiples plataformas digitales en un contexto social cada vez más complejo debido al creciente número de plataformas y a las diferencias generacionales entre los medios de comunicación tradicionales y los sociales (Roca–Trenchs et al., 2024, p. 23).

Los gobiernos se involucran cada vez más en aprovechar el potencial de las redes sociales y el análisis de datos (Valenti et al., 2015, p. 5), ya no se concibe una campaña sin el uso planificado y sistemático de este medio y ningún candidato quiere quedarse al margen de las nuevas posibilidades comunicativas que brinda la Red (Rodríguez-Andrés y Ureña-Uceda, 2011, p. 90). La comunicación política es una herramienta esencial dentro de una campaña electoral. Estamos entrando en una nueva era de la comunicación humana; ya nada será igual al pasado. La comunicación «boca a oído» se extiende con una velocidad inusitada a través de los medios sociales digitales (Rey-Lennon, 2016, p. 34).

El nexo entre política y comunicación es innegociable e inevitable, pues no hay política sin comunicación, pero no toda comunicación es política (Guerra-Salas 2017).

Hay que determinar diferencias entre la comunicación gubernamental con la comunicación política, una de estas diferencias está en los objetivos, la comunicación política tiene como meta el ganar una elección, mientras que la comunicación gubernamental tiene como objetivo encontrar consensos en la ciudadanía. También se debe mencionar que el fin más importante de la comunicación gubernamental en una sociedad democrática es, en teoría, mostrar que el líder electo y su gabinete cumplen con los planes de gobernanza propuestos en candidatura, como también la defensa de los intereses gubernamentales (Conde et al. 2021). De acuerdo con Huelga (2021) las principales características de la comunicación gubernamental es que estaba basado en la presentación política manteniendo una relación con la

ciudadanía con la difusión de información proporcionadas por las instituciones (p. 108).

La comunicación gubernamental debe ser transparente, accesible y bidireccional, permitiendo que los ciudadanos no solo reciban información, sino que también puedan influir en la toma de decisiones a través del debate público (Machicao–Cardenas, 2025, p. 28).

Es necesario cambiar las estrategias de comunicación política a comunicación gubernamental. En la segunda comunicación, todos son los destinatarios (Riorda, 2011, p. 100). Se deben utilizar diversidad de medios de comunicación que permitan alcanzar a la mayor parte de la ciudadanía con el mensaje. Los mismos se transforman en emisores de mensajes que influyen en las decisiones y en los asuntos públicos (Díaz y Gutiérrez, 2020, p. 611). En lo gubernamental se hace referencia a la comunicación de los gobiernos ejecutivos –nacional, regional, provincial, local, etc.– o actores dentro de ese poder; y, excluyendo por cierto a todo lo que sea sector público no gubernamental (Riorda, 2011, p. 105). La comunicación gubernamental se mantiene dentro de un esquema de comunicación unidireccional, en el que se establece una estructura vertical del poder para la emisión de los mensajes hacia el ciudadano (Huelga, 2021, p. 109).

La comunicación y la política han sido elementos fundamentales para el desarrollo del hombre, ya que ambas han ayudado a la organización del Estado y al desarrollo de sus potencialidades políticas, económicas y sociales (Reyes–Montes et al., 2011), no podemos tener un estado sin comunicación. Un buen gobierno se puede caer si no tiene

una buena comunicación con la ciudadanía. Saber aprovechar el potencial de las redes sociales es lo que irá conformando el nuevo organigrama de la gestión pública, y los “gubernautas” (Valenti et al., 2015, p. 7).

### ***Redes Sociales y TikTok en la Comunicación Gubernamental***

Estas herramientas han proliferado por la comunicación 2.0 –proveniente de la Web 2.0– que es el tipo de comunicación en la que el usuario de internet emite contenido web propio y no se limita a sólo consumir información, sino a crearla, desarrollarla y compartirla a través, por ejemplo, de redes sociales, blogs y wikis (Salmón–Martín, 2017, p. 9). Por esto ha evolucionado la forma de comunicar de los gobiernos, tanto en sus plataformas y contenidos, adaptándose a cada uno de los nuevos medios, especialmente los digitales. Las redes sociales son usadas para difundir una síntesis promocional de las políticas públicas por parte de los gobernantes. Sea como promesa o como arenga, se evidencia así un uso que se conoce como “electoralización de la comunicación gubernamental” (Riorda, 2017, p. 89)

La concepción actual de redes sociales se debe al nacimiento del internet y a las plataformas virtuales. Estas surgieron en la década de los 90 pero tomaron fuerza con sitios como MySpace, Facebook y Twitter en los 2000 (Sidorenko–Bautista et al., 2021). Hoy en día se mantiene Facebook, X (Twitter) y con mucha fuerza tenemos a TikTok, cada uno de ellos con diferentes segmentos de la población. Los gobernantes cuentan con herramientas que sí son utilizadas con el potencial que ofrecen, pueden ser útiles para la gestión y la administración de sus tareas gubernamentales (Tarullo, 2015).

La comunicación a través de internet ha creado un gran impacto en la era digital. Originalmente, internet era utilizado como medio de información unidireccional. Hoy en día con la aparición de la Comunicación 2.0, la difusión se realiza de manera bidireccional (Coterón-Molina, 2016, p. 115). La evolución de las redes sociales redonda en una modificación de nuestras prácticas de comunicación y hábitos de consumo. Con el desarrollo de las webs 2.0, 3.0 y 4.0, la imagen es el nuevo modo de comunicar, de ahí el rotundo éxito de aplicaciones como YouTube, donde el video es el rey, o de Instagram, donde la fotografía tuvo su renacimiento y, ahora, de TikTok, con videos de corta duración que se reproducen en un hilo sin fin (Ponce-Camacho, 2021).

Algunos gobiernos empiezan a entender la comunicación como gestión y estrategia, y saben que va más allá de ver la comunicación como avalancha de tuits (Guerra-Salas, 2017, p. 96). Es necesario tener una estrategia de comunicación adecuada que incluya el uso de las redes sociales para poder manejar integralmente el mensaje que se desea comunicar. Sin embargo, analizando las diferentes redes sociales se puede considerar que no existe una política de comunicación digital ni un manual de uso de redes, ya que la manera que se publica en cada cuenta es independiente (Altamirano y Puertas, 2013).

Los estrategias comunicacionales que manejan la parte política y gubernamental, saben que hoy en día los mítines, caravanas y recorridos puerta a puerta a los que estamos acostumbrados «evolucionarán» a los videos, *posts*, tuits, webinars –conferencias web– y mensajes de

texto, dice Juan Sebastián Delgado, consultor colombiano en comunicación digital política (El Universo, 2020).

Una estrategia de comunicación de gobierno activa mantiene a los actores involucrados en las decisiones, aunque estos tengan determinados niveles de conflicto. Los autores han demostrado que ante la presencia de determinadas dimensiones del sistema político se pueden potenciar estrategias de comunicación más cooperativas o, por el contrario, más de conflicto (Ponce, 2013, p. 50).

La diversidad en la convergencia y de los procesos tecnológicos acelerados; así como, los cambios sociales, culturales, comunicativos, ambientales, políticos, entre otros, han irrumpido en contemplar la comunicación de forma agresiva en los medios sociales (Conde, et al., 2021). Esto ha ocasionado que la comunicación política y gubernamental se realice de otra manera: las redes sociales, que reemplazan a las plazas públicas, permiten eliminar la intermediación de los medios de comunicación y trasladar directamente los mensajes a las audiencias, aunque estas puedan interactuar y generar micro agendas (Boscán-Pico, 2021).

Crear comunidades y establecer un modelo de comunicación bidireccional en el que quienes lanzan los mensajes ya no sólo sean los políticos, sino que los internautas puedan también hacer oír su voz (Rodríguez-Andrés y Ureña-Uceda, 2011, p. 90). La interacción entre los gobernantes y la ciudadanía, hoy en día, ha evolucionado. Los gobernantes deben actualizarse para el adecuado uso de los medios y redes sociales para poder informar de forma eficaz. Según Valenti (2015), no es solo entender la gestión que cada gobierno hace, sino también entender la interacción que se puede lograr con las redes sociales.

Con los nuevos canales de comunicación e información los ciudadanos se convierten en los vigilantes de los procesos gubernamentales; se expresan libremente y sin censura; es decir, la Web 2.0 es el medio idóneo para que la ciudadanía aporte con sus opiniones al desarrollo del país, en ese sentido, la red presenta un mundo de posibilidades antes inimaginables (Altamirano y Puertas, 2013).

Según indica Rodríguez-Andrés y Ureña-Uceda (2011), hace ya 14 años atrás, el internet es el medio que ha logrado más impacto en los últimos años, especialmente las redes sociales a la hora de interactuar con los ciudadanos. Se puede tener una comunicación de dos vías entre el gobernante y la ciudadanía, lo que antes no ocurría con la mayoría de medios tradicionales. La sociedad real y la digital comparten un conjunto de características comunes, pero también tienen grandes diferencias (Rey-Lennon, 2016, p. 38).

El acceso no es tanto un problema socioeconómico, como sí lo es la frecuencia de ese acceso. Es decir que, las mayorías acceden de uno u otro modo a las redes, aunque no todos con la misma frecuencia en función de la disponibilidad de dispositivos o de conectividad (Riorda, 2017, p. 94).

Las redes sociales cambiaron la forma de realizar la comunicación gubernamental, el comunicado oficial distribuido en una red abierta puede ser revisado al mismo tiempo por el ciudadano y por el periodista, públicos que las tácticas de relaciones públicas consideraban dos grupos de interés –*stakeholders*– diferenciados (Amado y Tarullo, 2015).

El uso del internet y las redes sociales no solo han servido para la comunicación gubernamental de los gobiernos nacionales, son una herramienta fundamental para los gobiernos locales ya que permiten que los funcionarios puedan conocer las opiniones de la sociedad antes de tomar decisiones (Díaz y Gutierrez, 2020, p. 611), especialmente para algunos gobiernos locales que no cuenta con un adecuado presupuesto de comunicación.

Entre las redes sociales de mayor tendencia en la actualidad tenemos Facebook, X –Twitter– y TikTok. Facebook en Latinoamérica ha sido espacio para el desarrollo de múltiples campañas sociales debido a su amplia comunidad a nivel local y mundial (Tandazo–Juela et al., 2021). También porque los avances tecnológicos, permiten que en las sociedades contemporáneas emerjan nuevos códigos de modernidad que se manifiestan ampliamente en la industria cultural digital, así como en la economía global de desarrollo; un claro ejemplo la red social TikTok (Herrera–Flores et al., 2021) que tiene una alta interacción en los usuarios de esta red social.

De acuerdo con el portal web Statista Advertising & Media Outlook (Mena–Roa, 2022), TikTok ha tenido un meteórico ascenso comparando con el resto de redes sociales. Es la segunda red social a nivel mundial, TikTok tiene 1.719 millones de usuarios solo superada por Facebook que cuenta con 2.606 millones. Este crecimiento se dio principalmente en la época de la pandemia donde cambio drásticamente los hábitos de uso de medios de comunicación y redes sociales. TikTok superó a Instagram en número de usuarios en 2021.

El uso de la aplicación de TikTok se ha convertido en un medio influyente en la vida de los jóvenes, en particular, para salir de la rutina diaria, convirtiéndose en una plataforma de ocio y entretenimiento. TikTok ha llamado la atención no solo de jóvenes sino también de políticos, profesionales y personas, debido a los beneficios que brindan social y emocionalmente (Torres-Toukoumidis, et al., 2021).

Pero al gran impacto que ha tenido esta red social en los usuarios, en la comunicación gubernamental va creciendo poco a poco, específicamente a lo que se refiere a cuentas de presidentes de las distintas naciones iberoamericanas que estuvieron en su cargo en el año 2022. De 4 de los 22 presidentes iberoamericanos tuvieron cuentas verificadas en Tik Tok –18,18%-. Concretamente a finales del 2022, los mandatarios de Brasil, El Salvador, Ecuador y Chile – Jair Bolsonaro, Nayib Bukele, Guillermo Lasso y Sebastián Piñera– (Figuerero-Benítez, et al., 2022). El resto de mandatarios continuaban utilizando el X –Twitter–.

Los presidentes –antes mencionados– utilizaban, en la época de este estudio, el TikTok para publicar contenido político, descuidando de alguna manera la función original de entretenimiento de la aplicación (Figuerero-Benítez, et al., 2022).

Algunos políticos de oposición reprocharon al Presidente de El Salvador por el uso de ciertas redes como parte de la estrategia de comunicación gubernamental, ya que mencionaron que es una falta de respeto a los canales institucionales pese a que es aceptada por las nuevas generaciones. En alguno momento inclusive había informado

por esta vía iniciativas oficiales, nombramientos, despidos y responde a los comentarios de otros usuarios (El Universo, 2020).

El presidente del Ecuador, Guillermo Lasso, tiene una cuenta de TikTok confirmada con 1,3 millones de seguidores logrando aproximadamente 13,1 millones de *like*. El TikTok de Guillermo Lasso está activado desde febrero de 2021. Los primeros videos los subieron como candidato y desde el mes de mayo del mismo año, ya como presidente de la república.

Desde que asumió la presidencia, el principal canal de comunicación de Guillermo Lasso son las redes sociales. Y, por su naturaleza, su cuenta de TikTok es la que más comentarios ha generado (Primicias, 2021). El gobierno de Ecuador, en junio de 2021, apunta a un viraje en su política de comunicación. Con ello, no habrá cadenas nacionales y, por el contrario, se llevará el mensaje principalmente a través de redes sociales, así como medios digitales, nacionales y comunitarios (RecTV, 2021).

El uso de esta red social ha sido destacado por algunos medios de comunicación del país, el presidente Daniel Noboa ha marcado una amplia diferencia con sus predecesores en la comunicación, su principal herramienta es TikTok, especialmente para las buenas noticias o anuncios importantes para el gobierno (Primicias, 2024); sin embargo, según este medio, solo 12 videos han sido utilizados con mensajes oficiales hasta noviembre de 2024. Hay que tomar cuenta que el presidente Daniel Noboa estuvo de precandidato y posteriormente candidato oficial

para las elecciones a la presidencia de febrero del 2025, por lo que analistas y medios de comunicación en ocasiones le denominaba presidente-candidato.

### **Metodología**

Para el presente estudio se utilizó un tipo de investigación explorativa, cualitativa y cuantitativa que se distingue de las demás metodologías por su flexibilidad. Esta metodología, dentro de sus posibilidades, plantea el descubrimiento y uso todas las afirmaciones o pruebas existentes del fenómeno que se estudia (Morales, 2015). La investigación empezó con un análisis de los videos publicados durante el primer año de gobierno de cada presidente en las respectivas cuentas y redes sociales de TikTok.

Para seleccionar los videos de cada cuenta se estableció los que tenían mayor visualización a la fecha del estudio, en el caso de Guillermo Lasso, el video con mayor interacción tuvo 10.3 M; mientras que, en la cuenta de Daniel Noboa, el video con mayor visualización tuvo 15.1 M. En el caso de Guillermo Lasso se revisaron los videos publicados entre mayo del 2021 y mayo del 2022. En el caso de Daniel Noboa, el periodo de estudio de los videos de TikTok comprende los meses de noviembre de 2023 y noviembre de 2024. El análisis de redes sociales es una herramienta que se usa cada vez más para determinar las relaciones entre los diferentes elementos bibliográficos que componen un trabajo científico (Russell et al., 2009).

Paralelamente se utilizó la herramienta de la encuesta como técnica de investigación. Se realizó

una encuesta sobre la estrategia de comunicación gubernamental empleada por Guillermo Lasso y una encuesta sobre la estrategia empleada por Daniel Noboa, sumando un total de 543 encuestas dirigidas a jóvenes con una edad comprendida entre los 18 y 25 años. Las encuestas se realizaron en la ciudad de Quito– Ecuador, con las mismas preguntas sobre ambos gobiernos, logrando obtener datos cuantitativos para analizar el impacto del uso de la red social TikTok como herramienta de la comunicación gubernamental.

Para poder reformar la investigación se realizó una triangulación de la información obtenida con los resultados de las encuestas, el análisis cuantitativo de los videos y con la revisión bibliográfica logrando obtener insumos necesarios que permitan contrastar de diferente frente la preferencia de los jóvenes en este tema.

La revisión bibliográfica se complementó con artículos académicos, reportes de prensa, estudios sobre tendencia de medios, etc. que nos permitió tener un marco comparativo más elaborado.

## **Resultados y Discusión**

### ***Análisis de la Investigación***

#### **Datos de la Cuenta de TikTok del Expresidente**

##### **Guillermo Lasso**

Se realizó el análisis de redes sociales de la cuenta de TikTok de Guillermo Lasso, que pertenece a Guillermo Lasso, expresidente de la República del Ecuador, correspondiente al periodo comprendido entre el 24 de mayo de 2021, momento en el que Lasso asume la Presidencia de la República del Ecuador, y el 24 de mayo

de 2022, aunque la activación de la citada cuenta data del 25 de febrero de 2021, momento en que el citado político ecuatoriano se comunicaba en calidad de candidato a la presidencia a través de TikTok. Se realizó el análisis de 38 videos publicados dentro del citado periodo en el que Lasso desempeñó las funciones de Presidente de la República. Estos 38 videos formaron parte de la estrategia de comunicación gubernamental de ese entonces.

A continuación, se detallan los 7 videos que tuvieron más visitas de los 38 analizados:

**Tabla 1**

*Video con más visualizaciones Guillermo Lasso*

	Referencia	Fecha	Visitas	Me gusta	Comentarios
1.	Presi ¿Qué paso con la subida de sueldos?	10/12/2021	10.3 M	784.6	16.2
2.	No más cadenas ni sabatinas	09/06/2021	3.8 M	586.9 K	19.2 K
3.	Once de cada diez ecuatorianos no conocen las nuevas tecnologías	17/06/2021	3.4 M	495.1 K	14.2 K
4.	Inmunizar a 6 millones	11/06/2021	3.0 M	384.7 K	9.900
5.	Operación fue un éxito	26/06/2021	2.7 M	435.2 K	14.5 K
6.	Ampliamos área protegida	15/01/2022	2.5 m	290.1 k	5.451
7.	Lo ofrecimos y cumplimos	30/12/2021	1.9 M	129.3 K	7.505

*Nota:* Elaboración propia.

El video con más interacciones –10.3 M de visitas– tiene como referencia el título “Presi ¿Qué paso con la subida de sueldos?”, en el mismo se puede ver que Guillermo Lasso bailando con el personal de la guardia presidencial para luego anunciar que en los próximos días dará importantes noticias.

En el siguiente video de TikTok más visitado –3.8 M visitas– es el titulado «No más cadenas ni sabatinas», el Presidente Guillermo Lasso anunció la eliminación de las cadenas nacionales y sabatinas. Indicó que comunicaría sus actividades por medio de las redes sociales. También menciona que reinauguraría sus cuentas en Facebook Live, Instagram Live, y TikTok Live, las mismas que habían utilizado en época de campaña electoral.

El tercer video más visitado de TikTok –3.4 M visitas– es el titulado «Once de cada diez ecuatorianos no conocen las nuevas tecnologías» relativo a un discurso del mandatario con datos equivocados, Guillermo Lasso asume su error, pero de forma informal.

De los 38 videos, solo 1 alcanzó más de 10.0 M de visitas, la mayoría de videos con niveles altos de visualización corresponden al año 2021; específicamente, a los meses de julio y diciembre, en los que se publicaron 8 y 9 videos respectivamente. El mayor impacto de interacción entre el Gobierno de Lasso y la ciudadanía generado por la estrategia comunicación gubernamental desplegada a través de la red social de TikTok se produjo durante los 9 primeros meses de su mandato.

La estrategia inicial de la comunicación gubernamental de Lasso en principio fue utilizar las redes

sociales como plataforma principal de información, reemplazando a las cadenas nacionales que otros gobiernos habían utilizado. Con el transcurso del tiempo esta estrategia fue modificada cuando el gobierno volvió a utilizar las cadenas nacionales de televisión y radio con mayor frecuencia a partir de noviembre 2022.

### **Datos de la Cuenta de TikTok del Presidente Daniel Noboa**

Se realizó el análisis de redes sociales de la cuenta de TikTok de Daniel Noboa, que pertenece al actual presidente Daniel Noboa correspondiente al periodo, entre el 23 de noviembre 2023, fecha en la que se inicia su mandato, hasta el 23 de noviembre de 2024 que culminó el estudio correspondiente. Hasta el mes de noviembre de 2024 la mencionada cuenta tuvo 2.4 millones de seguidores y 51.1 millones de interacciones con «Me gusta».

Durante el periodo analizado el Gobierno de Noboa produjo, publicó y transmitió 212 videos a través de la red social TikTok, los mismos que formaron parte de la estrategia de comunicación gubernamental de esa época. A continuación, se detalla los 7 videos que tuvieron más visitas de los 212 transmitidos:

**Tabla 2***Video con más visualizaciones Guillermo Lasso*

	Referencia	Fecha	Visitas	Me gusta	Comentarios
1.	Ante la situación de seguridad	09/01/2024	15.1 M	1.1 mill	29.2 mil
2.	Por ellas seguimos resolviendo	13/08/2024	10.6 M	733.2 mil	14.6 mil
3.	Ustedes que piensan	08/09/2024	10.3 M	607.2 mil	15 mil
4.	Buscamos respaldar el trabajo de	30/01/2024	9.7 M	851.9 mil	18.9 mil
5.	Valiente y decidido a actuar	09/01/2024	9.3 M	769 mil	9310 mil
6.	Qué bonito Quito	07/12/2023	8.4 M	461.1 mil	11.8 mil
7.	Seguimos resolviendo Parte 2	16/08/2024	8.2 M	370.6 mill	9904 mil

*Nota:* Elaboración propia.

El video con mayor impacto –15.1 M de visitas– tiene como título «Ante la situación de seguridad». Este video de TikTok hace referencia a uno de los principales problemas que tiene el país que es la inseguridad y la delincuencia organizada, fue grabado en el Palacio de Gobierno, escenario

desde donde el Presidente se dirigió a la audiencia de esta red.

En el siguiente video de TikTok más visitado –10.6 M de visitas– denominado «Por ellas seguimos resolviendo», el Presidente Daniel Noboa se muestra interactuando con mujeres en un evento de forma jocosa.

El tercer video de TikTok que más visitas presentó –10.3 M de visitas–, y que se titula «Ustedes qué piensan» presenta diferentes imágenes del presidente Noboa en distintas facetas de su vida personal, así como de su vida como mandatario.

Los meses durante los cuales el Presidente Daniel Noboa más interactuó con la ciudadanía, a través de la red social TikTok fueron marzo, abril y mayo de 2024 con 24 videos en los dos primeros meses y 26 videos en mayo.

### **Resultados de las Encuestas Aplicadas en Periodo de Guillermo Lasso**

Para completar el análisis del uso de la red social TikTok por parte de Guillermo Lasso se aplicaron encuestas a jóvenes comprendidos entre las edades de 18 a los 25 años ubicados principalmente en la ciudad de Quito– Ecuador. Estas encuestas se realizaron durante el periodo de estudio comprendido entre mayo 2022 a mayo 2023. El 70% de los encuestados afirmaron que utilizaron el TikTok en la última semana previa a la realización de la encuesta. Los usuarios de TikTok informaron que ocuparon hasta 4 horas diarias para interactuar a través de la red social TikTok y solamente el 23% del universo de estudio crea contenido.

Los 543 jóvenes encuestados mencionaron que han visto videos de TikTok de políticos ecuatorianos, como por

ejemplo a Guillermo Lasso, Presidente de la República, Jorge Yunda, exalcalde de Quito, Xavier Hervas, excandidato a la presidencia, entre otros. Las proporciones y porcentajes de visualizaciones de los mensajes de estos candidatos varían entre los encuestados. El 65% de los jóvenes encuestados recuerdan haber visto en TikTok al presidente Lasso.

Además, al consultarles si están de acuerdo que las autoridades utilicen esta red social para difundir información, menos del 40% mencionaron estar de acuerdo, mientras que el resto no cree que sea un medio para este fin. Aunque los datos anteriores pueden resultar alentadores para algunos políticos o gobernantes, no son del todo efectivos, ya que solo el 17% de los encuestados sigue en la red a un político.

### **Resultados de las Encuestas Aplicadas en Periodo de Daniel Noboa**

Se aplicaron encuestas a jóvenes con las mismas características del estudio de Guillermo Lasso señalado en el acápite anterior. El periodo del estudio correspondiente al gobierno de Daniel Noboa está comprendido entre los meses de noviembre de 2023 y noviembre de 2024. El 85% de los encuestados afirmaron que, si utilizan el TikTok, porcentaje superior ha de los jóvenes encuestados durante el periodo de gobierno de Guillermo Lasso comprendido entre mayo 2022 a mayo 2023. Del 85 % de encuestados el 15% es proconsumidor de esta red social. Los usuarios de TikTok mencionaron que ocupan hasta 4 horas diarias para esta actividad.

El mismo ejercicio que se realizó en el primer estudio, se analizó la encuesta en el ámbito político-gubernamental, el 78.2% de los jóvenes mencionó que ha visto videos de

políticos ecuatorianos, como por ejemplo a Daniel Noboa, Presidente de la República, y Jan Topic, precandidato presidencial en 2024. Los 79% de encuestados han visto videos de Daniel Noboa. El 29.4 % de los encuestados sigue a un político en esta red social. Sobre la pregunta si están de acuerdo que las autoridades utilicen esta red social para difundir información, el 79% mencionaron estar de acuerdo.

### ***Análisis Comparativo de los Estudios***

Al realizar un análisis comparativo de los estudios realizados, podemos mencionar los siguientes datos Guillermo realizó 38 videos en un año, mientras que Daniel Noboa subió 212 videos en el mismo número de meses de estudio. El presidente actual subió 5 veces más videos que Guillermo Lasso. Hay que tomar en cuenta que el Presidente Daniel Noboa, en los últimos meses de estudio, ha sido precandidato para participar en las elecciones presidenciales del 2025.

Guillermo Lasso subió un promedio 3.16 videos por mes, mientras que Daniel Noboa subió un promedio de 17 videos por mes.

En el periodo de Guillermo Lasso, el 17% seguía a un político en esta red social. Este porcentaje subió al 29% en el segundo periodo de estudio, es decir, los jóvenes interactuaron más con cuentas de políticos.

En la primera encuesta, el 40% de los encuestados estaban de acuerdo en que los gobernantes utilicen este medio para informar, en la segunda encuesta realizada en noviembre del 2024, esta cifra subió al 72% con esta afirmación.

## Conclusiones

A través del presente estudio se realiza un análisis comparativo entre las estrategias de comunicación gubernamental desplegadas durante el Gobierno de Guillermo Lasso –mayo 2021 – noviembre de 2023– y las estrategias desplegadas durante el gobierno de Daniel Noboa –noviembre del 2023 hasta noviembre de 2024–. Los dos gobiernos apostaron por el desarrollo de procesos de interacción con la ciudadanía través de las redes sociales, en especial a través la red TikTok.

Es evidente que la importancia y su impacto que los jóvenes otorgan a su participación de interacción en las cuentas de las redes sociales, especialmente la de TikTok, ha aumentado progresivamente en el periodo comprendido entre el gobierno del expresidente Guillermo Lasso y el gobierno del actual Presidente Daniel Noboa. Este reconocimiento se ha incrementado en 11 puntos porcentuales, pues pasó del 17% al 29 % de los 543 encuestados, lo cual nos hace concluir que los procesos de interacción entre el gobierno y los ciudadanos a través de las redes son de carácter progresivo.

Esta es la razón por la que el expresidente Guillermo Lasso tuvo que replegar en su estrategia de comunicación intergubernamental centrada en el uso de las redes sociales, volviendo a hacer uso de medios tradicionales de comunicación –cadenas nacionales de televisión y radio–.

Dentro de los resultados obtenidos en las encuestas, se puede determinar un cambio de percepción positiva en el universo de estudio entre un candidato a otro. Con Guillermo Lasso el 40% opinaba que el uso del TikTok es

adecuado dentro de la comunicación gubernamental; con Daniel Noboa subió a un 72% en la misma pregunta.

El uso de esta red social implica que los mensajes gubernamentales lleguen de manera efectiva a una nueva audiencia. Esta estrategia involucra el hecho que se incluye a los modelos de comunicación a los digitales, pero con carácter bidireccional, en el que la interacción entre el gobierno y la ciudadanía. Cabe subrayar que, para los momentos actuales, la clave en términos de una estrategia comunicacional gubernamental de carácter integral implica la articulación del uso de las redes sociales –TikTok, Facebook, Twitter y su versión actual X, e Instagram– con el uso de los medios de comunicación tradicionales como son las cadenas nacionales de televisión y radio.

## Referencias

- Altamirano, V. y Puertas, R. (2013). *Tendencias en los Gabinetes de Comunicación Gubernamental 2.0 en Ecuador*.
- Amado, A. y Tarullo, R. (2015). Tuitear para agendar: el uso de Twitter como gacetilla de prensa en la comunicación gubernamental. *Revista mexicana de opinión pública*, 19, 127-145. <https://doi.org/10.1016/j.rmop.2015.02.003>
- Boscán-Pico, A. (2021). *De la tarima al TikTok: Análisis del impacto de las campañas políticas en la red social de la generación Z en el Ecuador* [Trabajo de titulación de grado]. Universidad Tecnológica Ecotec.
- Conde, M., Prada-Espinel, O. y Pullaguari-Zaruma, K. (2021). Comunicación gubernamental pre-covid de los presidentes hispanohablantes en Twitter. *Universitas*, 34, 63-86. <https://doi.org/10.17163/uni.n34.2021.03>
- Coterón-Molina, J. (2016). La comunicación 2.0 = Communication 2.0. *Revista Española De Comunicación En Salud*, 115-119. <https://e-revistas.uc3m.es/index.php/RECS/article/view/3129>
- Díaz, L. A. y Gutierrez, E. M. (2020). La comunicación gubernamental a través de la red social Facebook en tiempos de coronavirus: Análisis del caso de Bahía Blanca, Argentina. *GIGAPP Estudios Working Papers*, 7(182-189), 609-626. <https://www.gigapp.org/ewp/index.php/GIGAPP-EWP/article/view/223>
- El Universo. (2020, 24 de mayo). Hasta en TikTok los políticos buscarán los votos en Ecuador; COVID-19 cambia la estrategia electoral para elecciones de 2021. *El Universo* [portal informativo]. <https://www.eluniverso.com/noticias/2020/05/24/nota/7849353/elecciones-presidenciales-2021-ecuador-redes-sociales/>

- Figueroa-Benítez, J. C., Oliveira, J. S. D., y Mancinas-Chávez, R. (2022). TikTok como herramienta de comunicación política de los presidentes iberoamericanos. *Redes sociales y ciudadanía: Ciberculturas para el aprendizaje*. <https://hdl.handle.net/11441/139105>
- Guerra-Salas, S. (2017). Comunicación gubernamental en tiempo de crisis de legitimidad. *Comunifé*, 17(XVII), 91-99. <https://doi.org/10.33539/comunife.2017.n17.1786>
- Herrera-Flores, A. E., Campi-Maldonado, A. T., y Torres-Vargas, R. J. (2021). Códigos de modernidad: industria cultural digital y la economía global de desarrollo, TikTok. *Journal of Science and Research: Revista Ciencia e Investigación*, 6(3), 257-274. <https://revistas.utb.edu.ec/index.php/sr/article/view/1228>
- Huelga, K. N. (2021). Comunicación en el gobierno: lo gubernamental y lo público en la transformación de la relación con el ciudadano. *Sintaxis*, (8), 100-112. <https://doi.org/10.36105/stx.2022n8.07>
- Machicao Cardenas, A. (2025). *Impacto de estrategias de comunicación en programas gubernamentales, el caso: "Tu empresa"*. Universidad San Ignacio de Loyola.
- Mena-Roa, M. (2022, 13 de octubre). El meteórico ascenso de TikTok. *Statista* [portal digital]. <https://es.statista.com/grafico/28454/numero-de-usuarios-activos-de-redes-sociales-seleccionadas-a-nivel->
- Morales, N. (2015). *Investigación exploratoria: tipos, metodología y ejemplos*. [https://www.academia.edu/44177682/Investigaci%C3%B3n\\_Exploratoria\\_Tipos\\_Metodolog%C3%ADa\\_y\\_Ejemplos](https://www.academia.edu/44177682/Investigaci%C3%B3n_Exploratoria_Tipos_Metodolog%C3%ADa_y_Ejemplos)

- Ponce, M. (2013). Reglas del juego y comunicación de gobierno: propuesta de un nuevo marco analítico. *Contratexto*, 21(021), 43-62. <https://doi.org/10.26439/contratexto2013.n021.32>
- Ponce-Camacho, V. E. (2021). TikTok como herramienta de comunicación política: una mirada a las elecciones presidenciales en Ecuador 2021 [Trabajo de Master]. Universidad de Cataluña. <https://openaccess.uoc.edu/server/api/core/bitstreams/2923229a-28ba-4fce-a732-5248a1dcbd5e/content>
- Primicias. (2021, 25 de diciembre). Los tres videos en TikTok de Lasso que ‘rompieron’ las redes. *Primicias* [Portal informativo]. <https://www.primicias.ec/noticias/politica/los-tres-videos-en-tiktok-de-lasso-que-rompieron-las-redes/>
- RecTV, (2021), Guillermo Lasso anuncia que dará mensajes en vivo por Facebook, Instagram y TikTok. *RECTV ONLINE* [Portal digital]. <https://www.rectv.ec/index.php/life-styles/item/1669-guillermo-lasso-anuncia-que-dara-mensajes-en-vivo-por-facebook-instagram-y-tik-tok>
- Reyes-Montes, M. C., O’ Quínn-Parrales, J. A., Morales-y-Gómez, J. M. y Rodríguez-Manzanares, E. (2011). Reflexiones sobre la comunicación política. *Espacios Públicos*, 14(30),85-101. [fecha de Consulta 8 de junio de 2022]. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=67618934007>
- Rey-Lennon, F. R. (2016). Relaciones Públicas y medios sociales digitales. *Revista de Investigación del Departamento de Humanidades y Ciencias Sociales*, (10),

- 34–47. <https://rihumso.unlam.edu.ar/index.php/humanidades/article/view/RIHUMSOvol2num10-3>
- Riorda, M. (2011). La comunicación gubernamental como comunicación gubernamental. *Polítai*, 2(3), 96–111. <https://revistas.pucp.edu.pe/index.php/politai/article/view/13956>
- Riorda, M. (2017). Redes sociales para gobernar: Una mirada de América Latina. *Nueva Sociedad*, (269), 89–95. [https://static.nuso.org/media/articles/downloads/7.TC\\_Riorda.pdf](https://static.nuso.org/media/articles/downloads/7.TC_Riorda.pdf)
- Rivera, E. N. y Suárez, L. C. (2017). *Algunas percepciones y conductas de los electores sobre la comunicación política y el marketing político*. <http://hdl.handle.net/20.500.12010/9230>
- Roca-Trenchs, N., Lopez-Borrull A. y Lalueza F. (2024). Twitch como herramienta de comunicación política: análisis de potencialidades. *Cuadernos. info*, (57), 25–45. <https://doi.org/10.7764/cdi.57.64235>
- Rodríguez-Andrés, R. y Ureña-Uceda, D. (2011). Diez razones para el uso de Twitter como herramienta en la comunicación política y electoral. *Comunicación y Pluralismo*, (10), 89–116. <https://hdl.handle.net/10171/35625>
- Russell, J. M., Madera-Jaramillo, M. J. y Ainsworth, S. (2009). El análisis de redes en el estudio de la colaboración científica. *Redes. Revista Hispana para el Análisis de Redes Sociales*, 17, 39–47. <https://revistes.uab.cat/redes/article/view/v17-n2-russell-madera-ainsworth>

- Salmón–Martín, L. D. C. (2017). *Marketing Turístico: Comunicación 2.0 y engagement en el sector turístico*.
- Sevilla, C. (2021). Imagen Política: la estrategia que llegó para quedarse. *Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación*. Ensayos, (97), 79–89. <https://dx.doi.org/10.18682/cdc.vi97.3936>
- Sidorenko–Bautista, P., Alonso–López, N. y Giacomelli, F. (2021). Espacios de verificación en TikTok. Comunicación y formas narrativas para combatir la desinformación. *Revista latina de comunicación social*, (79), 87–113. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2021-1522>
- Tandazo–Juella, R. Gallegos–Calderón, E., y Ávila–Rivas, V. (2021). Análisis de las estrategias de marketing político digital del candidato Xavier Hervas en los electores millennials. *593 Digital Publisher CEIT*, 6(6), 336–352. <https://doi.org/10.33386/593dp.2021.6.769>
- Tarullo, M. R., (2015). Las redes sociales en la comunicación de gobierno: una aproximación teórica. *Revista de Investigación del Departamento de Humanidades y Ciencias Sociales*, (7), 89–104. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5744448>
- Torres–Toukoumidis, Á., De–Santis, A. y Vintimilla–León, D. (2021). *TikTok: Más allá de la hipermedialidad*. <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/21375/1/TIKTOK.pdf>
- Valenti, P., Lopez–Ghio, R., Riorda, M. y Straface, F. (2015). *El gobernanta latinoamericano: Estudio del perfil de los gobernantes latinoamericanos en redes sociales*. <https://doi.org/10.18235/0000012>

## **Lo que dejó Twitter: Estudio de Caso sobre el Uso que el Movimiento Indígena hizo de la Red Social Twitter durante el Paro Nacional de Octubre de 2019 en Ecuador**

---

### ***What Twitter left behind: Case study on the Use of Twitter by Indigenous Movements during the National Strike in Ecuador in October 2019***

**Marco Iván Sánchez-Peña<sup>1</sup>**

Docente investigador

Universidad Estatal Amazónica

[mi.sanchezp@uea.edu.ec](mailto:mi.sanchezp@uea.edu.ec)

153

### **Resumen**

La red social Twitter dejó de existir con ese nombre en marzo de 2023. Desde sus inicios en 2006 se estableció como un servicio de microblogueo y red de sociabilidad en internet. Este estudio se centra en describir el uso que hicieron de la plataforma 4 cuentas del movimiento indígena ecuatoriano durante las manifestaciones de octubre de 2019. El ciberactivismo apareció con sus potencialidades, similar a eventos en otras partes del orbe y para estudiarlo se empleó el análisis de contenido cuantitativo. La base de datos se la construyó a partir de información obtenida desde la herramienta Twitonomy lo que permitió estudiar

---

<sup>1</sup>Comunicador social, periodista de radio y docente investigador en el área de la comunicación y el periodismo. Es magister en periodismo digital por la Universidad de las Américas de Quito y máster en Investigación Aplicada en Medios de Comunicación por la Universidad Carlos III de Madrid. Actualmente es doctorando en Comunicación en la Universidad Málaga. Sus estudios están enfocados en el mensaje periodístico y el que hacer de la comunicación mediática. Actualmente es docente en la Universidad Estatal Amazónica en la carrera de Comunicación y miembro de comités editoriales de publicaciones y congresos en el área de los estudios de la Comunicación. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6692-4842>

los elementos publicados mediante un código. Los resultados revelan que al usar Twitter las movilizaciones fueron impulsadas por sus actores, además, la red social se convirtió en una plataforma informativa oficial. Los recursos textuales y audiovisuales por sus características cercanas a los hechos, promovieron las marchas y propagaron el sentido activista. Estos hallazgos permiten inferir que el descenso en la credibilidad de los medios tradicionales, permiten que las plataformas sean un medio alternativo válido, al menos en el contexto de las movilizaciones sociales en Ecuador.

*Palabras clave:* Twitter, redes sociales, ciberactivismo, movimiento indígena ecuatoriano.

### **Abstract**

The digital platform Twitter ceased to exist under that name in March 2023. Since its inception in 2006, it became established itself as a microblogging service and social network on the internet. This study focuses on describing how four accounts of the Ecuadorian indigenous movement used the platform during the October 2019 protests. Cyberactivism revealed its potential, similar to events in other parts of the world, and quantitative content analysis was used to study it. The database was constructed from information obtained through the Twitonomy tool, which allowed the elements published to be analyzed through coding. The results reveal that the use of Twitter boosted the protests and that the social network became an official information platform. Textual and audiovisual resources, due to their closeness to the events, promoted the marches and spread the activist message. These findings suggest

that the decline in the credibility of traditional media allows platforms to be a valid alternative medium, at least in the context of social mobilizations in Ecuador.

*Keywords:* Twitter, social networks, cyberactivism, Ecuadorian indigenous movement.

## **Introducción**

Ecuador es un país donde la movilización social ha convivido a la par con los gobiernos y su accionar. Particularmente la movilización indígena ha sido y es uno de los actores sociales más determinantes en la historia del país sudamericano y de América Latina (Altmann, 2013).

Sus luchas identificadas como pueblo han hecho que la participación tome un nuevo empuje desde las redes sociales. Tanto sus acciones como sus discursos se difunden con impacto significativo por las capacidades que poseen los equipos móviles y las posibilidades que el multimedia ofrece a través de Internet. En un país donde las personas han perdido la confianza en los medios tradicionales, por el descenso en su credibilidad (Cárdenas, 2012), las redes sociales son un punto de difusión de información de acceso masivo.

Al contar con espacios web que ofrecen información referente a las publicaciones de la red social Twitter, hoy «X», es posible abordar lo sucedido en las movilizaciones de 2019, tomando en cuenta que los tuits pueden ser descargados, archivados y analizados con metodologías aplicadas a su medición e interpretación.

Al tratarse de un estudio retrospectivo se pretende describir el uso que hicieron las diferentes organizaciones

del movimiento indígena de sus cuentas en la ya extinta red social Twitter a partir de una base de datos creada por la herramienta de analítica de redes sociales Twitonomy. La técnica aplicada es el análisis de contenido cuantitativo la que permitió generar un código a partir de variables de análisis insertadas en una matriz de registro.

Con el objetivo de describir el uso que el movimiento indígena hizo de la red social Twitter durante el paro nacional de octubre de 2019 se procedió a estructurar un marco teórico desde la base de la teoría de los movimientos sociales y el ciberactivismo. También se hace una mención a los efectos movilizados de Twitter cuyos antecedentes globales son determinantes al conformar redes de indignación y esperanza (Castells, 2012).

Los resultados describen las diferentes formas en que la plataforma fue utilizada, los distintos tipos de contenido emitido, las cuentas vinculadas y las formas de interacción. Se pudo observar que la red social se estableció como un canal de información oficial capaz de emitir información de primera mano con extrema cercanía a los hechos. Las cuentas y sus contenidos textuales y audiovisuales ayudaron a incrementar el espíritu movilizador apareciendo con características de ciberactivismo.

### ***Marco Teórico***

#### **El Movimiento Indígena y los Medios de Comunicación**

El enfoque de este trabajo se enmarca en los procesos reivindicativos que desde mediados del siglo XX se han venido gestando en América del Sur. Sin dejar de lado las propuestas como las de Castells (2012), y las propuestas para entender las dinámicas de los movimientos sociales

como las de Revilla–Blanco (2005). Lo que se pretende es identificar las características de los mensajes emitidos por el movimiento indígena y su manejo de recursos en lo que fuera la red social Twitter, tomando en cuenta el análisis de su forma particular de organizarse, actuar y comunicar en un ambiente de movilización.

Los movimientos han superado la inercia de su conformación y han establecido estructuras sociales que dieron paso a la instauración de movimientos y partidos políticos (Castejón–Quero, 2019). La génesis del movimiento se da a partir de luchas por la tierra, por el respeto a sus costumbres y tradiciones, por muestras racistas en lo social y por la desmembración de su territorio. En su recorrido histórico como pueblo se han movilizado desde sus territorios originarios pero su organización aparece desde la década de los 80. Actualmente cuentan con un proyecto político que delinea su accionar y procesos activistas (CONAIE, 1994).

De acuerdo con De Sousa Santos (2001), la sucesión de eventos, que en el caso de Ecuador van desde los años 20, han provocado que los pueblos originarios se construyan y vayan hallando nuevas formas de organización. Han superado su relación directa con las iglesias y han elaborado una red intrínseca que sostiene su cosmovisión y visiones (Altmann, 2017). Uno de esos avances es la configuración de lo plural en sus encuentros (León–Trujillo, 2010). Ya no son solo indígenas de la sierra central del país, ahora son varias organizaciones de Costa, Sierra y Oriente quienes demuestran niveles altos de comunicación y compartición de objetivos (Burguete–Cal–y–Mayor, 2007).

Una estrategia de sostenimiento ideológico es el discurso indígena en su mayoría ejecutado en su lengua, el kichwa, con las distintas variantes existentes en Ecuador. El escenario del discurso pone delante a los líderes de las distintas organizaciones quienes utilizan su lengua originaria para sostener a su militancia y hacer que la esencia de su actividad se vea apoyada por el común (Altmann, 2012). Con estos procesos lingüísticos de socialización informan de los avances en las negociaciones y en el caso de 2019, se utilizó como una forma de enfrentar la desinformación y de aclarar lo que se realiza, por las serias dudas existentes en torno al discurso parcializado de la prensa. Su bilingüismo permite una comunicación entre pueblos y la comunidad mestiza.

Su estructura está cimentada en la identificación y elección de líderes indígenas que surgen de sus comunidades y que son los representantes de la población. Hay que recordar que, durante el gobierno de León Febres Cordero, el movimiento buscó establecer un brazo político, hoy Pachakutic, proceso que fue muy complicado y hasta negado por el sistema de elecciones del momento (Mancero, 2009).

El eje comunicación ha sido bastante limitado durante sus primeros años de conformación, sin embargo, desde una visión transmoderna, los movimientos se han acoplado a la lógica de las comunicaciones digitales y la han utilizado como medio de captación de sucesos y de difusión de su visión de conflicto. Obedece a un esfuerzo de visibilizar su lucha, concienciar a los receptores y establecer su criterio de verdad sobre lo que sucede en las situaciones de conflicto (Madrid-Tamayo, 2022).

Ecuador retorna a la democracia en 1979 y la primera movilización en ese ambiente novel fue en 1990 durante el gobierno de Rodrigo Borja (Romero–Ortega y Cañar, 2023). El levantamiento estuvo caracterizado por una intención de comunicarse directamente con el gobierno sin la intervención de la política como canal de contacto. La misma intención se presentó en 2019, eso indica que la comunicación que se buscada era horizontal (Coelho, 2017).

El papel de los medios en estos eventos es de cobertura total (Dávalos, 2004), con un aspecto singular en 2019, la baja credibilidad de los mismos y la escasa confiabilidad demostrada con el rechazo de la ciudadanía en las calles. En medio de esa lógica el eje comunicacional tuvo que ser conducido desde un medio libre en acceso, Internet, y por medio de las redes se estableció el contacto directo con la ciudadanía.

Cuando las comunidades indígenas se movilizan acompañan a sus líderes para poner las demandas sociales que los impulsa en medio del diálogo de gobernabilidad con el Estado. Son las reformas políticas, económicas y sociales las que activan el movimiento de los pueblos, también la gestión del agua, los servicios básicos, etc. (De-Sousa–Santos, 2001). Este tipo de decisiones que se han tomado desde lo político revela, en el caso ecuatoriano, una escasa idea de tratar los asuntos de afectación general con el criterio de plurinacionalidad e inclusión.

Desde la teoría de los movimientos sociales se puede ver al movimiento indígena como actor político colectivo con fuerza de organización y acción llegando a constituirse como agente de cambio. Históricamente se les ha establecido

como movimiento reaccionario mostrando su descontento con las tendencias actuales de funcionamiento de la sociedad (Cerdeña-García, 2012). En la actualidad demuestran tener una identidad clara como sujeto colectivo (Galafassi, 2011), tienen una alta aceptación en lo político, y gran acogida por la sumatoria de personas en sus luchas. Están entre las cinco primeras fuerzas políticas de Ecuador, esto según los resultados de las elecciones seccionales del 24 de marzo de 2019 y los sufragios del 5 de febrero de 2023. Su poder de convocatoria articula sectores organizados y no organizados de la sociedad civil y miembros de los sectores populares.

Se puede definir al movimiento indígena como un movimiento de reivindicación con bases plurinacionales y de diversidad, que lucha por el respeto a sus costumbres, tradiciones, recursos naturales, territorio y pueblo (Piedra, 2023). Este tipo de movimientos han surgido para, en cierto modo, desafiar las decisiones económicas y sociales en torno al poder político y promover un cambio social.

Estos movimientos emergen del sur y evocan una conexión tácita con los componentes de los pueblos amerindios (Almeida y Cordero-Ulate, 2017), por lo que se puede hablar de Nuevos Movimientos Sociales que evocan identidades colectivas que son propias de los pueblos de América. En términos de Mariátegui (2009), este tipo de socialismo en movimiento “no será ni calco ni copia sino creación heroica” de sus bases comunitarias.

No es posible referirse a la actividad movilizadora indígena desde los planteamientos funcionalistas o marxistas, pues las luchas de los pueblos se enfocan en clave de derechos estrechamente ligados a su heredad territorial, sus

formas de vida y rol en la economía. Es necesario estudiarlos desde la composición cultural intentando acercarse a comprender el papel de la cosmovisión en la formación y acción del movimiento. Así como tampoco es correcto aseverar que el movimiento se activa por la situación de crisis sino más bien existe una activación de identidades indígenas, las que preceden e impulsan el proceso hasta el final. Existe más emancipación que revolución (Freire, 2005).

Los mecanismos de movilización social tienen pautas distintas, muestran una regeneración que, De-Sousa-Santos (2001) las menciona de la siguiente forma:

- Primero: Sustitución del poder estatal por un poder político comunal supra-regional descentralizado en varios cabildos.
- Segundo: Sistema comunal productivo aplicado a la guerra de movimientos.
- Tercero: Ampliación de la democracia comunal al ámbito regional-nacional.
- Cuarto: Política de la igualdad.
- Quinto: Política de la identidad y la alteridad (De-Sousa-Santos, 2001, pp. 187-188).

Este proceso denota la generación de una identidad cultural contrapuesta y activa que resignifica la articulación de la identidad nacional indígena (Silva-Charvet, 2005), lo que permite una movilización de alto contenido intrínseco. También establece una forma de comunidad altamente influenciada con una estructura activa que mantendrá a las comunidades movilizadas. Vigilantes de que las condiciones de vida no sean alteradas por decisiones políticas desconectadas del bienestar y desarrollo comunitario.

## Redes Sociales y los el Movimiento Indígena

La comunicación está mediada entre la tecnología y la sociedad (Martín-Barbero, 2010). Lo que hoy las plataformas ofrecen posibilita la elaboración de mensajes multimedia que rebasan las expectativas comunicativas de las audiencias. Los movimientos apelan a las formas creativas y de gran impacto visual-cognitivo como la alternativa para difundir la carga ideológica de su cometido. En el caso del movimiento indígena estos apuestan al contenido informacional de sus mensajes, cuyo contenido es reivindicativo y activista.

Implícitas están sus identidades visuales, nombres de sus agrupaciones, lugares de procedencia y marcas culturales. Los contenidos informacionales se complementan con el uso de instrumentos musicales propios, ropa autóctona, colores representativos, canciones con letras que evocan resistencia, bailes y actividades de grupo. Todo maximizado por la capacidad de captura de los dispositivos móviles.

### Figura 1

*Movimiento Indígena Ecuador*



*Nota:* imagen tomada de Noticias al minuto (2019).

Con la web 2.0 y la mejora constante de las herramientas en redes sociales, los movimientos tienen posibilidades de usar amplios recursos digitales para poder difundir lo que sucede a su alrededor. Las redes se han constituido como plataformas de difusión, motivación y acción social (La-Rosa, 2016). Si bien su eficiencia e impacto no es siempre igual por lo distinto de las circunstancias, es claro que pueden ayudar a fortalecer la identidad de los movimientos y generar actualizaciones de los eventos en distintos lugares que aportan al sostenimiento de la causa.

Nada sería posible sin la instrumentalización de la comunicación fruto de la tendencia globalizada de la tecnologización. El desarrollo de teléfonos inteligentes, el incremento de la cobertura móvil de Internet, la fácil accesibilidad a un dispositivo y la sencilla relación con el equipo por las características de usabilidad que lo acompañan, han hecho que el medio sea el mensaje (McLuhan, 2009).

Para el movimiento indígena es cada vez más importante el uso de las redes sociales y en la región es necesario por los niveles de desconfianza en los medios tradicionales. Mundialmente es una tendencia debido a que facilita la organización y difusión de todo tipo de información que ayuda a movilizar los colectivos (Almeida y Cordero-Ulate, 2017). De crecer la tendencia e influencia en el futuro cercano el estado ecuatoriano podría decidir restringir el uso y accesibilidad a Internet desde una política de control que evite el desarrollo de las movilizaciones (Conde, 2024).

Las redes sociales, que son preexistentes, ayudan a fortalecer las movilizaciones y por su capacidad de almacenamiento aportarán a la permanencia ideológica e informativa. Permitirán la reproducción y análisis de lo realizado para impulsar nuevas estrategias de acción. En el movimiento social clásico era importante movilizar recursos económicos y humanos, con el devenir tecnológico habrá que sumarles recursos técnicos, de comunicación y responsables de manejar estrategias de difusión y cobertura con una selección de contenidos y lenguajes adaptados al sistema digital.

Según el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos [INEC] (2017), a 2024 el 91% de las personas en el país utiliza redes sociales en su teléfono inteligente. Para fines de presente estudio se distingue que el 7.7% de personas se considera indígena y el 7.7% montubio (INEC, 2022). El 49.7 % de indígenas utiliza internet y en el caso de los montubios el 68%. Significa que al menos 5 de cada 10 miembros del movimiento indígena usa internet y de ellos al menos 3 accede a redes, lo que implica un número importante en el alcance tecnológico para esta parte de la población.

### **Twitter y sus Efectos Movilizadores**

En Ecuador de 2019 Twitter fue la tercera red social más utilizada primero está Facebook y WhatsApp. Según datos del INEC (2017), en teléfonos inteligentes Twitter llegaba al 24.4% de uso. Hoy con el cambio de Twitter a «X» y la aparición de otras redes, esta red social es la séptima en nivel de uso después de Facebook, YouTube, Instagram, Facebook Messenger y LinkedIn.

A pesar de que esta red no ha tenido un alto nivel de aceptabilidad, en circunstancias de crisis ha mostrado grandes posibilidades de difusión como en la primavera árabe, movimientos del M15 y otros a nivel mundial (Castells, 2012).

El paro nacional de octubre de 2019 potenció la búsqueda de la red social desde Google mostrando picos elevados entre el 2 y el 14, lo que hace notar que el tráfico aumentó hacia la plataforma.

### Figura 2

#### *Temas y Consultas más buscadas en Google Trends octubre 2019*

Temas relacionados		Consultas relacionadas			
	En aumento		En aumento		
1	Confederación de Nacionalidades Indígenas d...	Aumento puntual	1	conaie twitter	Aumento puntual
2	Lenín Moreno - Presidente del Ecuador	Aumento puntual	2	twitter amt	Aumento puntual
3	Jaime Nebot - Abogado	Aumento puntual	3	ministerio de educacion twitter	Aumento puntual
4	Virgilio Hernández Enriquez - Abogado	Aumento puntual	4	amt	Aumento puntual
5	María Paula Romo - Abogada	Aumento puntual	5	twitter ministerio de educacion	Aumento puntual

*Nota:* Tendencias de búsqueda de Google [Google Trends], datos 23 de noviembre de 2019.

La plataforma Goggle Trends en su informe de tendencia de búsqueda de octubre 2019 señaló que el tema más buscado fue «Confederación de Nacionalidades Indígenas del Ecuador» y el tema relacionado más consultado fue «conaie twitter». Lo que significa que Twitter se volvió una plataforma informativa sobre las acciones que realizaba el movimiento indígena durante las movilizaciones.

### **Ciberactivismo: Propagación de la Lucha Social**

El ciberactivismo es la posibilidad de hacer activismo social a través de internet utilizando las herramientas que ofrecen las plataformas (Muñoz–Martínez, 2017). Está enfocado en propagar mensajes en la red para que los usuarios sientan filiación con lo que se publica.

Para La Rosa (2016), las relaciones en las redes sociales se configuran en gran parte por el activismo funcional que motiva la participación. Las acciones que suceden durante la coyuntura pueden ser impulsadas por el uso que hacen de las tecnologías los usuarios con filiación o no al movimiento.

El ciberactivismo en la red aparece de mano de los jóvenes quienes de manera activa participan en asuntos de su interés o que están en su cotidianidad (Castells, 2012). La voluntad de participación se convierte en activismo cuándo decide compartir la ideología que emerge de la coyuntura o simplemente porque la lucha iniciada está dentro de su realidad ciudadana (González–Lizárraga et al., 2016). Esta capacidad propia de la denominada cuarta revolución industrial, tiene su soporte en el principio de colaboración que, en Twitter, se puede hacer desde el Retuit (Vela–Zancada, 2019), y en el principio de compartición propio de todas las redes sociales (Elías–Pérez, 2015).

En las actuales circunstancias “[!]a tecnología es lo que define la protesta social” (Elías–Pérez, 2015, p. 282), la fortaleza de movilizar y activar a los colectivos mediante la difusión de extractos de la realidad en formatos audiovisuales es otro de los resultados de la tecnologización. La tecnología puede estar impulsando una

red de sostenimiento para cambios políticos y culturales mediatizados, pues hay una diferencia abismal entre lo que publican los medios tradicionales y los ciudadanos. No se refiere a una especie del denominado periodismo ciudadano, sino al hecho de compartir, resultado del contagio emocional en redes.

El ciberactivismo encuentra en Internet su medio esencial por la carencia de controles gubernamentales y sociales, siendo los únicos filtros la ética y la conciencia. Utiliza las nuevas tecnologías para difundir un discurso e incluso motivar la acción política. Dichas acciones son descritas por Martín (2013), en tres tipos de activismo político que brota de Internet:

1. El activismo digital: que surge con el uso de Internet en función de una causa u objetivo mediante el intercambio de información, foros de debate e incluso coordinación de actividades.
2. Hacktivismo o desobediencia civil electrónica: que une al activismo y al hacking. Es un activismo político no violento dónde a través de bloqueos de páginas, envío de emails, se ejerce presión sobre una institución sin causar daños físicos.
3. Ciberterrorismo: uso de tecnologías para generar terror o miedo sobre la población o instituciones. (p. 39)

Los medios tradicionales no satisfacen las demandas sociales, así es que los movimientos indígenas y latinoamericanos han optado por sustituir su función

por medios comunitarios y la acción en Internet (Rodríguez, 2010). Octubre de 2019 marca un antes y después de la mediatización en Ecuador debido a que el movimiento, en una de sus condiciones para el diálogo, exigió que los canales de televisión difundieran en vivo y en señal abierta el diálogo con el gobierno, no se trató de un chantaje sino una marca final del descontento con los medios durante las protestas.

### Figura 3

*Tuit CONAIE transmisión de los diálogos*



*Nota:* Captura de pantalla de la cuenta de Twitter de la Confederación de Nacionalidades Indígenas del Ecuador [CONAIE] @CONAIE\_Ecuador.

### La Generación del Hashtag

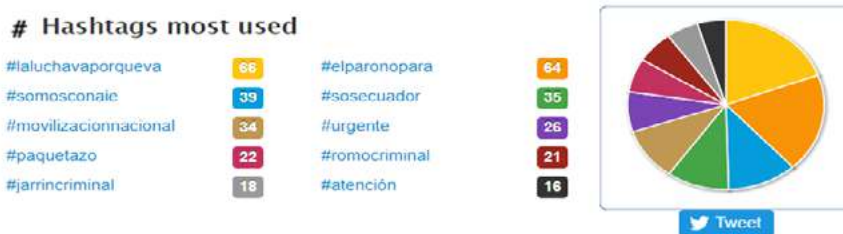
Mantener en una red global un mensaje colectivo y una ideología digital a simple vista es complicado, sin embargo, las mismas plataformas crearon sus propios lenguajes

para que los usuarios se adapten a ellos y los utilicen en función de sus necesidades (Vela-Zancada, 2019). Hablar de hashtags es referirse a metalenguajes que cuentan con significados y significantes propios. Si bien su uso es más de carácter de etiqueta con fines de codificación en redes, se han proyectado como nuevos énfasis comunicativos en la era de Internet.

Si la mayoría de usuarios de Twitter está entre los 25 y 49 años (Fernández, 2025), es correcto pensar que estos lenguajes son propios de los millennials<sup>2</sup> quienes se sienten cómodos estando en torno a una tendencia virtual. Es la generación hashtag que nace en 1985 y llega a su plenitud en 2010 (Feixa et al., 2016). Nacen dentro del entorno socio-tecnológico (Castells, 2012) y son nativos digitales que poseen destrezas de manejo de los dispositivos electrónicos móviles.

**Figura 4**

*Hashtags más usados durante el paro nacional de 2019*



*Nota:* Datos tomados de la plataforma Twitonomy – herramienta de análisis de Twitter–[https://www.twitonomy.com/profile.php?sn=CONAIE\\_Ecuador](https://www.twitonomy.com/profile.php?sn=CONAIE_Ecuador)

<sup>2</sup> Millennials es un término para referirse a las personas nacidas entre 1980 y 1996. Introducido por William Straus y Neil Howe en su libro Generaciones: La historia del futuro de Estados Unidos 1991.

El estudio se lo realiza con un enfoque cuantitativo-descriptivo entorno al uso de las cuentas oficiales del movimiento indígena que tuvieron alta participación en la plataforma Twitter durante los 11 días de movilizaciones en octubre de 2019 en Ecuador.

Para la selección de las cuentas se tomaron las siguientes consideraciones:

- Nivel de participación en twitter de las cuentas del movimiento indígena durante las movilizaciones de octubre de 2019.
- Número de seguidores de las cuentas.
- Nivel de actividad durante el paro nacional de octubre de 2019.

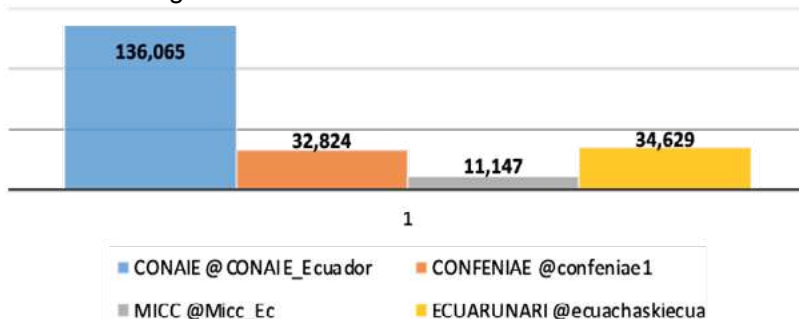
### Figura 5

*Total de tuits publicados por el movimiento indígena durante el periodo*



*Nota:* Elaboración propia, con base en las estadísticas obtenidas a partir de Twitonomy –herramienta de análisis de Twitter– <http://www.twitonomy.com> desde el 02 al 14 de octubre de 2019.

**Figura 6**  
 Número de seguidores de las cuentas



*Nota:* Elaboración propia, con base en las estadísticas obtenidas a partir de Twitonomy –herramienta de análisis de Twitter– <http://www.twitonomy.com> desde el 02 al 14 de octubre de 2019

**Tabla 1**  
 Número de tuits por cuenta

Cuentas Twitter	Número de tuits
@CONAIE_Ecuador	279
@confeniae1	292
@Micc_Ec	97
@ecuachaskiecu	28

*Nota:* Elaboración propia, con base en las estadísticas obtenidas a partir de Twitonomy –herramienta de análisis de Twitter– <http://www.twitonomy.com> desde el 02 al 14 de octubre de 2019.

CONAIE muestra un crecimiento notable de seguidores durante las movilizaciones, lo que concuerda con las tendencias de búsqueda de Google Trends.

La muestra de trabajo contempla 696 tuits distribuidos por el número de publicaciones echas por cada cuenta desde el 2 al 14 de octubre de 2019. Solamente del movimiento ECUARUNARI @ecuachaskiecua se utiliza la totalidad de sus publicaciones.

Al número de tuits se le aplica un análisis cuantitativo de contenido que para Bardín (1986) es “un conjunto de técnicas de análisis de las comunicaciones utilizando procedimientos sistemáticos y objetivos de descripción del contenido de los mensajes” (p.32). Mediante esta técnica se desea saber si la red social Twitter permitió una forma de organización, actuación y comunicación del movimiento indígena durante el paro nacional de octubre de 2019.

### **Resultados**

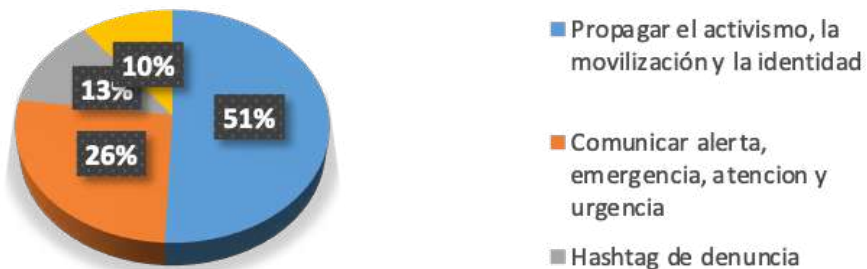
El movimiento indígena usando sus cuentas oficiales de la red social Twitter impulsó las movilizaciones durante el paro nacional de octubre de 2019. Se evidenció una actividad importante en la red social desde el 2 al 14 de octubre. También se identificó un elevado uso de la sintaxis Twitter como el uso de hashtags con finalidades que impulsaron las movilizaciones.

CONAIE es el movimiento que más utiliza hashtags para fortalecer el mensaje en Twitter, lo hace en el 43.4% del total analizado. El 68.2 % de los tuits incluye por lo menos un hashtag y de acuerdo a la tipología del hashtag, creada el para el estudio, los hashtags más utilizados son para propagar el activismo, la movilización y la identidad en torno a las movilizaciones. Esto ocurre en el 53.3% de los tuits publicados durante los 11 días de las movilizaciones.

Otra tipología de los hashtags fueron los utilizados para comunicar alerta, emergencia, atención y urgencia con un 26.8% de aparecimiento en los tuits analizados.

**Figura 7**

*Finalidad del hashtag utilizado*



*Nota:* Elaboración propia, con base en las estadísticas obtenidas a partir de Twitonomy –herramienta de análisis de Twitter– <http://www.twitonomy.com> desde el 02 al 14 de octubre de 2019.

Durante los 11 días de manifestaciones los 3 hashtags más utilizados por las cuentas de los movimientos fueron:

**Tabla 2**

*Hashtags más utilizados*

Cuenta	Hashtag	Impulsar el activismo, la movilización y la identidad	Comunicar alerta, emergencia, atención y urgencia	Hashtag de denuncia	Otros
@CONAIE_ Ecuador	#laluchavaporqueva	X			
	#elparonopara	X			
	#somosconaie	X			

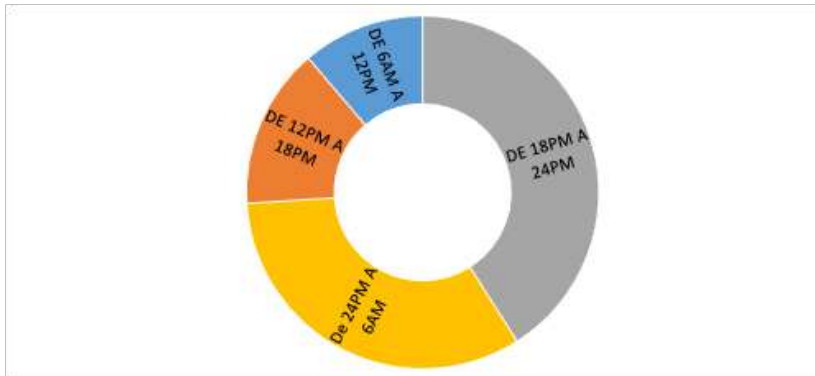
@confeniae1	#laluchavaporqueva	X		
	#paronacional		X	
	#elparonopara	X		
@Micc_Ec	#paquetazo			
	#elparonopara			X
	#quito	X	X	
@ecuachashiecu	#ecuarunari	X		
	#volvemososomillones	X		
	#presidente			X

*Nota:* Elaboración propia, con base en las estadísticas obtenidas a partir de Twitonomy –herramienta de análisis de Twitter– <http://www.twitonomy.com> desde el 02 al 14 de octubre de 2019.

Finalmente se pudo identificar que los mensajes, en la red social Twitter, en su mayoría se publicaron en la tarde, noche y madrugada de los 11 días, lo que significa que se apoyaba a la movilización en las horas en que el movimiento aprovechaba para organizarse, movilizarse y descansar.

### Figura 8

*Hora de publicación de tuits*



*Nota:* Elaboración propia, con base en las estadísticas obtenidas a partir de Twitonomy –herramienta de análisis de Twitter– <http://www.twitonomy.com> desde el 02 al 14 de octubre de 2019.

Twitter se volvió una plataforma informacional de las acciones que realizaba el movimiento indígena durante las movilizaciones.

Se determinó que en el 43% de los tuits sirvieron para emitir información directa como el seguimiento de las acciones que se realizaban y emitir boletines, así como aclarar informaciones, confirmar datos o actividades y desmentir noticias falsas. Lo que significa que existió un alto nivel de uso de las cuentas estableciéndose como plataformas informativas. Emitieron información que no fue cubierta a satisfacción por los medios tradicionales.

**Figura 9**

*Uso de las cuentas oficiales como plataforma informativa*



*Nota:* Elaboración propia, con base en las estadísticas obtenidas a partir de Twitonomy –herramienta de análisis de Twitter– <http://www.twitonomy.com> desde el 02 al 14 de octubre de 2019.

Los tuits también fueron utilizados para oficializar informaciones y ampliar la cobertura del mensaje mencionando a diferentes cuentas que estaban dentro del desarrollo de los hechos durante las movilizaciones.

Más del 50% de los tuits mencionan a una cuenta de Twitter que estaba dentro de los actores de las movilizaciones. Se excluyó a cuentas ajenas al desarrollo de las movilizaciones.

Es notoria la intención de informar con diversos matices. Al mencionar a funcionarios e instituciones se pretendió aclarar y comunicar acciones. Al mencionar a medios de comunicación se impulsó a las informaciones como directas y en cierto modo oficiales. Un detalle

interesante son las menciones al contexto indígena, se puede inferir que generaron una red interna de información entre el movimiento, líderes y comunidad en acción.

**Tabla 3***Tipos de cuentas mencionadas*

MOVIMIENTO	Tipos de Cuentas mencionadas							Total
	Funcionarios de gobierno	Instituciones públicas, de gobierno y de derechos humanos.	Líderes indígenas	Movimientos indígenas	Medios de comunicación tradicional	Medios de comunicación indígena	Varios tipos de cuentas. Una combinación de las anteriores	
CONAIE	15	23	3	17	3	3	26	90
	16,7%	25,6%	3,3%	18,9%	3,3%	3,3%	28,9%	100,0%
CONFENIAE	4	9	0	13	0	0	12	38
	10,5%	23,7%	0,0%	34,2%	0,0%	0,0%	31,6%	100,0%
MICC	8	8	1	27	0	2	25	71
	11,3%	11,3%	1,4%	38,0%	0,0%	2,8%	35,2%	100,0%
ECUARUNARI	6	1	0	0	1	1	3	12
	50,0%	8,3%	0,0%	0,0%	8,3%	8,3%	25,0%	100,0%
TOTAL GENERAL	33	41	4	57	4	6	66	211
% del total de tuits	15,6%	19,4%	1,9%	27,0%	1,9%	2,8%	31,3%	100,0%

*Nota:* Elaboración propia, con base en las estadísticas obtenidas a partir de Twitonomy –herramienta de análisis de Twitter– <http://www.twitonomy.com> desde el 02 al 14 de octubre de 2019.

En lo referente a los recursos audiovisuales que por sus características promovieron las marchas y propagaron el sentido activista y de movilización, se identificaron 207 fotografías, 130 videos y 2 audios. En lo que se refiere al texto de los tuits, fueron analizados a partir de la siguiente tipología:

**Tabla 4***Tipología del texto de los tuits*

1	Tuits son mensajes de alerta, emergencia, atención y urgencia
2	Tuits son mensajes de convocatoria.
3	Tuits son mensajes de denuncia.
4	Tuits son mensajes que resaltan a las comunidades indígenas.
5	Tuis son mensaje de unidad.
6	Tuits son mensajes de reivindicación.
7	Otros

*Nota:* Elaboración propia, con base en las estadísticas obtenidas a partir de Twitonomy –herramienta de análisis de Twitter– <http://www.twitonomy.com> desde el 02 al 14 de octubre de 2019.

El 21.8% de los tuits textuales fueron utilizados para denunciar hechos que sucedían en las movilizaciones, el 17.5% emitieron mensajes de alerta, emergencia, atención y urgencia, el 16.8% de los tuits contenían mensajes de unidad, el 13% para otros fines, el 12.3% fueron mensajes que resaltaron a las comunidades indígenas, el 12% fueron mensajes de reivindicación y el 6.8% de los tuits emitieron mensajes de convocatoria. Por lo tanto, de forma general los textos de los tuits hacen referencia a los aspectos de activismo funcional que menciona La Rosa (2016).

De las 207 fotografías y 130 videos, 147 poseen contenido explícito en el contexto de las movilizaciones. El contenido de estos elementos visuales y auditivos exponía el desarrollo de las marchas, maltrato físico y hasta evidencias de muerte. Se difundió enfrentamientos, persecuciones y hasta armamento e instrumentos utilizados para generar violencia en las manifestaciones. Al difundir violencia a través de las redes se propaga el activismo y la movilización, pues la violencia es propia de la movilización y llevada a la red se maximiza.

### Figura 10

*Contenidos de los tuits*



*Nota:* Captura de pantalla de la cuenta de Twitter de la Confederación de Nacionalidades Indígenas del Ecuador [CONAIE] @CONAIE\_Ecuador.

En la mayoría de los casos el recurso imagen se utilizó para mostrar las marchas y promoverlas. Y seguidamente la mayoría de fotografías buscan fortalecerla unidad y el activismo resaltando el uso del discurso informativo y de aliento que utilizan los líderes indígenas. Esta es una arista para futuras investigaciones.

### **Conclusiones**

Fue posible identificar que conforme avanzaba la movilización y transcurrían los días, el movimiento difundió información de primera mano lo que generó una centralidad en las comunicaciones.

El impulso a la movilización fue apoyado por Twitter pues se aprovechó las alternativas propias de la plataforma para difundir mensajes. El movimiento no muestra una planificación o uso normado de la red, sin embargo, el efecto fue importante en términos de significancia del mensaje e incluso por el tráfico que las cuentas oficiales tuvieron desde Google Trends.

En las movilizaciones de octubre de 2019 en Ecuador se notó un descenso en la credibilidad de los medios tradicionales, es por ello que el movimiento a través de la red social difundió información oficial como boletines, aclaraciones, desmentidos y hasta denuncias públicas.

El recurso video es el que más impulsa el activismo y la movilización pues difunde la dinámica de los hechos y expresa fielmente los sucesos.

## Referencias

- Almeida, P. y Cordero-Ulate, A. (2017). *Movimientos sociales en América Latina: Perspectivas, tendencias y casos (Primera)*. Clacso. [http://biblioteca.clacso.edu.ar/clacso/se/20170721051921/Movimientos\\_sociales.pdf](http://biblioteca.clacso.edu.ar/clacso/se/20170721051921/Movimientos_sociales.pdf)
- Altmann, P. (2012, noviembre 29). *Interculturalidad y plurinacionalidad como conceptos decoloniales— Colonialidad y discurso del movimiento indígena en el Ecuador*. <https://shs.hal.science/halshs-00873607>
- Altmann, P. (2013). El movimiento indígena ecuatoriano como movimiento social. *Revista Andina de Estudios Políticos*, 6–31. [https://www.researchgate.net/publication/256387320\\_El\\_movimiento\\_indigena\\_ecuatoriano\\_como\\_movimiento\\_social](https://www.researchgate.net/publication/256387320_El_movimiento_indigena_ecuatoriano_como_movimiento_social)
- Altmann, P. (2017). Una breve historia de las organizaciones del Movimiento Indígena del Ecuador. *Antropología Cuadernos de investigación*, 12, 105. <https://doi.org/10.26807/ant.v0i12.76>
- Bardín, L. (1986). *El análisis de contenido (Primera)*. Akal Ediciones.
- Burguete-Cal-y-Mayor, A. (2007). De organizaciones indígenas a partidos étnicos: Nuevas tendencias en las luchas indias en América Latina. *LiminaR Estudios Sociales y Humanísticos*, 5(2), 144–162. <https://doi.org/10.29043/liminar.v5i2.256>
- Cárdenas, G. (2012). Cambios de los perfiles de periodistas, medios y fuentes, producto de la fluctuación de la credibilidad de medios en el Ecuador 2009–2011. *ComHumanitas: Revista Científica De Comunicación*, 4(1),

109–139. <https://www.comhumanitas.org/index.php/comhumanitas/article/view/43>

- Castejón-Quero, M. (2019). La gestión social iterativa y transmoderna vista desde el sur- contribuciones de Boaventura de Sousa y Zibechi. *Identidad Bolivariana*, 3(1), 1–20. <https://doi.org/10.37611/IB3ol197-117>
- Castells, M. (2012). *Redes de indignación y esperanza: Los movimientos sociales en la era de internet (Segunda)*. Alianza.
- Cerda-García, A. (2012) Reclamos de las memorias y usos de los márgenes: movimientos indígenas en América Latina. *Política y cultura*, 37, 135–157. [https://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S0188-77422012000100007&script=sci\\_arttext](https://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S0188-77422012000100007&script=sci_arttext)
- Coelho, R. F. (2017). Los medios de comunicación como herramienta de lucha por el reconocimiento indígena. *Portal Comunicación*. <https://incom.uab.cat/portalcom/wp-content/uploads/2020/01/95.pdf>
- Conde, M. A. (2024). Explorando las tendencias y tácticas de control en internet: Un análisis global de los bloqueos y censura en redes sociales. *Revista de Comunicación de la SEECI*, 57, 1–19. <https://doi.org/10.15198/seeci.2024.57.e870>
- Confederación de Nacionalidades Indígenas del Ecuador [CONAIE]. (1994). *Proyecto político de la CONAIE. Consejo de gobierno*. [https://conaie.org/wp-content/uploads/2025/07/Proyecto\\_Politico\\_CONAIE.pdf](https://conaie.org/wp-content/uploads/2025/07/Proyecto_Politico_CONAIE.pdf)
- Dávalos, P. (2004). Movimiento indígena, democracia, estado y plurinacionalidad en Ecuador. *Revista Venezolana de Economía y Ciencias Sociales*, 10(1), 175–

202. <https://bibliotecavirtual.clacso.org.ar/ar/libros/davalos/CapDavalos.pdf>

De-Sousa-Santos, B. (2001). Los nuevos movimientos sociales. *Debates teóricos*, 7, 177-188.

<http://biblioteca.clacso.edu.ar/clacso/osal/20110210072436/8debates.pdf>

Elías-Pérez, C. (2015). *El selfie de Galileo. Software social, político e intelectual del siglo XXI (Primera Edición)*. Ediciones Península.

Feixa, C., Fernández-Planells, A., y Figueras-Maz, M. (2016). Generación Hashtag. Los movimientos juveniles en la era de la web social. *Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales*, 1(14), 107-120. <https://doi.org/10.11600/1692715x.1416301115>

Fernández, R. (2025, 10 de julio). *Distribución porcentual de usuarios de X (Twitter) mayores de 18 años a nivel mundial en 2024, por grupo de edad*. Statista. <https://es.statista.com/estadisticas/1203013/porcentaje-de-usuarios-de-twitter-por-grupo-de-edad-mudial/>

Freire, P. (2005). *Pedagogía del Oprimido*. 2da ed. Siglo XXI.

Galafassi, G. (2011). Teorías diversas en el estudio de los movimientos sociales. Una aproximación a partir del análisis de sus categorías fundamentales. *Cultura y representaciones sociales*, 6(11), 7-32. <https://www.scielo.org.mx/pdf/crs/v6n11/v6n11a1.pdf>

González-Lizárraga, M. G., Becerra-Traver, M. T. y Yanez-Díaz, M. B. (2016). Cyberactivism: A new form of participation for University Students. *Comunicar*, 24(46), 47-54. <https://doi.org/10.3916/C46-2016-05>

- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos [INEC]. (2017). *Tecnologías de la Información y Comunicación. ENEMDU - TIC 2017*. INEC. [https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas\\_Sociales/TIC/2017/Tics%202017\\_270718.pdf](https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Sociales/TIC/2017/Tics%202017_270718.pdf)
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos [INEC]. (2022). *VIII Censo de Población y VII de Vivienda. Censo 2022*. <https://www.censoecuador.gob.ec/>
- La-Rosa, A. (2016). Movimientos sociales, redes sociales y recursos simbólicos. *Correspondencias & Análisis*, 6, 47–60. <https://doi.org/10.24265/cian.2016.n6.03>
- León-Trujillo, J. (2010). Las organizaciones indígenas y el gobierno de Rafael Correa. *Íconos: Revista de Ciencias Sociales*, (37), 13–23. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3319069>
- Madrid-Tamayo, A. (2022). La movilización nacional de octubre de 2019 en Ecuador. Un acercamiento desde el análisis etnográfico. *Disparidades. Revista de Antropología*, 77(2), e034. <https://doi.org/10.3989/dra.2022.034>
- Mancero, M. (2009). Las voces del silencio. Resistencia indígena en Chimborazo en tiempos de León Febres-Cordero, 1984–1988. [Reseña]. *Íconos: Revista de Ciencias Sociales*, 13(2), 153–167. <https://repositorio.flacsoandes.edu.ec/handle/10469/4036>
- Mariátegui, J. C. (2009). *Siete ensayos de interpretación de la realidad peruana*. Red Ediciones S.L.
- Martín, A. (2013). *Revoluciones Horizontales: Ciberactivismo y Movilizaciones Ciudadanas en América Latina (Primera)*. *Perspectiva Digital*. <https://www.flacso.org/sites/>

[default/files/Documentos/libros/secretaria-general/Revoluciones%20Horizontales.pdf](#)

- Martín-Barbero, J. (2010). *De los medios a las mediaciones: Comunicación, cultura y hegemonía (Primera Edición)*. Rubí.
- McLuhan, M. (2009). *Comprender los Medios de Comunicación (Primera)*. Paidós.
- Muñoz-Martínez, D. (2017). *El ciberactivismo en la sociedad latinoamericana*. <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.16868.63369>
- Noticias al minuto. (2019). ¡CONVERSA URGENTE! Movimiento indígena de Ecuador dialogará directo con gobierno de Moreno. *Noticias al Minuto* [Portal informativo]. <https://noticiaalminuto.com/conversa-urgente-movimiento-indigena-de-ecuador-dialogara-directo-con-gobierno-de-moreno/>
- Piedra, J. (2023). Movimientos reivindicativos en el capitalismo: Algunos comentarios para su discusión. *Comunicación*, 32(2), 108-118. [http://www.scielo.sa.cr/scielo.php?script=sci\\_abstract&pid=S1659-38202023000200108&lng=en&nrm=iso&tlng=es](http://www.scielo.sa.cr/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S1659-38202023000200108&lng=en&nrm=iso&tlng=es)
- Revilla-Blanco, M. (2005). Propuesta para un análisis del movimiento indígena como movimiento social. *Política y Sociedad*, 42(2), 49-62. <https://revistas.ucm.es/index.php/POSO/article/view/POSO0505230049A>
- Rodríguez, C. (2010). De los medios alternativos a los medios ciudadanos: desarrollo teórico de un nuevo término: trayectoria teórica de un término. *Folios, Revista De La Facultad De Comunicaciones Y Filología*, (21-22), 13-25. <https://revistas.udea.edu.co/index.php/folios/article/view/6416>

- Romero-Ortega, A. B. y Cañar, D. (2023). El inicio del movimiento indígena en Ecuador: Una mirada desde el periódico El Comercio. El despertar de los pueblos originarios. *Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación*, (194), 151-167. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=9186580>
- Silva-Charvet, E. (2005). *Identidad Nacional y Poder*. Abya-Yala.
- Vela-Zancada, A. (2019). # *El libro de Twitter (segunda)*. Formación Alcalá Editorial.

## **Herramientas de Inteligencia Artificial -BERT, RoBERTa y T5- para Analizar el Impacto de Noticias Políticas en X -antes Twitter-: el Caso de la Elección Presidencial en Ecuador 2025**

---

### ***Artificial Intelligence Tools -BERT, RoBERTa and T5- to Analyze the Impact of Political News on X -formerly Twitter-: the Case of the 2025 Presidential Election in Ecuador***

**Giancarlo Gregory Bonifas-Gómez<sup>1</sup>**

Maestrante

Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí

[gregoriano1400@gmail.com](mailto:gregoriano1400@gmail.com)

**Hernán Antonio Yaguana-Romero<sup>2</sup>**

Director de carrera

Universidad Técnica Particular de Loja

[hayaguana@utpl.edu.ec](mailto:hayaguana@utpl.edu.ec)

### **Resumen**

Este estudio analiza el impacto comunicacional de las noticias políticas difundidas en la red social «X» –antes Twitter- durante la campaña presidencial ecuatoriana

---

<sup>1</sup>Licenciado y magíster en comunicación digital por la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí (2025). Comunicador social, actualmente se desempeña como editor de contenidos y consultor en estrategias de medios digitales. ORCID: <https://orcid.org/0009-0007-6671-7978>

<sup>2</sup> Doctor en comunicación y periodismo por la Universidad Santiago de Compostela – España. Diploma de estudios avanzados en comunicación y periodismo por la Universidad Santiago de Compostela – España. Licenciado en comunicación social por la Universidad Técnica Particular de Loja – Ecuador. Docente universitario de pregrado y posgrado en la Universidad Técnica Particular de Loja, así como docente de pregrado en la Universidad Casa Grande. Actualmente se desempeña como director de la carrera de tecnología superior en creación audiovisual digital de la facultad de ciencias sociales, educación y humanidades de la Universidad Técnica Particular de Loja. Forma parte del grupo de investigación «comunicación y cultura audiovisual». Es autor de varios textos relacionados con su perfil profesional. ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6482-5333>

de 2025, con énfasis en los movimientos ADN y RC5. A través de un enfoque cuantitativo y técnicas de inteligencia artificial, específicamente los modelos BERT, RoBERTa y T5, se procesaron 10.000 tuits para identificar emociones, temas, polarización y automatización. ADN destacó por un discurso propositivo y mayor interacción positiva  $-42,6\%$ , aunque también recibió críticas  $-31,3\%$ . RC5 mostró un enfoque más polarizado, con mayor contenido negativo  $-49,7\%$ , toxicidad  $-18,2\%$  y uso de cuentas automatizadas  $-12,4\%$ . Los resultados revelan dos estrategias digitales contrastantes y confirman la utilidad del análisis automatizado para mapear dinámicas electorales en redes sociales. El estudio también señala desafíos éticos y metodológicos en el uso de inteligencia artificial en contextos democráticos, y aclara que el impacto comunicacional aquí analizado se refiere al comportamiento de contenidos y sus interacciones digitales, no directamente a la percepción de los receptores.

*Palabras clave:* inteligencia artificial, redes sociales, comunicación política, Ecuador, análisis de sentimiento.

### Abstract

This study explores the communicational impact of political news on «X» –formerly Twitter– during Ecuador’s 2025 presidential campaign, focusing on the ADN and RC5 movements. Using a quantitative approach and artificial intelligence techniques —specifically BERT, RoBERTa, and T5— a dataset of 10,000 tweets was analyzed to identify emotions, topics, polarization, and automation. ADN stood out for its constructive messaging and higher engagement  $-42.6\%$ , although it also faced criticism  $-31.3\%$ . RC5 adopted a more polarized tone, with greater negativity

-49.7%-, toxicity -18.2%-, and automated activity -12.4%-. The findings reveal two contrasting digital strategies and support the value of automated analysis for mapping electoral dynamics on social media. The study also highlights ethical and methodological challenges in the use of artificial intelligence in democratic contexts, clarifying that communicational impact here refers to digital interactions and content dynamics rather than direct audience perception.

*Keywords:* artificial intelligence, *social media*, political communication, Ecuador, sentiment analysis.

## Introducción

### ***Redes Sociales y Comunicación Política en la Era Digital***

Las redes sociales han transformado de manera radical la comunicación política contemporánea. Su capacidad de difusión masiva, la inmediatez del mensaje y la posibilidad de segmentar audiencias han modificado los procesos electorales y la interacción entre actores políticos y ciudadanía (Newman et al., 2023; Bennett y Segerberg, 2012; Chadwick, 2017). Plataformas como X -antes Twitter- se consolidan no solo como canales de transmisión, sino como espacios de disputa simbólica, donde se negocian significados, se configuran narrativas y se libran batallas por la visibilidad (Papacharissi, 2015; Theocharis et al., 2016; Waisbord, 2018).

La literatura evidencia efectos ambivalentes de estas plataformas. Por un lado, favorecen la democratización comunicativa, al dar voz a actores emergentes y facilitar la circulación de agendas alternativas (Castells, 2009; Bruns y Highfield, 2016). Por otro, profundizan la polarización

al estructurarse en torno a algoritmos que premian la viralización, reforzando burbujas informativas y discursos emocionales (Pariser, 2011; Sunstein, 2018). Bakshy et al. (2015) muestran que el consumo informativo en Facebook estaba ya marcado por fuertes sesgos de homofilia ideológica; este patrón se intensifica en X, donde la interacción directa y el uso de hashtags favorecen la rápida propagación de mensajes confrontativos.

Además, fenómenos como la desinformación y la propaganda computacional han alterado los equilibrios del debate público. Shu et al. (2017) y Bradshaw et al. (2021) documentan cómo los *bots* y cuentas automatizadas amplifican contenidos falsos o tendenciosos, generando percepciones distorsionadas de consenso. En contextos electorales, esta dinámica impacta de forma directa en la calidad democrática, ya que la visibilidad mediada por algoritmos no siempre corresponde a la representatividad real de las voces ciudadanas.

### ***El Caso Ecuatoriano en las Elecciones Presidenciales de 2025***

En Ecuador, las elecciones presidenciales de 2025 reflejaron de forma clara estos fenómenos. Durante la campaña, el espacio digital se transformó en el terreno privilegiado de la contienda política. La circulación de mensajes en X no se limitó a la difusión de información electoral, sino que configuró narrativas, generó climas emocionales y activó procesos de movilización en torno a los movimientos en disputa. Como señalan Jungherr (2016) y Calvo y Aruguete (2021), las plataformas digitales no solo transmiten mensajes, sino que producen efectos acumulativos en la percepción pública y en las formas de organización política

En este escenario, se hizo necesario observar sistemáticamente las publicaciones generadas por los principales actores políticos, considerando tanto la dimensión discursiva como la dinámica de interacción digital y las estrategias tecnológicas asociadas. Las elecciones de 2025 constituyeron un caso idóneo para este análisis, al enfrentar a dos movimientos que representaban polos discursivos opuestos y que utilizaron intensivamente la red social para difundir mensajes y movilizar simpatizantes.

### ***Dinámicas Estructurales y Desigualdades en el Contexto Digital***

En Ecuador, las elecciones presidenciales de 2025 reflejaron con claridad los fenómenos descritos en la literatura internacional sobre comunicación digital. Durante la campaña, el espacio virtual se consolidó como territorio privilegiado de la contienda política, desplazando en parte a los medios tradicionales como principal arena de debate. En particular, la circulación de mensajes en X –antes Twitter– no se limitó a la difusión de información electoral, sino que configuró narrativas políticas, generó climas emocionales y activó procesos de movilización digital y territorial en torno a los movimientos en disputa.

Como señalan Jungherr (2016) y Calvo y Aruguete (2021), las plataformas digitales no actúan únicamente como canales de transmisión, sino que producen efectos acumulativos en la percepción pública y en la manera en que los ciudadanos comprenden y se organizan políticamente. En América Latina, estos efectos han sido documentados en campañas recientes: desde la construcción de liderazgos digitales en México (Quevedo y Suárez, 2019), hasta la polarización observada en Brasil con el uso intensivo de

WhatsApp y Twitter en las elecciones de 2018 y 2022 (Moura y Michel, 2021; Resende et al., 2019). En Argentina, Calvo (2019) y Aruguete (2017) han demostrado cómo las “guerras de hashtags” entre oficialismo y oposición contribuyen a segmentar el espacio público digital y a reforzar burbujas ideológicas.

En el caso ecuatoriano, la campaña de 2025 se caracterizó por una fuerte disputa en X entre los movimientos ADN y RC5, que representaban polos discursivos opuestos y desplegaron estrategias comunicacionales claramente diferenciadas. ADN apostó por mensajes propositivos, vinculados a seguridad, economía y gobernabilidad, mientras que RC5 centró su narrativa en denuncias, confrontación y apelaciones a la protesta social. Estas diferencias discursivas se reflejaron en los niveles de interacción digital, en la emocionalidad predominante y en la utilización de recursos tecnológicos como la automatización de cuentas.

Además, como advierten Vaccari y Valeriani (2021), la creciente dependencia de los partidos latinoamericanos de plataformas privadas genera un doble efecto: por un lado, amplifica la capacidad de movilización y segmentación; por otro, introduce vulnerabilidades relacionadas con la desinformación, la manipulación algorítmica y la dependencia tecnológica de empresas globales. Esto fue evidente en Ecuador 2025, donde la lógica algorítmica de X priorizó mensajes con alta carga emocional y polarizante, intensificando la confrontación política.

Así, las elecciones de 2025 constituyen un caso idóneo para el análisis académico, al mostrar cómo los movimientos políticos trasladaron gran parte de la disputa

electoral al terreno digital. El examen sistemático de sus publicaciones permite identificar no solo las diferencias discursivas y de interacción, sino también las estrategias tecnológicas asociadas a la visibilidad digital, confirmando que en contextos latinoamericanos la arena digital ya no es un complemento, sino un pilar central de la comunicación política y electoral.

### ***Desafíos Metodológicos y Tecnológicos***

El análisis de plataformas como X presenta oportunidades inéditas para la investigación, pero también desafíos. La masividad de los datos exige protocolos sólidos de recolección y filtrado, mientras que los cambios en las políticas de acceso y las restricciones de las plataformas dificultan el trabajo científico (Bruns, 2019; Tufekci, 2014; Boyd y Crawford, 2012). A esto se suman dinámicas de automatización que alteran la conversación pública mediante la acción de bots y campañas de propaganda computacional (Woolley y Howard, 2018; Ferrara, 2017).

En este contexto, la incorporación de herramientas de inteligencia artificial (IA) y procesamiento de lenguaje natural ha abierto un horizonte metodológico prometedor. Modelos como BERT, RoBERTa, T5 y BERTopic permiten analizar sentimientos, tópicos y niveles de polarización en volúmenes masivos de datos con alta precisión (Devlin et al., 2018; Stieglitz et al., 2018; Grimmer y Stewart, 2013). Sin embargo, su uso requiere una reflexión crítica: Boyd y Crawford (2012) y Marques y Mont'Alverne (2021) advierten que estas tecnologías pueden reproducir sesgos culturales y políticos, reforzando relaciones de poder en lugar de democratizar la esfera pública.

Por ello, resulta indispensable diseñar metodologías claras de recolección de datos, aplicar modelos de IA para identificar patrones de sentimiento y polarización, cuantificar niveles de interacción digital y, finalmente, establecer comparaciones entre las estrategias comunicacionales de los actores políticos. Estas tareas, articuladas de forma sistemática, permiten no solo describir fenómenos, sino también comprender el impacto comunicacional real de las campañas en redes sociales.

### ***Consideraciones Éticas y Compromiso Democrático***

El estudio de la comunicación política digital exige también un compromiso ético y normativo. Como señalaron Pressman y Wildavsky (1973), los marcos regulatorios carecen de efectividad si no se acompañan de mecanismos de implementación y rendición de cuentas. En el ámbito digital, esto se traduce en la necesidad de regulaciones claras sobre privacidad, desinformación y uso de datos, así como en la responsabilidad de los investigadores de aplicar protocolos de anonimización y protección de usuarios.

Organismos internacionales han avanzado en esta dirección. La UNESCO (2021) y la European Commission (2019) proponen lineamientos para el uso responsable de la inteligencia artificial, enfatizando principios de transparencia, imparcialidad y justicia algorítmica. De forma complementaria, la OMS (2014, 2021) y CLACSO (2019) subrayan la importancia de políticas intersectoriales y éticas que reconozcan los riesgos sociales de la digitalización sin perder de vista su potencial transformador.

Finalmente, siguiendo la pedagogía crítica de Freire (1970), se enfatiza que la verdadera democratización de

la comunicación política digital requiere alfabetización mediática y digital. Una ciudadanía formada críticamente puede cuestionar narrativas hegemónicas, identificar intentos de manipulación y exigir mayor transparencia en los procesos políticos. Sin este componente educativo, el espacio digital corre el riesgo de convertirse en un terreno donde la polarización y la desigualdad se intensifican, en lugar de constituirse como un ámbito de deliberación plural y emancipador.

### ***Propósito de la Investigación***

En este marco, la presente investigación busca ofrecer una comprensión integral del impacto comunicacional de las noticias políticas en la red social X durante la campaña presidencial ecuatoriana de 2025, focalizándose en los movimientos ADN y RC5. A partir de la recolección sistemática de datos, el análisis de sentimiento y polarización mediante IA, y la comparación de las dinámicas de interacción digital, se pretende aportar al conocimiento académico y a la discusión pública sobre el papel de las redes sociales en los procesos democráticos contemporáneos.

### ***Metodología***

La presente investigación se enmarca en un enfoque cuantitativo, con un diseño no experimental, transversal y de tipo correlacional-comparativo. Este diseño resulta pertinente porque permite observar los fenómenos comunicacionales en entornos digitales tal como ocurren, sin manipulación de variables, y posibilita establecer relaciones entre los patrones discursivos y las dinámicas de interacción política. Como señalan Hernández-

Sampieri, Fernández-Collado y Baptista-Lucio (2014), este tipo de diseño es apropiado cuando se busca identificar correlaciones y comparaciones a partir de datos reales generados en campo digital.

El carácter transversal del estudio permitió recopilar y analizar datos en un periodo definido, lo que brinda una fotografía detallada del comportamiento comunicacional durante la campaña electoral, mientras que la dimensión correlacional-comparativa posibilitó establecer diferencias entre dos polos políticos opuestos —ADN y RC5— en torno a su interacción digital, sus estrategias discursivas y el uso de recursos tecnológicos. Este tipo de aproximación ha sido recomendada en estudios previos sobre campañas electorales digitales en América Latina, donde el interés no solo radica en medir volúmenes de actividad, sino en identificar patrones comparativos de narrativa, emocionalidad y polarización (Quevedo y Suárez, 2019; Arguete, 2017).

El propósito central de la investigación fue analizar el impacto comunicacional de las noticias políticas difundidas en la red social X —antes Twitter— durante la campaña presidencial ecuatoriana de 2025, con especial énfasis en los movimientos políticos ADN y RC5. Se buscó comparar sus dinámicas de interacción, polarización y estrategias de comunicación digital, atendiendo tanto a la dimensión discursiva como a las métricas de *engagement*.

El periodo de análisis correspondió al calendario oficial de la campaña presidencial, comprendido entre el 9 de febrero y el 13 de abril de 2025, lo que incluyó tanto la primera como la segunda vuelta electoral. Esta delimitación temporal permitió observar con detalle las etapas críticas del

proceso político, tales como la presentación de candidaturas, los debates televisados, los momentos de crisis coyuntural y el cierre de campaña. Como advierten Jungherr (2016) y Stier et al. (2018), la dinámica de interacción en redes sociales durante campañas electorales suele estar marcada por picos coyunturales, que deben analizarse en contexto para comprender la lógica de viralización y confrontación discursiva.

Asimismo, se tomó en cuenta que los estudios en redes sociales enfrentan desafíos metodológicos específicos, como la representatividad de la muestra digital, las limitaciones de acceso a datos por las políticas de las plataformas y los sesgos algorítmicos que influyen en la visibilidad de los mensajes (Bruns, 2019; Tufekci, 2014). En este sentido, el diseño de la investigación incluyó mecanismos de control metodológico, como el establecimiento de criterios claros de inclusión de publicaciones y la aplicación de técnicas de validación cruzada de los datos recolectados.

De esta manera, la metodología adoptada buscó no solo medir diferencias cuantitativas en las publicaciones e interacciones de ADN y RC5, sino también comprender cómo las dinámicas tecnológicas, discursivas y emocionales convergen en la configuración de estrategias comunicacionales digitales.

### ***Recolección y Muestra***

La población de estudio estuvo conformada por todas las publicaciones en la red social X relacionadas con las campañas presidenciales de los movimientos políticos ADN y RC5 durante el proceso electoral ecuatoriano de 2025.

Debido a la naturaleza abierta, dinámica y cambiante de los flujos de información en plataformas digitales, se optó por una muestra no probabilística por criterios, integrada por aproximadamente 10.000 tuits. Este número fue considerado adecuado para garantizar tanto la robustez analítica como el equilibrio comparativo entre los actores políticos, en línea con investigaciones previas que han trabajado con corpus similares en contextos electorales (Stieglitz et al., 2018; Bruns y Stieglitz, 2013).

La muestra se distribuyó de forma equitativa entre ambos movimientos políticos, lo que permitió no solo comparar el volumen de publicaciones, sino también asegurar la diversidad temática y temporal de los mensajes. Para la conformación del corpus se establecieron los siguientes criterios de inclusión:

- Idioma: únicamente publicaciones en español, con el fin de evitar sesgos lingüísticos y garantizar coherencia en los procesos de análisis automatizado.
- Relevancia temática: mensajes que incluyeran hashtags, palabras clave o menciones vinculadas de manera explícita a ADN y RC5, siguiendo protocolos utilizados en estudios de minería de datos en campañas electorales (Jungherr, 2016; González-Bailón y Paltoglou, 2015).
- Nivel de interacción: se priorizaron publicaciones con indicadores de *engagement* significativos -retuits, respuestas, menciones y «me gusta»-, que constituyen señales de circulación e impacto en la esfera digital.

- Tipo de usuario: se incluyeron mensajes de cuentas oficiales de campaña, medios de comunicación nacionales y locales, así como de usuarios altamente activos en el debate político digital, lo cual permitió capturar tanto la comunicación institucional como la participación ciudadana.

Adicionalmente, se aplicó un criterio de representatividad temporal, garantizando que los tuits analizados cubrieran de manera equilibrada tanto la primera vuelta electoral –9 de febrero de 2025– como la segunda vuelta –13 de abril de 2025–. Esta decisión metodológica buscó evitar sesgos derivados de la concentración de mensajes en un único momento crítico de la campaña, como advierten Waisbord (2018) y Aruguete y Calvo (2021), quienes subrayan que la dinámica digital se intensifica en momentos de crisis y eventos de alto impacto mediático.

La recolección de datos se llevó a cabo mediante procedimientos automatizados, utilizando la API oficial de X, el lenguaje de programación Python y la librería Tweepy, herramientas que han demostrado eficacia en el acceso y gestión de grandes volúmenes de datos sociales (Driscoll y Walker, 2014). Se diseñó un repositorio propio de palabras clave y hashtags asociados a ADN y RC5, se aplicaron filtros por idioma y se recolectaron metadatos como:

- Fecha y hora de publicación.
- Autor y tipo de cuenta.
- Número de retuits, “me gusta”, respuestas y menciones.
- Enlaces a publicaciones relacionadas.

Los datos fueron organizados en estructuras tipo *DataFrame* mediante la librería *pandas*, lo que permitió su sistematización, limpieza y preprocesamiento posterior. Este procedimiento aseguró la trazabilidad de los datos y la replicabilidad de la investigación, siguiendo estándares de buenas prácticas en ciencia de datos aplicados a la comunicación política (Boyd y Crawford, 2012; González-Bailón, 2017).

En suma, la estrategia metodológica de recolección y muestreo buscó minimizar sesgos de representatividad, asegurar comparabilidad entre actores políticos y proveer un corpus robusto que permitiera evaluar de manera integral las diferencias en las estrategias comunicacionales desplegadas por ADN y RC5 en el entorno digital.

### ***Procesamiento y Análisis***

El corpus textual se sometió a un proceso exhaustivo de limpieza, normalización y preprocesamiento, siguiendo estándares metodológicos en procesamiento de lenguaje natural (PLN) y analítica de redes sociales. Como destacan Grimmer y Stewart (2013), la calidad del preprocesamiento constituye un paso crítico para asegurar validez en los análisis computacionales de textos políticos.

Las operaciones implementadas incluyeron:

- Eliminación de tuits duplicados y redundantes, reduciendo el sesgo que podrían generar mensajes replicados artificialmente o por campañas coordinadas.
- Supresión de enlaces irrelevantes, spam y caracteres especiales, con el fin de depurar ruido digital y garantizar un corpus legible.

- Conversión del texto a minúsculas, lo que permite uniformizar tokens y evitar ambigüedades en el reconocimiento automático.
- Tokenización de palabras y frases, mediante la librería *nltk*, lo que facilitó segmentar el texto en unidades básicas de análisis.
- Eliminación de palabras vacías –*stopwords*– en español, evitando que elementos de alta frecuencia, pero bajo valor semántico distorsionaran los resultados.
- Filtrado de publicaciones en otros idiomas, mediante detección automática, garantizando homogeneidad lingüística en el corpus analizado (Blei et al., 2003; Boyd y Crawford, 2012).

Estas operaciones se realizaron con librerías de Python como *pandas*, *nltk* y *re*, garantizando un corpus homogéneo, limpio y de calidad analítica.

### ***Dimensiones de Análisis***

Las variables se organizaron en tres dimensiones centrales:

#### **1. Discurso Político**

- Clasificación de sentimiento -positivo, negativo, neutral- mediante modelos BERT y RoBERTa, entrenados en corpus hispanos, lo que aseguró precisión contextual (Devlin et al., 2018; Liu, 2012).

- Análisis de tono emocional e intensidad del lenguaje a través de *embeddings* semánticos, permitiendo mapear narrativas más allá de la polaridad.
- Identificación de tópicos dominantes con *Latent Dirichlet Allocation [LDA]* y BERTopic, técnicas ampliamente utilizadas en estudios electorales (Blei et al., 2003; Stieglitz et al., 2018).

## 2. Interacción Digital

- Cuantificación de métricas de engagement -retuits, «me gusta», respuestas y menciones-.
- Análisis de la distribución temporal de la actividad, lo que permitió observar picos coyunturales asociados a debates, denuncias o anuncios programáticos (Jungherr, 2016).

## 3. Polarización y Automatización

- Evaluación de toxicidad y agresividad discursiva mediante Perspective API de Google, ya utilizada en estudios previos sobre incivildad política en redes (Theocharis et al., 2016).
- Identificación de cuentas automatizadas – *bots*- a través del análisis de patrones de actividad repetitiva, frecuencia de publicación y similitud textual. Este procedimiento se fundamenta en investigaciones de Ferrara (2017) y Woolley y Howard (2018) sobre propaganda computacional.

### ***Estrategias Comunicacionales***

En este estudio, las estrategias comunicacionales fueron operacionalizadas en tres ejes analíticos:

- Discursivas: narrativas empleadas, tono emocional y apelaciones políticas.
- De interacción digital: niveles y sostenibilidad del *engagement* generado en la audiencia.
- Tecnológicas: grado de automatización y coordinación en la difusión de mensajes.

Este esquema analítico permitió articular la dimensión simbólica del discurso con la lógica algorítmica que regula la circulación de mensajes en plataformas digitales.

### ***Etapas de Análisis***

El procedimiento se estructuró en tres fases interrelacionadas:

1. Análisis textual computacional: clasificación de sentimientos, detección de polarización y mapeo de tópicos narrativos.
2. Análisis de interacción digital: comparación de métricas de participación entre ADN y RC5 y evaluación de su evolución temporal.
3. Análisis de automatización: detección de patrones sospechosos de actividad coordinada y uso de *bots*, atendiendo a la creciente preocupación por la manipulación digital en procesos electorales (Bradshaw et al., 2021).

### ***Validación, Confiabilidad y Ética***

Para garantizar la validez y confiabilidad del estudio se implementaron varias estrategias:

- Triangulación técnica: comparación de resultados entre distintos modelos de PLN (BERT, T5), siguiendo recomendaciones de Creswell (2014) para robustecer diseños mixtos.
- Validación manual: revisión de una muestra aleatoria de tuits mediante doble lectura ciega.
- Contraste externo: verificación cruzada con encuestas y reportes electorales disponibles, lo que permitió contextualizar los hallazgos digitales.

En cuanto a los criterios éticos, se trabajó únicamente con datos públicos accesibles vía API de X, respetando las normativas de privacidad de la plataforma. No se recopiló información privada ni se interactuó con usuarios, lo que asegura cumplimiento de principios de ética digital (UNESCO, 2021; European Commission, 2019).

## **Resultados**

El análisis de los 10.000 tuits recopilados entre el 9 de febrero y el 13 de abril de 2025 permitió identificar diferencias sustantivas en las dinámicas comunicacionales de los movimientos políticos ADN y RC5, no solo en términos de volumen de mensajes, sino también en la naturaleza del discurso, la interacción digital generada, los tópicos dominantes y el uso de recursos tecnológicos como la automatización.

### ***Volumen y Frecuencia de Publicaciones***

ADN emitió 5.324 tuits, frente a 4.676 de RC5. Si bien la diferencia en volumen no es abismal, sí refleja

una estrategia de presencia constante en la red social «X». ADN optó por un flujo regular de mensajes que le permitió sostener su visibilidad en la agenda digital, mientras que RC5, con menor volumen, concentró su producción en momentos específicos de mayor coyuntura política. Esta divergencia sugiere una diferencia en las lógicas de campaña: una orientada a la constancia programática y otra más dependiente de la confrontación mediática.

### **Sentimiento y Tono Discursivo**

El análisis de sentimiento arrojó resultados contrastantes –Tabla 1–. ADN se caracterizó por un predominio de mensajes positivos –42,6 %–, seguidos de 31,3 % negativos y 26,1 % neutrales. Esto confirma una estrategia discursiva propositiva, en la que la comunicación estuvo asociada a logros, propuestas de gobierno y mensajes de unidad nacional.

RC5, en cambio, mostró un discurso marcadamente negativo: 49,7 % de sus mensajes tuvieron carga crítica, 28,4 % fueron positivos y 21,9 % neutrales. La estrategia se centró en la denuncia y la confrontación, enfatizando fallas del adversario y movilizándolo desde la indignación más que desde la propuesta.

### **Tabla 1**

*Distribución porcentual del sentimiento en tuits relacionados con ADN y RC5*

Sentimiento	ADN (%)	RC5 (%)
Positivo	42,6	28,4
Negativo	31,3	49,7
Neutral	26,1	21,9

*Nota:* Elaboración propia a partir del análisis con modelos BERT y RoBERTa.

Estos resultados reflejan no solo diferencias de estilo, sino también de objetivos estratégicos: ADN buscó consolidar legitimidad institucional, mientras que RC5 buscó erosionar la imagen del adversario.

**Interacción Digital y Engagement**

En promedio, ADN alcanzó 214 interacciones por tuit, mientras que RC5 obtuvo 161. ADN superó a RC5 en todas las métricas: retuits, likes, respuestas y menciones –Tabla 2–. Esto sugiere que la narrativa positiva y propositiva de ADN tuvo un efecto más estable en la generación de conversación digital, mientras que RC5 dependió de coyunturas puntuales para activar su base.

**Tabla 2**

*Promedio de interacciones digitales por tuit para ADN y RC5*

Métrica	ADN	RC5
Retuits	98	72
Likes	84	61
Respuestas	20	17
Menciones	12	11
Total promedio interacciones	<b>214</b>	<b>161</b>

*Nota:* Elaboración propia a partir de los metadatos recopilados vía API de X.

Lo relevante aquí es que el engagement digital no debe confundirse con participación ciudadana real, tal como advierte Lector 1. En efecto, la interacción en X refleja reacciones inmediatas a contenidos, pero no garantiza una conversión en acción política fuera del entorno digital.

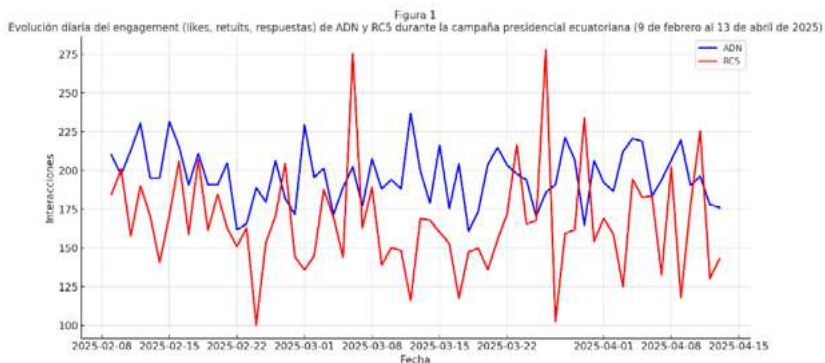
### ***Evolución Temporal del Engagement***

La Figura 1 muestra que ADN mantuvo un patrón estable y planificado, con picos coincidentes con hitos de campaña como presentaciones programáticas o giras territoriales. RC5, en cambio, mostró una curva más volátil, con picos abruptos durante debates y denuncias mediáticas.

Esto confirma que ADN siguió una lógica de acumulación constante de visibilidad, mientras que RC5 dependió de la lógica de la viralización reactiva. Esta diferencia estratégica puede incidir en la construcción de imagen política: mientras la constancia genera familiaridad y confianza, los picos de confrontación tienden a reforzar la polarización, pero no garantizan sostenibilidad.

#### **Figura 1**

*Evolución diaria del engagement (likes, retuits, respuestas) de ADN y RC5 durante la campaña presidencial ecuatoriana (9 de febrero al 13 de abril de 2025).*



**Nota:** Elaboración propia con matplotlib y seaborn a partir de datos extraídos vía API de X.

### ***Tópicos Dominantes en la Narrativa Digital***

El análisis temático mediante LDA y BERTopic reveló que ADN estructuró su comunicación en torno a seguridad, economía, empleo, unidad nacional y estabilidad. En cambio, RC5 articuló su discurso en torno a corrupción, crisis económica, protesta y justicias sociales (Tabla 3).

**Tabla 3**

*Tópicos dominantes en el discurso digital de ADN y RC5*

Movimiento	Principales tópicos detectados
ADN	Seguridad, economía, empleo, unidad nacional, estabilidad
RC5	Corrupción, crisis económica, protesta social, justicia social

*Nota:* Resultados obtenidos mediante análisis LDA y BERTopic sobre el corpus textual.

Estos hallazgos confirman que ADN apostó por un discurso institucional y orientado a la gestión, mientras que RC5 se ubicó en una lógica de oposición y crítica estructural.

### ***Polarización y Toxicidad***

La Perspective API detectó que el 18,2 % de los tuits de RC5 contenían altos niveles de agresividad, frente al 9,7 % en ADN. Este hallazgo confirma que RC5 operó en un ecosistema discursivo más polarizado, lo cual moviliza a bases propias, pero puede alejar a electores indecisos.

### ***Automatización y Bots***

El análisis de actividad automatizada mostró una mayor proporción de bots en torno a RC5 –12,4 %– que

en ADN -7,1 %- . Esto indica que la oposición recurrió más a mecanismos de amplificación digital no orgánica, posiblemente para compensar diferencias de alcance o visibilidad. Aunque los porcentajes no alcanzan niveles de manipulación masiva, evidencian un patrón táctico de refuerzo artificial de ciertos mensajes clave, especialmente relacionados con denuncias y llamados a protesta.

### **Conclusiones**

El análisis realizado permitió constatar que la investigación alcanzó los propósitos planteados, al ofrecer una comprensión integral de las estrategias comunicacionales digitales desplegadas por los movimientos ADN y RC5 durante la campaña presidencial ecuatoriana de 2025. El examen de 10.000 publicaciones en X -antes Twitter-, mediante modelos de inteligencia artificial y técnicas de procesamiento de lenguaje natural [PLN], evidenció que las dinámicas digitales no son homogéneas ni casuales, sino el resultado de estrategias diferenciadas en el plano discursivo, interactivo y tecnológico.

En términos comparativos, los hallazgos muestran que ADN apostó por un discurso positivo y propositivo, caracterizado por narrativas de gestión, estabilidad y propuestas programáticas, acompañado de un uso planificado y constante de la plataforma digital. Esta estrategia le permitió mantener un nivel de interacción más estable y homogéneo a lo largo de la campaña. Por su parte, RC5 se inclinó hacia un estilo confrontativo, con un predominio de mensajes negativos, mayor polarización discursiva y un recurso más frecuente a la automatización

mediante *bots* para amplificar mensajes coyunturales. Este contraste revela que la comunicación política digital no solo depende del volumen de publicaciones, sino de la manera en que las narrativas son diseñadas, circuladas y sostenidas en el tiempo.

El estudio también confirma que el impacto comunicacional en redes sociales está condicionado tanto por el tono del discurso como por el uso estratégico de herramientas tecnológicas. Mientras ADN consolidó un marco narrativo que buscaba proyectar estabilidad y confianza, RC5 se apoyó en la lógica de la confrontación y la viralización episódica. De este modo, los resultados ratifican que la capacidad de sostener interacciones digitales constantes puede resultar más decisiva que la generación de picos coyunturales de visibilidad.

Desde un plano metodológico, la investigación demostró la pertinencia de aplicar modelos de inteligencia artificial –BERT, RoBERTa, T5– al análisis de campañas políticas. Estas herramientas hicieron posible procesar grandes volúmenes de datos con precisión y sistematicidad, permitiendo identificar sentimientos, tópicos dominantes y niveles de polarización con un nivel de detalle difícil de alcanzar mediante técnicas manuales. Este aporte metodológico constituye una contribución significativa al campo de la comunicación política digital en América Latina, al mostrar que la analítica automatizada puede convivir con una lectura crítica sustentada en marcos teóricos sólidos.

Un aporte adicional del estudio radica en subrayar la diferencia entre interacción digital y participación ciudadana efectiva. Si bien la alta actividad registrada en X permitió

identificar momentos de gran visibilidad política, estos no necesariamente reflejaron un compromiso político real fuera de la plataforma. En este sentido, los resultados deben entenderse como evidencia de dinámicas de visibilidad y viralización mediada por algoritmos, más que como indicadores directos de movilización social o incidencia política concreta.

Asimismo, se reconocen limitaciones que invitan a futuras investigaciones. El análisis se circunscribió exclusivamente a una plataforma digital y no abordó la recepción subjetiva de los mensajes por parte de la ciudadanía. Por ello, se sugiere complementar este tipo de estudios con encuestas, entrevistas y grupos focales, así como ampliar el espectro hacia otras redes de gran penetración en América Latina como Facebook, TikTok o Instagram, donde los patrones de interacción pueden diferir sustancialmente.

En términos prácticos, los hallazgos ofrecen insumos relevantes tanto para la academia como para actores políticos, periodistas y ciudadanía. La investigación contribuye a entender que las campañas electorales en entornos digitales ya no se reducen a una disputa de mensajes, sino que implican la articulación de estrategias narrativas, interactivas y tecnológicas que configuran de manera decisiva la agenda pública.

Finalmente, el estudio invita a una reflexión ética y democrática sobre el papel de la tecnología en los procesos políticos contemporáneos. La creciente automatización de las campañas plantea riesgos relacionados con la manipulación digital, la opacidad algorítmica y la

vulnerabilidad frente a la desinformación. En consecuencia, resulta necesario avanzar hacia un ecosistema digital más transparente, inclusivo y responsable, en el que las tecnologías de inteligencia artificial se utilicen para fortalecer —y no debilitar— la deliberación democrática.

## Referencias

- Aruguete, N. (2017). Agenda building, framing and political polarization on Twitter: The case of Argentina. *Palabra Clave*, 20(3), 784–812. <https://doi.org/10.5294/pacla.2017.20.3.7>
- Aruguete, N. y Calvo, E. (2021). *Fake news, trolls y otros encantos: Cómo funcionan (para bien y para mal) las redes sociales*. Siglo XXI Editores.
- Bakshy, E., Messing, S. y Adamic, L. A. (2015). Exposure to ideologically diverse news and opinion on Facebook. *Science*, 348(6239), 1130–1132. <https://doi.org/10.1126/science.aaa1160>
- Barberá, P. (2020). Social media, echo chambers, and political polarization. En N. Persily y J. Tucker (Eds.), *Social media and democracy: The state of the field, prospects for reform*, (pp. 34–55). Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/9781108890960>
- Bennett, W. L. y Segerberg, A. (2013). *The logic of connective action: Digital media and the personalization of contentious politics*. Cambridge University Press.
- Blei, D. M., Ng, A. Y. y Jordan, M. I. (2003). Latent Dirichlet Allocation. *Journal of Machine Learning Research*, 3, 993–1022.
- Boyd, D. y Crawford, K. (2012). Critical questions for big data. *Information, Communication & Society*, 15(5), 662–679. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2012.678878>
- Bradshaw, S., Bailey, H. y Howard, P. N. (2021). *Industrialized disinformation: 2020 global inventory of organized social media manipulation*. Computational Propaganda Project, University of Oxford.

- Bruns, A. (2019). After the “APIcalypse”: Social media platforms and their fight against critical scholarly research. *Information, Communication & Society*, 22(11), 1544–1566. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2019.1637447>
- Bruns, A. y Highfield, T. (2016). Is Habermas on Twitter? Social media and the public sphere. En K. Weller, A. Bruns, J. Burgess, M. Mahrt y C. Puschmann (Eds.), *Twitter and society*, (pp. 65–78). Peter Lang.
- Calvo, E. (2019). *Anatomía política de Twitter en Argentina*. Siglo XXI Editores.
- Chadwick, A. (2017). *The hybrid media system: Politics and power* (2nd Ed.). Oxford University Press.
- Creswell, J. W. (2014). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (4ta. Ed.). SAGE.
- Devlin, J., Chang, M. W., Lee, K. y Toutanova, K. (2018). BERT: Pre-training of deep bidirectional transformers for language understanding. *arXiv preprint arXiv:1810.04805*. <https://arxiv.org/abs/1810.04805>
- Dolowitz, D. P. y Marsh, D. (2000). Learning from abroad: The role of policy transfer in contemporary policy-making. *Governance*, 13(1), 5–24. <https://doi.org/10.1111/0952-1895.00121>
- European Commission, High-Level Expert Group on Artificial Intelligence. (2019). *Ethics guidelines for trustworthy AI*. <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/library/ethics-guidelines-trustworthy-ai>
- Ferrara, E. (2017). Disinformation and social bot operations in the run up to the 2017 French presidential election. *First Monday*, 22(8). <https://doi.org/10.5210/fm.v22i8.8005>

- Freire, P. (1970). *Pedagogy of the oppressed*. Herder and Herder.
- Giddens, A. (1984). *The constitution of society: Outline of the theory of structuration*. University of California Press.
- Gorwa, R., Binns, R. y Katzenbach, C. (2020). Algorithmic content moderation: Technical and political challenges in the automation of platform governance. *Big Data & Society*, 7(1), 1–15. <https://doi.org/10.1177/2053951720923966>
- Grimmer, J. y Stewart, B. M. (2013). Text as data: The promise and pitfalls of automatic content analysis methods for political texts. *Political Analysis*, 21(3), 267–297. <https://doi.org/10.1093/pan/mps028>
- Hernández-Sampieri, R., Fernández-Collado, C. y Baptista-Lucio, P. (2014). *Metodología de la investigación* (6ta Ed.). McGraw-Hill.
- Howard, P. N., Woolley, S. y Calo, R. (2018). Algorithms, bots, and political communication in the US 2016 election. *Political Communication*, 35(2), 240–259. <https://doi.org/10.1080/10584609.2018.1446046>
- Jungherr, A. (2016). Twitter use in election campaigns: A systematic literature review. *Journal of Information Technology & Politics*, 13(1), 72–91. <https://doi.org/10.1080/19331681.2015.1132401>
- Liu, B. (2012). *Sentiment analysis and opinion mining*. Morgan & Claypool Publishers.
- Marques, F. P. J. A. y Mont'Alverne, C. (2021). Artificial intelligence, journalism, and politics: New boundaries of political communication. *Journalism and Media*, 2(1), 1–14. <https://doi.org/10.3390/journalmedia2010001>

- Moura, D. y Michel, C. (2021). WhatsApp and the 2018 Brazilian election: Disinformation as a campaign strategy. *Journal of Latin American Communication Research*, 11(1), 7-29.
- Newman, N., Fletcher, R., Robertson, C. T., Eddy, K. y Nielsen, R. K. (2023). *Reuters Institute Digital News Report 2023*. Reuters Institute, University of Oxford. <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk>
- Papacharissi, Z. (2015). *Affective publics: Sentiment, technology, and politics*. Oxford University Press.
- Pariser, E. (2011). *The filter bubble: What the Internet is hiding from you*. Penguin Press.
- Pressman, J. L. y Wildavsky, A. (1973). *Implementation: How great expectations in Washington are dashed in Oakland*. University of California Press.
- Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD). (2022). *Human Development Report 2021/22: Uncertain times, unsettled lives*. UNDP. <https://hdr.undp.org>
- Quevedo, M. y Suárez, A. (2019). Liderazgos digitales y campañas políticas en México: el caso de AMLO en 2018. *Comunicación y Sociedad*, 36, 1-27. <https://doi.org/10.32870/cys.v0i36.7224>
- Resende, G., Melo, P., Sousa, H., Messias, J., Vasconcelos, M., Almeida, J. y Benevenuto, F. (2019). Analyzing textual (mis)information shared in WhatsApp groups. *Proceedings of the 10th ACM Conference on Web Science*, (pp. 225-234). <https://doi.org/10.1145/3292522.3326029>
- Sen, A. (1999). *Development as freedom*. Oxford University Press.

- Shu, K., Sliva, A., Wang, S., Tang, J. y Liu, H. (2017). Fake news detection on social media: A data mining perspective. *ACM SIGKDD Explorations Newsletter*, 19(1), 22–36. <https://doi.org/10.1145/3137597.3137600>
- Stieglitz, S., Mirbabaie, M., Ross, B. y Neuberger, C. (2018). Social media analytics – Challenges in topic discovery, data collection, and data preparation. *International Journal of Information Management*, 39, 156–168. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2017.12.002>
- Sunstein, C. R. (2018). *#Republic: Divided democracy in the age of social media*. Princeton University Press.
- Theocharis, Y., Barberá, P., Fazekas, Z., Popa, S. A. y Parnet, O. (2016). A bad workman blames his tweets: The consequences of citizens' uncivil Twitter use. *Journal of Communication*, 66(6), 1007–1031. <https://doi.org/10.1111/jcom.12259>
- Thompson, J. B. (2022). *Media and communication in the digital age*. Polity Press.
- Tufekci, Z. (2014). Big questions for social media big data: Representativeness, validity and other methodological pitfalls. *Proceedings of the Eighth International AAAI Conference on Weblogs and Social Media*, 8(1), 505–514. <https://doi.org/10.1609/icwsm.v8i1.14517>
- UNESCO. (2021). *Recomendación sobre la ética de la inteligencia artificial*. Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura. <https://unesdoc.unesco.org>
- Vaccari, C. y Valeriani, A. (2021). *Outside the bubble: Social media and political participation in Western democracies*. Oxford University Press.

Waisbord, S. (2018). The elective affinity between post-truth communication and populist politics. *Communication Research and Practice*, 4(1), 17-34. <https://doi.org/10.1080/22041451.2018.1428928>

Woolley, S. C. y Howard, P. N. (2018). *Computational propaganda: Political parties, politicians, and political manipulation on social media*. Oxford University Press.

## **Transformación de la Comunicación Universitaria Durante la Pandemia de la COVID-19: Caso de Estudio Universidad Nacional de Chimborazo [Unach]**

### ***Transformation of University Communication during the COVID-19 Pandemic: a Case Study at Universidad Nacional de Chimborazo [Unach]***

**Roger Ricardo Imbaquingo-Choro<sup>1</sup>**

Egresado

Universidad Nacional de Chimborazo

[roger.imbaquingo@unach.edu.ec](mailto:roger.imbaquingo@unach.edu.ec)

**Jenny Maribel Zavala-Enriquez<sup>2</sup>**

Docente

Universidad Nacional de Chimborazo

[jenny.zavala@unach.edu.ec](mailto:jenny.zavala@unach.edu.ec)

219

### **Resumen**

La investigación muestra un análisis realizado sobre las estrategias de comunicación aplicadas por la Universidad Nacional de Chimborazo [Unach] durante la pandemia por la COVID-19, específicamente en el periodo comprendido

---

1 Egresado de la Licenciatura en Comunicación de la Universidad Nacional de Chimborazo. Colaborador en eventos y programas organizados por la Carrera de Comunicación como maestro de ceremonias, comentarista y presentador. Investigador del Semillero de Comunicación Digital. Coautor del libro "Redes Sociales: Transformando la Comunicación Digital". Ponente en diversos congresos académicos. ORCID: <https://orcid.org/0009-0006-6793-9313>

2 Docente investigadora con 14 años de experiencia en temas de: periodismo, comunicación estratégica y relaciones públicas. Máster en Comunicación e Identidad Corporativa por la Universidad Internacional de La Rioja y Licenciada en Comunicación por la Universidad Central del Ecuador. Autora de libro y diversos artículos científicos. Conferencista y ponente en varios encuentros académicos. ORCID: <https://orcid.org/0009-0007-1061-6836>

entre 2020 y 2022. Para ello, se empleó una metodología mixta con un enfoque descriptivo, basada en la ejecución de encuestas, entrevistas y análisis de contenido. Los resultados evidencian que los usos de las herramientas Zoom y correo electrónico institucional incrementaron debido a la implementación de la campaña «Unach se mueve a tu casa», además de que el 87% de la comunidad universitaria consideró como efectivas las estrategias incluidas dentro de esta. También, en la parte digital, Facebook fue la red social más utilizada por la Unach para informar a la comunidad universitaria sobre trámites académicos, aunque existieron desafíos con respecto a la brecha digital. Se concluyó que la Unach adaptó su modelo de comunicación digital basado en el Plan de Contingencia Institucional, lo que permitió a la Institución mantener la continuidad académica y enfrentar la crisis sanitaria, mediante el uso de canales informativos como chats de mensajería instantánea y la página web institucional.

*Palabras clave:* comunicación institucional, COVID-19, Universidad Nacional de Chimborazo [Unach], estrategias comunicacionales.

### **Abstract**

The research presents an analysis of the communication strategies carried out by Universidad Nacional de Chimborazo [Unach] during the COVID-19 pandemic, specifically between 2020 and 2022. A mixed methodology with a descriptive approach was used, based on surveys, interviews, and content analysis. The results show that the use of Zoom and institutional email increased as a result of the Universidad Nacional de Chimborazo «Unach se

*mueve a tu casa*» campaign, and that 87% of the university community considered the strategies implemented within it to be effective. Digitally, Facebook was the social network most used by Universidad Nacional de Chimborazo [Unach] to inform the university community about academic procedures, although the challenges related to the digital divide were encountered. It was concluded that Universidad Nacional de Chimborazo [Unach] adapted its digital communication model based on the Institutional Contingency Plan, which allowed the institution to maintain academic continuity and address the health crisis, through information channels such as instant messaging chats and the institutional website.

*Keywords:* institutional communication, COVID-19, Universidad Nacional de Chimborazo [Unach], communication strategies.

## **Introducción**

La llegada de la pandemia por la COVID-19 obligó a todos los sectores de la sociedad a adaptarse a una nueva realidad basada en el uso de la conectividad como principal recurso para la continuación del trabajo. Esto debido a que la enfermedad mostró un alto grado de peligrosidad a causa de su volátil contagio, lo que provocó el confinamiento de las personas. Entonces, las herramientas de interacción telemática emergieron para continuar con las labores diarias, evitando detenerse ante la prohibición de la salida de los hogares. Uno de los sectores que se adaptó al nuevo contexto digital fue el educativo, tanto a nivel básico como superior, debido a que las clases para los estudiantes no podían frenarse.

En educación superior, fue necesaria la aplicación de estrategias comunicacionales adaptadas a la nueva realidad para propiciar el contacto entre las universidades y sus estudiantes, así como entre autoridades y profesores. Es aquí donde los departamentos o coordinaciones de comunicación de cada institución jugaron un papel desafiante para transformar las estrategias comunicacionales, tomando en cuenta a suplementos digitales como redes sociales, chats de mensajería instantánea, plataformas virtuales y canales de atención en línea.

En aquel sentido, se vuelve necesario conocer y analizar las nuevas estrategias de comunicación institucional y corporativa de las universidades, para conocer la forma en que actuaron y mantuvieron abiertas las líneas de comunicación con sus estudiantes y personales, tanto docente como administrativo. Con respecto a la época de la COVID-19, aquel periodo estuvo marcado por las clases virtuales, los trámites a través de correo electrónico y la administración de tareas académicas con ayuda de soportes de aulas virtuales (Ramírez-Ramírez, 2021).

Por ello, la presente investigación indaga el caso de las estrategias comunicacionales aplicadas por la Unach durante la pandemia por la COVID-19. La pregunta a la que el estudio pretende generar una respuesta es: ¿Cuáles fueron las estrategias de comunicación institucional que aplicó la Unach durante la pandemia y qué tan efectivas fueron según la percepción de su comunidad universitaria? El objetivo del estudio es identificar y analizar las estrategias de comunicación aplicadas por la Unach durante la COVID-19.

## **Marco Teórico y Conceptual**

### ***Definición de la Comunicación Corporativa***

Desde el marco conceptual, se parte de la definición de comunicación corporativa, que, según Gamboa-Orozco y Álvarez-Beltrán (2022), “es un instrumento de gestión por medio del cual toda forma de comunicación interna y externa conscientemente utilizada, está armonizada tan efectiva y eficazmente como sea posible” (p. 57). La cita anterior propone un tipo de trabajo en equipo dentro de la comunicación, que inicia a nivel interno para luego propagarse externamente. Los preceptos de la comunicación, antes de la pandemia, concebían una forma diferente de operación, hasta el apareamiento de la COVID-19 en Ecuador, en febrero de 2020.

### ***Impacto de la COVID-19 en la Comunicación***

En este sentido, la COVID-19 hace referencia a “un virus de ARN que infecta inicialmente las vías respiratorias altas, bien a través de fómites, bien vehiculizado por gotículas de saliva o en aerosoles” (Cimas-Hernando, 2021, p. 81). Su potencial nivel de contagio obligó a los ciudadanos del mundo a recluirse dentro de sus hogares, sin posibilidad de salir, salvo por estrictas excepciones. Cuando los gobiernos de los diferentes países propiciaron la salida regulada de ciudadanos de sus casas, las personas debían mantener fuertes protocolos de bioseguridad, entre los que se destacan el uso de la mascarilla y gel antibacterial para manos.

La presencia de la COVID-19 originó una crisis sanitaria por el elevado número de contagios, pese a las restricciones. Además de eso, la comunicación corporativa

e institucional también fue afectada y, en casos extremos, algunas entidades enfrentaron crisis de tipo comunicacional. Marín–Dueñas y Gómez–Carmona (2022) proponen que la comunicación debe ser atendida con prioridad desde el principio de la gestión y no únicamente en contextos de crisis. La razón para cumplir con este precepto es que la comunicación “es una herramienta estratégica para el desarrollo de cualquier tipo de organización” (Marín–Dueñas y Gómez–Carmona, 2022, p. 39). Por tanto, no puede quedar a la deriva.

### ***Estrategias Digitales en Contextos de Crisis***

Diferentes casos de estudio sobre comunicación corporativa e institucional se han analizado en el contexto de la pandemia por la COVID–19. Está, por ejemplo, la gestión comunicacional del Team Suzuki Ecstar, equipo participante del Campeonato Mundial de Motociclismo en España. De esta investigación, García de la Serrana–Pérez (2020) declara que para este equipo “crear contenido original e interesante fue todo un reto” (p. 25). Los contenidos digitales cobraron relevancia en la pandemia, por lo que la creatividad y las estrategias en redes sociales se transformaron en ejes centrales de los planes de comunicación.

Por otra parte, también se expone el caso de comunicación del centro comercial Plaza Guerrero de Chilpancingo, México. Dentro de la investigación, Sevilla et al. (2022) detectan la necesidad de un reposicionamiento del centro comercial para mejorar su visibilidad estratégica y fortalecer la conexión con sus públicos objetivos. En tal aspecto, los autores indican que las herramientas propicias

para el efecto son las redes sociales, porque “son los medios que la gente primordialmente utiliza para informarse y los jóvenes aún más” (Sevilla et al., 2022, p. 150). Entonces, la nueva comunicación digital debe considerar al nicho específico de público joven, pues es el más inmiscuido en los mencionados entornos virtuales.

### ***Saturación Informativa y Gestión de la Reputación***

Durante la pandemia, la crisis sanitaria era el tema más relevante en las plataformas digitales. Las noticias y posterior infoxicación por la multitudinaria cantidad de contenidos impedían la llegada de mensajes concretos hacia los públicos objetivos (Sánchez-Galarraga y Pérez-Rodríguez, 2022). Por este motivo, las instituciones también se expusieron a una crisis por la falta de recepción de sus mensajes, lo que, a su vez, provocaría un decaimiento en su reputación. Para solucionar el problema, Flores-Cabello (2024) propone lo siguiente: “Una de las formas de contrarrestar las situaciones de amenaza a la reputación es contar con un plan de crisis o manual de crisis que forme parte de las estrategias de comunicación corporativa en la organización” (p. 21).

### ***Transformación de la Educación Superior a Raíz de la COVID-19***

La pandemia obligó a las universidades a construir planes de contingencia que, a su vez, contribuyeron a que las coordinaciones de comunicación institucionales elaboraran nuevos lineamientos en cuanto a la información y datos corporativos. De igual manera, el sistema educativo de las universidades se trasladó de un sistema tradicional a uno digital, proceso que involucró la “actualización en

el uso de la tecnología, la implementación de plataformas educativas, la adaptación de los modelos educativos, así como el estilo de liderazgo requerido para avanzar” (Ramírez–Ramírez, 2021, p. 593). Con respecto a lo anterior, el proceso de cumplimiento de cada paso para adaptarse al nuevo contexto digital se realizó apresuradamente, dado que los mecanismos académicos debían seguir funcionando para cubrir las demandas de los estudiantes universitarios.

### ***Identidad e Imagen Corporativa en la Comunicación Institucional***

Otro concepto teórico importante es la identidad corporativa, que engloba una gama de características que reflejan el verdadero ser de la institución. Por ejemplo, Civila (2021) profiere que “la identidad de la organización es el reflejo de la filosofía y de la cultura corporativa” (p. 330), donde se incluyen la misión y visión institucionales, valores y objetivos. La institución busca que estos elementos perduren en la mente de la sociedad y la distingan de su competencia (Abuarqoub, 2023). En este sentido, la identidad corporativa va más allá de los lineamientos plasmados en documentos formales. El concepto integra la forma de elaborar mensajes comunicacionales, el tono institucional y la coherencia entre lo que se dice y lo que se hace.

Por su parte, Ramos–Farroñán y Valle–Palomino (2020) mencionan que “la imagen corporativa es considerada como el conjunto de creencias, actitudes y percepciones que tienen los clientes externos sobre una empresa o marca” (p. 292). Esto quiere decir que es la manera en que una institución desea que la recuerden. De igual forma, hay que tener en cuenta que “La imagen es una percepción

personal que puede ser diferente en cada persona y puede no ser un reflejo de la organización, pero es creada por los destinatarios de la experiencia personal o indirecta” (Lalaleo–Analuisa et al., 2023, p. 268). Por ello, la imagen corporativa permanece sujeta al criterio que tengan las personas sobre la institución.

### ***El Plan de Comunicación y sus Componentes Estratégicos***

Todos los elementos antes tratados se instituyen dentro del llamado plan de comunicación, que consiste en el establecimiento de objetivos para su cumplimiento a través de estrategias y acciones comunicacionales, cuya vigencia regular es de un año (Vega–Almeida et al., 2020). Este plan “incluye desde el análisis de la situación actual hasta la medición del impacto de las comunicaciones, pasando por la definición de objetivos y la identificación de públicos” (Matailo–Mayaguari y Velásquez–Benavides, 2024, p. 46). El análisis previo que mencionan los autores se refiere a un diagnóstico situacional que permita establecer el punto de partida del trabajo comunicacional, en el que se puedan definir los objetivos que se adjudican a la resolución de los problemas de comunicación.

Como bien se dijo, el plan comunicacional requiere de estrategias hábiles para cumplir con los objetivos propuestos. Franco–Gallegos et al. (2024) declaran que estas estrategias son ideas “innovadoras y creativas que contengan acciones que aporten en el ámbito interno y se manifiesten al nivel externo” (p. 3492). Del mismo modo, Sebastián–Morillas et al. (2020) afirman que “La estrategia es una pieza clave en todo el proceso estratégico: implica una tendencia hacia la acción que culmina en una conducta”

(p. 253). Debido a los cambios que generó el apareamiento de la COVID-19, las estrategias de comunicación involucran de manera más considerada a las plataformas y herramientas digitales con las que hacer marketing de contenidos, mantenimiento de la reputación y relaciones públicas (Pineda-Henao, 2020).

### ***Articulación entre la Comunicación Interna y Externa***

El trabajo comunicacional inicia desde el interior de la institución, es decir, desde la comunicación interna, la cual, entre otras funciones, cumple con la distribución de políticas para la armonización de las labores comunicativas. Castro-Martínez et al. (2022) aclaran que “la comunicación interna es un elemento de gran importancia para estas políticas y que durante la pandemia se ha puesto de manifiesto su relevancia para mantener alineados a los trabajadores con los intereses de las marcas” (p. 29). Un trabajo fortalecido a nivel interno propiciará una labor excepcional a nivel exterior, con la comunicación externa, la cual funciona con “estrategias de relaciones públicas, de imagen, de publicidad, de herramientas 2.0, conferencias de prensa, publicidad, eventos sociales, patrocinios, *merchandising* y mercadotecnia” (Nájera-Espinosa y Sánchez-Estévez, 2020, p. 119).

### ***Caso de la Universidad Nacional de Chimborazo [Unach]***

El marco conceptual funciona de soporte para tratar el caso de las estrategias de comunicación aplicadas por la Unach durante la pandemia por la COVID-19. Esta Universidad “es una institución de educación superior, con personería jurídica, sin fines de lucro, autónoma, de derecho público, creada mediante Ley N.º 0098,

publicada en el Registro Oficial Suplemento N.º 771, del 31 de agosto de 1995” (Barba-Maggi et al., 2023, p. 8). Oferta diferentes carreras distribuidas en las Facultades de Ciencias de la Salud, Ingeniería, Ciencias Políticas y Administrativas, y de Educación, Humanas y Tecnologías. Además, ofrece programas de maestría y se ubica en los rankings internacionales QS y Times Higher Education. Su visión es la de “Ser una universidad inclusiva, intercultural, sostenible, ágil e innovadora, al servicio de la vida y de la plena realización individual y colectiva” (Universidad Nacional de Chimborazo [Unach], 2022, p. 50). Como todas las universidades, la Unach adoptó la modalidad virtual de estudios durante la pandemia por la COVID-19, en pro de la continuación de las actividades académicas.

### ***Adaptación de la Universidad Nacional de Chimborazo [Unach] a la Pandemia por la COVID-19***

Centrada en actividades netamente presenciales, la Unach tuvo que adaptarse, en un corto lapso, a un modelo de comunicación digital para responder a las peripecias impuestas por la pandemia, como el confinamiento y la suspensión de las clases presenciales. Antes de la emergencia sanitaria, la Unach concebía su comunicación a base de medios tradicionales como la cartelera, los eventos presenciales y la atención personalizada en las ventanillas de la Institución. Empero, con el avance de la COVID-19 y los contagios masivos, los medios descritos fueron suspendidos. Aquello propició una transición acelerada hacia las plataformas digitales y canales virtuales, sujetos a los lineamientos establecidos en el Plan de Contingencia Institucional.

Las medidas tomadas para el contacto virtual, a nivel interno, consistieron en el mayor uso del correo electrónico institucional y en la operativización de reuniones telemáticas. En cuanto a comunicación externa, la Unach reconfiguró su trabajo sobre la red social Facebook y la convirtió en su medio oficial de emisión de información. Su amplio alcance hizo que la Coordinación de Comunicación Institucional la priorizara para cumplir con dicha función. En conjunto con los contenidos digitales, se actualizó la página web institucional y se implementó la campaña «Unach se mueve a tu casa». Esta última tenía como objetivo proyectar acompañamiento a los estudiantes de la Institución, tanto a los que ya habían transcurrido algunos semestres dentro de ella como a los que recién ingresaban.

La recepción y retroalimentación de dudas se gestionó a través de la habilitación de líneas de atención. La mensajería instantánea, sobre todo basada en la aplicación WhatsApp, y las llamadas telefónicas permitieron solventar las inquietudes frecuentes y asegurar la continuidad de los trámites académicos, procesos administrativos y servicios institucionales. Estas implementaciones enfrentaron desafíos debido a la brecha digital que afectó mayoritariamente al sector rural. La falta de conexión a Internet y de dispositivos electrónicos eficientes para la virtualidad provocaron la obstaculización de las respuestas.

### **Metodología**

Se optó por un método mixto, consistente “en un diseño de investigación que involucra datos cuantitativos y cualitativos” (Sánchez et al., 2022, p. 10). La parte cuantitativa se fundamenta “en el análisis y la medición

de datos numéricos; para la recogida de información utiliza cuestionarios, encuestas, experimentos controlados y el análisis de datos secundarios que se someterán a procesos estadísticos” (Acosta–Faneite, 2023, p. 84).

Por su lado, la investigación cualitativa “está formada por un conjunto de acciones que se ejecutan en un periodo de tiempo concreto para proponer y construir alguna conclusión sobre la temática del trabajo” (Alegre–Brítez, M., 2022, p. 94). El enfoque fue descriptivo, ideal “para determinar las propiedades de personas, grupos o comunidades, o cualquier fenómeno que se haya planteado estudiar” (Bravo–Mancero, 2022, p. 80). El periodo específico de análisis se comprendió desde 2020 a 2022.

La metodología seleccionada permitió abordar el estudio con una visión integral, en cuyo marco se establecieron las variables de estudio: la independiente, consistente en la gestión de la comunicación corporativa de la Unach; y la dependiente, relacionada a las estrategias de comunicación de la Universidad durante la COVID–19.

### ***Técnicas de Recolección de Datos***

**Análisis de Contenido.** Se aplicó a las publicaciones de la página oficial de Facebook de la Unach. A través de un barrido general de las redes sociales que maneja la Institución, se comprobó que Facebook posee la mayor cantidad de posts difundidos en la época de pandemia. El periodo de análisis para esta técnica abarca los años 2020, 2021 y 2022. Se empleó una matriz de análisis de contenido para determinar y examinar los diferentes aspectos comunicacionales presentes en las publicaciones. La unidad de análisis es cada post publicado en la página oficial de Facebook de la Unach, en el periodo 2020–2022.

**Población para Análisis de Contenido.** Se consideró el número de *posts* de la Fan Page de Facebook de la Institución durante el periodo 2020–2022. En esta red social, mediante un barrido de publicaciones, se determinó que durante dicho periodo existen 3030 *posts* difundidos. Esta cantidad se tomó en cuenta como población para la realización del análisis de contenido.

**Muestreo para Análisis de Contenido.** Por su parte, se aplicó un muestreo aleatorio simple para el análisis de contenido, basado en la elección de dos publicaciones por semana, por cada uno de los meses correspondientes a los años 2020, 2021 y 2022. Este criterio buscó garantizar representatividad temporal homogénea y evitar sesgo por meses con mayor o menor número de publicaciones. El número final de *posts* evaluados es de 342.

**Entrevista.** La técnica se aplicó al Director de la Coordinación de Comunicación Institucional de la Unach, MSc. Wilson Castro, quien actualmente dirige y estuvo a cargo de la comunicación institucional durante la COVID–19. Asimismo, se entrevistó a una experta en comunicación institucional y corporativa, Mgs. Karla Villacrés, para conocer perspectivas ampliadas sobre las estrategias comunicacionales en la crisis sanitaria. El instrumento empleado fue la guía de entrevista.

**Encuesta.** La encuesta fue dirigida a una muestra representativa de la comunidad universitaria de la Unach, en la que se encuentran estudiantes, docentes y personal administrativo, con el fin de conocer su percepción con respecto a las estrategias comunicacionales aplicadas. Como instrumento, se desarrolló un cuestionario de preguntas cerradas.

**Población de Estudio para la Encuesta.** La encuesta se dirigió a la comunidad universitaria y se tomó en cuenta a docentes y al personal administrativo de la Unach, así como a todos los estudiantes matriculados en los últimos semestres de sus carreras, en el periodo 2025-1S. La justificación para tomar en cuenta al referido grupo de estudiantes radica en que estos fueron los últimos en formar parte de la virtualidad durante la COVID-19, por lo que experimentaron la transición digital. Por ello, están en la capacidad de reportar experiencias directas sobre el periodo estudiado. Se consideraron a las 31 carreras presenciales que oferta la Unach. La suma de los *stakeholders* internos es de 2159 personas, repartidas en:

- **Estudiantes (matriculados en los últimos semestres de sus carreras al periodo 2025-1S):** 1077.
- **Docentes:** 665.
- **Personal administrativo:** 417.

### **Tamaño de la Muestra**

La muestra de estudio se obtuvo a través de la aplicación de la fórmula para el efecto, la cual se describe a continuación, con los parámetros utilizados:

$$n = \frac{N * Z_{\infty}^2 * p * q}{e^2 * (N - 1) + Z_{\infty}^2 * p * q}$$

Donde:

n = Tamaño de muestra buscado.

N = Tamaño de la población.

Z = Parámetro estadístico que depende del nivel de confianza (95% = 1.96).

e = Error de estimación máximo aceptado (5% = 0.05).

p = Probabilidad de que ocurra el evento estudiado (50% = 0.5).

$q = (1-p)$  Probabilidad de que no ocurra el evento estudiado (50% = 0.5).

El cálculo operacional para cada una de las poblaciones establecidas generó como resultados:

- **Muestra para encuesta:** 327 personas.
- **Muestra para análisis de contenido:** 342 contenidos.

**Procesamiento de Datos**

**Muestreo para Encuesta**

Se empleó un muestreo aleatorio estratificado para la aplicación de la encuesta a la muestra de la comunidad universitaria. En consideración a dicho criterio, se aplicó el cuestionario a 163 estudiantes y 101 docentes de las cuatro Facultades de la Universidad Nacional de Chimborazo [Unach], y también a 63 integrantes de su personal administrativo. Para el marco muestral, el margen de error considera el 95% de confianza ( $p=0.5$ ).

**Tabla 1**

*Marco muestral para comunidad universitaria*

Estrato	Población	Fracción poblacional	Muestreo	Margen de error (%)
Estudiantes (matriculados en los últimos semestres de sus carreras al periodo 2025-1S)	1077	49,88%	163	±7.1
Docentes	665	30,80%	101	±9.0
Personal administrativo	417	19,31%	63	±11.4
<b>TOTAL</b>	<b>2159</b>	<b>100%</b>	<b>327</b>	<b>±5.0</b>

*Nota:* Elaboración propia.

## Resultados

### ***Aplicación de Encuesta***

Se aplicó un cuestionario de 4 preguntas cerradas, cuyo objetivo fue recoger datos acerca de la percepción por parte de la comunidad universitaria sobre las estrategias de comunicación institucional de la Unach aplicadas durante la pandemia de la COVID-19. El periodo específico fue de 2020 a 2022.

A las 4 preguntas de investigación se sumaron 3 de carácter demográfico. En estas preliminares, se obtuvo que el 33% de los encuestados tenía una edad comprendida entre 19 a 22 años, el 16% de 23 a 26 años, el 10% de 31 a 34 años, el 40% de 35 años o más, y el 1% restante de 27 a 30 años. De igual manera, el 36% de encuestados es de género masculino, mientras que el 64% es femenino. Por último, el 68% de encuestados residía en Riobamba al momento de la pandemia, mientras que un 32% residió fuera de la ciudad.

Para reducir el riesgo de sesgo de recuerdo se implementaron las siguientes medidas en el diseño del instrumento y el procedimiento: a) preguntas ancladas a percepciones prácticas; b) uso de opciones cerradas para evitar respuestas abiertas sin sustancia; c) inclusión de una pregunta filtro que verificó si el encuestado formó parte de la comunidad universitaria durante el periodo 2020-2022.

Los resultados de las preguntas de investigación se describen a continuación, con explicaciones derivadas en tablas:

**Tabla 2***Comunicación organizacional*

Pregunta: ¿Considera usted que la comunicación organizacional de la Universidad Nacional de Chimborazo [Unach] cambió durante la pandemia?

Respuesta	Frecuencia	%
Sí	275	84%
No	52	16%
Total	<b>327</b>	<b>100%</b>

*Nota:* Elaboración propia.

**Interpretación:** el 84% afirmó que la comunicación organizacional de la Unach sí cambió durante la pandemia, mientras que el 16% indicó que no. La mayor parte de la comunidad universitaria evidenció cambios en la comunicación de Universidad Nacional de Chimborazo [Unach], esto debido a su adaptación a un modelo digital para la gestión virtual de las actividades académicas y administrativas.

**Tabla 3***Efectividad de la comunicación de la Universidad Nacional de Chimborazo [Unach] en pandemia*

Pregunta: ¿Considera usted que la comunicación utilizada por la Universidad Nacional de Chimborazo [Unach] durante la pandemia fue efectiva?

Respuesta	Frecuencia	%
Sí	284	87%
No	43	13%
Total	<b>327</b>	<b>100%</b>

*Nota:* Elaboración propia.

**Interpretación:** el 87% consideró como efectiva la comunicación utilizada por la Unach durante la pandemia, mientras que el 13% restante no la consideró efectiva. Para la mayoría de integrantes de la comunidad universitaria, la implementación de nuevas estrategias comunicacionales basadas en la digitalización fue acertada en cuanto a accesibilidad y al uso de canales informativos digitales. Así también, fue pertinente la difusión de información sobre trámites académicos, inicio de clases y modalidad de estudio.

**Tabla 4**

Red social más utilizada

Pregunta: ¿Qué red social utilizó más en la pandemia por la COVID-19?

<i>Respuesta</i>	<i>Frecuencia</i>	<i>%</i>
Facebook	257	79%
Instagram	32	10%
TikTok	37	11%
X	1	0%
<b>Total</b>	<b>327</b>	<b>100%</b>

*Nota:* Elaboración propia.

**Interpretación:** el 79% de encuestados prefirió a Facebook para informarse, con una notable diferencia sobre los siguientes porcentajes. El 11% usó TikTok, el 10% utilizó Instagram, mientras que el 0% (un solo usuario) optó por la red X. Facebook es una red social popular para la generación millennial, donde se incluyen a los padres de familia, docentes y público en general adulto. Sumado a la popularidad que también posee en la generación Z, Facebook es la red social con mayor audiencia y, por ende, fue la más utilizada para adquirir información.

**Tabla 5***Barreras tecnológicas o dificultades en la interacción*

Pregunta: ¿Qué barreras tecnológicas o dificultades usted enfrentó al interactuar con los canales de comunicación digital de la Universidad Nacional de Chimborazo [Unach] durante la pandemia? (Seleccione todas las que apliquen)

<i>Respuesta</i>	<i>Frecuencia</i>	<i>%</i>
Problemas de conexión a Internet	224	53%
Falta de dispositivos tecnológicos	109	26%
Falta de claridad en los mensajes	69	16%
No enfrenté dificultades	23	5%
<b>Total</b>	<b>425</b>	<b>100%</b>

*Nota:* Elaboración propia.

**Interpretación:** en esta pregunta, los encuestados pudieron seleccionar más de una respuesta, por ende, la frecuencia es mayor. El 53% de encuestados enfrentó problemas con la conexión a Internet, el 26% careció de dispositivos tecnológicos, el 16% evidenció una falta de claridad en los mensajes y el 5% restante no afrontó ningún inconveniente. La dificultad que enfrentó la comunidad universitaria fue la intermitente conectividad a Internet, que en las zonas rurales abrió una brecha digital amplia respecto de las ciudades. Por su parte, la carencia de dispositivos tecnológicos impidió una adecuada acogida de la virtualidad.

### ***Aplicación de Análisis de Contenido***

El análisis de contenido se aplicó a 342 *posts* publicados en el periodo 2020–2022, alojados en la página oficial de Facebook de la Unach. Cabe destacar que en 2020 se contabilizaron 115 publicaciones, en 2021 se registraron 115 y en 2022, 112 *posts*. La codificación fue realizada por los dos autores del presente artículo, quienes recibieron un entrenamiento previo mediante la codificación conjunta de 20 publicaciones piloto. Se calculó el coeficiente Kappa de Cohen sobre una submuestra del 10% de publicaciones, obteniendo un valor de 0,82, lo que indica una concordancia alta.

#### **Tabla 6**

##### *Categorías de análisis y criterios de codificación*

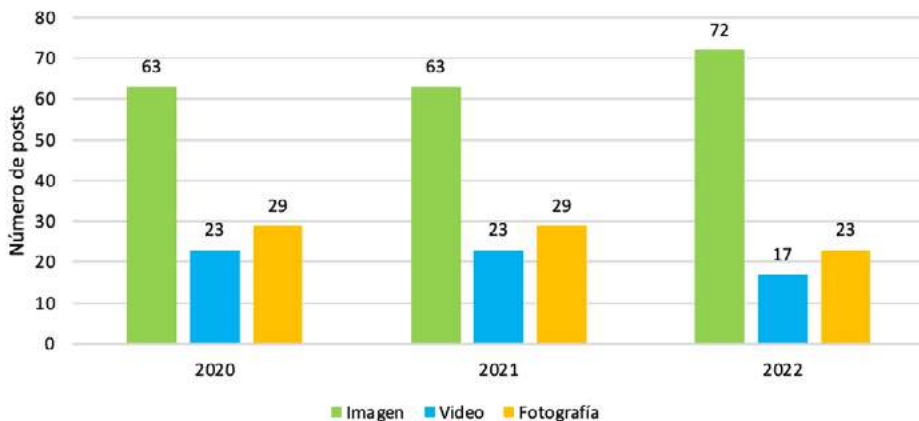
Categoría	Subcategorías	Criterios de codificación
Formato de post	Imagen; Video; Fotografía	Se clasifica según el tipo de recurso principal difundido en la publicación.
Tono de comentarios	Positivos; Negativos; Neutrales; Sin comentarios	Se categoriza la reacción expresada en los comentarios de usuarios hacia la publicación.
Interacción	Número de comentarios; Número de veces compartidas	Se contabiliza el nivel de participación generado por la publicación.

*Nota:* Elaboración propia.

Por consiguiente, se presentan los resultados más relevantes obtenidos a partir del análisis, en gráficos descriptivos:

**Figura 1**

*Formato de las publicaciones de la Universidad Nacional de Chimborazo [Unach]*

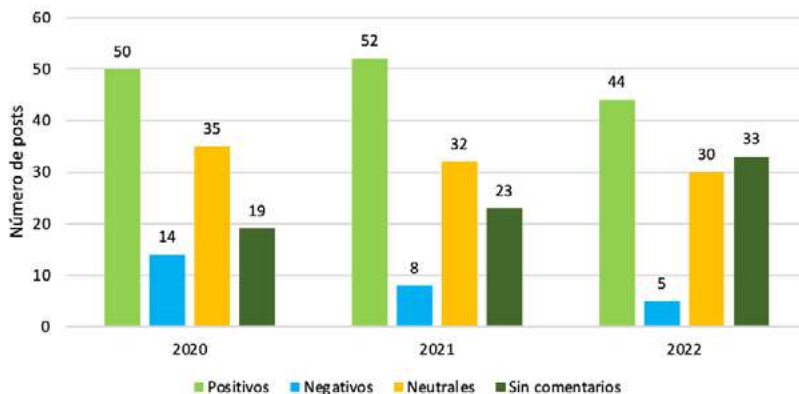


Nota: Elaboración propia.

**Interpretación:** el formato predominante de los posts de la Unach en el periodo de análisis es la imagen, compuesta a través de programas de diseño. La fotografía convencional es el segundo formato más empleado en los tres años, mientras que el video es el menos utilizado en el periodo de análisis. La mayor parte de las imágenes difundidas estuvo relacionada con contenidos como: avisos institucionales, comunicados formales, pronunciamientos oficiales, convocatorias a inducciones, mensajes de felicitación y actividades académicas.

**Figura 2**

*Comentarios de los públicos objetivos de la Universidad Nacional de Chimborazo [Unach]*

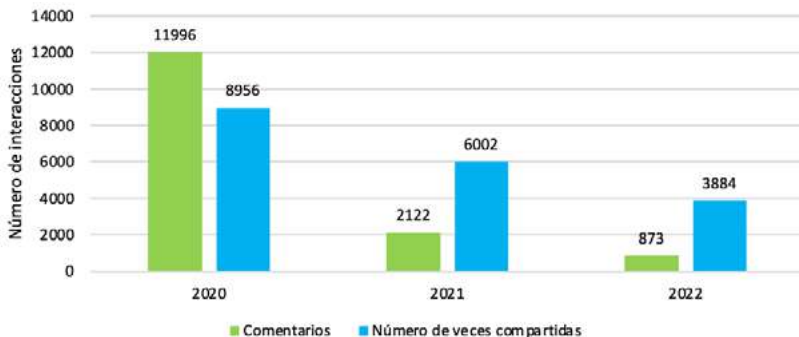


*Nota:* Elaboración propia.

**Interpretación:** los comentarios positivos son preponderantes en el periodo de análisis, basados en felicitaciones hacia la Unach por sus logros y obras construidas, durante el 2020. El segundo carácter más importante de comentarios son los neutrales. Estos pertenecen a dudas sobre la modalidad de estudio y matrículas, pues en 2021 existía incertidumbre sobre el retorno presencial a clases. Los comentarios negativos, en 2022, evidenciaron ineficiencias con las secretarías de la Unach y la falta de ayuda con problemas de correos electrónicos.

### Figura 3

Número de interacciones de los posts de la Universidad Nacional de Chimborazo [Unach]



Nota: Elaboración propia.

**Interpretación:** en 2020, las publicaciones de Facebook de la Unach registraron la mayor cantidad de comentarios e interacciones, impulsadas por las dudas de estudiantes sobre trámites académicos, matrículas y el uso de plataformas educativas. Hubo un alto nivel de participación en publicaciones relacionadas con logros institucionales y la conmemoración de los 25 años de la Institución. En 2021 disminuyeron los comentarios, aunque se mantuvo una participación notable mediante la opción de compartir contenidos, que superó al número de comentarios. Esta tendencia continuó en 2022, con una caída más pronunciada en las interacciones por la reducción de publicaciones y la disminución de incertidumbre sobre la pandemia.

### **Aplicación de Entrevista**

Se aplicaron dos entrevistas: una, al Director de la Coordinación de Comunicación Institucional de la Universidad Nacional de Chimborazo [Unach], MSc. Wilson Castro; y otra, a la Mgs. Karla Villacrés, experta en comunicación corporativa e institucional.

#### **Entrevistado 1: MSc. Wilson Castro**

El MSc. Castro es Licenciado en Diseño Gráfico y posee un Posgrado en Gestión de Emprendimientos Creativos. Se ha desarrollado en el área profesional dentro de múltiples agencias de publicidad de Quito, como DDB, JWT y Punto99. Actualmente, tiene su espacio de trabajo colaborativo en la ciudad de Riobamba, denominado CASTRO Company.

#### **Tabla 7**

*Análisis de respuestas del MSc. Wilson Castro*

Pregunta	Respuesta de entrevistado	Análisis de respuesta
1. <i>¿Cómo fue el proceso de cambio que tuvo la Unach para pasar de la comunicación tradicional a la digital durante la pandemia de la COVID-19?</i>	Se aceleró el uso de canales digitales como correo institucional, redes sociales, página web, aulas virtuales y videoconferencias. Se enfrentaron problemas de acceso y claves, sobre todo con los correos electrónicos de estudiantes, lo que impedía la llegada de información oficial. Esto nos llevó a implementar acciones inmediatas de actualización.	La transición en la Unach involucró la mejora de las herramientas digitales como redes sociales, el sitio web y el correo institucional. Acerca de este último, la Institución enfrentó problemas debido a la poca recepción que tenía la herramienta por parte de los estudiantes. Esta situación generó que la información oficial no llegara con normalidad hacia dicho público.

2. *¿Qué estrategias generales de comunicación adoptó la Unach durante la pandemia de la COVID-19?*

Desde 2019, el eslogan institucional es «Unach en movimiento». Bajo un nuevo lema, «Unach se mueve a tu casa», se fortalecieron los canales oficiales y se creó un correo específico para seguimiento de casos de la COVID-19 en estudiantes. Todo esto se basó en el Plan de Contingencia Institucional para enfrentar la pandemia.

La comunicación institucional se basó en el Plan de Contingencia que permitió la modificación del eslogan corporativo. La campaña «Unach se mueve a tu casa» mantuvo el precepto de movimiento que se manejaba antes de la pandemia. A partir de aquí se trabajaron las estrategias comunicacionales para atender a estudiantes detectados con la COVID-19.

3. *¿Cuáles fueron las principales estrategias de comunicación interna que implementó la Unach durante la pandemia?*

Se produjo un aumento masivo del uso del correo institucional, pasando de tener 1171 a 9327 usuarios en 2020. Se realizaron más de 68 mil reuniones vía Zoom y Teams entre mayo y agosto de 2020. Tuvimos que conformar un equipo de 13 personas para la atención vía Facebook y chats digitales.

Las herramientas más utilizadas a nivel interno incluyeron a aquellas para ejecutar reuniones telemáticas, como Zoom y Teams, que abarcaron una gran cantidad de sesiones. De igual manera, se fortaleció el uso del correo electrónico, además de la conformación de un equipo multidisciplinario de trabajo.

---

4. *¿Cuáles fueron las estrategias de comunicación externa implementadas?*

Se realizaron vocerías jerarquizadas, entre el Rector, Vicerrectores y Decanos. Tuvimos entrevistas semanales en radio. Se realizó una gestión remota del *call center* con llamadas dirigidas a las casas del personal. Y una actualización continua del sitio web y redes sociales para contacto con públicos externos.

La información externa se trabajó mediante vocerías dispuestas según el grado de autoridad. Se aprovechó la transición digital de las radios para ejecutar entrevistas semanales. En la parte digital, Unach actualizó sus canales para la atención del público.

---

5. *¿Cuáles fueron las herramientas digitales clave?*

Las redes sociales como Facebook, el correo institucional, Zoom, Teams y aulas virtuales Moodle. Fue importante el equipo de editores para la atención individualizada y sistemática de mensajes y dudas en redes sociales.

Facebook fue la red social más utilizada, así como el correo electrónico para información oficial. Las plataformas virtuales de reuniones telemáticas sirvieron para las clases virtuales y sesiones administrativas.

---

6. *¿Cómo evaluó la Unach la efectividad de estas herramientas o plataformas?*

Se midió el alcance, con videos, de 300 mil personas en Facebook. Se realizaron llamadas a 1900 estudiantes para asegurar su matrícula en Nivelación. Hubo una baja deserción en este nivel, 8%, como indicador de éxito comunicacional.

Los videos de Facebook llegaron a aproximadamente 300 mil personas. Las llamadas a estudiantes matriculados en Nivelación fueron importantes para evitar la deserción masiva.

7. <i>¿Qué herramientas se mantienen después de la pandemia?</i>	Las redes sociales, videoconferencias, aulas virtuales, el correo institucional y el sitio web. Se incorporaron encuestas de evaluación para mejorar procesos comunicativos.	Las plataformas digitales mantienen prevalencia en la actualidad, luego de ser útiles durante todo el proceso pandémico. De estas derivan las encuestas de satisfacción sobre el trabajo comunicacional.
8. <i>¿Qué desafíos enfrentó la Unach al implementar estrategias de comunicación digital?</i>	La brecha digital en zonas rurales, falta de dispositivos, resistencia al cambio por parte de docentes mayores, infoxicación y necesidad urgente de comunicación clara y empática.	Los problemas de conexión a Internet y la falta de dispositivos impidieron que gran parte de las poblaciones rurales no adquirieran información sobre la Unach oportunamente.
9. <i>¿Cómo se gestionó la retroalimentación para solventar dudas?</i>	A través de respuestas personalizadas en correo, redes sociales y página web. Se derivaron líneas de atención y se realizaron inducciones para estudiantes sobre plataformas digitales.	Los chats de mensajería instantánea tomaron relevancia en la nueva comunicación digital. De igual manera, se tuvo que realizar un trabajo efectivo para la atención de las líneas de inquietudes.
10. <i>¿Qué lecciones aprendidas deja la pandemia para la comunicación institucional?</i>	La importancia de la multicanalidad, la conexión humana más allá de los medios y la retroalimentación continua. Destacamos la necesidad de innovación desde la mejora del servicio.	La comunicación de hoy en día se basa en la multicanalidad, debido a la inmensa cantidad de herramientas que dispone el usuario para contactarse, todo ello disponible gracias a Internet.

*Nota:* Elaboración propia.

**Entrevistada 2: Mgs. Karla Villacrés**

La Mgs. Villacrés es Directora de Comunicación Institucional de la Universidad Hemisferios [UHE]. Posee una Licenciatura en Relaciones Públicas y Comunicación Organizacional. Es Magíster en Gestión del Talento Humano y Magíster en Mercadotecnia con mención en Estrategia Digital. Cuenta con más de 10 años de experiencia en Comunicación Estratégica y Brand Management en el sector privado.

**Tabla 8**

*Análisis de respuestas de la Mgs. Karla Villacrés*

Pregunta	Respuesta de entrevistado	Análisis de respuesta
1. <i>¿Cómo fue el proceso de cambio hacia la comunicación digital en universidades?</i>	En universidades con recursos, como la Universidad de las Américas [UDLA] donde yo trabajé en la pandemia, el cambio fue ágil, con 15 días para virtualizar las actividades académicas. En cambio, en la Universidad Hemisferios, donde trabajo actualmente, la presencialidad retornó sin la continuidad de las herramientas virtuales.	En el criterio de la experta, las instituciones con recursos afrontaron de manera más apta el traslado hacia la digitalización. No obstante, otras instituciones, a pesar de haber afrontado un contexto complicado con ayuda de plataformas digitales, prefirieron retornar a la presencialidad.

---

2. *¿Qué estrategias de comunicación son efectivas en tiempos de crisis?*

La escucha activa, tener un manual de crisis, equipos de trabajo preparados, una comunicación empática y alineada al *core* institucional. La comunicación debe anticiparse y tener un sentido de urgencia específico.

El sentido de la comunicación institucional debe estar alineado a la forma de ser de la entidad, y comunicar efectivamente la información, diferenciando lo importante de lo urgente, siendo esto último lo prioritario.

---

3. *¿Qué estrategias de comunicación interna utilizaron las universidades en pandemia?*

Segmentos informativos en la intranet, con *tips* sobre *wellness*, ergonomía y yoga. También se implementaron webinars de acompañamiento emocional y coordinación con áreas como Talento Humano y Salud Ocupacional.

El acompañamiento para mantener el bienestar de la comunidad fue importante, dado que en la pandemia se presentaron casos de depresión y sobrecarga de trabajo que redujeron los niveles de autoestima de las personas.

---

<p>4. <i>¿Qué estrategias de comunicación externa utilizaron las universidades en pandemia?</i></p>	<p>Fue necesario que los expertos de las universidades se posicionaran en medios como fuentes confiables. Además, es posible realizar catálogos de voceros especializados y campañas con enfoque ético y estratégico.</p>	<p>Una comunicación externa correctamente formada tiene su asidero en la visibilidad de los expertos que representan a una institución. Las campañas con ética y estrategia son relevantes, también.</p>
<p>5. <i>¿Qué herramientas digitales fueron importantes?</i></p>	<p>La producción audiovisual, las campañas contra <i>fake news</i>, el uso de <i>e-books</i>, redes sociales y transmisiones en vivo. TikTok se convirtió en una fuente informativa emergente.</p>	<p>En la pandemia, todo lo relacionado a video y noticias se convirtió en el nuevo eje sobre el que giró la comunicación digital, debido al creciente interés en lo visual y por la detección de <i>fake news</i>.</p>
<p>6. <i>¿Cómo se evaluó la efectividad de estas herramientas?</i></p>	<p>A través de interacciones en redes sociales, número de descargas y lecturas de los <i>e-books</i>. También con comentarios en la intranet, encuestas institucionales anuales y el monitoreo de medios.</p>	<p>Las métricas de las diferentes herramientas digitales fueron de ayuda para medir el nivel de alcance y efectividad de las estrategias de comunicación.</p>

---

---

<p>7. <i>¿Qué herramientas se han mantenido después de la pandemia?</i></p>	<p>Precisamente, las redes sociales, <i>e-books</i>, <i>reels</i> y transmisiones en vivo. La comunicación pasó del <i>storytelling</i> al <i>storydoing</i>, con contenido más humano y visible.</p>	<p>Los contenidos audiovisuales y plasmados en directo son las nuevas formas de comunicación digital hoy en día, presentando al <i>storydoing</i> como transformación.</p>
<p>8. <i>¿Qué desafíos enfrentaron las universidades en la comunicación digital?</i></p>	<p>Problemas como el burnout y el desconocimiento sobre herramientas tecnológicas. Hubo una sobreoferta de webinars. Se necesitó creatividad para continuar sin muchos recursos.</p>	<p>El burnout es el agotamiento producido por la sobrecarga laboral, un problema frecuente durante la pandemia, al que se sumó la falta de conocimiento en herramientas digitales.</p>
<p>9. <i>¿Considera que fue adecuada la gestión de la comunicación universitaria durante la pandemia?</i></p>	<p>Sí, en general, aunque el nivel de respuesta dependió de los recursos y capacidades de cada universidad. Quien tenía más estructura pudo adaptarse con mayor eficacia.</p>	<p>La experta afirma que quien tuvo mejores recursos pudo enfrentar de mejor modo a la pandemia, aunque si no se contó con aquello, la comunicación tuvo que volverse creativa para brindar soluciones.</p>

---

10. ¿Qué lecciones dejó la pandemia en la comunicación institucional?	La comunicación debe estar siempre lista para las crisis, con voceros múltiples, estrategias creativas y enfoque en la credibilidad. La reputación no se compra, se construye con verdad.	Las crisis aparecen de manera inesperada y, por ende, la comunicación debe permanecer siempre al pendiente de lo que sucede a su alrededor para anticiparse.
---	---	--

*Nota:* Elaboración propia.

### Discusión de Resultados

En términos generales, el 84% de encuestados percibió transformaciones en la comunicación institucional y el 87% valoró como efectiva la gestión comunicacional. Asimismo, el análisis de contenido muestra una predominancia de formatos en imagen y un uso intenso de Facebook como canal informativo, con el 79% de preferencia.

El predominio de esta red social se entiende como una estrategia de centralización informativa para evitar la infoxicación, sobrecarga capaz de interrumpir la comunicación entre la institución y sus públicos objetivos (Sánchez-Galarraga y Pérez-Rodríguez, 2022). Flores-Cabello (2024) propone, para mitigar efectos en la reputación, un plan de crisis en el que es posible incluir la jerarquización de información, con el fin de atenuar la sobreabundancia de contenido.

Desde aquella perspectiva, centralizar la difusión en un canal dominante es coherente con una lógica de

simplificación y control del mensaje en situaciones de incertidumbre. Lo dicho concuerda con la preferencia hacia las redes sociales por parte de los jóvenes (Sevilla, et al., 2022), población generalmente interesada en el ingreso a la educación superior. No obstante, esto también requiere de procesos de verificación de noticias falsas, pues Facebook se ha convertido en un campo fértil para la distribución de contenido infructuoso (Newman et al., 2021).

Además, las estrategias comunicacionales de la Unach incluyeron herramientas multicanales combinadas: correo electrónico institucional, aulas virtuales Moodle y las plataformas Zoom y Teams. En conjunto con la campaña «Unach se mueve a tu casa» y la activación de líneas telefónicas, las estrategias moldearon una legitimidad operativa para mostrar una dimensión de *storydoing*. La comunicación de la Universidad Nacional de Chimborazo [Unach], más allá de la difusión de *posts* en Facebook, también se acompañó de acciones palpables concretas. Por ejemplo, para evitar retiros masivos, se realizaron llamadas a 1900 estudiantes para asegurar su matrícula en Nivelación.

Con respecto a reputación, los resultados sugieren que la Institución no se limitó a narrar medidas, sino que implementó tácticas prácticas de apoyo, lo cual concuerda con el argumento de la experta Karla Villacrés. La entrevistada indicó que la reputación se construye con verdad, es decir, con acciones evidentes. Esto ofrece una mayor credibilidad a la imagen institucional (Civila, 2021) con el reflejo de sus perspectivas y filosofía corporativas.

Por otro lado, los hallazgos muestran que las estrategias de la Unach desempeñaron funciones de *governance* comunicacional. Lo anterior se evidencia en coordinación interna, articulación de vocerías jerarquizadas y movilización de recursos de atención, aspectos referidos por Wilson Castro en entrevista. Concordantemente, Gamboa-Orozco y Álvarez-Beltrán (2022) plantean la comunicación como un instrumento de gestión y gobernabilidad organizacional en crisis.

Como han indicado los resultados, la Unach se adaptó a los cambios tecnológicos con la integración de estrategias digitales a su comunicación. Este cambio coincide con lo expuesto por Ramírez-Ramírez (2021), quien defiende la actualización y adaptación de los modelos educativos para el avance dentro del campo académico en términos de enseñanza y comunicación. Un estudio efectuado en la Universidad Autónoma Gabriel René Moreno, de Bolivia, evidenció que, durante la pandemia, el 86% de los docentes emplearon Zoom para el desarrollo de sus clases, frente al 35% que lo utilizaba antes de la emergencia sanitaria (Núñez-Ramírez et al., 2021).

Acerca de las barreras tecnológicas, el 53% de encuestados indicó como principal inconveniente a los problemas de Internet, mientras que otro 26% careció de dispositivos tecnológicos para la virtualidad. Castro manifestó que estos riesgos abrieron una brecha digital en las zonas rurales. Suárez-Lantarón y García-Perales (2021) declaran que “si apenas puede mantenerse un nivel mínimo de confortabilidad dentro del hogar, la conexión a Internet es un gasto prescindible” (p. 59). El hallazgo exige que las estrategias comunicacionales se integren con políticas de equidad digital.

## Conclusiones

Las acciones que permitieron a la Unach integrar nuevas estrategias comunicacionales basadas en la digitalización se enmarcaron dentro del Plan de Contingencia Institucional, a partir del cual se desarrolló la campaña «Unach se mueve a tu casa».

Las estrategias clave en pandemia incluyeron el aumento del uso del correo institucional, con 8156 usuarios adicionales, y la realización de 68 mil reuniones en Zoom y Teams. En Facebook, la comunicación se orientó a capacitar sobre herramientas educativas, que reforzó la transición digital.

Finalmente, la Universidad consolidó sus canales de comunicación basados en plataformas digitales. De entre ellas, Facebook fue elegida por el 79% de encuestados para informarse durante la pandemia. La gestión de estas herramientas y las labores de respuesta ejercidas por el equipo de Comunicación de la Unach permitieron brindar réplicas a las inquietudes de la comunidad universitaria y público externo.

## Referencias

- Abuarqoub, O. (2023). Examinando la reputación desde la perspectiva de la comunicación: una revisión sistemática. *Doxa Comunicación. Revista Interdisciplinar De Estudios De Comunicación Y Ciencias Sociales*, 37, 113-139. <https://doi.org/10.31921/doxacom.n37a1925>
- Acosta-Faneite, S. (2023). Los enfoques de investigación en las Ciencias Sociales. *Revista Latinoamericana Ogmios*, 3(8), 82-95. <https://doi.org/10.53595/rlo.v3.i8.084>
- Alegre-Brítez, M. (2022). Aspectos relevantes en las técnicas e instrumentos de recolección de datos en la investigación cualitativa. Una reflexión conceptual. *Población y Desarrollo*, 28(54), 93-100. <https://doi.org/10.18004/pdfce/2076-054x/2022.028.54.093>
- Barba-Maggi, L., Varguillas, C., Velasco-Silva, D., Cejas-Martínez, M., Moreno-Aguirre, P. y Benítez-Pérez, V. (2023). *Modelo Educativo de la Universidad Nacional de Chimborazo. Introspección y Prospectiva*. Editorial Unach. <https://doi.org/10.37135/u.editorial.05.108>
- Bravo-Mancero, J. (2022). *Investigación social en comunicación: Metodologías cuantitativa, cualitativa y participativa*. Universidad Nacional de Chimborazo. <https://editorial.unach.edu.ec/index.php/Editorial/catalog/book/139>
- Castro-Martínez, A., Díaz-Morilla, P. y Torres-Martín, J. (2022). El papel de la comunicación interna en la gestión del teletrabajo durante la crisis de la COVID-19. *Revista de Comunicación de la SEECI*, 55, 29-51. <https://www.seeci.net/revista/index.php/seeci/article/view/768>

- Cimas-Hernando, J. (2021). Seguimiento de los pacientes con secuelas no respiratorias de la COVID-19. *FMC - Formación Médica Continuada en Atención Primaria*, 28(2), 81-89. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1134207220302310>
- Civila, S. (2021). Manual de gestión de la comunicación corporativa [Reseña]. *Revista Mediterránea De Comunicación*, 12(1), 329-331. <https://doi.org/10.14198/MEDCOM000014>
- Flores-Cabello, L. (2024). Riesgos éticos y riesgos reputacionales. El reto de las relaciones públicas durante la COVID-19 en Perú. *Anagramas. Rumbos y Sentidos de la Comunicación*, 22(44), 1-24. <https://revistas.udem.edu.co/index.php/anagramas/article/view/4318>
- Franco-Gallegos, L., Ortega-Alcantara, E., Soto-Valenzuela, M. y Aguirre-Chávez, J. (2024). Estrategias de Comunicación Organizacional Frente al Covid-19 en Instituciones de Educación Superior. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 8(2), 3485-3504. [https://doi.org/10.37811/cl\\_rcm.v8i2.10773](https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v8i2.10773)
- Gamboa-Orozco, L. y Álvarez-Beltrán, M. (2022). Impacto de los canales de comunicación corporativa en los resultados de instituciones públicas. *Reciamuc*, 6(3), 55-62. <https://reciamuc.com/index.php/RECIAMUC/article/view/879>
- García-de-la Serrana-Pérez, P. (2020). *La comunicación corporativa online de los equipos de MotoGP: el caso del Team Suzuki Ecstar* [Tesis de grado, Universidad Miguel Hernández de Elche]. <https://dspace.umh.es/handle/11000/25851>

- Lalaleo–Analuisa, F., Chenet–Zuta, M., Martínez–Yacelga, A. y Bonilla–Jurado, D. (2023). Imagen corporativa desde la perspectiva de la comunicación empresarial: caso Asociación Artesanal Cuero y Afines de Quisapincha. *Revista de Comunicación de la SEECI*, 56, 265–281. <http://doi.org/10.15198/seeci.2023.56.e829>
- Marín–Dueñas, P. y Gómez–Carmona, D. (2022). La comunicación empresarial en tiempos de COVID. *aDResearch ESIC International Journal of Communication Research*, 27, 36–52. <https://revistasinvestigacion.esic.edu/adresearch/index.php/adresearch/article/view/196>
- Matailo–Mayaguari, P. y Velásquez–Benavides, A. (2024). Modelo de plan estratégico de comunicación para revistas científicas: Caso de estudio. *South American Research Journal*, 3(2), 45–52. <https://sa-rj.net/index.php/sarj/article/view/45>
- Nájera–Espinosa, O. y Sánchez–Estévez, G. (2020). La comunicación organizacional y los ambientes laborales en la actualidad. Acercamientos y variaciones. *Revista Iberoamericana de Comunicación*, (39), 108–122. <https://ri.iberomx/handle/iberomx/5878>
- Newman, N., Fletcher, R., Schultz, A., Andi, S., Robertson, C. y Nielsen, R. (2021). Reuters Institute Digital News Report 2021. *Reuters Institute for the Study of Journalism*. <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2021>
- Nuñez–Ramírez, M., Atila–Lijerón, J., Banegas–Rivero, R. y Esparza–García, I. (2021). Predictores de la intención hacia el uso de tecnologías de la información y la

comunicación (TIC) por profesores universitarios en Bolivia durante la pandemia por COVID-19.

*Formación universitaria*, 14(6), 109-118. <https://dx.doi.org/10.4067/S0718-50062021000600109>

Pineda-Henao, A. (2020). La comunicación organizacional en la gestión empresarial: retos y oportunidades en el escenario digital. *Revista GEON (Gestión, Organizaciones Y Negocios)*, 7(1), 9-25. <https://doi.org/10.22579/23463910.182>

Ramírez-Ramírez, M. (2021). Transformación digital en las Universidades: Proceso en épocas de COVID 19. *RISTI: Revista Ibérica de Sistemas y Tecnologías de la Información*, (42), 593-602. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8624594>

Ramos-Farroñán, E. y Valle-Palomino, N. (2020). Gestión de imagen corporativa como estrategia de sostenibilidad: camino al cambio empresarial. *Universidad y Sociedad*, 12(1), 292-298. <http://scielo.sld.cu/pdf/rus/v12n1/2218-3620-rus-12-01-292.pdf>

Sánchez, M., Mejías, M. y Olivety, M. (2022). Diseño de Metodologías Mixtas una revisión de las estrategias para combinar. *Revista Electrónica Human@s Enfermería en RED*, (3), 10-13. <https://publicaciones.unpa.edu.ar/index.php/boletindeenfermeria/issue/view/166/11>

Sánchez-Galarraga, D. y Pérez-Rodríguez, A. (2022). *De ciberestudiantes a ciberperiodistas: análisis de la competencia mediática en estudiantes universitarios cubanos de Periodismo*. Universidad de Huelva-Universidad Internacional de Andalucía. <http://dx.doi.org/10.13140/RG.2.2.16451.41761>

- Sebastián–Morillas, A., Muñoz–Sastre, D. y Núñez–Cansado, M. (2020). Importancia de la estrategia de comunicación y su relación con el insight para conseguir la eficacia publicitaria: el caso de España. *Cuadernos.Info*, (46), 249–280. <https://doi.org/10.7764/cdi.46.1786>
- Sevilla, N., García, C., Lozano, J. y Alvarez, O. (2022). Estrategias de comunicación corporativa para reposicionar un centro comercial. Caso “Plaza Guerrero de Chilpancingo, Gro. México. *Foro de Estudios sobre Guerrero*, 9(1), 145–154. <https://revistafesgro.cocytieg.gob.mx/index.php/revista/article/view/104>
- Suárez–Lantarón, B. y García–Perales, N. (2021). Covid–19: La brecha (digital) educativa a través de la prensa. *RiiTE Revista Interuniversitaria de Investigación en Tecnología Educativa*, (11), 53–68. <https://revistas.um.es/riite/article/view/475881>
- Universidad Nacional de Chimborazo. (2022). *Plan Estratégico Institucional 2022–2026*. [https://www.unach.edu.ec/wp-content/Desarrollo\\_institucional/Final\\_Plan\\_estrategico\\_institucional-2022\\_2026\\_Unach\\_c.pdf](https://www.unach.edu.ec/wp-content/Desarrollo_institucional/Final_Plan_estrategico_institucional-2022_2026_Unach_c.pdf)
- Vega–Almeida, R., Iglesias–Alfonso, C., Morua–Delgado, M. y Cossío–Cárdenas, G. (2020). Plan de comunicación del Sistema de Inteligencia Colaborativa para el Grupo Empresarial BioCubaFarma. *Revista Cubana de Información en Ciencias de la Salud*, 31(2), 1–23. <https://www.redalyc.org/journal/3776/377665620004/377665620004.pdf>

## ENSAYOS

## **El Rol de los Medios Alternativos Comunicacionales en Torno a la Concienciación de la Igualdad de Género**

### ***The Role of Alternative Media in Raising Awareness of Gender Equality***

**Mirian Yadira Quiroz-Párraga<sup>1</sup>**

Docente

Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí

[miriany.quiroz@uleam.edu.ec](mailto:miriany.quiroz@uleam.edu.ec)

**John Jairo Reyes-Andrade<sup>2</sup>**

Docente

Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí

[john.reyes@uleam.edu.ec](mailto:john.reyes@uleam.edu.ec)

#### **Resumen**

El actual ensayo tuvo el objetivo de analizar el rol de los medios alternativos que han servido como portavoces para los movimientos feministas en la lucha de la concienciación de la igualdad de género en sectores marginales de Latinoamérica. Para efectuar dicho análisis, se realizó una revisión bibliográfica a diferentes textos académicos que se encuentran ligados al asunto de los medios alternativos como espacios para fomentar la equidad de género. Dentro del examen de la literatura científica, se observó que el arte

<sup>1</sup> Docente ULEAM por 30 años, Licenciada en Publicidad, Magister en Comunicación Estratégica de la Comunicación Organizacional por la UTE, Magister en Periodismo por la ULEAM. Líder del proyecto de investigación Comunicación, arte y cuestiones de género. Ponencias y participación en congresos nacionales e internacionales. ORCID: <https://orcid.org/0009-0008-3372-7392>

<sup>2</sup> Profesor universitario y director creativo de producción audiovisual, con más de dos décadas de trayectoria en medios nacionales. Actualmente se dedica a impulsar la innovación en comunicación y el *branding* digital en la educación superior. ORCID: <https://orcid.org/0009-0007-1137-7486>

en sus diferentes expresiones ha demostrado ser un medio alternativo de comunicación de empoderamiento para los grupos feministas de Latinoamérica, llegando a ser muy eficaz en la mayoría de las ocasiones. En conclusión, se determinó que en Latinoamérica existen varios ejemplos de medios alternativos que están intentando fomentar la equidad de género en lugares marginales, donde iniciativas comunicacionales impulsadas por movimientos feministas como: #NiUnaMenos, el grupo «Las Tesis», y entre otras más. Han logrado obtener relevancia gracias a la convergencia entre lo digital y el arte audiovisual, lo cual está llevando a que la comunicación que aborda temas de igualdad de género se democratice en los países de la región.

*Palabras clave:* medios alternativos, igualdad de género, feminismo, comunicación, arte.

### **Abstract**

This essay aimed to analyze the role of alternative media, which have as spokespersons for feminist movements in raising awareness about gender equality in marginalized sectors of Latin America. To conduct this analysis, a bibliographic review was carried out of various academic texts related to the use of alternative media as spaces for promoting gender equality. The review of the scientific literature shows that art, in its various expressions, has proven to be an empowering alternative means of communication for feminist groups in Latin America, often demonstrating high effectiveness. In conclusion, it was determined that Latin America, hosts several examples of alternative media that are attempting to promote gender

equality in marginalized areas. Communication initiatives promoted by feminist movements such as #NiUnaMenos, the group «LasTesis» and others have gained relevance thanks to the convergence of digital and audiovisual art, which is leading to the democratization of communication that addresses issues of gender equality across the region.

*Keywords:* alternative media, gender equality, feminism, communication, art.

## Introducción

En la comunicación, los medios alternativos presentan una visión heterogénea de diferentes realidades sociales, contadas a través de historias de luchas que surgen como elementos clave en la erradicación de la desigualdad social que se vive en la actualidad, donde buscan contribuir en la concienciación de las personas en varias problemáticas sociales como la falta de equidad de género. Según Arévalo-Salinas et al. (2020), se afirma que “[...] los medios de comunicación alternativos representan una corrección proclamada y/o autopercebida, como oposición a la tendencia general del discurso público que emana de lo que se percibe como los medios hegemónicos dominantes en un determinado sistema” (p.3).

Desde los inicios de los medios alternativos comunicacionales, siempre ha existido una conexión que une a las luchas sociales de los grupos excluidos y los canales alternos, siendo estos portavoces de mensajes de concienciación de temáticas poco abordados por los medios hegemónicos, esto a través de estrategias y recursos educomunicacionales. De acuerdo con Muñoz-Gañan et

al. (2021), la educomunicación tiene el fin de persuadir, concienciar, motivar, movilizar, educar, recrear, empoderar, reconocer, debatir, cambiar, difundir e incidir en torno a una problemática en particular.

En la actualidad, los medios alternativos como el arte digital, son una herramienta efectiva para atenuar los desafíos sociales convirtiéndolos en componentes audiovisuales para la difusión de mensajes contra la violencia de género (Segura-Mariño y García-Umaña, 2019). El arte, siendo un medio alternativo de comunicación, ha permitido visibilizar las desigualdades de género, cobrando importancia en la difusión de mensajes mediante expresiones artísticas.

El rol de los medios alternativos comunicacionales frente a la temática de igualdad de género, muestra hoy en día desafíos sociales complejos, a pesar de que han ganado relevancia en cuanto a su visibilización en los medios de comunicación digitales; sin embargo, carece de un análisis crítico sobre su efectividad en comunidades marginadas. Por lo mencionado, se planteó la siguiente interrogante: ¿Cuál es la contribución de los medios alternativos de comunicación en la concienciación de la igualdad de género en los sectores marginales de Latinoamérica?

El presente ensayo tiene el objetivo de analizar el rol de los medios alternativos comunicacionales que han servido de portavoces para la concienciación acerca de la igualdad de género en comunidades marginales de Latinoamérica. Para llevar a cabo aquello, se realizó una revisión bibliográfica de diferentes fuentes académicas como revistas científicas, tesis y libros que se encuentran relacionados con el tema que se aborda en el texto.

Se empleó un análisis documental que permitió comprender el rol de los medios alternativos comunicacionales y su contribución en la concienciación de la equidad de género, esto mediante evidencias que describen detalladamente el fenómeno por técnicas y fundamentos epistémicos (Sánchez-Flores, 2019). Para aquello, se realizó una revisión bibliográfica a distintas bases de datos indexadas, además de sitios webs oficiales de organizaciones feministas de Latinoamérica, esto con el fin de obtener información relacionada al tema que se aborda en el manuscrito.

La estructura del estudio se organiza en varias secciones donde se muestra la evolución de los medios alternativos en Latinoamérica y cómo estos han servido de voceros de las comunidades marginadas, siendo el arte visual una herramienta comunicacional para enfrentar a las narrativas hegemónicas. Asimismo, se examinó las características tecnológicas relacionadas con la Web 2.0, seguidas de un análisis de diversas expresiones artísticas como el cine y el teatro para visibilizar las voces de grupos vulnerables, la misma busca aportar en la transformación social y a la democratización de la comunicación en la región.

## **Desarrollo**

### ***Evolución de Medios Alternativos Comunicacionales***

Al principio, los medios alternativos fueron vistos como un recurso de las comunidades invisibilizadas, que desafiaban a los medios hegemónicos que eran partidarios de un régimen, como en algún momento lo fue la radio comunitaria, siendo un medio muy popular de acceso

democrático y participativo mediante un diálogo crítico (Simpson-Grinberg, 1986). Por otro lado, el arte visual también es parte de los medios alternativo de comunicación, destacándose por sus narrativas desafiantes en categorías como el cine y el teatro, que se utilizan para promover temas tabúes que buscan acercar el arte a la gente (Manovich, 2005).

Por su parte, Barranquero y Treré (2021) describen la evolución de los medios alternativos y el poder que desarrollaron a inicios del siglo XX a través de la radio y la prensa. Ambas herramientas emancipadoras tuvieron un gran desarrollo en las mismas hasta el siglo XXI; luego, nació el interés de cada individuo en participar en la denominada Web 2.0, en la cual se convertiría en el nuevo medio alternativo donde tendría acogida por varios movimientos sociales que estaban en busca de un espacio alejado de las hegemonías que tenían los monopolios de la comunicación tradicional.

La llegada de los medios alternativos, como el internet, resultó un avance; sobre todo, para los grupos o comunidades que se sentían vulnerados sus derechos, y aquello fue una respuesta a sus necesidades de expresar sus mensajes a las demás comunidades con total libertad. Por ello, la tecnología, especialmente la Web 2.0 sirvió para desapegar al pueblo de los medios hegemónicos, generando un gran impacto y atención en la lucha de la justicia social (Mangone, citado en Loreti et al., 2007).

En el contexto latinoamericano, los medios alternativos ocasionaron un gran impacto en sus primeros años de desarrollo, generando un campo de estudio

específico (Barranquero y Treré, 2021). Por ejemplo, en los años sesenta, a consecuencia de los modelos verticales y extensionistas, el comunicólogo estadounidense Schramm (1997), junto a la agencia de cooperación de la UNESCO, contribuyeron para que nazcan modelos alternos en Latinoamérica como “comunicación de apoyo al desarrollo” y “comunicación de desarrollo” (Ramiro-Beltrán, 2006).

Más adelante, entre los años setenta y ochenta es donde empiezan a surgir los medios alternativos latinoamericanos que, impulsaron a muchos proyectos comunitarios hambrientos de revolucionar y desafiar a un poder que limitaba sus necesidades. Algunos autores como Luis Ramiro-Beltrán (2006) junto a Juan Díaz-Bordenave (1985) fueron los que proponían modelos más participativos de comunicación que beneficien el desarrollo de las comunidades marginadas, además de planes educomunicacionales que se vieron plasmados en las radios mineras bolivianas (Barranquero y Treré, 2021).

Otro punto relevante en la historia de los medios alternativos en Latinoamérica, fue registrado en el caso del «apagón mediático» en Honduras, llevado a cabo por los grupos golpistas, en la que se usaron los panfletos como medio alternativo de difusión para informar a la ciudadanía. Este nivel inicial de comunicación alternativa, denominado «información de persona a persona», ha surgido y se ha promovido en el ámbito regional dentro de Honduras, funcionando como una herramienta para la movilización social en contextos de crisis (Corrales-García y Hernández-Flores, 2009).

En consecuencia, los modelos alternos dieron lugar a la época un carácter revolucionario y desafiante a los gobiernos autoritarios que limitaron el bienestar de grupos sociales como ser escuchados en los medios de comunicación establecidos durante una cohesión social (Mangone, citado en Loreti et al., 2007). Sin embargo, el restringir la voz de estos colectivos ocasionó que su participación en las luchas por la democratización se termine desarrollando nuevos medios alternativos de comunicación que iban emergiendo por los avances tecnológicos como los medios digitales y el arte visual digital.

Por otro lado, vale mencionar que la comunicación alternativa se contextualiza en discursos que ejercen poder para recuperar la legitimidad en grupos marginados, esto ocurre cuando existe una disputa o para dar voz a sectores excluidos de los canales hegemónicos. No obstante, León (2022) sostiene que la idea de esta teoría sobre la comunicación alternativa que trata de ser la entrada del empoderamiento de grupos excluidos, sigue actuando como un mecanismo de poder que el capitalismo utiliza para beneficiarse de la información.

### ***El Arte como Medio Alternativo***

Según Tisselli (2014), los medios alternativos se manifiestan en cualquier forma, especialmente el arte como performances, instalación, arte del cuerpo, arte de la tierra, arte de procesos, etc. Abarcando distintas formas de cada arte, sin limitar las próximas expresiones creativas que desean desafiar frente a los medios hegemónicos mediante la expresión y experiencia única que genera su propia reflexión crítica, demostrando nuevas formas de comunicación para mantener una conexión entre las personas y comunidades.

De esta manera, los medios alternativos como el arte se caracterizan por ser una herramienta de independencia y autonomía según las necesidades de los individuos, presentando una perspectiva distinta que visibilice las voces contra los medios masivos controlados a través de mecanismos centralizados por el poder. La habilidad del arte se constituye como uno de los medios alternativos más importantes en la transmisión de mensajes y puntos de vista, especialmente a través de sus manifestaciones artísticas de reciente aparición como el cómic, la fotografía, el arte urbano y el rap (Chóez-Ortega, 2022).

Sin duda, el arte como medio para transmitir temas sociales, culturales y políticos, ya sea en formato físico o digital, tiene el impacto de capturar la atención de las personas por sus mensajes profundos que influyen en la opinión pública al momento de expresar su creatividad o reflexionar críticamente los problemas de su entorno. Un claro ejemplo de ello, es el uso del videoarte como herramienta para crear un nuevo colectivo imaginario que desafíe la masculinidad hegemónica, a partir de representaciones tradicionales de género de la masculinidad androcéntrica; y, al mismo tiempo una presentación alternativa masculina para lograr la reflexión sobre la praxis del audiovisual, cuya estrategia es la reproducción de imágenes vinculadas a la virilidad anatómica (Gas-Barrachina, 2022).

En relación al entorno audiovisual, el activismo tiene el fin de generar una expresión individual en cada persona para la dinámica de la opinión pública que abarca la creatividad junto a un espacio público digital que ofrezca

nuevos caminos para el cambio social. En este sentido, Segura-Mariño y García-Umaña (2019) señalan que los activistas cada vez se centran más en optimizar su labor en los componentes audiovisuales para la difusión de sus mensajes como es el caso de la concienciación de la no violencia de género en Latinoamérica.

Por otra parte, el teatro también ha demostrado ser un medio alternativo comunicacional que busca dar voz a los grupos sociales excluidos. Además, se convertido en una herramienta de empoderamiento e integración social para las mujeres sin hogar consecuente a la situación vulnerable frente a la violencia de género, mediante el desarrollo de programas que se centren en las necesidades afectivas y emocionales de este grupo de la población (Alonso-Pardo, 2020). Algo similar sostienen Forero-Hurtado y Rueda-Mendoza (2023), al destacar el teatro comunitario en Latinoamérica como una herramienta para el cambio social que presenta cuestiones de género asignados en estos espacios de dramatización junto a la participación de las mujeres que enfrentan situaciones de opresión para abordar temas relacionados a la violencia e igualdad de género.

De esta manera, el arte en sus diferentes expresiones artísticas como el arte visual o el teatro muestran ser medios alternativos que empodera a los colectivos sociales para servir de portavoces en la concienciación en problemáticas como la violencia y desigualdad de género, ya que sea estas contando historias de superación o dando soluciones para quienes se identifican con los personajes en el escenario sea a través de algún modo artístico.

### **Comunicación Alternativa y la Igualdad de Género**

La participación de movimientos feministas en redes sociales como herramientas ambivalentes que permitieron evidenciar la exploración sobre las prácticas comunicacionales en medios alternativos, comenzaron a tomar relevancia en Latinoamérica a partir de la época de la era digital. Durante la pandemia de Covid-19, la digitalización dominaba cada día, y con ello, una nueva forma de activismos que muestra las deficiencias del sistema argentino a través del movimiento #NiUnaMenos para visibilizar las presiones y violencias que viven las mujeres argentinas, en la que indica que el 53% de ellas gozan de la protección de sus derechos, sin embargo, el resto señala denuncias de violencia de género, pobreza y discriminación (Enghel, 2022).

Por otro lado, el lenguaje incluyente y sin sexismo en las redes sociales como «X» corrige situaciones de discriminación y promocionan la eliminación del sexismo a través de sus formatos que reflejan la prevalencia de estereotipos de género, intentando erradicar los prejuicios y sesgos (Estrada-García et al., 2023). Respecto a este punto, la Organización de las Naciones Unidas [ONU] (s.f.) determinan que el lenguaje inclusivo puede ser uno de los factores clave para promover la igualdad de género y combatir los prejuicios de género que se suele observar en las actitudes culturales y sociales.

El lenguaje inclusivo y sin sexismo que se ha ido popularizando en las redes sociales es un avance en la cuestión lingüística con el objetivo de cambiar las normas sociales, la cual promueve las identidades de género en

plataformas digitales, esto ha dado un efecto positivo para en crear comunidades digitales libres de violencia de género. Por su parte, Estrada-García et al. (2023), señala que el lenguaje refleja la estructura social, de modo que, evolucionar la lingüística para la igualdad de género es una transformación de las expresiones de cada individuo, por lo tanto, incluir en la temática de las campañas electorales sin sexismo en redes sociales es una manera de concienciar a las personas en el respeto de los derechos de la mujer.

En lo que se refiere al ámbito del cine, las piezas cinematográficas se han ido adaptando a los cambios de lenguajes y narrativas que demanda la sociedad en cuanto al respeto a los derechos de los individuos y sus preferencias, sin embargo, aún existen ciertos estereotipos acerca del rol de la mujer en la representación de papeles en las películas. La pantalla grande actúa como un espejo que muestra la realidad del mundo y sus distintos entornos culturales (Miranda-Espinoza, 2024). Un ejemplo de esto, son las películas para niños que intentan fomentar la conciencia social sobre el valor y la importancia de cada persona en el mundo.

Las redes sociales se han convertido, también, en un medio alternativo para concienciar sobre problemáticas de violencia de género, siendo esta una excelente estrategia para enfrentar este tipo de desafíos y al mismo tiempo mostrar los abusos que sufren las mujeres. Por ejemplo; la creadora de contenido de Instagram «dearcattcallers», cuya cuenta es gestionada por una mujer holandesa, en donde expone a hombres que la acosan verbalmente en lugares públicos tomándose *selfies* con ellos, dicha iniciativa ha

provocado que muchas mujeres se decidan a contar sus casos en redes sociales dándole visibilidad a la problemática del acoso callejero (Escalona-Castro, 2019).

Los medios alternativos que cuestionan de forma crítica los roles de géneros tradicionales y los poderes dominantes de la sociedad siguen enfrentando desafíos en lograr una equidad de género, incluso en espacios digitales, lo que abre las puertas a que estos medios alternativos presenten nuevas iniciativas de empoderamiento. De hecho, la música vista como un medio alterno ha demostrado ser la iniciativa de lucha más reciente de los movimientos feministas en Chile; un ejemplo de esto es el performance realizado por el colectivo «LasTesis», que salieron a marchar en contra de la violencia de género utilizando la canción «Un violador en tu camino», lo cual ocasiono un gran impacto en redes sociales (García-González y Guedes-Bailey, 2020).

### ***La Concienciación de la Equidad de Género en Sectores Marginales***

En Latinoamérica se evidencia varios ejemplos de concienciación en temas de igualdad de género en sectores marginales a través del uso de medios alternativos. En un estudio realizado en Colombia, las instituciones educativas ubicadas en lugares marginales de Bogotá, Cali y Medellín, demostraron que emplear estrategias pedagógicas mediante el uso de obras literarias y musicales para la enseñanza integral en estudiantes de educación básica y media en temas de inclusión de género y diversidad sexual, pueden ser más efectivas y reflexivas que los métodos tradicionales (Muñoz-Gañan et al., 2021).

Por otra parte, las revistas digitales tratan de crear comunidades para darles espacio y voz a los grupos excluidos, sirviendo estos como medios alternativos para que las personas puedan expresarse libremente sobre temas tabúes de la sexualidad y la violencia de género. Un ejemplo de ello es la revista digital «Onda Femenina», creada por la venezolana Mariana González, que se propuso como objetivo dar espacio para que se hable de la realidad, pero con una perspectiva de género donde se destaca la lucha de las mujeres en sus diferentes ámbitos sociales (Maggi-Gordón, 2021).

Con relación a los medios electrónicos, los boletines digitales son una especie de medio alternativo algo olvidado por el tiempo, pero que, a pesar de eso, sigue demostrando que puede ser una alternativa efectiva para servir de portavoz de las luchas feministas en lugares donde el ancho de banda de la red es mínimo. Por ejemplo, en Perú, el Movimiento Amplio de Mujeres Línea Fundacional, es un movimiento feminista que convirtió los boletines electrónicos como su medio de difusión para poder llegar a informar de temas de derechos de la mujer en el ámbito reproductivo y sexual, esto dirigido particularmente a comunidades rurales (Mogollón, 2004).

El teatro como medio alternativo de difusión de mensajes de concienciación de la igualdad de género, ha tomado fuerzas mediante el acercamiento del arte hacia las personas que han sufrido algún tipo de violencia. Un claro ejemplo de ello, es el caso de «Comunizarte» en Honduras, donde utilizan un estilo de teatro del oprimido, que busca llevar esta expresión artística a la gente de comunidades

rurales, esto con el fin de generar un pensamiento crítico sobre la igualdad de género a través del dialogo que se muestran en los personajes de las historias que se narran en las obras, las cuales se basan en vivencias y literatura de autores latinos (Barreiro-Torregrosa, 2021).

En lo que corresponde al arte visual, se evidencia que las productoras cada vez intentan adaptarse a la inclusión y equidad de género por medio de alternativas comunicacionales como el internet, donde los contenidos audiovisuales están tomando mayor relevancia en el público joven. Un ejemplo de esto, es el caso de la productora audiovisual ANODIS, establecida en México, que se dedica a crear contenidos mediáticos alternativos que van en contraposición a los medios hegemónicos, en la que muestran temas de género e inclusión los cuales son producidos y contados desde una perspectiva donde los protagonistas pertenecen a grupos excluidos como la comunidad LGBT+, que algunos de ellos vienen de sectores marginales de la Ciudad de México, siendo una iniciativa que pretende demostrar desde adentro la igualdad de género e inclusión (Olmedo-Neri, 2022).

Otro medio alternativo relacionado al arte son los grafitis, los cuales se ven en las zonas marginales de las distintas ciudades de la Latinoamérica, cuya intensión en muchas ocasiones es expresar artísticamente las luchas sociales que llevan a cabo algunas tribus urbanas, donde varias de ellas están apegadas a procesos de cambio social y concienciación de la igualdad de género. Un ejemplo de aquello, son las grafiteras de Brasil, que nacen de un proyecto de «Hip Hop Mujer», al que pertenece muchas

mujeres que gustan del arte urbano, logrando conformarse como un colectivo denominado «Minas da Rima», esto gracias al internet que ayudo a que se puedan comunicar entre ellas y puedan compartir sus experiencias artísticas a través de foros, en la que buscan difundir mensajes de concienciación sobre los derechos de la mujer mediante el grafiti (Santos y Sunega, citadas en De-Carvalho-Papa y Souza, 2009).

Por otro lado, los *podcastings* sonoros en la era digital se han convertido en una forma alternativa de difusión de mensajes de concienciación sobre la equidad de género, ya que, en la actualidad este formato goza de popularidad en la audiencia joven debido a las plataformas de distribución de audio digital. Un ejemplo de aquello, es el podcast «Cotidiano Mujer», producido en Uruguay, la cual busca ser portavoz de los colectivos feministas uruguayos, en la que varias mujeres dialogan de distintos temas relacionados a los derechos de las mujeres a través de invitados expertos; donde el objetivo es informar y concienciar de temas de igualdad de género a grupos de diferentes generaciones y extractos sociales económicos (López-Villafranca, citado en Barrientos-Báez et al., 2022).

Un medio alternativo que ha sido olvidado en el tiempo, pero que está retornando con fuerza en la era digital es la radio comunitaria. Si bien, la radio tradicional no ha desaparecido del todo, y sigue siendo un medio muy sintonizado por las comunidades alejadas de las ciudades. En la actualidad, la radio en línea está teniendo una creciente popularidad en las zonas rurales de Latinoamérica, sirviendo de portavoz de los movimientos sociales como

las organizaciones feministas de sectores campesinos, las cuales buscan dar a conocer sus mensajes de concienciación y lucha por la igualdad de género en estos lugares. Un ejemplo de ello, es la radio digital «Wambra» creada en Ecuador que, a través de este medio, se intenta dar espacio a mujeres indígenas, afroecuatorianas, trans, y demás voces disidentes. Siendo este una alternativa comunicacional que trata de concienciar e informar acerca de los derechos de las mujeres y la equidad de género desde una mirada feminista, ya que, la radio digital fue creada por mujeres jóvenes activistas apegadas a este tipo de causas sociales (Janz-Woitowicz, 2019).

Finalmente, es necesario mencionar el ejemplo de la iniciativa diseñada por los movimientos feministas latinoamericanos mediante el uso de carteles digitales, los cuales son difundidos en redes sociales como un medio alternativo artístico. Siendo este el caso más conocido de los grupos feminista en Perú, que a través de ilustraciones gráficas digitales buscan transmitir mensajes de concienciación sobre la equidad de género, y al mismo tiempo, denunciar casos de violencias de género que logren impactar en la sociedad (Ramírez-Barrera, 2021).

### **Conclusiones**

El presente ensayo que tuvo como propósito analizar el rol de los medios alternativos comunicacionales que han sido portavoces para la concienciación de la igualdad de género en comunidades marginales de Latinoamérica, llega a la conclusión de que:

Los medios alternativos, a través de la historia, han sido portavoces de las distintas luchas sociales de los

grupos excluidos, por lo cual, los movimientos feministas se han apropiado de estas formas alternas de comunicación que están alejadas del control de los medios tradicionales hegemónicos. Varios autores como Simpson-Grinberg (1986), Schramm (1997) y Ramiro-Beltrán (2006) sustentan la teoría de que los medios alternativos nacen como una voz disidente a la tendencia general del discurso público que manejan los grandes medios dominantes.

En el contexto latinoamericano, se observa que los medios alternativos han aportado con iniciativas que han ayudado como portavoces en las distintas luchas sociales que se han suscitado en varios países de la región. Existen muchos ejemplos de medios alternativos latinoamericanos que han servido de plataforma para dar voz a los grupos excluidos como: las radios de los mineros en Bolivia, los panfletos usados para informar a la ciudadanía en Honduras, el arte gráfico digital utilizado por los movimientos feministas en Perú, etc. Dichos casos, son la prueba de que los medios alternativos latinoamericanos han servido en respuesta ante la hegemonía de los medios de comunicación establecidos que, en algunas ocasiones han estado alineados al poder de turno.

La evidencia documental, expuesta por autores como Tisselli (2014), Chóez-Ortega (2022), Manovich (2005), Segura-Mariño y García-Umaña (2019), demuestra que la evolución de los medios alternativos va de la mano con las diferentes expresiones artísticas, donde muchas de ellas buscan alzar sus voces y visibilizar la desigualdad que viven, destacando su efectividad especialmente en el arte mediante el activismo, que aportan de manera significativa en la promoción de la igualdad de género.

Los movimientos feministas en Latinoamérica empezaron a cobrar relevancia a partir de la era digital, debido a que el internet dio apertura a que surjan nuevos medios alternativos, los cuales han sido aprovechados por los grupos excluidos para dar visibilidad a sus luchas sociales. Dentro de la región, se evidencian varias iniciativas de medios alternativos que buscan concienciar sobre las temáticas relacionadas a la igualdad de género como, por ejemplo: en Argentina, el movimiento #NiUnaMenos (2015), que difunde información en redes sociales de casos de violencia de género; en Chile, el grupo feminista «LasTesis» (2018), con el performance de la canción «Un violador en tu camino», que buscó crear conciencia sobre el acoso sexual; en Brasil, el colectivo «Minas da Rima» (1999), que mediante el grafiti dan mensajes de equidad de género; entre otros casos más que ya han sido mencionados con anterioridad. Sirven estos de argumento y fortalecen la idea de que los medios alternativos han sido portavoces importantes en la lucha de los grupos feministas marginales.

Los puntos expuestos aquí demuestran que, el facilitar plataformas de opinión pública para grupos feministas de zonas marginadas de Latinoamérica, ayudan a que se fomente la crítica sobre temas de género, siendo esto una herramienta clave para la transformación social y la democratización de la comunicación en la región.

## Referencias

- Alonso-Pardo, A. (2020). *Mujeres sin hogar: el teatro como herramienta de empoderamiento e integración social* [Tesis doctoral, Universidad Católica de Murcia]. Repositorio institucional UCAM. <https://repositorio.ucam.edu/handle/10952/5074>
- Arévalo-Salinas, A. I., Al Najjar-Trujillo, T., y Vilar-Sastre, G. (2020). Medios informativos alternativos y economía solidaria en España. *Psicoperspectivas*, 19(2), 81-93. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=171065011009>
- Barranquero, A. y Treré, E. (2021). Comunicación alternativa y comunitaria. La conformación del campo en Europa y el diálogo con América Latina. *Chasqui: Revista Latinoamericana de Comunicación*, 1(146), 159-182. <https://doi.org/10.16921/chasqui.v1i146.4390>
- Barreiro-Torregrosa, T. (2021) Comunizarte: el género mediante el teatro del oprimido. *RES, Revista de Educación Social*, (33), 460-489. <https://eduso.net/res/wp-content/uploads/2021/11/res-33-tania.pdf>
- Chóez-Ortega, C. (2022, 17 de enero). El arte como herramienta de comunicación de una sociedad audiovisual [Imagen adjunta] [Posteo]. LinkedIn. <https://es.linkedin.com/pulse/el-arte-como-herramienta-de-comunicaci%C3%B3n-una-sociedad-ch%C3%B3ez-ortega>
- Corrales-García, F. y Hernández-Flores, H. G. (2009). La comunicación alternativa en nuestros días: un acercamiento a los medios de la alternancia y la participación. *Razón y Palabra*, (70). <https://www.redalyc.org/pdf/1995/199520478050.pdf>

- De Carvalho-Papa, F. y Souza, R. (Ed.) (2009). *Forito: jóvenes feministas presentes* (pp. 86–91). Ação Educativa, Fundação Friedrich Ebert, UNIFEM. <https://library.fes.de/pdf-files/bueros/brasilien/07384.pdf>
- Díaz-Bordenave, J. E. (1985). *Participación y sociedad*. Ediciones búsqueda.
- Engel, F. (2022). Vida cotidiana y justicia de género en Argentina: Prácticas comunicacionales durante la pandemia. *In Mediaciones De La Comunicación*, 17(2), 219–238. <https://doi.org/10.18861/ic.2022.17.2.3336>
- Escalona-Castro, M. (2019). Sororidad y resistencia digital ante el acoso sexual callejero. *Revista científica de Educación y Comunicación*, (18), 119–124. <https://doi.org/10.25267/Hachetetepe.2019.v1.i18.12>
- Estrada-García, M. C., Saldaña-José, M., Pérez-Jiménez, D. A., Ruiz-Barrios, K. F. y Rodríguez-Sánchez, Ó. (2023). ¿Hacia un lenguaje incluyente y sin sexismo? Análisis de la perspectiva de género en la campaña de la candidata Delfina Gómez en Twitter. *Revista Panamericana De Comunicación*, 5(2), 14–34. <https://doi.org/10.21555/rpc.v5i2.2994>
- Forero-Hurtado, A. y Rueda-Mendoza, S. (2023). Feminismo popular y teatro comunitario. El liderazgo de las mujeres, clave del desarrollo del teatro comunitario. *Calle 14 revista de investigación en el campo del arte*, 18(34), 250–261. <https://doi.org/10.14483/21450706.20480>
- García-González, L. Á. y Guedes-Bailey, O. (2020). Análisis de la protesta global #UnVioladorEnTuCamino.

TRAMAS. *Subjetividad Y Procesos Sociales*, 1(53), 67–100. <https://tramas.xoc.uam.mx/index.php/tramas/article/view/907>

- Gas-Barrachina, S. (2022). Representaciones audiovisuales de la virilidad anatómica como estrategia para enfrentar la masculinidad hegemónica. *Ambigua: Revista De Investigaciones Sobre Género Y Estudios Culturales*, (9), 58–70. <https://doi.org/10.46661/ambigua.7429>
- Janz-Woitowicz, K. (2019). *Periodismo alternativo y militancia feminista: experiencias de portales digitales con enfoque de género en Ecuador*. CIESPAL ediciones. <https://ediciones.ciespal.org/index.php/ediciones/catalog/view/17/23/74-2>
- León, J. J. (2022). Comunicación alternativa: un concepto en construcción. *Quórum Académico*, 19(2), 36–52. <https://www.redalyc.org/journal/1990/199073870002/html/>
- López-Villafranca, P. (2022). El feminismo se hace oír a través del podcasting. En A. Barrientos Báez, F. J. Herranz Fernández, D. Caldevilla Domínguez (Coords.), *Estrategias de comunicación: Género, persuasión y Redes sociales*, (pp. 195–216). Gedisa Editorial.
- Loreti, G. Mastrini, y M. Baranchuk [Comp.]. (2007) *Participación y democracia en la sociedad de la información: actas III Congreso Panamericano de Comunicación*, 321–326. Prometeo Libros Editorial.
- Maggi-Gordón, M. C. (2021). *Estrategias de comunicación para la promoción de la equidad de género y el cuestionamiento del machismo a través de un medio de comunicación digital: caso de la revista latinoamericana “Onda Feminista”* [Tesis de maestría] Universidad Andina Simón Bolívar, Sede

Ecuador. Repositorio institucional de UASB. <https://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/8077/1/T3518-MCE-Maggi-Estrategias.pdf>

- Manovich, L. (2005). *El lenguaje de los nuevos medios de comunicación. La imagen en la era digital*. Editorial Paidós.
- Miranda-Espinoza, E. M. (2024). *Los actos de habla y los estereotipos en las películas de Shrek* [Tesis de pregrado, Universidad Central del Ecuador]. Repositorio institucional UCE. <https://www.dspace.uce.edu.ec/server/api/core/bitstreams/cf82b996-0642-42b8-8f48-04f13dadbf5a/content>
- Mogollón, M. E. (2004). Publicaciones electrónicas: experiencias y desafíos en Perú. *Revista Estudos Feministas, Florianópolis, 12*(esp.), 193–201. <https://doi.org/10.1590/S0104-026X2004000300021>
- Muñoz-Gañan, G., López-Bravo, D., y Rincón-Présiga, Á. (2021). Aplicación del enfoque decolonial y de equidad de género en instituciones de educación básica y media alternativa en Colombia. *Cadernos Pagu, (62)*. <http://dx.doi.org/10.1590/18094449202100620018>
- Olmedo-Neri, R. A. (2022). Medios LGBT+ en internet: experiencias de comunicación e información en México. *Nóesis. Revista De Ciencias Sociales Y Humanidades, 31*(62), 41–59. <https://doi.org/10.20983/noesis.2022.2.3>
- Organización de las Naciones Unidas [ONU]. (s.f.). *Lenguaje inclusivo en cuanto al género*. <https://www.un.org/es/gender-inclusive-language/>
- Ramírez-Barrera, R. M. (2021). *La función del cartel digital como medio de activismo en la lucha feminista peruana del*

2016 al 2020. [Tesis de pregrado] Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas. Repositorio institucional de UPC. <http://hdl.handle.net/10757/656850>

- Ramiro-Beltrán, L. (2006). La comunicación para el desarrollo en Latinoamérica: un recuento de medio siglo. *Revista Anagramas Rumbos y Sentidos de la Comunicación*, 4(8) 53-76. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=491549031003>
- Sánchez-Flores, F. A., (2019). Fundamentos epistémicos de la investigación cualitativa y cuantitativa: consensos y disensos. *Revista Digital de Investigación en Docencia Universitaria*, 13(1), 101-122. <https://doi.org/10.19083/ridu.2019.644>
- Schramm, W. (1997). *Los Principios de Estudio de Comunicación en América: Un Personal Memoir*. Sage.
- Segura-Mariño, A. G. y García-Umaña, A. (2019). El arte digital y su relación con la violencia de género. *Revista De Humanidades*, (38), 65-84. <https://doi.org/10.5944/rdh.38.2019.22170>
- Simpson-Grinberg, M. (Ed.). (1986). *Comunicación alternativa y cambio social*, 140-172. Premia Editora S.A.
- Tisselli, E. (2014). Medios alternativos. El Jolgorio Cultural de Oaxaca. [https://www.motorhueso.net/text/medios\\_alternativos\\_tisselli.pdf](https://www.motorhueso.net/text/medios_alternativos_tisselli.pdf)

## **De la Palabra a la Acción: Comunicación Estratégica para una Educación Inclusiva**

### ***From Words to Action: Strategic Communication for Inclusive Education***

**Dominique Andrea Montalvo-Villacís<sup>1</sup>**

Ejecutiva de cuentas

One to One Pr Consulting

[dominiquemontalvo1354@gmail.com](mailto:dominiquemontalvo1354@gmail.com)

**Jenny Evangelina Villacís-Domínguez<sup>2</sup>**

Rectora

Unidad Educativa Fiscal Los Shyris

[dobiberlu70@gmail.com](mailto:dobiberlu70@gmail.com)

### **Resumen**

Este estudio analizó la importancia de la comunicación estratégica como herramienta fundamental para la construcción de una educación inclusiva en Ecuador. Se sostuvo que la inclusión no se limitó únicamente al acceso al sistema educativo, sino que implicó la creación de entornos donde se reconoció, respetó y valoró la diversidad como una fortaleza. En este contexto, la comunicación estratégica actuó como un puente entre las instituciones educativas, las familias y la comunidad, permitiendo visibilizar prácticas inclusivas, fortalecer la confianza y generar un diálogo constante que promovió la transparencia y la corresponsabilidad. Además, se examinaron los beneficios

1 Más de 4 años en relaciones públicas en agencias y la Subsecretaría de Educación de Quito. Experta en comunicación corporativa, manejo de crisis, y organización de eventos. ORCID: <https://orcid.org/0009-0001-5341-3963>

2 Rectora de la Unidad Educativa Fiscal Shyris. Posee experiencia como autoridad en instituciones privadas y fiscales, especializándose en inclusión educativa y necesidades educativas específicas en el ámbito de la docencia. ORCID: <https://orcid.org/0009-0008-7265-2784>

de la educación inclusiva, tales como la empatía, la equidad y la cohesión social, junto con estrategias pedagógicas como adaptaciones curriculares, metodologías activas, evaluaciones flexibles y capacitación docente. Se argumentó que, mediante mensajes claros y coherentes difundidos en medios tradicionales y digitales, las instituciones educativas consolidaron su reputación y legitimidad, posicionándose como referentes de buenas prácticas. Finalmente, se concluyó que la articulación entre educación inclusiva y comunicación estratégica constituyó un eje indispensable para garantizar una sociedad más justa, equitativa y solidaria, donde cada estudiante tuvo la oportunidad real de desarrollarse plenamente.

*Palabras clave:* comunicación estratégica, educación inclusiva, diversidad, participación educativa, transparencia institucional.

### Abstract

This study analyzed the importance of strategic communication as a fundamental tool for building inclusive education in Ecuador. It argued that inclusion was not limited solely to access to the educational system but involved creating environments where diversity was recognized, respected, and valued as a strength. In this context, strategic communication acted as a bridge between educational institutions, families, and the community, allowing inclusive practices to be made visible, trust to be strengthened, and ongoing dialogue to be fostered, promoting transparency and shared responsibility. Additionally, the benefits of inclusive education, such as empathy, equity, and social cohesion, were examined

alongside pedagogical strategies including curricular adaptations, active methodologies, flexible assessments, and teacher training. It was argued that through clear and coherent messages disseminated via traditional and digital media, educational institutions consolidated their reputation and legitimacy, positioning themselves as a reference for best practices. Finally, it concluded that the integration of inclusive education and strategic communication constituted an essential axis for ensuring a more just, equitable, and supportive society, where every student had a real opportunity to develop fully.

*Keywords:* strategic communication, inclusive education, diversity, educational participation, institutional transparency.

## Introducción

En el ámbito educativo, la Comunicación Estratégica cumple un rol esencial como articuladora de sentidos, visibilizadora de derechos y facilitadora del diálogo entre los distintos actores del sistema educativo. No se trata únicamente de emitir mensajes o difundir información institucional, sino de construir narrativas que promuevan la participación activa, el reconocimiento de la diversidad y el fortalecimiento de la comunidad educativa como un espacio plural, ético y democrático. En contextos donde la equidad y la inclusión son prioridades, la comunicación adquiere una dimensión aún más profunda: permite sensibilizar, desmontar prejuicios, compartir buenas prácticas y generar alianzas interinstitucionales que hagan posible una educación más justa. Comunicar estratégicamente en

educación es, por tanto, ejercer un acto político y ético que garantiza no solo el derecho a aprender, sino también el derecho a ser escuchado, representado y valorado. Así, la Comunicación Estratégica procura delinear una estrategia global en la cual se articulen todas las comunicaciones de nivel táctico, gestionándolas, así como un sistema integrador, sinérgico y coherente (Scheinson, 2010, p. 19).

Asanza-Capa (2020) señala que la comunicación asertiva en las organizaciones educativas contemporáneas es esencial, pues integra el proceso comunicacional dentro de una formación integral de las capacidades humanas, contribuyendo al desarrollo de la calidad organizacional y facilitando la autorrealización tanto individual como colectiva. Además, plantean que la comunicación actúa como una herramienta fundamental para promover transformaciones institucionales. Sin embargo, a menudo las instituciones consideran que su comunicación interna es adecuada y asertiva, cuando en realidad no siempre es así. Según Asanza-Capa (2020), esta percepción errónea se debe a que los altos mandos creen que mediante medios como la intranet, reuniones grupales y boletines internos es suficiente para evitar problemas comunicativos, pero la falta de coherencia en los mensajes suele generar vacíos y dificultades en la comunicación institucional

En ese marco, la educación inclusiva se presenta como un pilar fundamental para construir sociedades más equitativas, solidarias y cohesionadas. En Ecuador, su implementación resulta clave para asegurar que niños, niñas y adolescentes, independientemente de sus condiciones o procedencia, tengan acceso a una educación

de calidad. Este enfoque no solo fomenta el respeto profundo por las diferencias individuales, sino que también genera espacios donde todos los estudiantes puedan desarrollarse plenamente y participar activamente en su aprendizaje. Así, la educación inclusiva y la comunicación estratégica convergen en un mismo propósito: transformar las unidades educativas en entornos más justos, participativos y capaces de valorar la diversidad como una verdadera fortaleza.

### **Desarrollo**

Desde los inicios de la historia, se ha visto la educación como un principio fundamental en la vida del ser humano, por eso a lo largo de ella se encuentran numerosos intentos de cualificación de este proceso, que han llevado a la humanidad a implementar enfoques y diversos métodos, como forma de responder a las necesidades de cada época. Por lo tanto, el concepto de educación hace referencia, en palabras de Sánchez-Sotil (2016), al proceso formativo de una persona, por lo cual tiene un carácter práctico.

El estudio de las estrategias ha constituido uno de los temas más privilegiados en la práctica y reflexión pedagógica contemporánea, la investigación sobre estas se vinculada a las técnicas, métodos y programas para aprender a pensar y crear. Pérez (2012), al referirse al concepto estrategia, la define como: “El conjunto de las decisiones preparadas de antemano para el logro de un objetivo asignado [...]” (p. 133). González-Murillo et al. (1998), refiere que el término estrategia implica la planeación de acciones totalmente intencionadas y de manera sistemática para la transformación de una situación problemática en un escenario participativo específico.

El sistema educativo en el Ecuador promueve la inclusión en todos los niveles de enseñanza, de allí que las instituciones educativas, vienen realizando acciones alineadas a los postulados de la educación en el siglo XXI, uno de ellos “aprender a vivir juntos, aprender a vivir con los demás. (Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura [UNESCO], 1998, p.10)

Este sistema educativo rompe todo esquema de exclusión y promueve una convivencia sana, en democracia y aceptación de las diferencias individuales de las personas con NEE (Rojas-Avilés et al., 2020).

Morduchowicz (2001), en «Los medios de comunicación y la educación: un binomio posible», resalta que hablar de los medios y la educación significa abordar un campo que, aunque reciente en todo el mundo, incluye no pocos aspectos. A fin de organizar algunas de las dimensiones desde las que es posible enfocar el tema, hemos decidido estructurar este artículo en tres partes.

Hoy en día, la comunicación en la administración pública y en los gobiernos locales ha pasado de ser una opción secundaria a constituirse en una prioridad, impulsada por la creciente exigencia de la ciudadanía respecto a sus necesidades y demandas. Esto ha generado un cambio paradigmático, en el que se abandona el modelo comunicativo básico, lineal y funcionalista para adoptar un enfoque que, durante la última década, ha puesto mayor énfasis en la sostenibilidad de los cambios sociales, en la interacción con la ciudadanía y en su participación activa, aspectos clave especialmente en las instituciones que brindan servicios públicos (Calle-Calle y Badía, 2020).

## **La Comunicación como Eje Central en la Educación**

La comunicación estratégica es, sin lugar a duda, una herramienta fundamental en el ámbito educativo, especialmente cuando se busca consolidar procesos inclusivos y participativos. En un contexto donde la educación enfrenta constantes transformaciones, no basta con transmitir información: se requiere generar mensajes claros, coherentes y pertinentes que lleguen efectivamente a todos los actores de la comunidad educativa. Esto implica que la comunicación no sea entendida como un simple medio de difusión, sino como un recurso estratégico capaz de construir confianza, fomentar la participación activa y visibilizar los avances y desafíos que atraviesa el sistema educativo.

La comunicación organizacional que se da al interior de una entidad trasciende hacia el entorno en el que se puede percibir la importancia de los valores misionales que luego se difunden para no solo lograr la satisfacción sino también el reconocimiento y la construcción de relacionamiento duradero que le genere valor a la organización. (Grajales–Montoya, Gómez–Bayona y Coronado–Ríos, 2021, p. 6)

Particularmente en la educación inclusiva, la comunicación estratégica permite derribar barreras de desinformación y prejuicios, garantizando que las familias, docentes y estudiantes comprendan el sentido y los beneficios de las prácticas pedagógicas adaptativas. Asimismo, favorece la articulación con la comunidad y otras instituciones, potenciando redes de apoyo que enriquecen el proceso educativo. De esta forma, se convierte en una aliada para asegurar que los públicos objetivos accedan

a información oportuna y significativa, logrando que la inclusión no se quede en el discurso, sino que se materialice en acciones concretas que beneficien a toda la comunidad educativa.

Según «Tendencias actuales de estrategias para la inclusión educativa» (2022), menciona que es fundamental mantener un equilibrio entre el aprendizaje y un rendimiento de calidad, considerando las capacidades y habilidades de cada estudiante, con el fin de garantizar un aprendizaje significativo para todos. A diferencia del modelo de integración, este enfoque transforma el sistema educativo para responder a las necesidades del alumnado, evitando que sean los estudiantes quienes deban adaptarse para encajar en él.

En concordancia con esta perspectiva, el Ministerio de Educación del Ecuador (2022) ha señalado que la comunicación educativa debe ser un proceso participativo y transversal, orientado a fortalecer la convivencia armónica, la equidad y el reconocimiento de la diversidad en las instituciones educativas. En este marco, la comunicación estratégica interinstitucional se convierte en un eje clave para garantizar la coherencia de los mensajes y la efectividad de las acciones en todos los niveles del sistema educativo. Por ejemplo, cuando una Unidad Educativa articula su comunicación con los Departamentos de Consejería Estudiantil [DECE], las Direcciones Distritales y el propio Ministerio, se logra una sinergia informativa que permite atender de manera integral los casos de estudiantes con necesidades específicas, evitando la duplicidad de esfuerzos o la desinformación entre docentes, familias y autoridades.

### ***Reconociendo la Diversidad como una Fortaleza***

La educación inclusiva se sustenta en la atención a la diversidad, reconociendo que cada estudiante posee características, intereses, capacidades y necesidades únicas. Este modelo busca no solo asegurar el acceso de todos al sistema educativo, sino también fomentar la permanencia, el aprendizaje significativo y la culminación de los estudios. Para lograrlo, es fundamental implementar estrategias adaptativas que ajusten contenidos, metodologías y evaluaciones, garantizando que respondan a la realidad de cada estudiante.

### ***Beneficios de la Educación Inclusiva***

La inclusión educativa ofrece beneficios incuestionables. Permite que todos los estudiantes accedan a las mismas oportunidades, eliminando barreras que históricamente han restringido la participación de ciertos grupos. Además, fomenta la empatía y la solidaridad, creando un ambiente donde las diferencias son valoradas y respetadas. Este escenario no solo mejora la convivencia en las aulas, sino que también contribuye a construir una sociedad más justa, consciente y cohesionada.

### ***Estrategias para la Inclusión Educativa***

La formación docente orientada a la inclusión educativa requiere no solo de estrategias pedagógicas sólidas, sino también de una comunicación estratégica efectiva dentro del sistema educativo. Una planificación comunicacional clara y bien articulada permite alinear a docentes, directivos, familias y comunidades en torno a un mismo objetivo: garantizar la equidad y la participación

de todos los estudiantes. En el caso ecuatoriano, estas estrategias de inclusión educativa deben ser diseñadas y ejecutadas en coherencia con la comunicación estratégica de las entidades que regulan la educación, asegurando así que los lineamientos, recursos y mensajes lleguen de forma unificada y coherente a todos los actores involucrados. Este enfoque favorece la difusión de buenas prácticas, la coordinación interinstitucional y la creación de redes de apoyo, elementos esenciales para superar resistencias y optimizar el uso de recursos. Al integrar la comunicación estratégica en la gestión escolar, las iniciativas inclusivas dejan de ser esfuerzos aislados y se convierten en procesos sostenibles, capaces de transformar de manera integral la cultura educativa hacia una mayor apertura, flexibilidad y adaptabilidad (Ancaya-Martínez et al., 2024, p.12).

En este mismo sentido, UNICEF y el Ministerio de Educación del Ecuador (2023) destacan que los procesos de comunicación institucional en las escuelas inclusivas deben promover la participación de las familias y comunidades, reforzando la transparencia y el sentido de corresponsabilidad. La guía elaborada por ambas entidades propone que la comunicación sea horizontal y culturalmente pertinente, es decir, que respete las particularidades lingüísticas, étnicas y sociales de cada territorio.

Por ejemplo, las campañas institucionales sobre inclusión han mostrado mayor impacto cuando las direcciones distritales adaptan los mensajes a los contextos locales, incorporando testimonios de estudiantes y docentes en lenguas ancestrales o difundiendo materiales visuales accesibles en comunidades rurales. Este tipo

de comunicación intercultural e inclusiva favorece la apropiación del mensaje y fortalece la confianza entre las familias y el sistema educativo. Desde una perspectiva estratégica, tales acciones refuerzan la legitimidad institucional, mejoran la percepción de coherencia en las políticas educativas y consolidan la participación ciudadana en los procesos de transformación escolar (UNICEF y Ministerio de Educación del Ecuador, 2023).

### **1. *Adaptaciones Curriculares Individualizadas***

La inclusión requiere que los contenidos y actividades se ajusten a las habilidades, intereses y ritmos de cada estudiante. Diseñar planes personalizados no solo permite que todos puedan aprender a su manera, sino que también asegura que ningún alumno quede rezagado.

La difusión clara de estas adaptaciones hacia las familias, estudiantes y docentes es crucial para evitar malentendidos y generar confianza. Además, la comunicación puede visibilizar historias de éxito de estudiantes que han progresado gracias a estas medidas, reforzando la percepción de que la diversidad es una oportunidad y no una barrera.

### **2. *Metodologías de Enseñanza Activas y Diversificadas***

El uso de estrategias como el aprendizaje cooperativo o el empleo de recursos visuales, auditivos y táctiles enriquece la experiencia educativa y facilita la comprensión de los contenidos. Estas metodologías favorecen la participación equitativa de todos los estudiantes.

Mediante campañas internas y externas, se puede dar a conocer la importancia y los beneficios de estas

metodologías, logrando que la comunidad educativa las valore y apoye. Asimismo, el uso de plataformas digitales y redes sociales permite compartir recursos innovadores y motivar a docentes y familias a replicarlos.

### **3. *Evaluaciones Flexibles y Significativas***

Adaptar las evaluaciones para que midan el progreso de cada estudiante según sus capacidades promueve una educación más justa. Incluir formatos alternativos como proyectos, presentaciones y actividades prácticas da, a todos, la oportunidad de mostrar lo aprendido de manera auténtica.

Es vital comunicar con transparencia los criterios de evaluación tanto a estudiantes como a familias, evitando percepciones de favoritismo o falta de rigor académico. Una estrategia comunicacional clara también puede sensibilizar a la comunidad sobre la importancia de valorar el esfuerzo y las competencias, más allá de las calificaciones tradicionales.

### **4. *Capacitación y Sensibilización Docente***

La formación continua permite que los docentes desarrollen competencias en atención a la diversidad y adopten herramientas inclusivas. Además, fomenta actitudes empáticas y proactivas hacia las necesidades de sus estudiantes.

La comunicación interna debe garantizar que los docentes estén informados sobre las oportunidades de capacitación, recursos y acompañamiento disponibles. A nivel externo, es clave difundir las iniciativas de formación docente para visibilizar el compromiso institucional con la inclusión y fortalecer la confianza de la comunidad educativa.

### **5. Trabajo Colaborativo con Familias y la Comunidad**

La participación de las familias como aliados del proceso educativo es esencial, así como la creación de alianzas con organizaciones comunitarias que aporten recursos adicionales. Este trabajo conjunto multiplica el impacto de las políticas inclusivas.

Establecer canales bidireccionales de comunicación con las familias como boletines, redes sociales, reuniones virtuales y presenciales, permite que estén informadas, involucradas y comprometidas con el proceso. De igual forma, comunicar los logros y avances a la comunidad fortalece las alianzas y proyecta una imagen de corresponsabilidad entre escuela y sociedad.

Según el Ministerio de Educación del Ecuador (2022), un caso representativo de educación inclusiva fortalecida mediante la comunicación estratégica en Ecuador es el de las Unidades Educativas a Distancia “Arupos”, creadas con el objetivo de garantizar el acceso, permanencia y culminación de los estudios de jóvenes y adultos que no pudieron concluir su educación en el sistema presencial. Este modelo educativo responde al principio de equidad e inclusión, permitiendo que personas en situaciones de vulnerabilidad, zonas rurales o contextos laborales complejos continúen su formación a través de entornos virtuales flexibles y acompañamiento pedagógico constante.

La implementación del programa se apoyó en una estrategia comunicacional integral, que combinó campañas informativas en redes sociales, medios comunitarios y espacios institucionales para difundir la oferta educativa y los procesos de inscripción. Asimismo, la narrativa se centró en

historias de vida que destacaban el esfuerzo y la superación de los estudiantes, reforzando el mensaje de que la educación es un derecho que puede ejercerse en cualquier etapa de la vida.

Estas acciones comunicativas no solo aumentaron la participación y matrícula en distintos territorios, sino que también fortalecieron la confianza de la ciudadanía en las políticas públicas de inclusión. De esta manera, las “Arupos” se consolidaron como un ejemplo de cómo la comunicación estratégica, articulada con la gestión educativa, puede visibilizar oportunidades, derribar barreras simbólicas y promover una cultura de aprendizaje accesible e inclusiva para todos.

### 6. Espacios Físicos y Digitales Accesibles

Una infraestructura adecuada elimina barreras físicas y facilita la participación de todos los estudiantes. Asimismo, la incorporación de tecnologías accesibles potencia el aprendizaje en entornos presenciales y virtuales.

Figura 1

Estrategias para la inclusión educativa



Nota: Elaboración propia.

La difusión de los esfuerzos realizados en materia de accesibilidad refuerza la confianza en la institución y legitima su compromiso con la inclusión. Además, las plataformas digitales inclusivas deben acompañarse de mensajes claros y accesibles, con lenguaje sencillo, subtítulos, interpretación en lengua de señas y materiales adaptados. para garantizar que la información llegue efectivamente a toda la comunidad.

### **Comunicación: Aliada Estratégica de la Inclusión**

La educación inclusiva trasciende la simple integración de estudiantes con necesidades educativas especiales; abarca la atención a la diversidad cultural, socio-económica y educativa en toda su magnitud. En este contexto, la comunicación juega un papel decisivo. En Quito, las instituciones educativas están regidas por un ente desconcentrado del Ministerio de Educación, que no solo regula los parámetros pedagógicos, sino que también cuenta con departamentos de comunicación encargados de planificar y delimitar la información que se comparte con la comunidad.

Una comunicación clara, asertiva y efectiva es indispensable para visibilizar las buenas prácticas y estrategias inclusivas que se implementan en las unidades educativas. Hoy en día, la comunidad educativa se mantiene informada no solo a través de medios tradicionales como la radio, la televisión y la prensa escrita, y con mayor protagonismo, mediante plataformas digitales y redes sociales, que se han convertido en la principal fuente de información e interacción. Por ello, el manejo adecuado de los mensajes que se transmiten en estos canales resulta

fundamental para garantizar transparencia, fortalecer la confianza y proyectar coherencia institucional.

Según el Ministerio de Educación del Ecuador (2022), un ejemplo destacado de educación inclusiva fortalecida mediante la comunicación estratégica en Ecuador es la Unidad Educativa a Distancia “Arupos”. Esta iniciativa fue creada con el objetivo de garantizar el acceso, permanencia y culminación de los estudios de jóvenes y adultos que no pudieron concluir su educación en el sistema presencial. El modelo educativo implementado responde al principio de equidad e inclusión, permitiendo que personas en condiciones de vulnerabilidad, zonas rurales o contextos laborales complejos puedan continuar su formación a través de entornos virtuales flexibles y acompañamiento pedagógico continuo.

La implementación del programa estuvo acompañada de una estrategia comunicacional integral, que combinó campañas informativas en redes sociales, medios comunitarios y espacios institucionales para difundir su oferta educativa y procesos de inscripción. Además, la narrativa se centró en historias de vida que destacaban el esfuerzo y la superación de los estudiantes, reforzando el mensaje de que la educación es un derecho que puede ejercerse en cualquier momento de la vida.

Esta acción comunicativa no solo incrementó la participación y matrícula en distintos territorios, sino que también fortaleció la confianza de la ciudadanía en las políticas públicas de inclusión. De esta manera, las “Arupos” se consolidaron como un ejemplo de cómo la comunicación estratégica, articulada con la gestión educativa, puede

visibilizar oportunidades, derribar barreras simbólicas y proyectar una cultura de aprendizaje accesible e inclusiva para todos (Ministerio de Educación del Ecuador, 2022).

El trabajo articulado entre las áreas educativas y comunicacionales permite no solo consolidar vínculos de confianza con las familias y la comunidad, sino también posicionar a las entidades educativas como referentes en inclusión y buenas prácticas. Al difundir testimonios, resultados y metodologías a través de estrategias comunicacionales integrales, se promueve la sensibilización social y se construye un relato colectivo donde la diversidad se entiende como una fortaleza. Además, la gestión responsable de la comunicación contribuye a generar una reputación institucional positiva, a fortalecer la legitimidad de las políticas educativas y a proyectar al país como un modelo regional en materia de inclusión.

La comunicación estratégica es indispensable en el sistema educativo ecuatoriano actual, ya que constituye el mecanismo fundamental para informar, sensibilizar y comprometer a toda la comunidad educativa en torno a iniciativas inclusivas. No basta con tener políticas inclusivas; es necesario que estas sean entendidas y respaldadas mediante mensajes cohesionados y accesibles dirigidos a estudiantes, familias, docentes y sociedad en general. En este contexto, según Plaza-Macías et al. (2024): “La comunicación inclusiva en el sistema educativo ecuatoriano sigue siendo un elemento casi desconocido en el proceso enseñanza-aprendizaje” (p.1496).

Según el Ministerio de Educación de Ecuador (2024) en donde señala: mediante las guías para la inclusión

educativa publicadas en 2021, propone lineamientos técnicos y psicopedagógicos que deben difundirse eficazmente a través de medios tradicionales y digitales, con el fin de asegurar que toda la comunidad educativa esté debidamente informada y participe activamente. Por tanto, la comunicación estratégica no solo trasciende la mera transmisión de información: se convierte en un instrumento ético y social que promueve la corresponsabilidad, fortalece la confianza institucional y asegura que la educación inclusiva deje de ser una promesa para convertirse en una realidad compartida por todos (Romero-Jácome et al., 2023).

En definitiva, apostar por la educación inclusiva en Ecuador es apostar por un futuro más justo y equitativo; y hacerlo de la mano con una comunicación estratégica garantiza que ese esfuerzo no solo se viva en las aulas, sino que también se reconozca, se comparta y se valore en toda la sociedad. La unión de la educación y la comunicación constituye así un eje fundamental para transformar la realidad educativa y consolidar una cultura inclusiva en nuestro país.

### **Proceso Sugerido de Comunicación Estratégica para la Educación Inclusiva**

El proceso de comunicación estratégica en el ámbito de la educación inclusiva debe entenderse como un ciclo continuo y participativo, que integre a todos los miembros de la comunidad educativa, incluyendo estudiantes, familias, docentes, autoridades y la sociedad en general, a través de un diálogo abierto y permanente. Este proceso se desarrolla en varias etapas fundamentales:

### **1. Diagnóstico y Planificación Comunicacional**

Consiste en identificar las necesidades, expectativas y posibles obstáculos comunicativos presentes en el contexto educativo, poniendo especial atención a la diversidad y características particulares de cada grupo. A partir de este análisis, se elaboran estrategias y mensajes claros que respondan a estas realidades y que estén alineados con las directrices de inclusión establecidas por el Ministerio de Educación del Ecuador.

### **2. Difusión y Acceso a la Información**

Implica la utilización de diversos canales de comunicación, tanto tradicionales –radio, televisión, prensa escrita– como digitales –redes sociales, páginas web, aplicaciones educativas–, adaptados a las características del público. La información debe presentarse en un lenguaje claro y accesible, complementado con recursos visuales y formatos inclusivos como subtítulos o interpretación en lengua de señas, para asegurar que llegue a todos los destinatarios sin exclusión.

### **7. Participación y Retroalimentación**

Promover una comunicación bidireccional es esencial para que las familias y estudiantes puedan compartir sus opiniones, inquietudes y sugerencias. Esta interacción fortalece la corresponsabilidad y contribuye a la mejora continua de las políticas inclusivas, evitando que la comunicación sea solo un proceso unidireccional o informativo.

### **8. Monitoreo y Evaluación**

Esta etapa consiste en medir la efectividad de las estrategias comunicativas mediante indicadores claros,

tales como el nivel de comprensión, la participación y el grado de satisfacción de los miembros de la comunidad educativa. Los resultados obtenidos permiten realizar los ajustes necesarios para mantener la coherencia y el impacto positivo de los mensajes.

### 9. Consolidación y Cultura Institucional

Finalmente, la comunicación estratégica debe favorecer la construcción de una cultura organizacional inclusiva, donde la diversidad sea reconocida y valorada como un elemento esencial. De esta forma, la educación inclusiva trasciende el discurso para convertirse en una práctica cotidiana, legítima y sostenida en el tiempo.

#### Figura 2

Proceso de comunicación en la educación inclusiva



Nota: Elaboración propia.

## **Medios de Comunicación y su Influencia en los Imaginarios Sociales de la Educación Inclusiva: Desafíos y Oportunidades**

Los medios de comunicación forman parte del entorno cotidiano de niñas, niños y adolescentes, por lo que su influencia dentro del sistema educativo resulta innegable. Más allá de su papel informativo, los medios construyen significados, modelan percepciones y generan referentes culturales que inciden directamente en las prácticas escolares y en la manera en que se conciben la diversidad y la inclusión. En este contexto, es fundamental que las instituciones educativas de Quito mantengan una relación pro-positiva y equilibrada con los medios, permitiendo que estos se conviertan en aliados estratégicos de una educación más equitativa y participativa.

Esta relación requiere un esfuerzo conjunto entre los actores educativos, las familias, las comunidades y los organismos reguladores. La interacción con los medios no debe limitarse a la recepción pasiva de contenidos, sino que debe promover también la producción y difusión de mensajes desde las propias instituciones educativas. Así se generan narrativas que visibilicen buenas prácticas, fomenten el respeto a la diversidad y posicionen a la inclusión como una responsabilidad compartida. En particular, los medios comunitarios y escolares pueden desempeñar un papel clave para dar voz a estudiantes, docentes y familias en sus propios contextos.

A pesar de que los medios operan bajo principios de libertad de expresión, es necesario contar con lineamientos claros que orienten el tratamiento informativo sobre

temas educativos e inclusivos. La regulación no implica censura, sino la promoción de contenidos responsables y respetuosos, que eviten estereotipos o representaciones asistencialistas de las personas con discapacidad, de las minorías culturales o de quienes enfrentan barreras de aprendizaje. Este control ético contribuye a garantizar que la información sea coherente con los principios de equidad y derechos humanos que orientan al sistema educativo.

Por otra parte, integrar a los medios en la dinámica escolar implica también ofrecer espacios de formación mutua. Así como las instituciones pueden beneficiarse de la capacidad de difusión de los medios, estos también pueden fortalecer sus enfoques y lenguajes a través de la colaboración con docentes y especialistas. En una ciudad tan diversa como Quito, esta sinergia resulta indispensable para construir una educación inclusiva que sea comprendida, valorada y sostenida por toda la sociedad.

### **Conclusión**

#### ***La Comunicación Estratégica como Motor para Convertir la Educación Inclusiva en Una Realidad Tangible***

La comunicación estratégica es un elemento clave para transformar la educación inclusiva, no solo como un ideal o una política escrita, sino como una práctica real y efectiva dentro de las escuelas de Quito. Más que simplemente transmitir normas o directrices, esta comunicación actúa como un puente que conecta a todos los involucrados, a todos los *stakeholders*: estudiantes, familias, docentes, autoridades y la comunidad en general. A través de mensajes claros, bien estructurados y ajustados a cada audiencia, se puede crear conciencia sobre la

importancia de reconocer la diversidad como un valor enriquecedor para el proceso educativo. Esta sensibilización es fundamental para superar prejuicios y barreras invisibles que aún impiden que algunos estudiantes, especialmente aquellos con necesidades especiales o en situación de vulnerabilidad, participen plenamente. Por ello, la comunicación estratégica es mucho más que informar; se convierte en un acto ético y político que promueve cambios profundos en la cultura escolar y social, fomentando el respeto, la empatía y la igualdad. Así, la educación inclusiva deja de ser una promesa vacía o una obligación burocrática para ser una experiencia viva y cotidiana donde cada estudiante se siente reconocido, valorado y apoyado.

### ***La Importancia de la Multicanalidad y Accesibilidad en la Comunicación para Garantizar la Inclusión***

Para que la comunicación estratégica tenga verdadero impacto en la educación inclusiva, es esencial emplear una variedad de canales que respondan a la diversidad de la comunidad educativa de Quito. Esto significa combinar medios tradicionales como la radio, la televisión o la prensa con plataformas digitales, redes sociales, sitios web y aplicaciones educativas. Pero no solo se trata de multiplicar los medios, sino de asegurar que los mensajes sean accesibles para todas las personas, sin importar sus capacidades, idiomas o contextos. Esto incluye usar un lenguaje claro y sencillo, apoyos visuales, subtítulos, interpretación en lengua de señas y formatos adaptados para quienes tengan alguna discapacidad. Garantizar esta accesibilidad no solo es un mandato ético, sino que fortalece la transparencia institucional y mejora la

confianza de las familias y estudiantes. Además, facilita que todos comprendan las políticas y beneficios de la educación inclusiva, evitando confusiones y desinformación. De esta manera, la comunicación estratégica se convierte en un pilar fundamental para fomentar la participación activa, la corresponsabilidad y el éxito de la inclusión en las Unidades Educativas.

### ***La Comunicación Bidireccional como Vía para la Corresponsabilidad y Mejora Continua en la Educación Inclusiva***

Un aspecto esencial para que la comunicación estratégica cumpla su función en la educación inclusiva es que sea un proceso bidireccional, que invite a la participación activa y el diálogo. No se trata únicamente de que las autoridades educativas transmitan mensajes hacia la comunidad, sino que se abran espacios genuinos donde estudiantes, familias, docentes y demás actores puedan compartir sus ideas, dudas y sugerencias. Este intercambio constante fortalece la corresponsabilidad, entendida como un compromiso compartido para avanzar en la inclusión. Además, permite identificar desafíos, necesidades no atendidas o aspectos que requieren ajuste, facilitando la mejora continua de las políticas y prácticas educativas. En Quito, con su diversidad cultural, social y económica, esta comunicación abierta es aún más necesaria para que las estrategias respondan a las particularidades de cada comunidad. A su vez, la participación activa de familias y estudiantes fortalece el sentido de pertenencia y confianza en las instituciones educativas, elementos fundamentales para que la educación inclusiva funcione efectivamente. Por

lo tanto, la comunicación estratégica se vuelve un espacio democrático y colaborativo que impulsa la transformación y consolidación de ambientes educativos inclusivos.

### ***Construcción de una Cultura Institucional Inclusiva a través de la Comunicación Estratégica***

Finalmente, la comunicación estratégica es indispensable para construir y sostener una cultura organizacional que valore la inclusión como un principio central y una práctica diaria. Para que la educación inclusiva deje de ser solo un discurso y pase a formar parte de la identidad y dinámica de las escuelas en Quito, es necesario que los mensajes, tanto internos como externos, refuercen constantemente la importancia de la diversidad, el respeto mutuo y la igualdad de oportunidades. Esto implica generar narrativas que celebren las diferencias, visibilicen las buenas prácticas y reconozcan el esfuerzo de estudiantes, docentes y familias. Una comunicación clara y bien gestionada también fortalece la legitimidad y prestigio de las instituciones, posicionándolas como referentes en inclusión a nivel regional. Este reconocimiento no solo motiva a la comunidad educativa, sino que atrae recursos, alianzas y apoyos que elevan la calidad de la educación. En resumen, la comunicación estratégica es un factor clave para transformar la cultura institucional, promover la cohesión social y asegurar que la educación inclusiva sea una realidad duradera que beneficie a toda la comunidad educativa y contribuya a construir una sociedad más justa y solidaria en Quito.

La construcción de una educación inclusiva no puede comprenderse únicamente desde las prácticas pedagógicas o

los marcos normativos; requiere también de una estrategia comunicacional consciente, articulada y coherente con los principios de equidad, diversidad y participación. En el contexto de Quito, donde confluyen múltiples realidades sociales, culturales y económicas, la comunicación estratégica cobra especial relevancia como herramienta transformadora dentro y fuera del aula.

Las unidades educativas, al adoptar una visión inclusiva, deben asumir la comunicación no como un proceso extra, sino como un componente transversal que contribuye a visibilizar, sensibilizar y movilizar a la comunidad educativa en torno a la diversidad. En este proceso, los medios de comunicación, especialmente los comunitarios, escolares y digitales, desempeñan un papel esencial, pues tienen la capacidad de amplificar voces, construir referentes positivos y generar espacios de diálogo que fortalezcan el sentido de pertenencia y corresponsabilidad.

Integrar a los medios en la dinámica educativa no significa solamente difundir logros institucionales, sino permitir que ellos se conviertan en aliados para reflexionar colectivamente sobre los desafíos que plantea la inclusión, sus avances, tensiones y posibilidades. Para que ello ocurra, es necesario consolidar mecanismos de formación, regulación ética y participación activa que promuevan una relación respetuosa, crítica y colaborativa entre comunicación y educación.

Solo así será posible transformar los discursos en acciones concretas, y hacer que la inclusión deje de ser una aspiración abstracta para convertirse en una experiencia

cotidiana, vivida y sostenida por toda la comunidad. Apostar por esta articulación no solo fortalece el sistema educativo de la ciudad, sino que contribuye a la consolidación de una cultura democrática, plural y profundamente humana.

Según el Ministerio de Educación del Ecuador (2024), la “Estrategia Nacional de Educación Inclusiva 2030” establece que la comunicación institucional debe ser un componente esencial de la gestión educativa y la construcción de ciudadanía. Este plan destaca que la comunicación no debe limitarse a informar sobre políticas, sino a movilizar a la comunidad educativa hacia la acción colectiva.

Por ejemplo, cuando los centros educativos difunden de forma sistemática sus buenas prácticas inclusivas —como adaptaciones curriculares, jornadas de sensibilización o formación docente en atención a la diversidad—, no solo cumplen con un mandato informativo, sino que generan una cultura institucional compartida. Estas acciones comunicacionales sostenidas fortalecen la empatía, visibilizan los avances y consolidan una imagen pública coherente con los valores de equidad y diversidad promovidos por el Estado ecuatoriano.

## Referencias

- Ancaya-Martínez, M. D. C. E., Távara-Sabalú, C. D. J., y Yarin-Achachagua, A. J. (2024). Estrategias en la formación docente para promover la inclusión educativa: una revisión sistemática. *European Public & Social Innovation Review*, 9, 1-18. <https://doi.org/10.31637/epsir-2024-886>
- Asanza-Capa, N. B. (2020). La comunicación asertiva y su incidencia en la gestión educativa. *Ciencia y Educación*, 1(3), 20-31. <https://doi.org/10.48169/Ecuatesis/0103202015>
- Calle-Calle, S. y Badía, A. T. (2020). Comunicación estratégica, clave para un buen gobierno. *ARCIC*, 9(22), 78-94. [http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S2411-99702020000100078&script=sci\\_arttext&lng=en](http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S2411-99702020000100078&script=sci_arttext&lng=en)
- González-Murillo, Y., Renal-Macena, T. y Morales-González, R. (2018). Estrategia de comunicación educativa para favorecer el valor responsabilidad en el curso de formación de maestros de nivel superior. *EFCaIE: Revista Electrónica Formación Y Calidad Educativa*, 6(2), 149-164. <https://refcale.ulead.edu.ec/index.php/refcale/article/view/1502>
- Grajales-Montoya, N., Gómez-Bayona, L., y Coronado-Ríos, B. (2021). La comunicación estratégica desde el mercadeo en instituciones educativas (Strategic Communication Based on Marketing at Educational Institutions). *Revista CEA*, 7(13).
- López-Marí, M., Vidal-Esteve, M. I. y Gómez S. (2022). Tendencias actuales sobre estrategias para la inclusión educativa de alumnado con Trastorno

- del Espectro Autista (TEA). *MLS Inclusion and Society Journal*, 2(1). <https://doi.org/10.56047/mlsisj.v2i1.1318>
- Ministerio de Educación del Ecuador. (2024). *Estrategia Nacional de Educación Inclusiva 2030*. <https://educacion.gob.ec/educacion-inclusiva-2030/>
- Ministerio de Educación del Ecuador. (2022). *Guía de comunicación educativa y estrategias inclusivas*. <https://www.educacion.gob.ec>
- Ministerio de Educación. (s.f.). *Lineamientos para la evaluación de los aprendizajes*. In *Lineamientos para la evaluación de los aprendizajes para personas con necesidades educativas específicas asociadas o no a la discapacidad*. Ministerio de Educación. <https://educacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2024/12/lineamiento-evaluacion-personas-con-NEE.pdf>
- Morduchowicz, R. (2001). Los medios de comunicación y la educación: un binomio posible. *Revista Iberoamericana de educación*, 26, 97-117.
- Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura [UNESCO]. (2016). *Agenda 2030 y los Objetivos de Desarrollo Sostenible: Una oportunidad para América Latina y el Caribe*. <https://repositorio.cepal.org/server/api/core/bitstreams/cb30a4de-7d87-4e79-8e7a-ad5279038718/content>
- Pérez, R. A. (2012). El estado del arte en la Comunicación Estratégica. *Mediaciones Sociales*, (10), 121-196. <http://revistas.ucm.es/index.php/MESO/article/view/39684/38179>
- Plaza-Macías, L. C., Vega-Intriago, J. O. y Plaza-Macías, N. (2024). Estrategia educativa para favorecer la

- comunicación inclusiva en el binomio docente-padre de familia en décimo año de la Educación Básica Superior. *Journal Scientific Investigar*, 8(3), 1495–1516. <https://doi.org/10.56048/MQR20225.8.3.2024.1495-1516>
- Rojas-Avilés, F. Sandoval-Guerrero, L. y Borja-Ramos, O. (2020). Percepciones a una educación inclusiva en el Ecuador. *Revista Cátedra*, 3(1), 75–93. <https://doi.org/10.29166/catedra.v3i1.1903>
- Romero-Jácome, Parreño-Sánchez, J. C., Carrera-Erazo, S. C. y Procel-Ayala, M. R. (2023). Educación inclusiva en Ecuador. Características y estrategias. *Sinergia Académica*, 6(1), 1–10. <https://sinergiaacademica.com/index.php/sa/article/view/55>
- Sánchez-Sotil, K. E. (2016). Planeamiento estratégico y su relación con la gestión de la calidad de la Institución Educativa Mercedes Indacochea Lozano del distrito de Huacho, Provincia de Huaura-2016 [Trabajo de titulación de maestría]. Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión. <https://repositorio.unjfsc.edu.pe/handle/20.500.14067/2240>
- Scheinsohn, D. (2010). Comunicación estratégica. *Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación*, Ensayos, (33), 17–22. [https://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1853-35232010000300002&lng=es&tlng=en](https://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1853-35232010000300002&lng=es&tlng=en)
- UNICEF y Ministerio de Educación del Ecuador. (2023). Guía de comunicación inclusiva para instituciones educativas. <https://www.unicef.org/ecuador/>

## **Narrativas Digitales, Masculinidad y Resistencias Feministas en Redes Sociales**

### ***Digital Narratives, Masculinity, and Feminist Resistances in Social Media***

**Andrea Iturburú-Calderón<sup>1</sup>**  
Docente  
Universidad de Guayaquil  
[andrea.iturburuc@ug.edu.ec](mailto:andrea.iturburuc@ug.edu.ec)

#### **Resumen**

La evolución de las redes sociales ha dado lugar a nuevos espacios de producción cultural y disputa simbólica, en los que circulan narrativas que influyen de manera significativa en la construcción de las identidades de género, que pueden examinarse desde el campo crítico. Uno de los fenómenos es el de los *Passport Bros*, una comunidad de hombres que promueven viajar a países del sur global o Asia, como Filipinas, Colombia y otros, con el objetivo de relacionarse con mujeres más «tradicionales» que según sus discursos son mejores que las mujeres occidentales «independientes». Este ensayo analiza cómo muchas de las narrativas digitales que se están construyendo sobre la masculinidad, son perjudiciales para la identidad colectiva y personal, al reproducir estereotipos coloniales, raciales y de género. En este trabajo se expone la importancia de que se le dé espacio a las mujeres de contar sus historias y también

---

<sup>1</sup> Licenciada de Comunicación Social con Mención en Redacción Creativa y Publicitaria de la Universidad Casa Grande, Máster en Creación Literaria de la Universidad Pompeu Fabra. Cuenta con más de diez años de experiencia en agencias publicitarias y actualmente es docente de Comunicación en la Universidad de Guayaquil. ORCID: <https://orcid.org/0009-0009-0130-5619>

analizar sus problemas, para poder contrarrestar la ola de desinformación sexista a la que estamos expuestos.

*Palabras clave:* masculinidad, narrativas digitales, redes sociales, Passport Bros, activismo feminista.

### **Abstract**

The evolution of social media has given rise to new spaces of cultural production and symbolic contestation, where narratives circulate that significantly influence the construction of gender identities and can be examined from a critical perspective. One such phenomenon is the Passport Bros, a community of men who promote traveling to countries in the Global South or Asia—such as the Philippines, Colombia, and others—with the aim of forming relationships with more “traditional” women who, according to their discourse, are considered superior to “independent” Western women. This essay analyzes how many of the digital narratives currently being constructed around masculinity are harmful to both collective and personal identity, as they reproduce colonial, racial, and gender stereotypes. This work highlights the importance of providing women with space to share their own stories and reflect on their struggles, as a mean of countering the wave of sexist misinformation to which we are exposed.

*Keywords:* masculinity, digital narratives, social media, Passport Bros, feminist activism.

### **Introducción**

En la actualidad, las redes sociales constituyen un espacio central en los procesos de socialización y en la construcción de las identidades individuales y colectivas.

A través de estas plataformas se configuran prácticas culturales cotidianas, como tendencias estéticas, modas de consumo o estilos de vida, que, aunque en apariencia resultan superficiales, funcionan como marcos de referencia para la autoidentificación y la pertenencia a comunidades digitales. En este contexto, la producción cultural en la era digital ha dejado de ser un proceso unidireccional para transformarse en un modelo de convergencia, donde los usuarios no solo consumen contenidos, sino que participan activamente en su circulación, reinterpretación y creación, modificando así la relación tradicional entre medios y audiencias (Jenkins, 2006).

Sin embargo, a pesar de que estas prácticas pueden ser algo inofensivas, entre esas narrativas digitales también se camuflan nuevas comunidades que ponen en peligro no solo la identidad de niños y adolescentes que están en la formación de su masculinidad, sino que, debido a los estereotipos y prejuicios que se reproducen dentro de ellas, ponen en peligro cómo las mujeres y la feminidad son percibidas. El fenómeno de *Passport Bros* es un claro ejemplo de cómo estas narrativas digitales están contribuyendo a los discursos de la nueva forma de colonialismo, que trasciende las redes sociales y se instalan en la vida diaria como una forma de exotización de mujeres provenientes de Latinoamérica. El auge de este discurso refleja que la masculinidad está enfrentando una crisis que no solo pone en peligro a quienes la atraviesan, sino a cuerpos feminizados. A través del análisis de narrativas culturales en Hollywood y en medios digitales, este ensayo sostiene que fenómenos como los contenidos de la comunidad

de *Passport Bros*, no solo está mutando los estereotipos sexistas y racializados sobre diferentes mujeres, sino que también está generando formas de resistencia feminista digitales que refutan estos discursos y resignifican la identidad femenina desde sus propios territorios simbólicos. En este ensayo se analiza cómo las mujeres han podido crear sus espacios en redes sociales dentro del periodismo, para sumar y emerger como contranarrativa a la información sexista que parece cada día ponerse más de «moda» debido al auge mundial del neoliberalismo.

El problema que guía este ensayo es cómo determinadas narrativas digitales refuerzan estereotipos de género y colonialidad configurando una masculinidad herida que se valida en la exotización de lo femenino. A lo largo del trabajo se evidenciará que este fenómeno incide en la construcción de identidad de adolescentes y jóvenes y también tiene implicaciones para la representación mediática y la seguridad de las mujeres en América Latina.

El objetivo principal de este trabajo es analizar tres dimensiones interrelacionadas: la crisis de la masculinidad contemporánea, la exotización de la mujer latina en medios culturales y la emergencia de contra-narrativas feministas en el ecosistema digital. Desde un enfoque crítico, se propone articular estas dinámicas con el campo de la comunicación, evidenciando su relevancia para el diseño de programas de alfabetización digital y estrategias mediáticas con perspectiva de género.

Con este trabajo también se espera dejar una contribución a la reflexión crítica del papel de los medios y las plataformas digitales en la reproducción

o desarticulación de estereotipos de género, así como también inspirar a más voces femeninas a reclamar y ocupar estos espacios.

### **Método**

En este ensayo se realiza una revisión crítica de narrativas culturales y mediáticas contemporáneas relacionadas a la construcción de las masculinidades y la representación de las mujeres en el ecosistema digital. Para esto, se analizan series de televisión y productos audiovisuales, que han contribuido a moldear la imagen de la mujer latina. Se prestará atención no solo a las representaciones en pantalla, sino también a las condiciones de producción que las posibilitan, como la presencia de guionistas latinos en la industria cultural estadounidense y las experiencias de actrices latinas obligadas a reproducir estereotipos. El análisis expone tres dimensiones:

1. Nuevas Feminidades, Miedos Viejos: La crisis masculina ante el cambio cultural. Aquí se incluirán ejemplos de comunidades digitales y noticias virales que evidencian cómo las plataformas digitales amplifican narrativas misóginas.
2. Entre el deseo y la dominación: La representación de la mujer latina en los medios. Se examinará casos provenientes de la cultura popular y de los medios tradicionales. Estos referentes permiten observar cómo los discursos hegemónicos de género se reproducen y están adaptándose a nuevos formatos.

3. Narrarse para existir: Del estereotipo a la voz propia. Se revisan iniciativas feministas en redes sociales, que sirven como contra narrativas para combatir la desinformación y la misoginia.

El enfoque no busca ofrecer resultados empíricos en sentido estricto, sino identificar patrones discursivos y comparar estas representaciones que, a pesar de que vienen de diferentes espacios, se entrelazan en la configuración actual de las identidades de género. Se opta por un análisis cualitativo de fuentes secundarias que prioriza la interpretación crítica, más que la sistematización estadística.

### **Marco teórico**

#### **Masculinidad, Feminismo Interseccional y Comunicación**

Dado que el género es una manera de estructurar la práctica social en general, no un tipo especial de práctica, está inevitablemente involucrado con otras estructuras sociales. Actualmente es común decir que el género intersecciona –mejor dicho, interactúa– con la raza y la clase. Podemos agregar que constantemente interactúa con la nacionalidad o la posición en el orden mundial. Este hecho también tiene fuertes implicaciones para el análisis de la masculinidad. Por ejemplo, las masculinidades de los hombres blancos se construyen no sólo respecto a mujeres blancas, sino también en relación a hombres negros. Hace más de una década Paul Hoch (citado por Connell, 2018, p. 15) apuntó en *White Hero, Black Beast* a la permeabilidad del imaginario racial en los discursos occidentales sobre la

masculinidad. Los miedos de los blancos por la violencia de los hombres negros tienen una larga historia en situaciones coloniales y postcoloniales. Los miedos de los negros por el terrorismo de los hombres blancos, fundados en la historia del colonialismo, tienen una base que se prolonga en el control de los hombres blancos de la policía, de las cortes y prisiones en las colonias. Los hombres afroamericanos están masivamente sobre-representados en las prisiones estadounidenses, tal como sucede con los hombres aborígenes en las prisiones australianas.

Según Kimmel (1987), las definiciones de masculinidad son históricamente reactivas frente a los cambios en las definiciones de feminidad (p. 123).

Carrigan, Connell y Lee (1987) definen la masculinidad hegemónica como la manera en que determinados grupos de hombres ocupan posiciones de poder y riqueza, legitimando y reproduciendo las relaciones sociales que sustentan su dominio. Aunque este modelo de masculinidad no sea necesariamente el más común dentro de una cultura y solo corresponda a un número reducido de hombres, un gran sector masculino resulta cómplice en su sostenimiento.

Según Hill Collins y Bilge (2019), la interseccionalidad constituye una herramienta analítica para comprender la complejidad de la vida social y política. Las experiencias humanas no pueden explicarse por un único factor, sino que están configuradas por múltiples dimensiones que interactúan y se influyen mutuamente, lo que permite abordar problemas propios y colectivos desde una mirada integral.

El valor de la teoría feminista para las mujeres negras se ve disminuido porque evoluciona desde un contexto racial blanco que rara vez se reconoce. No solo se pasa por alto de hecho a las mujeres de color, sino que su exclusión se refuerza cuando las mujeres blancas hablan por y como mujeres. La voz universal y autoritativa —usualmente la subjetividad masculina blanca que se disfraza como objetividad no racial y no generizada— se transfiere simplemente a quienes, salvo por el género, comparten muchas de las mismas características culturales, económicas y sociales. Cuando la teoría feminista intenta describir las experiencias de las mujeres analizando el patriarcado, la sexualidad o la ideología de las esferas separadas, a menudo pasa por alto el papel de la raza. Así, las feministas ignoran cómo su propia raza funciona para mitigar algunos aspectos del sexismo y, además, cómo con frecuencia las privilegia y contribuye a la dominación de otras mujeres. En consecuencia, la teoría feminista sigue siendo blanca, y su potencial para ampliar y profundizar su análisis al abordar a mujeres no privilegiadas sigue sin realizarse (Crenshaw, 1989, p. 154).

De manera similar, el feminismo debe incluir un análisis de la raza si espera expresar las aspiraciones de las mujeres no blancas. Ni la política de liberación negra ni la teoría feminista pueden ignorar las experiencias interseccionales de aquellas a quienes los movimientos reclaman como sus respectivas constituyentes. Para incluir a las mujeres negras, ambos movimientos deben distanciarse de los enfoques anteriores en los que las experiencias

son relevantes solo cuando están relacionadas con causas claramente identificables (por ejemplo, la opresión de las personas negras es significativa cuando se basa en la raza, y la de las mujeres cuando se basa en el género). La praxis de ambos debería centrarse en las oportunidades vitales y las situaciones de vida de las personas que merecen atención sin importar la fuente de sus dificultades (Crenshaw, 1989, p. 166).

Parte de la comunicación que llevamos a cabo hoy en día, de los mensajes que constantemente significamos, está inserta y depende de los marcos que han creado las redes de comunicación multimedia, Internet. El papel que juegan las redes sociales es trascendental para explicar buena parte de las dinámicas sociales en las que nos encontramos insertos, ya que estas redes modifican de alguna manera el paradigma de la comunicación en el ámbito público, puesto que los mensajes difundidos en ellas no se encuentran predeterminados con un solo objetivo (González, 2015, p. 85).

El feminismo, en su devenir, se ha reestructurado y adaptado a las nuevas tendencias de la tecnopolítica. Si se toman en cuenta los datos sobre la situación de las mujeres en la región, se entiende claramente por qué la cuarta ola feminista ha logrado tanta acogida y se ha convertido en un movimiento de masas. La débil legislación de algunos Estados para la atención de las problemáticas específicas de las mujeres y de los grupos más vulnerables, así como la apatía social ante la violencia machista, han devenido en una crisis estructural, la cual ha calado en la conciencia ciudadana y ha sido el germen para una nueva activación de la masa

crítica latinoamericana que pugna por una transformación en todos los niveles. Si bien el feminismo de la cuarta ola se presenta como un feminismo del 99% en sus demandas, el ciberfeminismo, que es su brazo de acción tecnopolítica, no necesariamente integra a ese porcentaje de la población. Las críticas al ciberactivismo feminista, evidenciadas desde el mismo movimiento, reconocen una disparidad en las posibilidades de uso y aprovechamiento de la tecnología, pues existen brechas que no han sido mitigadas y que mantienen las desigualdades en un universo de mujeres diversas por su etnia, su clase, su territorio, su educación, su género, etc. (Pila-Guzmán y Estrada-Esparza, 2023, p. 36).

La activista Hooks (1992) acuña el concepto *oppositional gaze* o como se traduce en español como mirada opositora, que se refiere a tener una perspectiva crítica sobre cualquier representación cultural, especialmente en el cine. Propone que las espectadoras negras se opongan y subviertan la mirada masculina hegemónica, al no aceptar las imágenes propuestas por la cultura dominante.

Hablar de derechos humanos digitales y ciudadanía implica pensar en varios factores y procesos que deben confluir para lograr que las personas internautas puedan ejercerlos. Entre ellos, los procesos de apropiación y alfabetización digital conllevan a pensar en sujetos que al apropiarse de las tecnologías digitales —en el amplio sentido del concepto— son capaces de ejercer sus derechos ciudadanos y humanos en los entornos digitales, emplear estas tecnologías para estar informados, pero también para comunicar sus ideas, visibilizar problemas y denunciar

injusticias, esto es, hacer de las tecnologías digitales una herramienta central para los procesos sociales. La relación entre la brecha digital de género, la violencia digital contra las mujeres y el derecho a la comunicación y la información es muy clara, pues nos permite colocar al centro los contextos diferenciados en los que las mujeres hacen uso de las TIC; y tomar en cuenta que la brecha digital y la violencia en línea son factores que inciden en la exclusión de las mujeres de los escenarios digitales, lo cual afecta el ejercicio de sus derechos humanos (*Garay-Cruz, 2023*, p.131).

## **Resultados**

### ***Nuevas Feminidades, Miedos Viejos: la Crisis Masculina ante el Cambio Cultural***

Para entender el fenómeno *Passport Bros*<sup>2</sup> y cómo se comportan los involucrados en estas narrativas digitales, primero es importante delimitar cuál es la definición de este grupo y por qué el auge de los movimientos de derechos humanos de la mujer y el cambio de la narrativa cultural, puede haber sido responsable indirecta de una crisis en la masculinidad, en hombres del occidente. Según el *New Zealand Herald* (*Pollok, 2023*), el término *Passport Bros* se refiere a hombres que prefieren salir con mujeres extranjeras porque, bajo su percepción, sienten que las mujeres occidentales han sido moldeadas por presiones culturales y sociales para comportarse de cierta forma, mientras las mujeres de otros países son más «auténticas», tradicionales y les pueden brindar más gratificaciones emocionales a ellos.

---

2 Término popularizado a través de Tiktok para referirse a los hombres occidentales que viajan con el fin de casarse con mujeres extranjeras.

El auge del movimiento #MeToo<sup>3</sup> en 2017 originado en Estados Unidos en el que sobrevivientes de abuso sexual, impulsados por figuras de la palestra pública como actrices, cantantes, periodistas y artistas lograron visibilizar que las mujeres de diferentes espacios, incluso los más privilegiados en cuanto a clase, han sido abusadas sexualmente en algún momento de sus vidas. Este movimiento logró un impulso de conciencia y empatía sobre estos casos y nos llevó a señalar públicamente a los agresores que, históricamente, siempre gozaron del silencio con el que las mujeres sobrellevan estos abusos por vergüenza. Según el análisis de Arlene Washburn, una mentora de emparejamiento profesional con más de una década de experiencia que fue entrevistada por *CNA Insider*, en 2024, asegura que en los últimos años en Estados Unidos las relaciones afectivas han cambiado y la tasa de relaciones que terminan en matrimonio ha bajado considerablemente. Washburn sostiene que todos los mentores de emparejamiento están encontrando una diferencia enorme entre las expectativas de las mujeres jóvenes versus las de los hombres jóvenes. En el pasado, las mujeres buscaban relaciones afectivas que terminaran en matrimonio, para aspirar a una estabilidad económica. Hoy en día, las mujeres ya no necesitan eso, en cambio están buscando parejas que sean sus compañeros de vida, que compartan los mismos valores y metas.

Se puede intuir que estas nuevas expectativas han logrado que los hombres jóvenes no sepan cómo acercarse a las mujeres, en un mundo donde las relaciones afectivas

---

3 Movimiento social y campaña de concienciación nacido en 2017 contra el abuso, acoso y cultura de violación en contra de las mujeres.

son vistas como un espacio de entendimiento, refugio y responsabilidades mutuas; a diferencia de cómo estas se construían en el pasado, donde la libertad económica recaía sobre los hombres. El mundo está cambiando y los hombres jóvenes de occidente, en vez de ajustarse y llegar a una introspección sobre sus valores y formas de actuar de sus antecesores, han creado narrativas sobre la masculinidad que, en vez de enfrentar sus problemas, incitan a huir de ellos y establecerse en otros sitios donde las mujeres, no cuenten con las mismas herramientas de empoderamiento, derechos o independencia económica.

Para cubrir esta necesidad afectiva, los hombres jóvenes de occidente han recurrido a crear comunidades de *Passport bros* alrededor del mundo. Si bien, las relaciones afectivas no son fórmulas exactas, ni responden a un modelo ideal y cada vínculo conlleva desafíos propios, si resulta problemático cómo estos grupos construyen discursos que simplifican y distorsionan las experiencias con mujeres, al crear mensajes que llevan a una homogeneización de la femineidad, en lugar de reconocer la complejidad de las relaciones humanas.

Algunos *influencers* con contenido enfocado a la seducción, creadores de contenido de videojuegos y *gymbros* han adoptado discursos misóginos y antifeministas que atraen a adolescentes con problemas sociales, pudiendo derivar hacia espacios más extremos como las comunidades *incel* (Tango, 2023).

Una de las cosas más preocupantes es que estos contenidos, que muchas veces promueven narrativas donde el «éxito» romántico se basa en la dominación,

control o supuesta sumisión femenina, está al alcance de adolescentes y niños en formación, quienes pueden internalizar visiones misóginas, racistas y reduccionistas sobre las relaciones afectivas, las mujeres y su masculinidad. En plataformas como *4chan* y *Reddit*, a través del anonimato, hombres se atreven a revelar misoginia e insatisfacción ante el supuesto derecho que creen tener sobre las mujeres que les niegan tener relaciones afectivas y sexuales. En estos espacios se evidencian abiertamente mensajes violentos contra las mujeres. Según Florence Keen (Citado en BBC News Mundo, 2025), investigadora sobre comunidades *incel* en el Centro Internacional para el Estudio de la Radicalización del *King's College* de Londres, uno de los foros más grandes llegó a reunir en 2021 unos 13.000 miembros activos y cerca de 200.000 publicaciones. Aunque algunos usuarios rechazan la violencia contra las mujeres, el discurso predominante expresa hostilidad hacia ellas y hacia los hombres con relaciones exitosas, siendo común la incitación a la violencia en estos espacios.

Este fenómeno de jóvenes y adolescentes violentos, ya ha sido tomado en cuenta para productos audiovisuales como la serie *Adolescencia*. En esta serie, un niño de 13 años es acusado del asesinato de una compañera de clases. Durante todos los episodios se explora la complejidad de la adolescencia, la construcción de la masculinidad y la identidad, la violencia de las redes sociales y la necesidad por encajar. El actor británico Stephen Graham (Citado en BBC News Mundo, 2025), que escribió, dirigió y protagonizó la serie, explicó que la idea nació a partir de dos casos impactantes de adolescentes que asesinaron a jóvenes, lo

que le llevó a cuestionarse sobre la masculinidad que se está construyendo dentro de la sociedad contemporánea. Teniendo en cuenta esta problemática que ha empezado a afectar no solo la seguridad de mujeres y niñas, sino también a la transfiguración de la creencia de que la identidad masculina debe ser sinónimo de violencia, los discursos de idealización de la «feminidad tradicional» que suelen proyectarse sobre mujeres de ciertas regiones del mundo, como América Latina han dado paso a un proceso de exotización que merece ser analizado con detenimiento.

### ***Entre el Deseo y la Dominación: la Representación de la Mujer Latina en los Medios***

Es imposible negar en pleno año 2025 que la construcción de las identidades de todos los seres humanos y sus deseos no están influidos por las narrativas digitales que, lejos de ser lugares neutrales, pueden potenciar viejos esquemas de poder. Pero para empezar a revisar estas narrativas que se dan en el espacio digital, también es importante primero reconocer la influencia que ha tenido la hipersexualización de las figuras femeninas latinas en los medios culturales de occidente y cómo Hollywood ha alimentado estas narrativas de exotización.

La figura de la mujer latina ha sido pensada en productos audiovisuales históricamente de dos formas en los medios tradicionales: por un lado, está la mujer que se encarga solo de la limpieza del hogar dentro de hogares con alto poder adquisitivo y por otro lado está la mujer sensual que es representada como ingenua o pasional o más conocida con el término «spicy latina». En esta última caracterización se homogeniza la figura de la mujer latina y

es presentada como una mujer de cabello oscuro, curvilínea y de piel morena. Se centra en sus rasgos de atractivo sexual e ignora no solo la diversidad cultural de las mujeres de América Latina, sino que borra los diferentes matices que puede tener una persona, llegando así a caricaturizarla, en vez de representarla. Esta reducción de la identidad de un individuo a un objeto de consumo sexual, es una nueva manifestación de cómo las dinámicas coloniales han mutado, donde lo «otro» es visto como entretenimiento y fantasía masculina occidental.

Esto también ha sido un problema para las actrices que no encajan del todo en estos estereotipos o que han tenido que «blanquear» su identidad para poder seguir trabajando. Es el caso de actrices como Rita Moreno, puertorriqueña, que se convirtió en la primera mujer latina en ganar un Óscar con su trabajo en *West Side Story* –1961– y es una de las pocas personas en el mundo que puede ser identificada como EGOT, un acrónimo que se utiliza para personas que han ganado premios Emmy, Grammy, Oscar y Tony. A pesar de su éxito, Moreno (Citada en Ávila-Claudio, 2022) afirma cómo al inicio de su carrera era forzada a interpretar personajes estereotipados con acentos marcados que a menudo eran representados como «inmorales» o menos inteligentes que sus coprotagonistas blancos, incluso papeles en los que se requería que se oscureciera la piel con maquillaje.

Quizás hoy en día, existen muchos más diferentes tipos de representación de mujeres latinas en los medios de comunicación masivos tanto delante como detrás de cámara. En plataformas de streaming como Netflix<sup>4</sup>,

---

4 Empresa de entretenimiento y streaming estadounidense fundada en 1997.

Amazon Prime<sup>5</sup> y HBO Max<sup>6</sup>, podemos encontrar series y películas con personajes femeninos latinos que rompen con los estereotipos tradicionales a los que Hollywood ha acostumbrado, sobre todo al mundo occidental. Un ejemplo de esto son series como *One Day at a Time* (Calderón-Kellett y Royce, 2017) donde también participa Moreno, que originalmente salió al aire en 1975 y esta vez fue presentada poniendo en el centro de la historia a una madre soltera cubano – americana intentando criar a sus dos hijos con ayuda de su madre en Los Ángeles. En la serie, se discuten problemas sobre la migración, la salud mental, la homofobia e incluso se pone en la mesa la identidad latina. Penélope Álvarez, interpretada por Justina Machado, es presentada como una mujer recientemente divorciada que atraviesa problemas de salud mental, luego de su participación como veterana del Ejército de Estados Unidos y con la ayuda de su madre inmigrante de primera generación, cría a sus dos hijos. Usando la comedia como vehículo, la serie empieza a construir una vista totalmente diferente sobre la latinidad de la que los medios masivos tradicionales han sabido contar, sobretodo de las mujeres latinoamericanas, mostrando más los matices de mujeres latinas de diferentes edades, con diferentes gustos y motivaciones, alejándose bastante del estereotipo de «spicy latina» que no controla sus emociones.

Este leve cambio es notorio, pero no suficiente, debido a que estos cambios inician desde la creación de los guiones de las series y películas. Según datos del Gremio de Guionistas de América, desde 2008 los guionistas latinos

---

5 Servicio de streaming de Amazon cuyo contenido se centra en películas y series producidas por la misma empresa.

6 Servicio de streaming de Warner Bros Discovery que alberga contenido de canales premium.

han representado menos del 5 % del total de guionistas de cine empleados por la WGA (Martínez e Ylanan, 2021).

La escasez de creadores y profesionales latinos en Hollywood también puede ser considerado como un factor crucial para la perpetuación de estereotipos y representaciones poco auténticas sobre las mujeres latinas. Esto ha impulsado a actrices como Eva Longoria dar el paso para convertirse en productora y directora. Longoria asegura que cada año existen menos latinos delante y detrás de cámara, muchísimo menos mujeres. Afirma que apoderarse de estas narrativas es importante porque las audiencias están cambiando y están ansiosas de ver cosas diferentes. Las mujeres latinas pueden representarse positivamente y luchar contra estos estereotipos impuestos por una concepción “blanqueada” del entretenimiento estadounidense, creando y protagonizando sus propias historias.

### ***Narrarse para Existir: del Estereotipo a la Voz Propia***

Es importante entender que la construcción sobre la identidad colectiva de las mujeres latinas representadas en Occidente, son atravesadas por varios conceptos que pueden seguir perpetuando estereotipos, pero también pueden abrir espacios para el cambio de estos. Según una reseña sobre la contribución teórica de Lara Mulvey en su influyente ensayo *Visual Pleasure and Narrative Cinema* (1975) la autora introdujo la teoría del *male gaze* para describir cómo en los medios visuales se representa a la feminidad desde una perspectiva masculina heterosexual, reduciendo a las mujeres como objetos visuales pasivos de placer y deseo. Sin embargo, frente a estas miradas hegemónicas, Bell Hooks

(1992) propone el *oppositional gaze* como una herramienta de resistencia para las mujeres racializadas, que no solo les permite observar a los medios críticamente, sino también a responder a estas representaciones hegemónicas impuestas.

Teniendo en cuenta ambos conceptos, queda claro que hoy más que nunca para las mujeres latinas, es importante narrar desde su propio espacio. En la sociedad de la información que vivimos, donde las tecnologías de la información y comunicación juegan un rol vital en la vida social, cultural y económica del mundo, narrarse ya sea desde un blog, un video en redes sociales, un foro, una serie o película, es necesario para reconfigurar la identidad de las mujeres latinas. Cada aporte puede sumar a desmontar los estereotipos y convertirse en una resistencia simbólica que propone nuevas formas de representarse a sí mismas y también, por qué no, de servir como territorio educacional.

Uno de los ejemplos de comunidades de mujeres latinas que están sumando, desde sus propios espacios virtuales, a desmontar discursos estereotípicos y también racistas, usando como herramienta sus redes sociales sobretodo Tiktok e Instagram, es la comunidad Somos Jacarandas (s.f.) en Colombia. Esta comunidad nace como una fundación que trabaja a favor de temas como el aborto, género y sexualidad. A través de varios formatos en redes sociales, se encargan no solo de compartir contenido sobre salud reproductiva, sino que comentan y desmienten sobre los temas en tendencia en los que tiene mucho peso el género y cómo, desde la visión del feminismo interseccional y antirracista, se pueden convertir las conversaciones de redes sociales en temas relevantes para pensar y dejar atrás

los estereotipos.

Otra buena práctica de contenido tanto informativo como educativo, que ayuda a sumar en los contenidos en contra de estereotipos sobre las mujeres, es el espacio «Las Igualdadas», creado por el diario colombiano El Espectador (s.f.) Esta sección sirve como una plataforma para crear contenido y hablar de temas que se enfocan al género, feminismo, igualdad y diversidad. Nace como una iniciativa para enganchar a un público mucho más joven y crear un espacio de opinión y análisis sobre temas relevantes. La plataforma, además de incluir artículo de opinión de formato tradicional, como es el blog escrito, también incluye videos e infografías que son compartidas en Tiktok, Instagram, Facebook y X.

Estos espacios de denuncia son importantes, sobre todo cuando vivimos en una región en el que la seguridad de las mujeres, incluso menores de edad, está siendo afectada por discursos machistas. Según el secretario de Seguridad de Medellín, Manuel Villa, las autoridades se encuentran activamente monitoreando grupos digitales donde se evidencia el fomento del turismo sexual. Además, Danitza Marentes, directora de Valientes Colombia, asegura que la narrativa que describe a las mujeres latinas como más «dóciles» supone un riesgo pues permite que la trata de personas y la explotación sexual siga creciendo, aumentando también la vulnerabilidad de todas las mujeres locales (Agence France Presse, 2025).

En Ecuador, los espacios virtuales donde las mujeres puedan analizar críticamente estos temas, aún es muy reducido, pero eso no significa que no existan. Un ejemplo

es Indómita Media, un medio nativo digital dedicado al periodismo de investigación que se enfoca en temas de género, masculinidades positivas y disidencias sexuales. Actualmente no solo comparten este contenido en redes sociales, en formatos de lectura amigable para cada plataforma, sino que extendieron sus formatos a podcast. Desde espacios de opinión pública, desmitificación cultural e investigaciones periodísticas, Indómita Media trata los temas con un enfoque más feminista, observando lo que muchos medios tradicionales muchas veces pasan por alto (Indómita Media, s.f.).

A diferencia de Colombia, en Ecuador no se cuenta con un espacio en los medios de periodismo tradicionales donde las noticias se traten con un enfoque de género, derechos humanos y disidencias sexuales. Los esfuerzos de las periodistas y comunicadoras que intentan incorporar estas perspectivas suelen desarrollarse en medios independientes, a través de proyectos personales en redes sociales, con un limitado alcance y sin el respaldo económico de las plataformas tradicionales. Esta falta de institucionalización limita la capacidad de estas voces para influir en la agenda pública y contrarrestar las narrativas sexistas que circulan en el ecosistema mediático digital.

### **Discusión**

Tal como señalan Connell y Kimmel (Citados en *Garay-Cruz, 2023*) la masculinidad no es estática, sino que responde a los cambios culturales en las definiciones de feminidad. Este marco permite comprender por qué fenómenos digitales como los de *Passport Bros* surgen como una reacción a los avances del feminismo y la autonomía

creciente de las mujeres en occidente. En los espacios virtuales se refuerza la masculinidad herida, que encuentra validación en la búsqueda de mujeres «tradicionales» al sur global. Tal como plantea la investigación sobre derechos humanos digitales, la exclusión de las mujeres debido a la brecha digital y las múltiples formas de violencia en línea, limitan la posibilidad de construir narrativas propias y disputar los discursos dominantes.

Asimismo, desde una perspectiva interseccional, la exotización de la mujer latina en Hollywood y en narrativas digitales no es solo un asunto de género, sino también de raza y clase. Como advierte Crenshaw (1989), ignorar estas dimensiones puede llevar a producir un feminismo blanco que excluye a otras experiencias que se salen de la hegemonía. Las trayectorias de actrices como Rita Moreno, evidencian cómo la industria cultural ha obligado a reproducir estereotipos raciales y sexuales, mientras que la escasa presencia de guionistas latinos contribuye a mantener representaciones homogéneas.

La emergencia de iniciativas feministas digitales en América Latina muestra cómo las mujeres no solo resisten narrativas hegemónicas, sino que generan espacios alternativos de comunicación política. Siguiendo a Pila Guzmán y Estrada Esparza, la cuarta ola feminista se consolida en la tecnopolítica, aunque enfrenta brechas de acceso digital. Proyectos como «*Las Igualadas*» o «*Indómita Media*» ejemplifican cómo el ciberactivismo feminista puede traducirse en comunicación estratégica con potencial educativo, al contrarrestar la desinformación sexista y abrir espacios de alfabetización mediática. En este escenario,

la propuesta de Hooks (1992) sobre la mirada opositora resulta fundamental, pues invita a resistir a las imágenes hegemónicas que reducen a las mujeres a objetos de consumo cultural y las convierten en sujetos activos que luchan en contra de las representaciones dominantes, con sus propias narrativas.

En síntesis, los ejes analizados muestran que la teoría de las masculinidades hegemónicas, la interseccionalidad y los estudios de comunicación permiten comprender cómo los discursos digitales configuran la identidad de género en el siglo XXI. Estos hallazgos evidencian que el campo de la comunicación tiene la responsabilidad de intervenir no solo en la producción de productos culturales, sino también en la creación de entornos digitales más críticos e inclusivos.

### **Conclusiones**

Estos fenómenos como los *Passport Bros* y las comunidades *incels* revelan que vivimos en un momento crítico para la construcción de la identidad de género en la era digital. Las plataformas, lejos de ser espacios neutros, se han convertido en cámaras de eco donde se reproducen discursos misóginos, raciales y coloniales que afectan tanto a mujeres como a hombres. Por un lado, tenemos a los jóvenes que participan en estas comunidades extremas y que enfrentan una crisis de masculinidad que los lleva a externalizar sus frustraciones a través de mensajes violentos que solo llevan a perpetuar estereotipos de género que impactan directamente en la percepción y seguridad de las mujeres. La radicalización de estos mensajes y lo expuestos que están los adolescentes a ellos, evidencian cómo el mundo digital puede influir en la construcción de valores, actitudes y comportamientos hacia el género femenino.

Es importante también señalar, que existen creadores de contenido que sabiendo que, su público es mayoritariamente jóvenes impresionables, reproducen estas ideas de una forma sutil, pero constante. Haciendo que las mujeres sean vistas como objetos o como alguien a quien se debe dominar, mientras normalizan la violencia simbólica que acompaña a esos estereotipos.

Por otro lado, se pudo observar que la representación de la mujer latina en los medios tradicionales de occidente ha contribuido históricamente a reforzar estos estereotipos, que han reducido a las mujeres latinas a objetos de deseo en la narrativa cultural. Es importante que se creen espacios de creación cultural que le den plataforma a voces femeninas que puedan resignificar su identidad, poniendo en primer plano los diferentes matices y complejidades que desafían la mirada hegemónica masculina que ha dominado los medios de occidente a través del tiempo.

Las plataformas digitales se han convertido en espacios fundamentales para que las mujeres construyan sus propias narrativas y ejerzan una resistencia simbólica frente a todos los discursos machistas, sexistas y coloniales. Sin embargo, teniendo en cuenta esta breve revisión, considero que los espacios no son los suficientes, sobretodo en un país como Ecuador. La educación, el periodismo independiente y la producción cultural feminista son herramientas importantes para enfrentar la misoginia y la reproducción de violencias coloniales en las narrativas digitales. Considero que, tanto de parte de espacios del estado como del espacio privado, es esencial reconocer y apoyar estas iniciativas. Crear espacios para que tanto la

construcción de las identidades, tanto masculinas como femeninas, puedan desarrollarse de manera crítica, inclusiva y empática. Los medios de comunicación y los creadores de contenido, deben tener una responsabilidad ética al momento de divulgar sus discursos.

Sin embargo, en un país como Ecuador, comunicadores de diferentes ámbitos y periodistas, debemos tomar una mirada más amplia sobre la formación de audiencias. Se debe fomentar espacios educativos, que permitan a jóvenes y adultos identificar, cuestionar y resistir los discursos misóginos y estereotipados que circulan en redes sociales y medios tradicionales. La libertad de expresión debe equilibrarse para construir una sociedad más consciente e igualitaria.

## Referencias

- Agence France Presse. (2025, enero 14). *Medellín, destino de los «Passport Bros» en busca de sexo y mujeres «dóciles»*. SWI swissinfo.ch. <https://www.swissinfo.ch/spa/medell%C3%ADn%2C-destino-de-los-%22passport-bros%22-en-busca-de-sexo-y-mujeres-%22d%C3%B3ciles%22/88720956>
- Ávila-Claudio, R. (2022, diciembre 9). Rita Moreno, primera latina en ganar un Oscar: “Pese a mi éxito, hay lugares en EE.UU. donde yo todavía soy una puertorriqueña sucia”. *BBC Mundo*, Noticias. <https://www.bbc.com/mundo/noticias-63882080>
- BBC News Mundo. (2025, 4 de marzo). Qué son los incels, el oscuro movimiento que aparece en la aclamada serie “Adolescencia”. *Redacción*. <https://www.bbc.com/mundo/articles/cz9n75ygwjjo>
- Calderón-Kellett, G. y Royce, M. (2017). *One Day at a Time [Serie de televisión]*. Netflix.
- Carrigan, T., Connell, B. y Lee, J. (1987). Toward a new sociology of masculinity. H. Brod (Ed.), *The making of masculinities: The new men’s studies*, 63–100. Sage.
- CNA Insider. (2024, diciembre 6). *Why These American Men Are Seeking Love In Asia: The Rise Of Passport Bros* [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=Cv9jDoajmYA>
- Connell, R. W. (2018). *Masculinidad hegemónica* (Selección de textos: tsunun). (Primera Ed).
- Crenshaw, K. (1989). Demarginalizing the intersection of race and sex: A Black feminist critique of antidiscrimination doctrine, feminist theory and antiracist politics. *University of Chicago Legal Forum*.

- El Espectador. (s.f.). *Las Igualadas: Un espacio igualdad, género y derechos de la mujer*. <https://www.elespectador.com/genero-y-diversidad/las-igualadas/>
- Garay-Cruz, L. M. (2023). Brecha y violencia digital, factores de riesgo para el derecho de las mujeres a comunicar. *Estancias*, 3(6), 121-144. <https://revistas.uaq.mx/index.php/estancias/article/view/1426>
- González, M. A. (2015). Redes sociales y ciberactivismo: El poder de las plataformas antidesahucio. *Derechos humanos emergentes y periodismo*, 85-106. Editorial UOC.
- Hill-Collins, P. y Bilge, S. (2019). *Interseccionalidad*. Ediciones Morata.
- Hooks, B. (1992). *The oppositional gaze: Black female spectators*. *Black looks: Race and representation*, 115-131. South End Press. [https://warwick.ac.uk/fac/arts/english/currentstudents/postgraduate/masters/modules/femlit/bell\\_hooks.pdf](https://warwick.ac.uk/fac/arts/english/currentstudents/postgraduate/masters/modules/femlit/bell_hooks.pdf)
- Indómita Media. (s. f.). *Indómita Media*. <https://www.indomitamediasite.com>
- Jenkins, H. (2006). *Convergence culture: Where old and new media collide*. New York University Press.
- Kimmel, M. (1987). The contemporary “crisis” of masculinity in historical perspective. H. Brod (Ed.), *The making of masculinities: The new men’s studies*, (pp.121-153). Sage.
- Martínez, V. e Ylanan, A. (2021, junio 15). *Los latinos, subrepresentados durante mucho tiempo en el cine y la televisión, se están quedando atrás*. Los Angeles Times en Español. <https://www.latimes.com/espanol/>

[entretenimiento/articulo/2021-06-14/los-latinos-subrepresentados-durante-mucho-tiempo-en-el-cine-y-la-television-se-están-quedando-atras](#)

Mulvey, L. (1975). *Visual pleasure and narrative cinema*. *Screen*, 16(3), 6-18. <https://www.amherst.edu/system/files/media/1021/Laura%20Mulvey%2C%20Visual%20Pleasure.pdf>

Pila-Guzmán, P. V. y Estrada-Esparza, O. N. (2023). Aproximación al ciberactivismo feminista en Latinoamérica en el siglo XXI. *Política, globalidad y ciudadanía*, 9(17), 24-45. <https://doi.org/10.29105/pgc9.17-2>

Pollok, S. (2023, junio 28). *What is a passport bro? The unconventional travel dating technique*. *The New Zealand Herald*. <https://www.nzherald.co.nz/travel/what-is-a-passport-bro-the-unconventional-travel-dating-technique/DBAUXAJ6UNGZRFJTZ26HQ3O4AA/>

Somos Jacarandas. (s.f.). *Somos Jacarandas*. <https://www.instagram.com/somosjacarandas>

Tango, S. (2023, diciembre 20). *Cultura bro, la antesala de la machosfera*. *Pikara Magazine*. <https://www.pikaramagazine.com/2023/12/cultura-bro-la-antesala-de-la-machosfera/>

## La Realidad Editada: Montaje, Percepción y Construcción Simbólica de los Noticieros

### *Edited Reality: Montage, Perception, and Symbolic Construction in News*

**Yesmin Zajar-Saab<sup>1</sup>**

Docente

Instituto Superior Tecnológico Universitario de Estudios de  
Televisión

[yesmin.zajar@itv.edu.ec](mailto:yesmin.zajar@itv.edu.ec)

343

### Resumen

El artículo analiza críticamente los noticieros y programas de opinión como dispositivos narrativos y simbólicos que, lejos de reflejar objetivamente la realidad, la construyen mediante decisiones técnicas, emocionales y éticas. Se examina el montaje audiovisual como lenguaje narrativo y emocional, capaz de jerarquizar hechos y modelar percepciones, tanto en el formato televisivo tradicional como en el ecosistema mediático digital. Asimismo, se estudia el papel de la emoción en la percepción de la realidad, explorando cómo, a través de mecanismos como el sesgo de negatividad, las

---

<sup>1</sup> Especialista en Gestión y Liderazgo Educativo y Máster en Comunicación. Con fortalezas en el campo de la Comunicación Social y una trayectoria de 32 años en la docencia en educación superior, trabajando en áreas como ética, psicología de la comunicación e investigación de mercados, en el ITV. Su labor docente ha abarcado tanto procesos formativos como de acompañamiento académico, emocional y vocacional a estudiantes. Además, ha liderado proyectos de vinculación con la comunidad, diseño curricular, producción de contenidos académicos y talleres de desarrollo personal y profesional para adolescentes, adultos y personas mayores. Ha publicado el libro *Ver televisión, una experiencia individual* (2013) y ha escrito en otros espacios académicos y de divulgación. Actualmente se desempeña como Directora de Bienestar Institucional en el ITV. ORCID: <https://orcid.org/0009-0002-4449-3292>

noticias que apelan al miedo, la indignación o la ternura generan mayor atención, recordación y disposición a compartir información. Desde la percepción subjetiva del informador hasta la lógica emocional de la narrativa, se demuestra cómo los noticieros y programas de opinión combinan información y espectáculo para cautivar a la audiencia, condicionando su visión del mundo. Estas dinámicas, potenciadas por la inmediatez y viralidad de las plataformas digitales, configuran una realidad simbólica que exige un ejercicio comunicativo consciente y responsable. La discusión se plantea desde una mirada ética y comunicacional, invitando a los futuros comunicadores a asumir con responsabilidad el poder simbólico de la información.

*Palabras clave:* noticieros, montaje audiovisual, realidad simbólica, percepción, ecosistema mediático digital.

### **Abstract**

The article critically analyzes news and opinion programs as narrative and symbolic devices that, far from objectively reflecting reality, construct it through technical, emotional, and ethical decisions. It examines audiovisual editing as a narrative and emotional tool, capable of prioritizing events and shaping perceptions, both in traditional television formats and in the digital media ecosystem. It also explores the role of emotion in the perception of reality, analyzing how, through mechanisms such as the negativity bias, news stories that appeal to fear, indignation, or tenderness generate greater attention, recall, and willingness to share information. From the reporter's subjective perception to

the narrative's emotional logic, the article demonstrates how news and opinion programs combine information and entertainment to captivate audiences, shaping their worldview. These dynamics, amplified by the immediacy and virality of digital platforms, construct a symbolic reality that demands conscious and responsible communication practice. The discussion is framed from an ethical and communicational perspective, encouraging future communicators to responsibly assume the symbolic power of information.

*Keywords:* news programs, audiovisual editing, symbolic reality, perception, digital media ecosystem.

## Introducción

En un mundo donde la información circula de manera inmediata y masiva, los medios de comunicación se erigen como mediadores centrales entre los acontecimientos y la percepción que la sociedad tiene de ellos. Los noticieros y programas de opinión, tradicionalmente concebidos como el espacio serio de la parrilla de programación de los canales de televisión o radio y ahora también presentes en múltiples plataformas digitales de distribución, han evolucionado hacia formatos donde la información, para seducir y enganchar a audiencias fragmentadas y conectadas en tiempo real, se entrelaza con el entretenimiento y la persuasión. En el contexto digital, estas producciones no solo circulan a través de medios tradicionales, sino que se expanden y transforman mediante redes sociales, aplicaciones móviles y plataformas de *streaming*, lo que altera profundamente las formas de consumo, interacción y circulación de los mensajes.

Lejos de ser meros espejos de la realidad, los noticieros y programas de opinión operan hoy como estructuras simbólicas que construyen y jerarquizan los hechos y acontecimientos mediante decisiones narrativas, estéticas, éticas y algorítmicas. Este artículo propone una reflexión crítica sobre los mecanismos de construcción mediática de la realidad en estos espacios, enfatizando el rol del montaje audiovisual, la percepción del informador, el diseño emocional del mensaje y las dinámicas propias del ecosistema digital que moldean la experiencia informativa.

Partimos de la hipótesis que el impacto emocional de una noticia no es fortuito, sino resultado de elecciones conscientes que revelan una intencionalidad persuasiva y una ética narrativa. A través del análisis de estos elementos, se pretende demostrar que los noticieros e incluso los programas de opinión no solo informan, sino que moldean activamente la percepción social de la realidad en un entorno digital cada vez más complejo y mediado.

### **El Montaje Audiovisual como Lenguaje Narrativo y Emocional**

El montaje audiovisual, entendido como la selección, orden y unión de planos según una idea y dinámica determinada, no solo organiza la información, sino que la dota de sentido (Sánchez-Biosca, 1996). En los noticieros, el montaje puede intensificar emociones, acelerar el ritmo para transmitir urgencia o prolongar tomas para generar dramatismo, por lo que no debe entenderse como una simple técnica de edición, sino como una herramienta de construcción de sentido, en la que imágenes, música, tono de voz, silencios y transiciones visuales no son neutrales: todos estos elementos generan un efecto de realidad

emocionalmente cargado. Por ejemplo, en la cobertura de un desastre natural, la repetición de imágenes de destrucción acompañadas por música melancólica puede suscitar compasión, mientras que un montaje acelerado con sonidos estridentes puede generar alarma o indignación. En ambos casos, la percepción del espectador está enlazada con sus emociones y modelada de forma intencional.

Es bien sabido que los medios compiten por la atención de una audiencia saturada de estímulos. En este contexto, la emoción se convierte en un recurso clave para captar su interés. Así, las noticias tienden a adoptar estrategias narrativas propias del entretenimiento: titulares impactantes, música dramática, imágenes de alto impacto visual y testimonios cargados de emotividad. Este fenómeno, plantea un dilema ético: si bien las emociones facilitan la conexión con el público, también pueden distorsionar la percepción de la relevancia y complejidad de los hechos.

Esto se desarrolla incluso desde antes de iniciar con la programación noticiosa; si analizamos el primer segundo del noticiero, se puede descubrir que se busca y existe un contacto afectivo con el espectador: los avances noticiosos o titulares que aparecen en pantalla, son seleccionados con un criterio que rara vez se explica; se presentan con recursos que seducen, conmueven o alarman. Esta introducción emocional predispone la recepción de la información, orientando la atención hacia lo que se considera “lo más importante” del día o de la información, no necesariamente por su impacto social, sino por su capacidad de generar audiencia.

Sin embargo, el montaje no se limita a los avances y espacios breves de enganche. Después de ellos, aparece el presentador, reportero, locutor, escritor y los que participan en el proceso informativo. Ninguno de ellos se queda atrás en la construcción emocional del relato: todos, utilizando un lenguaje narrativo cuidadosamente trabajado, apelan a la empatía, al dramatismo o a la indignación, buscando conectar, seducir y establecer una relación especial con el espectador y definiendo desde su propia puesta en escena el enfoque de la realidad que se quiere comunicar. Para graficarlo de forma más clara, tomemos como ejemplo ciertos acontecimientos, especialmente los violentos o trágicos, que en ocasiones terminan mostrándose de manera desproporcionada, generando con ello una percepción distorsionada de la realidad. La audiencia puede incluso llegar a creer que vive en un mundo más peligroso o caótico de lo que indican los datos objetivos, fenómeno conocido como “síndrome del mundo mezquino” (Gerbner y Gross, 1976).

El montaje audiovisual, por tanto, no solo organiza imágenes y sonidos, sino que «activa un dispositivo simbólico» donde cada gesto, palabra y tono contribuye a moldear la percepción pública del hecho noticioso y se convierte en un generador de emociones que abre la puerta a una pregunta clave: ¿cómo influyen estas emociones en lo que recordamos, creemos o incluso compartimos? La respuesta nos lleva a comprender que la emoción no es un simple adorno narrativo, sino un elemento central en la construcción mediática de la realidad.

## **El Papel de la Emoción en la Percepción de la Realidad**

La percepción de la realidad mediática no se construye únicamente a partir de datos objetivos o hechos verificables; las emociones desempeñan un papel determinante en cómo la audiencia interpreta, recuerda y comparte la información. Según Damasio (1994), las emociones no son opuestas a la racionalidad, sino que la guían, influyendo en la atención y la memoria. Esto implica que el contenido audiovisual que provoca una reacción emocional intensa tiene más probabilidades de ser recordado y difundido, independientemente de su precisión factual.

Uno de los mecanismos que explica este fenómeno es la interacción entre emoción y sesgos cognitivos. El «sesgo de negatividad», ampliamente documentado por Baumeister et al. (2001) señala que los estímulos negativos, como amenazas, tragedias o conflictos, generan un mayor impacto en la atención y la memoria que los positivos. En esta misma línea, Joan Ferrés-i-Prats (1996) toca el aspecto de la “sabia utilización de las malas noticias” como un recurso narrativo y emocional que explota esta predisposición humana hacia lo dramático.

En efecto, diversos estudios han demostrado que la agenda informativa tiende a privilegiar las noticias negativas sobre las positivas, bajo la premisa de que “lo malo vende más”. Esta inclinación no es meramente teórica: existen casos documentados que lo confirman. Ferrés-i-Prats (1996) recuerda, por ejemplo, que en 1995 la emisora *Catalunya Radio* emitía a las 8 de la mañana el programa *Hora punta*, un informativo de una hora de duración. Dentro de

este espacio existía una sección titulada significativamente *Dones Noticias* (“Buenas Noticias”), que rara vez superaba los dos o tres minutos y, con frecuencia, no llegaba siquiera al minuto. El propio fracaso de un periódico estadounidense que intentó publicar exclusivamente noticias positivas refuerza la idea de que, en el mercado mediático, la negatividad obtiene mayor atención y permanencia que la positividad.

Desde allí, Ferrés-i-Prats (1996) concluye que la preferencia mediática por lo negativo no responde únicamente a criterios periodísticos de relevancia o actualidad, sino a una lógica emocional y simbólica más profunda, vinculada a la estructura conflictiva del inconsciente. En su análisis, los informativos se conciben como espectáculos que no solo informan, sino que entretienen activando las pulsiones duales de vida y muerte, placer y dolor, *eros* y *thanatos*. Así, las catástrofes, desgracias y conflictos no solo atraen la atención por su novedad o gravedad, sino porque movilizan arquetipos y emociones universales que permiten al espectador una experiencia vicaria de catarsis o liberación de emociones contenidas.

En el montaje audiovisual, esto se traduce en la priorización de escenas dramáticas, de tensión o peligro, que incrementan la sensación de urgencia y relevancia de la noticia, pero también pueden distorsionar la percepción de su frecuencia o gravedad en la realidad. Por ejemplo, durante coberturas de desastres naturales, el uso de primeros planos de víctimas, sonidos de llanto y música incidental en tonos menores no solo informa, sino que

intensifica el impacto emocional. En 2015, la cobertura internacional de la crisis de refugiados en Europa se transformó radicalmente después de la difusión de la imagen de Alan Kurdi, un niño sirio ahogado en una playa turca. La fotografía, difundida en noticieros y redes sociales, apeló a la ternura y la indignación de la audiencia, generando un aumento en la presión política y en las donaciones hacia organizaciones humanitarias (Chouliaraki y Stolic, 2017). Investigaciones más recientes muestran que este fenómeno no fue aislado: en la era digital, las imágenes icónicas de crisis humanitarias circulan con una fuerza simbólica multiplicada por la viralidad. En «Twitter», –plataforma actualmente denominada X) por ejemplo, ciertas fotografías de migrantes y refugiados han adquirido un carácter de «símbolos globales», reforzando encuadres de victimización o empatía que movilizan la opinión pública y aceleran la respuesta institucional (García-González y Rodríguez, 2020).

El uso estratégico de emociones como el miedo, la indignación o la ternura no siempre responde a un plan consciente de manipulación, pero sí obedece a una lógica narrativa que busca maximizar la atención. El montaje, al seleccionar y ordenar imágenes, sonidos y testimonios, decide qué emociones priorizar. Así, una protesta social puede presentarse como una amenaza al orden público mediante imágenes de violencia y declaraciones alarmistas, o como una lucha legítima por derechos mediante planos de familias afectadas y música inspiradora.

## **Noticieros y Realidad Simbólica: entre lo Visible y lo Interpretado**

Los noticieros no son ventanas transparentes al mundo, sino narraciones construidas. La teoría de la «agenda *setting*» establece que los medios no le dicen a la gente qué pensar, pero sí sobre qué pensar. Desde este lugar es importante remarcar que toda noticia puede entenderse como una representación simbólica de la realidad. Como tal, implica una mediación compleja: no es un acceso directo y puro al acontecimiento, sino un puente construido entre el hecho y su relato, entre la realidad objetiva y su interpretación social y cultural. Lo que finalmente se comunica al público no es el hecho en sí mismo, sino una versión seleccionada y mediada de ese hecho, filtrada a través de signos, símbolos, imágenes, narrativas y decisiones editoriales que le otorgan sentido y dirección (McCombs y Shaw, 1972).

Informar implica necesariamente un proceso de selección, rechazo y organización de la información. Cada noticia es el resultado de múltiples decisiones: qué datos incluir o excluir, qué ángulos privilegiar, qué fuentes consultar, cómo estructurar el relato, qué imágenes o sonidos acompañar y cómo presentar el contexto. Estas decisiones no son arbitrarias ni neutrales, sino que están condicionadas por la percepción subjetiva del autor, la cual a su vez está influida por su contexto afectivo, sus conocimientos previos, su entorno social y los valores culturales que interioriza.

Así, la «realidad» que recibe la audiencia es el resultado de una serie de decisiones que determinan la

noticia que se narra y no solo como un suceso, sino que construye activamente una forma específica de verlo y entenderlo. Se crea desde allí una realidad simbólica que jerarquiza, enfatiza y en ocasiones distorsiona elementos del hecho o acontecimiento original, con el fin de dotar a la información de una coherencia narrativa y un impacto emocional que capte la atención del receptor.

Por eso es fundamental que el espectador desarrolle una mirada crítica capaz de distinguir entre la realidad del hecho en sí mismo y la realidad simbólica que se le presenta. Reconocer esta diferencia es un paso imprescindible para evitar la manipulación y para comprender que la comunicación mediática no solo refleja el mundo, sino que lo construye activamente, moldeando percepciones, actitudes y discursos sociales.

### **La Percepción del Informador y el Diseño de la Noticia**

El diseño informativo no es inocente ni neutral. Todo relato periodístico está inevitablemente influenciado por la subjetividad de quien lo elabora, así como por los intereses y presiones que dicho informador representa o enfrenta. En este sentido, la percepción del informador se vuelve un elemento decisivo que moldea la forma final que adquiere la noticia, desde la selección de los hechos hasta la forma de presentarlos.

Esta percepción se configura a partir de múltiples factores, entre los que destacan el estado emocional del periodista en el momento de la producción, su formación académica y profesional, el entorno social y cultural que lo rodea y los valores éticos y morales que ha interiorizado a lo largo de su vida. Estas influencias personales, muchas

veces hasta inconscientes para el propio informador, se entrelazan con la presión constante de responder a agendas específicas, ya sean políticas, empresariales o mediáticas, que condicionan la construcción de la noticia y sus marcos interpretativos.

Además, en el contexto digital, la percepción del informador también debe lidiar con la velocidad y la inmediatez de la difusión, la necesidad de captar la atención en un entorno saturado de información y la interacción directa con audiencias que pueden reforzar sesgos o polarizaciones. Esto hace que la dimensión emocional y persuasiva del mensaje sea aún más visible y potente.

Por estas razones, más que aspirar a una objetividad absoluta, un ideal epistemológico reconocido como inalcanzable, se vuelve urgente que los comunicadores asuman un compromiso ético basado en el reconocimiento y la visibilización consciente de sus propios sesgos. Trabajar desde esta honestidad intelectual y ética permite una mayor transparencia, fomenta la reflexión crítica y contribuye a una comunicación más responsable, que reconozca la complejidad de la realidad social y respete la diversidad de perspectivas.

### **¿Periodismo Neutral?: Ética, Poder y Seducción**

Decir que el periodismo es neutral es desconocer su dimensión narrativa, estética y política. Los noticieros, al igual que otros formatos audiovisuales, buscan audiencia y responden a intereses de poder. En este proceso, la noticia se convierte en espectáculo: se enfatizan las emociones, se jerarquiza el morbo, se manipulan las imágenes, se construye una experiencia sensorial diseñada para captar y mantener la atención.

Como afirmaba Ferrés-i-Prats (1994) “la información es poder” y quien controla la información, controla en buena medida la percepción colectiva del mundo. Desde esta lógica, los noticieros han aprendido a contar la realidad como si fuera una telenovela: se resaltan los conflictos, el drama, la tragedia y en ocasiones, se cierra con un toque de espectáculo, farándula o comicidad, que alivie la carga emocional del espectador y lo deje con la sensación de haber estado “bien informado”.

Este adormecimiento emocional impide el análisis crítico y convierte al público en un consumidor pasivo de símbolos. Frente a este panorama, la ética periodística es un marco esencial para garantizar que el derecho ciudadano a la información veraz sea respetado (Kovach y Rosenstiel, 2007); porque ser ético no solo implica verificar datos, sino también reflexionar sobre los posibles efectos de la información en la opinión pública, en la reputación de las personas y en la cohesión social (Kovach y Rosenstiel, 2007).

En este sentido, la responsabilidad ética del informador es clave. Como señalan Kovach y Rosenstiel (2007), “el periodismo que solo busca provocar reacciones emocionales sin ofrecer contexto contribuye más a la confusión que a la comprensión” (p. 240). La emoción puede ser un puente hacia el entendimiento, pero también un filtro que distorsiona la realidad si no se acompaña de un marco informativo completo. Por ende, la ética periodística no puede limitarse a códigos formales: debe partir del reconocimiento del impacto que tiene cada decisión narrativa y visual sobre la conciencia colectiva (Kovach y Rosenstiel, 2007).

## **Noticieros Digitales: Velocidad, Algoritmo y Emocionalidad**

Los noticieros ya no habitan exclusivamente en el formato tradicional de la televisión o la radio. Hoy también se despliegan y a veces explotan, en redes sociales y plataformas digitales. La noticia llega en forma de *reel*, hilo de X, video de YouTube, TikTok o transmisión en vivo. Esta transformación no solo ha cambiado el soporte: ha modificado las reglas del juego narrativo, la forma de consumir información y, sobre todo, los mecanismos de construcción simbólica de la realidad.

En el ecosistema mediático actual, marcado por la inmediatez, la viralidad y el consumo fragmentado, los errores y sesgos pueden multiplicarse con gran rapidez. La presión por publicar antes que los demás, sumada a la facilidad para editar y manipular imágenes, incrementa el riesgo de desinformación. En este contexto, donde el *scroll* ha reemplazado al *zapping* y la atención del espectador se disputa en segundos, el montaje audiovisual se vuelve más vertiginoso y emocionalmente directo: se condensan emociones en pocos segundos, se privilegian los primeros planos del dolor o la indignación y se musicaliza el sufrimiento con una estética diseñada para generar reacción.

Pero en este nuevo ecosistema, ya no es solo el editor humano quien decide qué se muestra y cómo. El algoritmo, esa estructura invisible que organiza lo que cada usuario ve, se convierte en un editor emocional automatizado. Este selecciona los contenidos que han demostrado generar más *engagement*, más tiempo de visualización o más clics. Así, el criterio editorial se traslada desde la relevancia pública hacia la reacción individual: lo que aparece en la pantalla no

necesariamente es lo más importante del día, sino lo que más probablemente conmueva, indigne o reafirme.

La emocionalización de la noticia, que ya estaba presente en los noticieros televisivos y radiales, se radicaliza en el entorno digital. Las noticias se convierten en clips diseñados para viralizarse, donde la edición privilegia el impacto inmediato y el ritmo acelerado. Las transiciones se llenan de efectos visuales, los textos se estructuran con frases dramáticas y la música actúa como un detonante afectivo. Es un montaje que no busca explicar: busca sacudir.

Este tipo de edición influye directamente en la forma en que se percibe la realidad. Las emociones activadas por el contenido no solo condicionan el recuerdo, sino también el juicio moral sobre los hechos. Una protesta puede parecer violenta o heroica según cómo se monte la imagen o el video. Una tragedia puede ser vista como un hecho aislado o como parte de un patrón estructural, dependiendo del relato visual o audiovisual que la acompaña.

Además, la lógica algorítmica alimenta los sesgos de confirmación: el espectador digital ve, una y otra vez, aquello que ya piensa o siente. La personalización de los contenidos refuerza las burbujas informativas, haciendo que realidades distintas coexistan en paralelo, sin puntos de encuentro ni diálogo.

A esto se suma la sobreabundancia de contenidos, que genera fatiga informativa, desconfianza y confusión. En lugar de acercarnos más a la verdad, muchas veces quedamos atrapados entre versiones contradictorias, titulares emocionales y fuentes poco verificadas. El

montaje digital, entonces, se convierte en una herramienta poderosa, pero también peligrosa, si no se maneja con responsabilidad.

Frente a este panorama, se hace urgente reflexionar sobre el papel ético del comunicador. ¿Cómo resistir la presión de lo viral sin caer en el sensacionalismo? ¿Cómo producir noticias visualmente atractivas sin manipular emocionalmente al público? ¿Cómo construir relatos honestos en un entorno donde la velocidad y la reacción parecen valer más que la veracidad?

### **Conclusiones**

Los noticieros, lejos de reflejar de manera objetiva la realidad, la construyen a través de decisiones técnicas, narrativas y emocionales que responden a intereses editoriales, comerciales y políticos. El montaje audiovisual, ya sea en televisión o en plataformas digitales, no es un proceso neutro, sino una herramienta de construcción de sentido que jerarquiza hechos y acontecimientos, define ritmos emocionales y enmarca la interpretación del espectador.

En la televisión, esta construcción inicia desde los avances noticiosos, donde la selección y el tratamiento visual, sonoro y discursivo predisponen la recepción de la información. En el entorno digital, aunque se replican muchas de estas estrategias, la circulación de noticias está mediada por algoritmos que personalizan el contenido y fragmentan la experiencia informativa, potenciando tanto la fidelización de audiencias como la posibilidad de sesgo y polarización.

Esta convergencia de medios tradicionales y digitales amplifica el poder de los noticieros para influir en percepciones y debates públicos, pero también exige una mayor responsabilidad ética por parte de los comunicadores. Del mismo modo, subraya la necesidad de formar audiencias críticas, capaces de reconocer los mecanismos narrativos y emocionales que configuran la información y de participar activamente en la construcción de un ecosistema informativo más plural, transparente y consciente.

La construcción mediática de la realidad no es, en sí misma, negativa; el problema radica en la falta de conciencia y responsabilidad con la que, en ocasiones, se ejerce. Un periodismo ético y consciente reconoce su poder de influencia y lo utiliza para promover una ciudadanía informada, crítica y plural. Ello requiere, entre otras cosas, diversificar las fuentes, contextualizar los datos, evitar el sensacionalismo y promover una urgente alfabetización mediática como la herramienta clave que permita a la audiencia identificar técnicas narrativas, reconocer sesgos y evaluar críticamente la información recibida.

Por todo ello, formar comunicadores críticos, éticos y emocionalmente conscientes no es una opción: es una necesidad urgente, porque detrás de cada noticia hay una historia y detrás de esa historia, una intención. La responsabilidad del profesional de la comunicación no está en negar esta construcción, sino en asumirla con transparencia, rigor y compromiso social.

## Referencias

- Baumeister, R. F., Bratslavsky, E., Finkenauer, C. y Vohs, K. D. (2001). Bad is stronger than good. *Review of General Psychology*, 5(4), 323–370. <https://doi.org/10.1037/1089-2680.5.4.323>
- Chouliarakis, L y Stolic, T. (2017). Rethinking media responsibility in therefugee “crisis”: A visual typology of Europeannews. *Media, Culture & Society*, 39(8). <https://doi.org/10.1177/0163443717726163>
- Damasio, A. (1994). *Decartes´ Error: Emotion, Reason and the Human Brain*.
- Ferrés–i–Prats, J. (1994). *Televisión y educación*. Paidós.
- Ferrés–i–Prats, J. (1996). *Televisión subliminal: Socialización mediante comunicaciones inadvertidas*. Paidós.
- García–González, A. y Rodríguez, C. (2020). *Comunicación institucional en la era digital: Retos y oportunidades*. Editorial UOC.
- Gerbner, G. y Gross, L. P. (1976). Living with television: The violence profile. *Journal of Communication*, 26(2), 173–199. <https://doi.org/10.1111/j.14602466.1976.tb01397.x>
- Kovach, B. y Rosenstiel, T. (2007). *The Elements of Journalism: What Newspeople Should Know and the Public Should Expect*. Three Rivers Press.
- McCombs, M. E. y Shaw, D. L. (1972). The Agenda–Setting Function of Mass Media. *The Public Opinion Quarterly*, 36(2), 176–187. <https://doi.org/10.1086/267990>
- Sánchez–Biosca, V. (1996). *El montaje cinematográfico*. Paidós.

## **Del Ciberactivismo a la Construcción de una Gobernanza Feminista: la Incidencia de la Ley Olimpia y la Ley Ingrid en México**

### ***From Cyberactivism to Building Feminist Governance: the Impact of the Olimpia Law and the Ingrid Law in Mexico***

**Dayri Flores-Ramírez<sup>1</sup>**

Candidata a Doctora en Ciencia Política  
Centro de Investigación y Docencia Económicas  
[djfloresr001@profesor.uaemex.mx](mailto:djfloresr001@profesor.uaemex.mx)

**Rigoberto Pérez-Ramírez<sup>2</sup>**

Profesor de Tiempo Completo Definitivo  
Universidad Autónoma del Estado de México  
[rperezr@uaemex.mx](mailto:rperezr@uaemex.mx)

---

<sup>1</sup> Candidata a Doctora en Ciencia Política del Centro de Investigación y Docencia Económicas [CIDE], es Maestra en Ciencias Sociales por la Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales [FLACSO-Sede México], Diplomada en Políticas Públicas y Presupuestos Públicos con perspectiva de género por la Universidad Iberoamericana y Licenciada en Estudios Latinoamericanos por la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM). Es integrante de Latin American Interdisciplinary Gender Network [LAIGN], de la Red de Politólogas #NoSinMujeres y de la Latin American Studies Association [LASA], entre otras. Sus temas principales de investigación son género, migración, violencia feminicida y políticas públicas. ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2664-3285>

<sup>2</sup> Doctor en Ciencias Políticas y Sociales por la Universidad Nacional Autónoma de México, donde también cursó la Maestría en Administración Pública y la Licenciatura en Ciencias Políticas y Administración Pública. Es Investigador Nacional Nivel 1 por la Secretaría de Ciencia, Humanidades, Tecnología e Innovación (SECIHTI). Actualmente se desempeña como Profesor de Tiempo Completo definitivo en la Universidad Autónoma del Estado de México [UAEMéx], adscrito al Centro Universitario UAEM Valle de México, impartiendo clases en las Licenciaturas de Relaciones Económicas Internacionales, Económica y Derecho. Sus líneas de investigación son: Gestión Pública, Gobernanza, Transparencia, Rendición de Cuentas y Políticas Públicas. ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2982-2676>

## Resumen

El presente ensayo analiza el impacto del ciberactivismo feminista y de la acción colectiva de la sociedad civil en la promulgación de la Ley Olimpia y la Ley Ingrid, mostrando cómo estas experiencias han contribuido a sentar las bases para la construcción de una gobernanza feminista en México. El estudio se estructuró en torno a dos premisas: en primer lugar, que la sociedad civil organizada, mediante plataformas digitales y protestas presenciales, logró insertar sus exigencias en la agenda pública, articulando demandas colectivas que derivaron en reformas legales vinculadas a la violencia de género; y en segundo lugar, que la convergencia entre presión digital y movilización social favoreció la aprobación de marcos legales innovadores, mostrando cómo el ciberactivismo feminista puede traducirse en políticas públicas inclusivas y sensibles al género. Entre los principales hallazgos destaca que la presión digital, articulada con la protesta presencial, constituyó un motor fundamental para que la sociedad civil incidiera en la formulación de políticas más inclusivas y sensibles al género. De este modo, las luchas en torno a la Ley Olimpia y la Ley Ingrid se consolidan como hitos paradigmáticos de cómo la acción colectiva feminista puede transformar la indignación social en reformas legales, abonando con ello a la construcción de una gobernanza feminista en México.

*Palabras clave:* ciberactivismo, acción colectiva, sociedad civil, gobernanza feminista.

### Abstract

This essay analyzes the impact of feminist cyberactivism and civil society collective action on the enactment of the Olimpia Law and the Ingrid Law, showing how these experiences have contributed to laying the foundations for the construction of feminist governance in Mexico. The study was structured around two premises: first, that organized civil society, through digital platforms and in-person protests, succeeded in placing its demands on the public agenda, articulating collective demands that led to legal reforms addressing gender-based violence; and second, that the convergence of digital pressure and social mobilization facilitated the approval of innovative legal frameworks, demonstrating how feminist cyberactivism can be translated into inclusive and gender-sensitive public policies. Among the main findings, it is worth highlighting that digital pressure, combined with in-person protests, served as a fundamental drive for civil society to influence the formulation of more inclusive and gender-sensitive policies. In this way, the struggles surrounding the Olimpia Law and the Ingrid Law have become paradigmatic milestones for how feminist collective action can transform social outrage into legal reforms, thereby contributing to the construction of feminist governance in Mexico.

*Keywords:* cyberactivism, collective action, civil society, feminist governance.

## Introducción

El caso de México resulta paradigmático al mostrar cómo el ciberactivismo feminista y la acción colectiva de la sociedad civil se asocian a transformaciones en la agenda pública y legal. En los últimos cinco años, dos reformas legales —conocidas como Ley Olimpia (2021) y Ley Ingrid (2021)— se vinculan con la presión organizada de los movimientos feministas que articularon su acción desde plataformas digitales y espacios presenciales. Estas experiencias permiten observar cómo la sociedad civil ha articulado demandas, visibilizando la violencia de género y contribuyendo a cambios normativos, contribuyendo así a la construcción de una gobernanza feminista orientada a erradicar la violencia machista.

La Ley Olimpia surgió de la iniciativa de Olimpia Coral Melo, una joven que en 2013 fue víctima de violencia sexual digital. Ante la inacción institucional y, en gran parte debido a la movilización de grupos activistas que trabajan bajo el lema de «Defensoras Digitales» junto con el Frente Nacional para la Sororidad [FNS], este último fundado por la propia Olimpia (López-Uribe, 2020, p. 1), permitió articular testimonios y construir una propuesta legislativa que tipificó la difusión no consentida de contenido íntimo. Aguirre et al. (2022) señalan que, lo anterior se convirtió en uno de los primeros movimientos de ciberactivismo feminista en México (p. 21), demostrando el poder de las redes para visibilizar una forma de violencia antes normalizada. Campañas bajo el hashtag #LeyOlimpia se convirtieron en emblema de este proceso y, tras años de buscar incidencia, la reforma fue incorporada en el Código Penal Federal y en la Ley General de

Acceso de las Mujeres a una Vida Libre de Violencia en 2021 (Hernández–Oropa et al., 2024, p. 4).

Por su parte, la Ley Ingrid tuvo su origen en el feminicidio de Ingrid Escamilla en 2020. La filtración de imágenes gráficas de su cuerpo desencadenó una respuesta masiva en redes sociales. Activistas inundaron Twitter con imágenes positivas bajo la etiqueta #IngridEscamilla para contrarrestar los contenidos violentos y resignificar su memoria. Esta reacción se asoció a protestas presenciales que, en conjunto, presionaron al Congreso para aprobar en 2021 reformas al Código Penal Federal que sancionan la difusión de imágenes de víctimas (Díaz, 2023; Buscemi, 2023).

Ambos casos permiten ilustrar cómo herramientas digitales, redes sociales y plataformas virtuales se han convertido en aliadas de los movimientos feministas. Campañas como #NiUnaMenos, #MeTooMx o #UnDíaSinNosotras confirman la capacidad de internet para sincronizar voces dispersas y potenciar acciones colectivas (Aguirre et al., 2022, p. 20). Esta convergencia caracteriza la cuarta ola feminista en México, donde la sociedad civil no solo denuncia la violencia, sino que incide en la formulación de políticas públicas, con objetivos claros y comunes, con una estrategia que puede discutirse y planificarse (Aguirre et al., 2022, p.21).

En este marco, la pregunta que guio este ensayo fue ¿cómo estas experiencias han contribuido a sentar las bases para construir una gobernanza feminista en México? El argumento central sostiene que el ciberactivismo feminista y la acción colectiva de la sociedad civil han sido

determinantes para la promulgación de la Ley Olimpia y la Ley Ingrid, demostrando su capacidad de incidir en la agenda pública y legal, contribuyendo con ello a la construcción de una gobernanza feminista en México. Este planteamiento se fundamenta en dos premisas: primero, que la sociedad civil organizada, mediante plataformas digitales y protestas presenciales, logró insertar sus exigencias en la agenda pública, articulando demandas colectivas que derivaron en reformas legales vinculadas a la violencia de género; y, segundo, que la convergencia entre presión digital y movilización social favoreció la aprobación de marcos legales innovadores, mostrando cómo el ciberactivismo feminista puede traducirse en políticas públicas inclusivas y sensibles al género.

Actualmente, la Ley Olimpia constituye un referente normativo no sólo en América Latina sino a nivel mundial en materia de violencia digital, dado que tipifica y sanciona la difusión no consentida de contenido íntimo, reconociendo una forma de violencia previamente invisibilizada y brindando a las mujeres herramientas jurídicas para la defensa de su derecho a la privacidad y a una vida libre de violencia. Por su parte, la Ley Ingrid representa un hito en la protección de la dignidad de las víctimas de feminicidio, al sancionar la difusión de imágenes sensibles en medios y redes, estableciendo límites claros a prácticas que revictimizan y normalizan la violencia extrema contra las mujeres.

El abordaje de ambas leyes resulta particularmente relevante porque permite comprender cómo la acción colectiva digital y presencial no solo visibiliza nuevas formas

de violencia de género, sino que también incide directamente en la transformación del marco normativo. Analizar estos procesos aporta claves fundamentales para evaluar el alcance de las luchas feministas contemporáneas, su capacidad de generar cambios en las estructuras de poder (Görgülü y Cinar, 2023, p. 5), y el modo en que estas transformaciones contribuyen a construir una gobernanza feminista no solo a nivel nacional sino regional.

En este sentido, el ensayo se organiza en cuatro apartados que permiten desarrollar de manera progresiva la tesis planteada. En primer lugar, se aborda el concepto de gobernanza con el propósito de establecer un marco teórico que facilite la comprensión de las relaciones entre el Estado, la sociedad civil y los actores no estatales. En segundo término, se examina la noción de gobernanza feminista, entendida como un enfoque transformador que busca cuestionar las estructuras de poder tradicionales y promover una participación equitativa desde una perspectiva de género e interseccional. Posteriormente, se analiza el papel de la acción colectiva, el ciberactivismo y la presión digital como mecanismos fundamentales para visibilizar la violencia de género y articular demandas ciudadanas, destacando la forma en que estas prácticas se combinan con la movilización social para incidir en la agenda pública y legal. Finalmente, se abordan los casos de la Ley Olimpia y la Ley Ingrid como ejemplos paradigmáticos de esta convergencia entre activismo digital y protesta callejera, evidenciando cómo tales experiencias han contribuido a sentar las bases de una gobernanza feminista en México. Seguido de las conclusiones.

## Explorando la Gobernanza

La gobernanza se entiende como un proceso de toma de decisiones y gestión en el que intervienen diferentes actores del sector público, privado y de la sociedad civil. A diferencia del gobierno tradicional, centrado en la autoridad jerárquica del Estado, la gobernanza se caracteriza por ser inclusiva y participativa, al basarse en la colaboración e interacción de múltiples actores que aportan conocimientos, recursos y perspectivas diversas para resolver problemas sociales y alcanzar objetivos colectivos. En este sentido, a medida que las ideas feministas se integran a la gobernanza global, el feminismo se sumerge en relaciones de poder y participa en la formulación de tecnologías legales. Así, los proyectos feministas pasan de ocupar una posición al margen y de resistencia a intervenir en la creación de regímenes normativos internacionales (Jaramillo–Ruiz y Céspedes–Báez, 2020, p. 3). Lo cual supone un cambio de patrón de gobierno a cambios estructurales.

Para Maynetz (2001), la gobernanza constituye una forma de gobernar más cooperativa, diferente del antiguo modelo jerárquico en el que las autoridades estatales ejercían un poder soberano sobre la sociedad civil (p. 9). En la misma línea, Pérez–Ramírez (2019) enfatiza que este enfoque responde a la cooperación y a la interacción del Estado con actores no estatales en el marco de redes decisionales mixtas entre lo público y lo privado (p. 31). Cabrero–Mendoza (2005) señala que la acción pública se concibe como un continuo entre el Estado y la sociedad civil, en donde gobernar implica conducir la acción colectiva a través de la construcción de políticas públicas (p. 78).

La acción pública, en consecuencia, se refiere a las actividades, políticas y decisiones implementadas por entidades gubernamentales con el propósito de resolver cuestiones de interés social. Estas incluyen la promulgación de leyes, la implementación de políticas, la regulación de sectores estratégicos y la prestación de servicios públicos. Su alcance abarca áreas económicas, sociales, de salud, educación, seguridad o medio ambiente, constituyendo un componente esencial de la gobernanza al representar el ejercicio de la autoridad pública en interacción con actores sociales.

Los rasgos distintivos de la gobernanza la diferencian de enfoques tradicionales, entre ellos destacan: la participación activa de múltiples actores, gobiernos, sociedad civil, sector privado y ciudadanía, en la toma de decisiones; la estructura en red, donde el poder se distribuye de manera horizontal y no jerárquica (Pérez-Ramírez, 2019, p. 43); la inclusividad, que busca incorporar las necesidades de grupos diversos y marginados; y la transparencia y rendición de cuentas, orientadas a garantizar apertura y responsabilidad en la gestión pública (Roggeband y Krizsán, 2019, p. 13). Asimismo, se resalta la adaptabilidad y flexibilidad del modelo, en tanto permite responder a condiciones cambiantes y conciliar distintos sistemas normativos y legales, formales e informales.

La gobernanza se configura como un modelo de toma de decisiones flexible y horizontal que rompe con jerarquías rígidas y reconoce la coexistencia de pluralismos legales y normativos. De tal manera que, la gobernanza contribuye a mejorar la calidad de las democracias contemporáneas

al ampliar los mecanismos de inclusión y colaboración en la formulación de políticas, empoderando a las partes interesadas y otorgándoles voz en la construcción de decisiones colectivas.

### **La Gobernanza Feminista: Interacción Estado-Sociedad**

El concepto de gobernanza ha sido aplicado a diversos ámbitos como el político, el económico, el de género, entre otros, trascendiendo fronteras y operando en niveles locales, nacionales e internacionales. En este marco, la gobernanza feminista se plantea como un enfoque de toma de decisiones orientado por principios del feminismo, cuyo propósito es identificar y transformar las desigualdades de género históricas y sistémicas. Busca modificar estructuras de poder y normativas culturales que perpetúan dichas desigualdades, fomentando la equidad en todas las esferas sociales.

Un rasgo esencial de la gobernanza feminista es la promoción activa de la inclusión y la representación de mujeres y personas de género diverso en todos los niveles de la toma de decisiones, desde el ámbito local hasta el internacional. De igual manera, este enfoque cuestiona las estructuras de poder que sostienen la opresión y desigualdad de género tanto en espacios públicos como privados (Kelly-Thompson et al., 2023, p. 27). Ello implica, entre otras dimensiones, la defensa de derechos reproductivos, la autonomía de las mujeres y la garantía de una vida libre de violencia y discriminación.

Al incorporar la perspectiva interseccional, la gobernanza feminista reconoce la diversidad de experiencias y desafíos enfrentados por las mujeres,

atravesados por variables como raza, clase social, orientación sexual o discapacidad. Este enfoque multinivel sienta las bases para una equidad más integral (Kelly-Thompson et al., 2023, p. 30). En este sentido, se configura como un marco transformativo orientado a empoderar a mujeres y grupos históricamente marginados, en búsqueda de una sociedad más justa y equitativa.

Roggeband y Krizsán (2019) destacan que la gobernanza feminista implica incluir la perspectiva de género en la toma de decisiones, asegurar la participación igualitaria de mujeres y hombres en la política y desarrollar políticas sensibles al género en áreas clave como economía, educación, salud y justicia. Estas autoras proponen analizar la interacción Estado-movimientos de mujeres a través de tres dimensiones: la inclusión o exclusión en los mecanismos de consulta y cogobernanza; el financiamiento estatal para organizaciones de la sociedad civil; y la representación de demandas a través de agencias estatales y políticas de inclusión (Cohen y Arato, 2000, p. 65).

En suma, la gobernanza feminista constituye un enfoque que combina los principios de la gobernanza participativa con la lucha por la igualdad de género, lo que la convierte en una herramienta indispensable para analizar la interacción entre el Estado y la sociedad en la construcción de políticas públicas más inclusivas. En este sentido, se operacionaliza en tres criterios centrales: 1) inclusión y representación equitativa, referida a la participación activa de mujeres en los procesos de toma de decisiones; 2) incidencia normativa, entendida como la capacidad de visibilizar y reconocer nuevas formas de

violencia de género e incorporarlas al marco legislativo y jurídico; y 3) fortalecimiento de la sociedad civil y la acción colectiva, asociado al desarrollo de capacidades organizativas y a la consolidación de agendas comunes frente al Estado.

### **Sociedad Civil, Acción Colectiva y Ciberactivismo: Conceptualización y su Papel en la Incidencia Política**

La sociedad civil juega un rol primordial en la promoción de la igualdad de género y la defensa de los derechos de las mujeres. En particular, grupos feministas y organizaciones de mujeres ofrecen espacios de expresión para personas históricamente marginadas, ejerciendo labores de abogacía para impulsar políticas equitativas (Castells, 2000, p. 9). Este sector actúa como depositario de aspiraciones democráticas, operando autónomamente al margen del Estado (Vargas, 2003, p. 527). Además de representar demandas, estas organizaciones monitorean y evalúan la implementación de políticas públicas, asegurando su coherencia con la igualdad de género.

La acción colectiva, definida por Revilla-Blanco (1996) como la coordinación de personas unidas por un interés común mediante prácticas de movilización (p. 7), adquiere un carácter transformador cuando busca intervenir en el diseño de políticas generales y la organización social (Gallardo, 2010, p. 24). Por lo tanto, Flores-Ramírez (2023) señala que la acción colectiva significó para el movimiento feminista tejer las redes necesarias que sirvieran para visibilizar la desigualdad que viven las mujeres en muchos aspectos (p. 368), lo que resultó crucial para impulsar reformas legales sensibles al género. Sin embargo, Kelly-

Thompson et al. (2023) advierten que su eficacia puede verse limitada por restricciones políticas y legales (p. 48).

A estos elementos se suma el ciberactivismo, entendido por Pila-Guzmán y Estrada-Esparza (2023) como el uso estratégico de las tecnologías y el internet para el logro de la transformación social (p. 26). Y, con ello, organizar acciones colectivas y presionar políticamente a actores estatales. Según Morfa-Hernández (2024), el ciberactivismo feminista en América Latina se enfrenta a dinámicas autoritarias estatales que condicionan su potencial transformador, pero también refuerza la acción colectiva como mecanismo de resistencia. En el caso mexicano, campañas en línea han articulado indignación social frente a la violencia de género y han incidido directamente en reformas legales como la Ley Ingrid (Buscemi, 2023, p. 2191). De este modo, el ciberactivismo se convierte en una extensión digital de la acción colectiva que amplifica su alcance.

El concepto de presión digital describe los mecanismos de influencia ejercidos en entornos virtuales para forzar respuestas institucionales, ya sea mediante tendencias en redes sociales, denuncias virales o campañas de boicot digital. Según López-Urbe (2020), esta presión constituye una forma emergente de poder político ciudadano que altera la agenda pública al obligar al Estado a responder ante demandas feministas que alcanzan alta visibilidad en el espacio digital.

La movilización social, por su parte, implica la capacidad de actores sociales para articularse en torno a causas comunes a través de recursos simbólicos,

emocionales y organizativos. Para García-Feregrino y Dávila-Fisman (2022), se trata de nuevas formas de denuncia y llamados a la acción, conocido como ciberactivismo (p.182). En contextos como México, esta movilización conecta las dinámicas de ciberactivismo con manifestaciones presenciales, generando un efecto de refuerzo mutuo entre presión digital y acción callejera.

En resumen, la conjunción de sociedad civil, acción colectiva, ciberactivismo, presión digital y movilización social constituye un ecosistema político que potencia la gobernanza feminista. Mientras la sociedad civil organiza y vigila, la acción colectiva articula demandas, el ciberactivismo ejerce presión digital amplificando los reclamos en el espacio virtual, y la movilización social asegura su traducción en dinámicas presenciales de protesta e incidencia política.

### **De la Indignación Colectiva a la Incidencia Legislativa: Ciberactivismo, Sociedad Civil y Gobernanza Feminista en las Leyes Olimpia e Ingrid**

La Ley Olimpia y la Ley Ingrid representan hitos legislativos en México orientados a proteger la dignidad de las mujeres frente a nuevas formas de violencia de género en el ámbito digital y mediático. Ambas surgen como respuesta jurídica a casos emblemáticos de violencia contra mujeres –en internet y en la cobertura periodística– que evidenciaron vacíos legales para salvaguardar la intimidad y los derechos de las víctimas. Llevan el nombre de dos mujeres cuyas experiencias traumáticas detonaron movimientos de indignación colectiva y cuyo legado se tradujo en reformas legales impulsadas desde la sociedad

civil organizada. Estas leyes, más que normas aisladas, constituyen conjuntos de reformas a marcos legales existentes, como la Ley General de Acceso de las Mujeres a una Vida Libre de Violencia (2024) y diversos códigos penales, diseñadas para reconocer y sancionar modalidades de violencia de género antes desatendidas. En esencia, buscan establecer un marco legal específico y más robusto para castigar la violencia digital y la violencia mediática de género, respectivamente, colocando en el centro la protección de la intimidad, la integridad y la dignidad de las mujeres en la era tecnológica.

La promulgación de la Ley Olimpia a nivel federal en 2021 no fue un proceso espontáneo desde el gobierno, sino el resultado directo de la presión y el activismo de la sociedad civil, especialmente de los colectivos feministas jóvenes. Estas leyes emanan directamente del movimiento feminista (Marroquín, 2024, párr. 2). Diversas organizaciones y activistas articularon la indignación ciudadana en una campaña sostenida para visibilizar el problema y exigir acción del Estado. Esta convergencia de esfuerzos logró insertar sus demandas en la agenda pública y legislativa, algo que antes parecía impensable. Autores como García-Feregrino y Dávila-Fisman (2022) subrayan que hablar de la Ley Olimpia necesariamente nos remite a las movilizaciones sociales, específicamente a movimientos sociales de mujeres, en los cuales la lucha iniciada en las calles y en redes logró trasladarse al quehacer legislativo, impactando las leyes federales y locales para garantizar el derecho de las mujeres a una vida libre de violencia (p. 169).

En efecto, la campaña digital en torno a #LeyOlimpia generó una enorme conciencia en usuarias y usuarios de redes sobre la gravedad del llamado «porno no consentido» y otras formas de acoso en línea, ampliando una comunidad de apoyo que trascendió distancias y fronteras. Al mismo tiempo, esa conciencia se tradujo en presión política, colectivas como «Luchadoras» y «Acoso.Online» documentaron y difundieron estadísticas alarmantes, por ejemplo, 9.4 millones de mexicanas habían sufrido ciberacoso hacia 2019, según el INEGI; y, señalaron la impunidad prevaleciente. Por lo que, activistas de diversos colectivos acompañaron a Olimpia en foros y reuniones legislativas, dotando de datos y testimonios a la iniciativa de ley. Gracias a esa incidencia coordinada, «lo virtual se reconoció como real» en la legislación mexicana. En palabras de una de las activistas involucradas, en México la Ley Olimpia se logró gracias a la presión de las mujeres organizadas, a diferencia de otros países donde reformas similares fueron impulsadas desde el gobierno (Los Angeles Times, 2020, párr.14).

Por otra parte, en febrero de 2020, el brutal feminicidio de Ingrid Escamilla, exhibido morbosa y ampliamente en portadas de periódicos sensacionalistas y difundido sin control en redes sociales (Velasco, 2020, párr.3). Fotografías filtradas del cuerpo mutilado de Ingrid aparecieron en primeras planas acompañadas de titulares amarillistas, lo que constituyó una revictimización atroz de ella y un agravio profundo para sus familiares y para la sociedad. La respuesta fue inmediata, una oleada de indignación feminista recorrió el país. Tan solo en la

semana posterior al crimen, se registraron más de 178,000 *tuits* con el nombre de Ingrid Escamilla (Flores, 2025, pár.10), muchos de ellos como parte de la campaña digital #IngridEscamillaChallenge, en la que mujeres compartieron en Twitter flores, paisajes e ilustraciones hermosas con el nombre de Ingrid, con el objetivo de desplazar las imágenes violentas y honrar su memoria.

Paralelamente, se convocaron manifestaciones masivas en al menos 12 estados de la República. En la Ciudad de México, colectivos de mujeres protestaron frente a Palacio Nacional y en la sede del periódico sensacionalista que publicó las fotos, coreando *¡El feminicidio no es un espectáculo!* y exigiendo justicia para Ingrid. Estas protestas –tanto físicas como virtuales– colocaron en el centro del debate público la problemática de la violencia mediática de género, entendida como la difusión irresponsable y misógina de información o imágenes sobre mujeres víctimas de violencia.

La presión social se asoció con la reacción institucional. Durante 2020 y 2021, organizaciones feministas y algunos aliados en el poder legislativo elaboraron propuestas para sancionar la difusión de imágenes de víctimas. Finalmente, en marzo de 2021, el Congreso aprobó la llamada Ley Ingrid, mediante la cual se reformó el artículo 225 del Código Penal Federal, adicionando la fracción VI Bis para tipificar como delito la difusión, entrega, publicación o compartición indebida de imágenes, audios, videos o documentos relacionados con víctimas de delitos (Senado de la República, 2023, pár.3) La reforma establece sanciones de cuatro a diez

años de prisión, multas de 100 a 150 días y la destitución e inhabilitación de tres a diez años en caso de que el responsable sea un servidor público (Díaz, 2023; Buscemi, 2023). Con ello, la Ley Ingrid representa un hito normativo en la protección de la dignidad de las víctimas y en la prevención de su revictimización mediática.

Al igual que en el caso de la Ley Olimpia, la sociedad civil y la acción colectiva estuvieron estrechamente vinculadas con el proceso que dio lugar a la Ley Ingrid. Los movimientos feministas que habían ganado fuerza en años recientes contribuyeron a transformar la indignación generada por el caso en demandas institucionales específicas. De esta manera, tal activismo se relacionó con la apertura de un debate legislativo que incorporó dichas exigencias en la agenda pública.

Signa\_Lab, un centro de análisis de redes documentó cómo la conversación en Twitter sobre Ingrid Escamilla estuvo atravesada por indignación y demandas de justicia, acelerando la respuesta institucional (Flores, 2025, párr.7). A su vez, las manifestaciones públicas mantuvieron el tema en la agenda mediática por días, forzando a autoridades a pronunciarse y eventualmente a legislar. La lucha por la Ley Ingrid demostró la vigencia de esta idea, ya que la coalición de grupos feministas, organizaciones de derechos humanos, familiares de víctimas y ciudadanía indignada logró convertir un reclamo de justicia en una reforma legislativa concreta. En suma, tanto la Ley Olimpia como la Ley Ingrid son fruto de un ciberactivismo feminista articulado con movilización social presencial, donde distintos actores de la sociedad civil emplearon herramientas digitales –hashtags, videos

virales, peticiones en línea– y tradicionales –marchas, foros, comparecencias– para alcanzar un objetivo compartido.

En conjunto, la Ley Olimpia y la Ley Ingrid pueden analizarse a partir de tres criterios centrales de la gobernanza feminista: inclusión y representación equitativa, incidencia normativa y fortalecimiento de la sociedad civil y su acción colectiva. En términos de inclusión y representación equitativa, ambas reflejan la participación activa de mujeres y colectivos feministas en el proceso de toma de decisiones, desde el diagnóstico hasta la promoción legislativa. Plataformas digitales, lejos de ser espacios ajenos a la política, funcionan como ágoras donde ciudadanas organizadas articulan demandas colectivas y logran que sean atendidas por el Estado (García-Feregrino y Dávila-Fisman, 2022). La presencia de Olimpia Coral Melo y de distintas colectivas en foros y debates legislativos, así como las manifestaciones masivas con pañuelos verdes y morados, constituyen ejemplos de cómo las demandas feministas se tradujeron en representación social y política.

En cuanto a la incidencia normativa, la viralización de consignas, la creación de comunidades virtuales de sororidad y la presión sostenida en redes se vincularon con la incorporación de cambios tangibles en los marcos legales, lo cual reivindica el papel del ciberactivismo en la configuración de políticas públicas sensibles al género. La convergencia entre presión digital y movilización en calles demostró ser especialmente eficaz: al exigir justicia para Ingrid o la promulgación nacional de la Ley Olimpia, las activistas lograron situar en la agenda legislativa nuevas categorías como «violencia digital y violencia mediática de

género». Esta combinación mostró un camino innovador para la incidencia política feminista, en el que las estrategias tradicionales y las nuevas tecnologías se entrelazan para lograr reformas innovadoras e inclusivas (Enríquez y Zehner, 2023, párr. 6).

Respecto al fortalecimiento de la sociedad civil y de su acción colectiva, ambos procesos reflejan la capacidad de los movimientos feministas para movilizar recursos sociales, simbólicos y políticos que amplían su incidencia. La difusión de estadísticas sobre la magnitud de estas problemáticas, junto con el trabajo de diversas organizaciones, permitió configurar un repertorio compartido de datos, evidencias y narrativas que reforzó la legitimidad de las demandas y sostuvo la presión social (Flores, 2025). En este marco, el uso combinado de diversas herramientas favoreció la articulación de agendas comunes frente al Estado, consolidando la acción colectiva.

En síntesis, la Ley Olimpia y la Ley Ingrid constituyen referentes normativos que, a través de la inclusión, la incidencia y el fortalecimiento de la acción colectiva de diversas mujeres, se asocian con el avance de una gobernanza feminista en México, pionera en reconocer jurídicamente violencias de género previamente normalizadas.

### **Conclusiones**

Las experiencias de la Ley Olimpia y la Ley Ingrid muestran que el ciberactivismo feminista no se limita a la denuncia simbólica en el espacio digital, sino que constituye un mecanismo eficaz de incidencia política. Al articular la indignación social en demandas, los colectivos feministas

lograron visibilizar vacíos normativos y obligar al Estado a atender las demandas. Esta capacidad de trasladar la protesta desde las redes sociales hacia las instituciones revela que lo digital, lejos de ser periférico, es hoy un terreno central para la redefinición de las formas de participación política.

En este proceso, la acción colectiva de la sociedad civil organizada fue decisiva para integrar esfuerzos dispersos en un frente común (Marroquín, 2024), lo que impulsó a diversas organizaciones a diseñar, proponer y cabildear reformas orientadas a un acceso más pleno a la justicia. La participación conjunta de activistas, organizaciones, víctimas y ciudadanas dotó de legitimidad y fuerza política a las demandas, que trascendieron lo individual para consolidarse como una lucha colectiva contra la violencia de género. Esta articulación aseguró continuidad y coherencia a las movilizaciones, evitando que se diluyeran como episodios pasajeros de indignación.

La combinación de presión digital y movilización en las calles resultó particularmente eficaz porque generó un doble impacto: por un lado, configuró un espacio público virtual que amplificó testimonios, datos y consignas; por otro, otorgó un rostro tangible y masivo a esas exigencias en las marchas y protestas. Esta articulación no solo mantuvo la agenda feminista en la esfera pública, sino que también obligó a las autoridades a responder con reformas concretas.

Por lo que, la promulgación de ambas leyes contribuye a sentar las bases para la construcción de una gobernanza feminista en México. Este concepto,

entendido como la inclusión de las perspectivas, demandas y liderazgos feministas en los procesos de toma de decisiones, se materializó en la medida en que los colectivos no solo protestaron, sino que participaron activamente en el diseño y cabildeo de las reformas. El reconocimiento jurídico de categorías como violencia digital y violencia mediática de género constituye un ejemplo de cómo el lenguaje y los diagnósticos del movimiento feminista pueden permear las estructuras institucionales, reconfigurando las bases del Estado hacia una mayor igualdad.

En este sentido, tanto la Ley Olimpia como la Ley Ingrid reflejan una gobernanza feminista en construcción, observable en tres criterios centrales: la inclusión y representación equitativa de mujeres y colectivas en los procesos de decisión; la incidencia normativa transformadora al introducir categorías jurídicas que reconocen nuevas formas de violencia; y el fortalecimiento de la sociedad civil y de su acción colectiva, evidenciado en la articulación de redes y movilización social. Estos elementos muestran cómo la interacción sostenida entre la sociedad civil y el Estado puede generar marcos legales más sensibles al género.

En suma, la Ley Olimpia y la Ley Ingrid prueban que la sociedad civil mexicana posee la capacidad de incidir en la agenda legislativa mediante la acción colectiva y el ciberactivismo, consolidando un precedente de transformación política impulsada desde abajo. Estas experiencias no solo respondieron a casos específicos de violencia, sino que sentaron bases normativas y prácticas para un modelo emergente de gobernanza feminista, siendo el objetivo por mostrar del presente ensayo.

Sin embargo, el reto hacia adelante consiste en garantizar que estos avances no se limiten a la promulgación de leyes, sino que se traduzcan en políticas públicas efectivas, con mecanismos de implementación y seguimiento sostenido a largo plazo, que consoliden la protección real de los derechos de las mujeres en el país. Lo que será de suma importancia analizar a profundidad en un futuro.

## Referencias

- Aguirre, P., Pastor, M. y Zavariz, A. (2022). El ciberactivismo político en el movimiento feminista de México: Indagación preliminar. *Revista Iberoamericana de Ciencias*, 9(3), 17-24. <https://www.reibci.org/publicados/2022/oct/4700105.pdf>
- Buscemi, E. (2023). Deploying Private Memory in the Virtual Sphere: Feminist Activism Against Gender-Based Violence in Mexico. *International Journal of Communication*, 17, 2179-2198. <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/19067/4105>
- Cabrero-Mendoza, E. (2005). *Acción pública y desarrollo regional*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Castells, M. (2000). Globalización, estado y sociedad civil: el nuevo contexto histórico de los derechos humanos. *Isegoría*, (22), 5-17. <https://doi.org/10.3989/isegoria.2000.i22.518>
- Cohen, J. y Arato, A. (2000). *Los Movimientos Sociales y la Sociedad Civil en Sociedad Civil y Teoría Política*, México: Fondo de Cultura Económica.
- Díaz, A. (2023, 7 febrero). La Ley Ingrid y otras leyes mexicanas impulsadas por mujeres. La Cadera de Eva. <https://lacaderadeeva.com/actualidad/la-ley-ingrid-y-otras-leyes-mexicanas-impulsadas-por-mujeres/6756>
- Enríquez, V. y Zehner, J. (2023, 10 de marzo). Creando nuevas formas de organización: co-dirección feminista en tiempos de reducción del espacio cívico. *Alternativas y Capacidades*. <https://alternativasycapacidades.org/noticias/nuevas-formas-de-organizacion-co-direccion-feminista/>

- Flores, A. (2025, 14 de febrero). Justicia para Ingrid: ¿Qué ha pasado en cinco años con la violencia mediática en México? *Volcánicas*. <https://volcanicas.com/justicia-para-ingrid-que-ha-pasado-en-cinco-anos-con-la-violencia-mediatica-en-mexico/#:~:text=La%20espectacularizaci%C3%B3n%20del%20femicidio%20de,especialistas%20del%20ITESO%20destacaron%20que>
- Flores-Ramírez, D. (2023). El papel de la acción colectiva y la sociedad civil en la declaratoria de la Alerta de Violencia de Género en el Estado de Baja California. En A. Girón, M. Martínez y E. Tuñón, *Feminismos, Género y Mujeres. Alcances y Perspectivas En La Coyuntura Actual*. COMECOSO, (pp. 361-373).
- Gallardo, L. (2010). La acción colectiva compleja de carácter democrático participativo y la construcción de ciudadanía. *Espiral. Estudios sobre Estado y Sociedad*, 17(49), 9-38.
- García-Feregrino, J. y Dávila-Fisman, N. (2022). #LeyOlimpia: reconstruyendo la seguridad en entornos digitales. El caso de México y su legislación con perspectiva de género. *Campos en Ciencias Sociales*, 10(1), 167-190. <https://doi.org/10.15332/25006681.7666>
- Görgülü, B. y Cinar, N. (2023, 7 de marzo). Digital Activism and Hashtag Feminism. *International Academic Research and Reviews in Social, Human and Administrative Sciences*. <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.4381080>
- Hernández-Oropa, M., Chavarría-García, P. I., Contreras-Chávez, I., Hernández-Vélez, A. L., Ayala-Real, L. G., Quevedo-Berrelleza, M. C., y Ponce-Toledo, D. (2024).

Digital sexual violence against women in Mexico. Role of the Olimpia Law in transforming underlying gender norms. ALIGN/ODI. <https://www.alignplatform.org/sites/default/files/2024-10/align-mexico-digitalsexualviolence-execsummary-eng-digital.pdf>

Jaramillo-Ruiz, F. y Céspedes-Báez, L. (2020). El feminismo de la gobernanza en la CEDAW: la cuestión sobre el trabajo sexual y la prostitución. *Cadernos Pagu*,(59), <https://doi.org/10.1590/18094449202000590017>

Kelly-Thompson, K., Tormos-Aponte, F. y Weldon, L. (2023). Feminist organizational principles. En M. Sawyer, L. Banaszak, J. True y J. Kantola (Eds.), *Handbook of feminist governance* (pp. 25–37). USA: Edwar Elgar Publishing Limited.

López-Uribe, O. (2020, 10 de diciembre). The Olimpia Law: A feminist win in the fight to address digital violence in Mexico? Realizing Sexual and Reproductive Justice (RESURJ). <https://resurj.org/reflection/the-olimpia-law-a-feminist-win-in-the-fight-to-address-digital-violence-in-mexico/>

Los Angeles Times. (2020). *Activismo logra que México aliste ley de violencia digital*. <https://www.latimes.com/espanol/mexico/articulo/2020-11-25/activismo-logra-que-mexico-aliste-ley-de-violencia-digital#:~:text=Sin%20embargo%2C%20tener%20leyes%20no,y%20hubo%20s%C3%B3lo%20cuatro%20condenas>

Marroquín, V. (2024, 26 de diciembre). *Cinco leyes contra la desigualdad de género*. Coordinación para la Igualdad de Género, UNAM. <https://coordinaciongenero.unam.mx/2024/11/cinco-leyes-contra-la-desigualdad-de-genero/>

- Maynetz, R. (2001). El Estado y la sociedad civil en la gobernanza moderna. *Revista del CLAD. Reforma y Democracia*, (21), 1–8. <https://www.lasociedadcivil.org/wp-content/uploads/2014/11/mayntz.pdf>
- Morfa–Hernández, G. (2024). *Ciberactivismo feminista y autoritarismo estatal. Una contribución a los estudios sobre la protesta social feminista*. *Hallazgos*, 21(42), 157–191. <https://doi.org/10.15332/2422409X.9716>
- Pérez–Ramírez, R. (2019). *Administración pública y gobernanza en México. Análisis del cambio institucional en la agenda de buen gobierno*. México: ECORFAN.
- Pila–Guzmán, P. y Estrada–Esparza, O. (2023). Aproximación al ciberactivismo feminista en Latinoamérica en el siglo XXI. *Política, globalidad y ciudadanía*, 9(17), 24–45. <https://doi.org/10.29105/pgc9.17-1>
- Revilla–Blanco, M. (1996). El concepto de movimiento social: acción, identidad y sentido. *Última Década*, 2(5), 1–18. <https://ultimadecada.uchile.cl/index.php/UD/article/view/56171>
- Roggeband, C. y Krizsán, A. (2019). Democratic backsliding and backlash against women’s rights: Understanding the current challenges for feminist politic. UN Women, CSW 64, 1–63. <https://www.unwomen.org/sites/default/files/Headquarters/Attachments/Sections/Library/Publications/2020/Discussion-paper-Democratic-backsliding-and-the-backlash-against-womens-rights-en.pdf>
- Senado de la República. (2023, 12 de septiembre). *Senado avala reforma para sancionar con cárcel filtración de información de víctimas de feminicidios* [Comunicado].

Comunicación Social. <https://comunicacionsocial.senado.gob.mx/informacion/comunicados/6730-senado-avala-reforma-para-sancionar-con-carcel-filtracion-de-informacion-de-victimas-de-feminicidios>

Vargas, J. (2003). Teoría de la acción colectiva, sociedad civil y los nuevos movimientos sociales en las nuevas formas de gobernabilidad en Latinoamérica. *Espacio Abierto*, 12(4), 523-537. <https://www.redalyc.org/pdf/122/12212403.pdf>

Velasco, É. (2020, 17 de febrero). *Caso Ingrid Escamilla: cuando la acción colectiva modifica el comportamiento en la red*. Signa\_Lab, Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente [ITESO]. [https://iteso.mx/web/general/detalle?group\\_id=19285097](https://iteso.mx/web/general/detalle?group_id=19285097)

## OTROS TEMAS DE INTERÉS

## ARTÍCULOS CIENTÍFICOS

## **Influencia Organizacional Autocrática y Autoritaria del Director en un Noticiero Televisivo en Ecuador**

### ***Autocratic and Authoritarian Organizational Influence of the Director in a Television News Program in Ecuador***

**Byron Andino-Veloz<sup>1</sup>**

Docente

Escuela Politécnica Nacional

[byronandinov@gmail.com](mailto:byronandinov@gmail.com)

391

### **Resumen**

Este caso de estudio analizó las dinámicas internas del informativo nacional de Ecuavisa, medio televisivo de Ecuador, a través del modelo de jerarquía de influencias para comprender cómo fue afectada la autonomía de los trabajadores periodísticos. La investigación, basada en entrevistas y observación, reveló el rol central del director nacional desde marzo de 2023 para la editorialización e intervención del proceso de construcción de las noticias. Mediante un control jerárquico, se establecieron cambios en las rutinas, con vigilancia e intervención en todo el proceso que deterioraron la calidad informativa. Mientras el nivel organizacional consolidó un control vertical, con violencia simbólica. Además, los testimonios mostraron que

---

<sup>1</sup> Docente universitario de grado de la Escuela Politécnica Nacional–actual, antes en Universidad UTE; y, posgrado de la UTN, UPSE y UTA. Doctor en Comunicación, Universidad Nacional de La Plata, Argentina. Magíster en Comunicación, Universidad Andina Simón Bolívar. Licenciado en Periodismo. Especialización en Comunicación Digital de la UNLP). Diplomados en: Inteligencia Artificial y Ciencias Sociales; Comunicación Política; Tecnología, Subjetividad y Política; Docencia Universitaria. Trabajó durante ocho años en periodismo, en el noticiero de un medio televisivo nacional y pasé por la redacción digital. Riobambeño y residente en Quito. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0455-3724>

el director tuvo nexos políticos externos que influyeron en la parte editorial y causaron una selectividad informativa. Todo esto repercutió en el ambiente laboral y afectó a los trabajadores del canal, incluso en su salud y bienestar profesional.

*Palabras clave:* periodismo, medios de comunicación, rutinas periodísticas, autonomía profesional, Ecuavisa.

### **Abstract**

This study examined the internal dynamics of Ecuavisa, a national news program in Ecuador, using the hierarchy of influences model to understand how journalistic autonomy was affected. Based on interviews and observation, the research revealed the central role of the national news director—appointed in March 2023—in the editorialization and intervention throughout the news production process. Hierarchical control led to changes in newsroom routines, with oversight and intervention throughout the entire process, leading to a deterioration in the quality of information. At the organizational level, vertical control was consolidated, accompanied by symbolic violence. Moreover, testimonies indicate that the director maintained external political ties that influenced editorial decisions and led to selective news coverage. All of this affected the work environment and the employees health and professional well-being.

*Keywords:* journalism, media, journalistic routines, professional autonomy, Ecuavisa.

## Introducción

El periodismo está condicionado por factores organizacionales, ideológicos, externos e internos que intervienen en la construcción de mensajes, agendas y encuadres de los medios, ya que estos configuran representaciones de la realidad. Por ello, visibilizar el mundo interno de los medios y el proceso de producción informativa contribuye a la ciudadanía comunicativa (Mata, 2006), ya que estas instituciones han detentado un poder considerable durante décadas.

A la par, los medios de comunicación han promovido su discurso a favor de la libertad de prensa como pilar de la democracia. Sin embargo, pocas veces abordan qué pasa con la autonomía del periodista dentro de su organización y las presiones que enfrenta. Los medios deben someterse al escrutinio público –sin que ello implique ataques indiscriminados hacia periodistas, como los ocurridos en Ecuador desde sectores políticos, que han generado amenazas y censura–, rendir cuentas, transparentar sus procesos y líneas editoriales, además de reconocer demandas sociales, contribuyendo así al pluralismo en la opinión pública (Suing et al., 2022).

El modelo de jerarquía de influencias (Reese y Shoemaker, 2016; Reese, 1999, Shoemaker y Reese, 1996) analiza la relación entre el contexto y las prácticas del equipo periodístico, en las cuales se indaga sus condicionantes y factores de influencia (Odriozola-Chené et al., 2016). Este enfoque explora la sociología de las redacciones e identifica situaciones que amenazan su autonomía profesional (Oller, Chavero y Ortega, 2015),

además que evita la idea simplificada de que las estructuras determinan automáticamente las acciones en un medio, aunque las condicionan fuertemente.

Ecuador presenta una cultura periodística intermedia (Oller y Barredo, 2013), característica de países en vías de desarrollo, poscoloniales, con democracias no consolidadas y sujetas a las injerencias de países hegemónicos. Estos casos muestran particularidades sociales, políticas, ideológicas, tecnológicas, históricas, étnicas y económicas, junto con problemáticas como la instrumentalización de los medios, paralelismo político –relación entre autoridades políticas y dueños o directivos de medios (Hallin y Mancini, 2004)– la politización en la regulación de las transmisiones públicas y el limitado desarrollo del periodismo como una profesión autónoma, según destacan Oller y Barredo.

El estudio<sup>2</sup> de caso se centra en Ecuavisa, un canal privado de televisión abierta de Ecuador. Con alcance nacional, su estructura ha concentrado una amplia audiencia y lo consolidó como uno de los medios más influyentes del país. En este tema, el liderazgo de la línea editorial repercute en las dinámicas organizacionales, en la cultura del medio y en las rutinas de producción del contenido. En marzo de 2023, Ecuavisa incorporó a un nuevo director nacional que transformó el liderazgo, la toma de decisiones y la producción de contenidos. Por ello, esta investigación analiza su influencia en el periodo marzo 2023 – abril 2024 para conocer cómo controló la línea editorial y moduló las

---

2 Este texto es parte de una investigación más amplia que involucra otras temáticas relacionadas, como el sistema de medios en Ecuador, la relación entre gobiernos, medios y comunicación, así como una propuesta conceptual sobre la ventriloquía mediática.

rutinas del noticiero, proyectando su ‘Yo’ en el contenido. El director estuvo en ese cargo hasta inicios de agosto de 2025.

El estudio examina el poder concentrado del director como un nodo de control multidireccional en la producción noticiosa, lo que contribuye al debate sobre la libertad de expresión y la autonomía periodística, así como el impacto del liderazgo autoritario y autocrático en el funcionamiento de la redacción.

Un estudio relevante, como precedente, es el realizado por Quirola–Cevallos (2013), quien abordó directamente las rutinas en la sala de redacción de Ecuavisa en otra época. Otra investigación pertinente es el “Análisis Orgánico Multinivel de la Cultura Periodística de Ecuador” (Oller, 2019), que analiza la percepción de los periodistas sobre factores contextuales, mediante un modelo de sistemas, institución y actores. De igual forma está el estudio de los condicionantes en el desarrollo de la praxis periodística y sus factores de influencia en Ecuador (Odriozola–Chené et al., 2016).

Este caso no es una experiencia aislada, pues diversos estudios muestran que los periodistas han enfrentado dificultades por las condiciones contextuales y estructurales, la situación varía según el contexto. En Argentina, las influencias organizacionales y procedimentales son las que tienen mayor impacto, aunque son las menos indagadas para comprender las dinámicas de las redacciones (Amado y Waisbord, 2018). En Chile, los problemas estaban alrededor de la carencia de independencia, la influencia de los editores (aunque con

variaciones en periodos: en los últimos años disminuyó este elemento en la percepción de los periodistas) y las presiones de la empresa por temas económicos, así como los auspiciantes (Greene González, 2017). Mientras, en algunos países, los condicionantes jerárquicos y políticos para el proceso de producción periodística no se destacan como fundamentales (Odriozola, et. Al, 2020).

También existen otros factores. En España se documentó el *mobbing* en las redacciones periodísticas, manifestado mediante acoso laboral u hostigamiento, presión e intimidación con violencia (López y Ufarte, 2013). En México, además de las múltiples problemáticas por el tema de seguridad y narcotráfico, en los medios de comunicación existe presión laboral para renunciar o lograr sometimiento. A esto se suman las medidas que ejercen grupos políticos como retaliación ante el periodismo crítico (Cepeda, 2020).

La realidad ecuatoriana registra también abuso de autoridad, bromas sexistas, explotación laboral, insultos, censura, comentarios negativos sobre apariencia y empujones como agresiones en los medios. La oficina es el lugar más recurrente de las agresiones y un tercio de los agresores serían los jefes (Carrera y Morejón, 2019). Un registro del Consejo de Comunicación (2021) también evidencia que las agresiones contra los equipos periodísticos han tenido origen en los mismos medios de comunicación. En 2021, por ejemplo, cuatro se cometieron desde los administradores o propietarios: dos en medios públicos, uno en un medio incautado, un privado y un internacional.

Se añade a esto el componente de género. Estudios académicos indican que las mujeres periodistas están siendo afectadas por acoso y violencia, lo que refleja cómo los rasgos estructurales patriarcales aterrizan en las salas de redacción, lo cual también causa limitaciones en ascenso a puestos de jerarquía, limitaciones en salarios, violencia e intimidación (Zabala, 2024). Todo esto abona a lo que Agustín Lecchi (2024) denomina como “Periodistas quemados en una sociedad quemada”: la salud mental se ve afectada por dificultades económicas, hay incertidumbre por constantes despidos y precarización laboral por falta de condiciones adecuadas. Asimismo, los periodistas han enfrentado amenazas directas a su seguridad por conflictos armados, represión política, o violencia generalizada, amenazas físicas, ataques en redes sociales y represalias provenientes de grupos con intereses políticos o económicos (Ruiz y Córdova, 2024).

Tras estos antecedentes sobre la realidad del periodismo, la pregunta de investigación de este trabajo es: ¿cómo influye el liderazgo del director nacional y sus vínculos externos en el contenido y en las dinámicas internas de un noticiero televisivo en Ecuador? Para responder esto, se presentará el marco teórico basado en el modelo de jerarquía de influencias, la metodología cualitativa –incluye entrevistas y observación– y los resultados, según los niveles de influencia.

### **Marco Conceptual**

El análisis de las influencias en el periodismo abarca desde factores micro hasta lo macro que funcionan de manera interconectada y simultánea. Estas son algunas

categorías para comprender esas dinámicas:

- Nivel de las rutinas: son los procesos que guían el trabajo periodístico (Odrizola-Chené et al., 2016), organizan normas y procedimientos vigentes (Reese, 1999). Estas estructuras pueden ser restrictivas o permisivas y están asociadas a los estudios del *newsmaking* (Retegui, 2017), que abarca la construcción de redes de fuentes, recolección y verificación de información, selección, tratamiento, edición y presentación de los contenidos.
- Nivel organizacional: indaga cómo los responsables de la toma de decisiones imponen los objetivos y políticas editoriales del medio (Reese y Shoemaker, 2016), legitiman las jerarquías y moldean conductas en los trabajadores para el cumplimiento de las disposiciones de los propietarios o superiores jerárquicos.

Además, el rol del director se relaciona con estilos de liderazgo descritos por Lewin et al. (1939). A) Democrático: el líder fomenta el debate, colaboración y participación del grupo, las decisiones se toman por estímulo y apoyo de los trabajadores. B) Laissez faire: conceder al grupo una libertad completa para tomar decisiones, con intervención mínima del líder. C) Autoritario: el líder concentra todo el poder y la toma de decisiones, no permite participación real del grupo de trabajo, las directrices responden exclusivamente a su autoridad (Jiménez-Sierra et al., 2018).

El liderazgo autoritario refleja un estilo dogmático con una postura vertical, recompensas y castigos administrados por una única voluntad. El personaje determina todas las actividades: quién se encarga de cada tarea, todo es evaluado por sí mismo como vigilancia directa, asume que los trabajadores a su cargo son perezosos e irresponsables (Geraldo, Mera y Rocha, 2020). El liderazgo autocrático se caracteriza por una visión más reducida de la realidad, se ejerce una comunicación unidireccional, con control estricto y baja participación de empleados. Las consecuencias son la baja autonomía de los trabajadores, la disminución del ánimo y satisfacción laboral, sofocar la creatividad y la innovación, crear un ambiente de trabajo tenso y conflictivo. Si este estilo de liderazgo se aplica constantemente puede llegar a destruir una empresa con un gran potencial (Hernández Villarreal y Morales Piñero, 2024).

- Nivel externo al medio: se examina la influencia de actores o grupos de interés de fuera de la organización informativa (instituciones, gobierno, anunciantes publicitarios, grupos de presión, entre otros). Los directivos o dueños del medio pueden alinearse a esos intereses debido a presiones, coerción o voluntariamente, por sus vínculos de poder. Según Reese (1999) es “la forma en que medios se subordinan a los intereses elitistas de un sistema más extenso” (p. 62). En este caso de estudio, el director del medio también cumple ese rol de alineamiento.

- Nivel individual: se considera cómo las actitudes, vocación, formación, experiencias y características del periodista –género, edad, ideología, convicciones éticas– influyen en su labor (Reese y Shoemaker, 2016) o se ven afectadas, por la interacción con la estructura del trabajo.

Las influencias pueden incidir en la autonomía, valor clave del periodismo: independencia ante influencias externas o internas, así como autorregulación en el ejercicio intelectual y en su servicio a la sociedad (Oller, Chavero y Ortega, 2015). Esto demuestra que también actúan otros niveles de influencias, de forma subrepticia, sobre la actividad del trabajador.

Lo nombrado se expresa en las agendas, que definen cómo los medios transfieren la relevancia de su propia agenda hacia el público, destacando algunos asuntos y ocultando o minimizando otros con la agenda *cutting* (Ardèvol–Abreu, Gil de Zúñiga y McCombs, 2020). Lo planteado se vincula con la teoría del encuadre, que explora cómo se estructura narrativamente el discurso y se selecciona algunos aspectos de la realidad para darles mayor énfasis. Todo ello contribuye a estructurar el significado del mundo social (Ardèvol–Abreu, 2015).

El contexto de estudio está en una cultura periodística intermedia (Oller y Barredo, 2013), relacionada con el sistema mediático en Ecuador, que comparte rasgos con otros países de América Latina: es dominado por la lógica comercial y la concentración de la propiedad, posee una “orfandad de lo público”, pues este tipo de medios

ha sido cooptado por intereses gubernamentales y carece de relevancia ante la opinión pública (Becerra, 2014). De acuerdo con cifras del 2023, en Ecuador, el 88,97 % de los medios son privados, el 7,53 % son comunitarios y solo el 3.50 % son públicos (Consejo de Comunicación, 2024).

### **Metodología**

Esta investigación tiene un enfoque cualitativo, orientado a comprender la construcción de sentido de los sujetos, mediante un estudio de las particularidades del caso situado en un contexto específico (Orozco y González, 2012). El trabajo adopta un alcance descriptivo y explicativo: describe las rutinas periodísticas en un contexto organizacional renovado e interpreta los factores que moldean dichas rutinas y prácticas periodísticas.

Se realizaron entrevistas semiestructuradas a trabajadores de Ecuavisa. La muestra, de carácter no probabilístico, responde a un criterio de selección por conveniencia, priorizando a quienes pudieran aportar información significativa acerca de las dinámicas internas del canal. De los 20 invitados en Quito y Guayaquil, 12 aceptaron participar, ellos presentan características heterogéneas de género (igual proporción en cantidad), edades comprendidas entre 30 y 50 años, una experiencia periodística con promedio de 18 años. Todos desempeñan distintos roles y jerarquías en el Departamento de Noticias.

Las entrevistas semiestructuradas permiten explorar significados clave con una guía flexible (Hernández-Sampieri et al., 2014), se aplicaron fuera del horario de trabajo y en otros sitios presenciales y virtuales que facilitaron su expresión, con una guía basada en las categorías de estudio.

Algunas preguntas fueron adaptadas de la investigación de Oller (2019) sobre la cultura periodística de Ecuador, según el cargo de cada participante. En la capa individual se abordó: actitud periodística, autonomía, condición de trabajo, resiliencia, agenciamiento y resistencia ética. En las rutinas se indagó normas espacio-temporales, hábitos y el proceso de *making news*. En lo organizacional se exploró el ejercicio del poder y legitimación de la estructura interna, tipo de liderazgo del director y políticas editoriales. Y, en la influencia externa, se investigaron las relaciones políticas y económicas del medio y el director.

Como técnica complementaria se realizó observación directa en la redacción de Ecuavisa (marzo 2023 – abril 2024), lo que permitió captar en detalle las interacciones, rutinas y ambiente laboral mediante notas y memorias sobre hechos significativos (Hernández-Sampieri et al., 2014, p. 399), en horarios de la tarde y noche, cuando se desarrollan los noticieros nacionales. Se aplicó, además, una encuesta de dos preguntas, para explorar percepciones sobre ítems de influencias internas y externas, basadas en el estudio coordinado por Oller (2019).

Para proteger el anonimato de los participantes y garantizar su libertad de expresión se codificaron las respuestas y se borraron referencias personales. Además, firmaron un consentimiento informado para garantizar la confidencialidad. Cada participante es identificado con una etiqueta aleatoria -T + Número: T12-.

Las entrevistas fueron transcritas, luego se desarrolló un análisis interpretativo, inductivo y temático con el fin de identificar patrones y relaciones entre las respuestas de

los participantes y extraer conclusiones relevantes sobre el estudio. Las encuestas fueron tabuladas para identificar ítems destacados en la percepción de influencias. La organización de estas influencias en niveles (rutinas, organizacionales, externas e individuales) permitió una clasificación sistemática y facilitó la interpretación del material empírico (Oller y Chavero, 2015).

## **Resultados**

### ***Rutinas Periodísticas: ‘Yo Soy el Mensaje’***

El director nacional alteró rutinas, dinámicas de producción y decisiones editoriales. Su incidencia fue permanente y alcanzó áreas en todo el proceso que, según el organigrama, no estaban bajo su jurisdicción directa.

- a) La reunión editorial y definición de agendas se volvió un espacio de imposición, con monólogos dominados por el director –de hasta una hora y media–, quien disponía una agenda basada en criterios subjetivos, excluyendo los temas que considera incómodos o innecesarios. A esto se sumaban sus gritos, el retirar la palabra o ridiculizar a los reporteros. Esto generó un entorno de autocensura (T8, entrevista personal, septiembre de 2024), los reporteros dejaron de proponer algunos temas por temor a ser cuestionados: “más bien estás buscando algo que le guste al director, me parece que no es lo adecuado” (T3, entrevista personal, agosto de 2024).

Según los entrevistados, temas de interés social y reclamos ciudadanos quedaban excluidos en el noticiero inmediato (T8, entrevista personal, septiembre de 2024), aunque eran retomados cuando otros medios los incluían en sus agendas, un efecto de estandarización de contenidos (Breed, 1955). Algunas coberturas se realizaban con tácticas evasivas –enviando equipos de camarografía de forma escondida– porque el director evitaba cubrir eventos oficiales, aun cuando ahí podían surgir declaraciones noticiosas (T6, entrevista personal, septiembre de 2024).

Aunque los trabajadores reconocen avances en colocar temas culturales, de género, o tecnología en la agenda, la línea editorial y personal del director es evidente en lo político: “Están temas que, hay que ser claros, son ideológicos de él o partidistas” (T4, entrevista personal, agosto de 2024).

- b) El director limitó significativamente la cobertura de campo, al disponer que solo asistieran el camarógrafo y su asistente, mientras los reporteros debían permanecer en el canal, aunque este es un componente esencial del periodismo televisivo. Los reporteros han calificado críticamente este enfoque como periodismo de escritorio, de curul o a control remoto; las consecuencias fueron:

- Pérdida de fuentes y redes de información ciudadana e institucional, dificultando el acceso a datos clave y «primicias».
  - Menor profundidad en los elementos noticiosos, al limitarse la indagación de la complejidad de los temas en campo. Esto también impide ejecutar preguntas y repreguntas a los personajes, que son fundamentales para la rigurosidad periodística.
  - Historias audiovisuales incompletas: es una imposibilidad de crear narrativas que caracterizan a la televisión, lo que desincentiva una comunicación integral.
- c) Redacción y revisión. El director asumió toda la revisión de textos, incluso segmentos de videos virales o de espectáculo, antes delegada al *copy editor* y al jefe de información. Esto causó un cuello de botella por la demora y falta de delegación, ya que el jefe de información solo asume esta tarea si el director está sobrecargado.
- Aunque los periodistas reconocen la claridad sintáctica, ellos señalan que el director nacional impulsa un estilo autorreferencial, semejante a un monólogo o al blog, con poco uso de testimonios o entrevistas (T2, entrevista personal, agosto de 2024). Los trabajadores identifican que, en esta etapa, el director intenta imprimir su sello personal:

- Con ese tema de forma se mete en el fondo del contenido. Ahí viene un poco la censura o el tema de poner sus aspectos personales, ideológicos, sus amistades o enemistades (T4, entrevista personal, agosto de 2024).
  - Más en el político, sí hay un estilo de escribir los textos más editorializados (T8, entrevista personal, septiembre de 2024).
  - Hay colegas que incluso les ha resultado cómodo que él les pida un tema porque prácticamente por teléfono les dice: mira, quiero que pongas esto, esto y ponen tal cual sin ningún aporte personal (T9, entrevista personal, septiembre de 2024).

Esto generó oposiciones de reporteros, que se evidencian en la capa individual.

- d) El director nacional revisa el producto final antes de emitirse. Su detallismo técnico genera efectos adversos al suprimir fragmentos de audio: “busca un lenguaje exacto, pero no es que esté arreglando algo, sino está haciendo que esa falla sea más notoria, porque al aire se nota que hay cortes abruptos, cortes de párrafos enteros” (T11, entrevista personal, septiembre de 2024). Restringió la aparición del reportero en pantalla (bridges), decisión que puede justificarse cuando los periodistas exageran su presencia como protagonistas por sobre la noticia.

Reduce las declaraciones de entrevistados o las elimina, esto se refleja en videos con duración altamente desigual, algunos son muy breves y otros exceden los cuatro minutos: “como no le gusta lo que dice el entrevistado y –como tiene el poder– lo quita, le pierde el sentido” (T5, entrevista personal, septiembre de 2024). Esos cambios dismantelan la narrativa audiovisual, lo que impacta negativamente en la calidad.

- e) Puesta al aire y jerarquización. El director nacional define el orden final de presentación de las noticias, labor que realiza tras la preparación inicial de los jefes regional y de emisión. Las demoras acumuladas en etapas anteriores, bajo su control exclusivo, provocan retrasos. Según las encuestas, esta es una de las influencias más críticas del proceso, ya que reduce la relevancia temporal de temas nuevos y con alta jerarquía.

***Organizacional: ‘Yo Soy el Medio’***

Este apartado analiza el estilo de liderazgo del director en la estructura organizacional y en la dinámica de poder interna. Las encuestas ubican como principales influencias a los directores y procedimientos del medio.

- a) Centralización de funciones y liderazgo autoritario (Lewin et al., 1939). El director nacional ejerce un liderazgo vertical que concentra las decisiones del proceso periodístico. Generó un ambiente basado en la ridiculización y violencia simbólica con sus gritos:

- Impone un liderazgo de miedo, de que ‘no me puedes cuestionar’, de que ‘estas cosas van como yo digo y se hace’. (T4, entrevista personal, agosto de 2024).
  - Como un tema de papá malo, un autoritarismo de ‘no, no es no y punto’ [...] aparte de eso, él es muy explosivo. (T11, entrevista personal, septiembre de 2024).
  - Cortarte la palabra, sin siquiera que tú hayas expuesto algo, te afecta psicológicamente porque tu criterio no vale o tus temas no valen. (T8, entrevista personal, septiembre de 2024).

El director impuso una autocracia, donde solo su conocimiento es válido: “no hay un tema de poder consensuar” (T12, entrevista personal, septiembre de 2024). Al concentrar las decisiones y retirar responsabilidades de otros, el director debilita simbólicamente el rol de los periodistas, mientras él es una especie de “director con superpoderes” (T1, entrevista personal, agosto de 2024):

- Los organigramas desaparecieron. Ahí pierdes todas las estructuras. Con los coordinadores [...] en la dirección de los temas a los reporteros. La línea editorial: en lo que tienen que cubrir y lo que no se cubre, lo que tienen que decir –en la revisión de textos– y cómo lo tienen que decir (T11, entrevista personal, septiembre de 2024).

- De él depende todo lo que se haga o no se haga. Entonces quitas de en medio a la gente que podría también aportar en algo (T8, entrevista personal, septiembre de 2024).

Los trabajadores del medio señalan que el director busca el control absoluto sobre tiempo, espacio y accionar del personal, de modo que ellos adopten la subjetividad del director como estándar:

- Quiere ver en la pantalla absolutamente todas las informaciones de acuerdo a lo que él considera y piensa (T3, entrevista personal, agosto de 2024).
  - Él hace su ejercicio de jefe con imposición y poder por cuestión de que está respaldado por la Dirección General, que en este caso son los directivos (T5, entrevista personal, septiembre de 2024).
  - Sigue pensando en ese periodismo que a nosotros nos ubicó en el mismo estándar de las máquinas de una fábrica (T1, entrevista personal, agosto de 2024).

Algunos reconocen aspectos organizativos como la unificación de criterios entre sedes -Quito y Guayaquil- y una estructura clara de sueldos, los aportes positivos fueron escasamente mencionados.

- b) Mediante el control autoritario del director, los periodistas internalizan las restricciones y se anticipan a ellas, sin necesidad de órdenes explícitas: “Hasta el punto tan grave de autocensurarnos por la manera de cómo se ha dirigido el periodismo” (T2, entrevista personal, agosto de 2024). Esta autocensura (Bourdieu, 1997) es incluso más eficiente que una censura explícita, pues el periodista adapta su criterio en función de su percepción de las expectativas de superiores, limitando sus coberturas sin que sea evidente para el público, es una autovigilancia constante (Reese, 1999).
- c) El nivel directivo de la empresa. Antes, el medio de comunicación manejaba su línea editorial sin imposición rígida y constante, indicaron los trabajadores –y, en las encuestas, los dueños de la empresa son la influencia interna más baja–: “A nivel de medio no creo. Más es a nivel de dirección, hay ese direccionamiento, no viene desde arriba porque en el tiempo que he estado en el canal nunca ha pasado eso” (T8, entrevista personal, septiembre de 2024). Aunque sí hubo peticiones de los directivos en diversas direcciones, pero en momentos específicos o de relevancia contextual del país. Por otro lado, los periodistas requieren ejercer grados de resiliencia y gestión emocional para enfrentar entornos peligrosos, mientras hay carencia de políticas institucionales y amenazas (Ruiz y Córdova, 2024). Los trabajadores denunciaron el control, censura y violencia simbólica del director

ante la organización: “El equipo peleó hasta donde más pudo: convocar al departamento de Recursos Humanos, llegar hasta el gerente nacional de este medio de comunicación” (T1, entrevista personal, agosto de 2024). No obstante, la respuesta fue “trapitos húmedos”, es decir, leves acciones desde la empresa ante esta problemática (T10, entrevista personal, septiembre de 2024).

- La gerenta de Recursos Humanos, en estas entrevistas individuales, en lugar de enfocarse en el director como problema, su sugerencia era decir “párese duro, no se dejen afectar, no le permitan”: le puso la carga a la víctima. [...] lo más grave es el tema de la violencia y el acoso laboral. Que una empresa del tamaño de Ecuavisa todavía no tenga claro la gravedad de eso y cómo puede afectar a sus trabajadores (T9, entrevista personal, septiembre de 2024).
- No solucionaron nada. Lo único que hicieron fue decirle a la periodista embarazada, que había tenido este conflicto con el director nacional, que le pida a su doctor que la mande a hacer teletrabajo unos días para que se libere un poco de la tensión que había (T7, entrevista personal, septiembre de 2024).

Los testimonios indican que el medio contenía momentáneamente el comportamiento

agresivo del director, pero pasaban unas semanas o días y todo volvía a ese ciclo de agresiones e imposición, aunque la línea editorial siempre se mantuvo a su disposición. Estas potestades cobran significados sobre la decisión de los directivos:

- Es mostrar todos los días ese poder que él tiene sobre el equipo periodístico [...] lo que nos está diciendo la empresa es 'nosotros estamos de acuerdo con la línea que él está manejando y que está aplicando'. (T1, entrevista personal, agosto de 2024)
  - Si tienes a alguien en una dirección es porque tiene el respaldo de la empresa, no sé hasta qué punto (T8, entrevista personal, septiembre de 2024).
  - Él fue contratado específicamente como una especie de mano dura de reestructuración. Y, total, terminó llevando al medio a una línea editorial mucho más fuerte de lo que el medio mismo ha sido: a una línea que ahora no saben qué hacer (T11, entrevista personal, septiembre de 2024).

El director estuvo dos años y cinco meses en el cargo. Por lo tanto, se configuró una capa organizacional autoritaria y con apertura de los directivos del medio, a pesar de conocer lo narrado. Aquello conllevó mantener ese

poder decisonal de construcción de la agenda y los encuadres mediante los modos antes detallados.

### ***Agentes y Entidades Externas al Medio***

Las influencias externas provenían principalmente del ámbito político: eran canalizadas directamente por el director nacional, quien exhibió una relación de proximidad con figuras clave del poder, indican los testimonios. La observación y entrevistas constataron que el director exhibía esas conexiones frente a los trabajadores, en la zona de edición, y todos lo escuchaban:

- Quien era presidente llamaba directamente al director, eso antes nunca había pasado, a sugerirle cosas o a decirle que cambie cosas [...] parecería que es alguien que está trabajando para alguien más, de afuera, tratando de mover la información para su conveniencia (T2, entrevista personal, agosto de 2024).
- Con el gobierno del expresidente Lasso, en el que era clara la postura [...] se notaba cierto apego [...] esa actitud que reflejaba una especie de querer proteger a ciertos funcionarios, al gobierno (T1, entrevista personal, agosto de 2024).
- Recibía una llamada de quien ahora es expresidente, que le pedía que haga ciertas coberturas para hacer unos reportajes y pasar en el canal (T5, entrevista personal, septiembre de 2024).

- Llamadas de un expresidente de la República, de otras llamadas de altos funcionarios de ese gobierno [...] es igual de nocivo desde el sector privado con este tipo de profesionales que están socapando al poder (T3, entrevista personal, agosto de 2024).

Los trabajadores cuestionan esa cercanía política que, según ratificaron, propició una agenda *cutting*, omisión selectiva o invisibilización de ciertos tópicos que involucraban negativamente a esas figuras. Como señala Reese (1999):

“Y mientras cada periodista trata de evitar cuidadosamente los conflictos de intereses [...] sus jefes pueden estar íntimamente unidos a los intereses de organizaciones” (p. 62), esto se reflejó en la revisión editorial:

- Cuando se le pedía hacer algo sobre Guillermo Lasso sobre gasto de administración, entonces sí venían cuestionamientos de “¿bueno, es legal, es ilegal, se puede o no se puede?, ¿qué tiene de malo?” [...] pero cuando son de personas y políticos que le desagradan, pues ahí sí pasan los temas de una y te pide más (T4, entrevista personal, agosto de 2024).
  - Determinados temas sí se ha notado que se han cortado, eliminado ciertas partes relacionadas con ese personaje (T8, entrevista personal, septiembre de 2024).

- Cuando tú ponías en el texto algo que incomodaba o vinculaba negativamente a un expresidente, él en los textos decía “esto no es necesario” y, afuera. Y fue durante una etapa bien crítica, estamos hablando que fue el momento de una muerte cruzada, de la disolución de la Asamblea Nacional (T3, entrevista personal, agosto de 2024).

Por otro lado, la influencia externa también se manifiesta en las relaciones del medio con sus fuentes. Mientras el vínculo con el expresidente Lasso y su entorno permitió un acceso privilegiado a ciertos actores gubernamentales, este contraste fue evidente con el nuevo gobierno de Daniel Noboa y sus funcionarios, con quien adoptó una postura más crítica (al inicio del mandato), indican los trabajadores del medio. Esto causó que se dificulte el acceso a información y fuentes oficiales. Los resultados de la encuesta reafirman esta dinámica, al colocar como mayores influencias externas a la censura, los políticos y el gobierno.

### ***Capa Individual***

- a) El periodismo enfrenta tensiones entre la autonomía profesional y las presiones editoriales, acentuadas por la precariedad del mercado laboral. Por ello, los trabajadores sienten la

necesidad de “aguantar” ante la situación narrada (T5, entrevista personal, septiembre de 2024).

No obstante, han encontrado formas de resistir sin renunciar a su autonomía:

- Ir peleando por sus textos [...] le ha dicho 10 000 veces que él no va a decir y no va a poner cosas que no son (T11, entrevista personal, septiembre de 2024).
  - Propuso ese tema y el director quería que asuma cosas que no habían salido, que no habían sido anunciadas. [...] le dijo: “yo lo pongo, si tú firmas la nota, sino no, porque yo soy la que voy a asumir la responsabilidad de esta nota” (T7, entrevista personal, septiembre de 2024).
  - Él quería que incluya frases suyas, que yo no me iba a hacer cargo y le dije incluso que yo no voy a locutar porque eso no era escrito mío (T9, entrevista personal, septiembre de 2024).

Los testimonios demuestran que, incluso en contextos adversos, los trabajadores mantienen su decisión ética, aunque es desgastante para ellos por lo recurrente de la lucha y las consecuencias se verán en los siguientes puntos.

- b) La vocación y pasión del periodismo pasaron, en algunos casos, del ideal al desencanto:

“Decías ‘quiero llegar a Ecuavisa’ y te encuentras con algo que lo que está haciendo es quitarte todo el aprendizaje” (T11, entrevista personal, septiembre de 2024). Estos factores también inciden en la percepción del propio oficio:

- La gente del canal, antes, se sentía orgullosa [...] pasó a lo contrario al sentirse uno en la incertidumbre de para quién realmente estamos trabajando [...] ya el periodismo no es ese oficio apasionante, sino es algo que nos está siendo impuesto (T2, entrevista personal, agosto de 2024).
  - Tienes cierta frustración, cansancio, malestar que llegas a un punto que a veces te replanteas de si quieres o no seguir con lo que has hecho por años (T8, entrevista personal, septiembre de 2024).

A pesar de esos desafíos, algunos ven a este periodo como una oportunidad para tener un propósito renovado en su trabajo:

- Tú valoras la plataforma que tienes, que bien o mal justifica que tú emprendas estas luchas en contra de una dirección que al final será momentánea. Si es que al final te das cuenta que tus reportajes siguen saliendo como tú crees que deben salir, al final es una batalla ganada (T9, entrevista personal, septiembre de 2024).

- Después reflexiono y digo: no, tengo que seguir porque yo tengo una función y el compromiso social de informar y estoy en un medio importante que muchos quisieran tenerlo (T3, entrevista personal, agosto de 2024).

Es una resiliencia personal y colectiva por mantenerse en su trabajo, pese a otros elementos graves que afectan su continuidad saludable.

- c) El ambiente laboral está marcado por un fuerte desgaste emocional, físico y psicológico (T4, entrevista personal, agosto de 2024). La frustración es recurrente entre los empleados, tienen una constante lucha emocional frente a un ambiente sin soluciones: “Psicológicamente viven en un ciclo de violencia [...] están hecho pedazos, anímicamente, emocionalmente, son totalmente negativos ahora” (T10, entrevista personal, septiembre de 2024). Expresan su malestar a todo momento, en sus rutinas y actividades personales: “La situación anímica de todos es baja. Somos monotemáticos [...] siempre estamos enojados, decaídos, impotentes, desesperanzados” (T4, entrevista personal, agosto de 2024). La presión afecta también su vida personal, por ejemplo, una reportera tuvo dificultades en su matrimonio por la tensión laboral constante.

Esto también es evidente en los momentos más personales de los empleados, quienes recurren a espacios privados: “Muchas veces vi a compañeras llorar en el camerino, ir a llorar al baño y en realidad era un ambiente espantoso” (T12, entrevista personal, septiembre de 2024). El estrés laboral afecta su salud física y mental, somatizan lo que padecen: “muchos se han enfermado [...]. Les dicen: usted no tiene problemas, su problema es el estrés básicamente. Gastritis, por el estrés” (T6, entrevista personal, septiembre de 2024). Todo esto se transmitía en red, pues –al ser un espacio interpersonal– todos veían, escuchaban y sentían cada problema como propios, por ello esto influye en la dinámica grupal dentro de la redacción.

Esto es parte de lo que se mencionó como “Periodistas quemados en una sociedad quemada” (Lecchi, 2024). ¿Cómo debería ser el actuar de los editores, jefes, propietarios y jerarquías organizacionales hacia los equipos periodísticos en estas condiciones? Algunas alternativas: entender que hay una humanidad presente y no únicamente un objeto de producción noticiosa, ejercer una “comunicación bidireccional” y “un entendimiento mutuo” (Cruz y Samson, 2023, p. 101).

### **Discusión y Cierre**

El análisis de la jerarquía de influencias muestra cómo los periodistas de Ecuavisa enfrentaron tensiones significativas en términos de control editorial, lo que afectó su autonomía. El director nacional desempeñó un rol clave en el proceso de editorialización del contenido

–desde la propuesta de un tema, cobertura, hasta su realización y edición– restringiendo la diversidad de enfoques y la predisposición crítica de los periodistas. Este comportamiento es una rutina burocrática que va en concordancia con estudios previos como el de Oller (2019), en el que los temas más polémicos y difíciles de cubrir por las restricciones internas son los referidos a la élite política.

En cuanto a las rutinas, la transición hacia un «periodismo de escritorio» afectó la calidad periodística y su narrativa. A esto se suma que los periodistas debían defender, palabra por palabra, sus notas ante el constante intento de editorialización por parte del director. Este accionar refuerza la visión de «yo soy el mensaje», ya que el director busca limitar así la pluralidad de voces y subordinar los contenidos a su criterio.

La falta de respuesta organizacional ante las demandas de los trabajadores contribuyó el amplio control del director, ‘yo soy el medio’, quien ejerció violencia simbólica en la interacción ‘cara a cara’, provocó autocensura y el retiro de funciones de algunos periodistas, con una vigilancia constante sobre el proceso informativo, gestionando las agendas y encuadres bajo su subjetividad como norma, todo dejó una sensación de desprecio hacia los subordinados (Hassnain, 2023), característico del líder autoritario y autócrata. La inacción organizacional también significa carecer de soluciones eficaces para resolver las tensiones internas y restaurar la autonomía de los periodistas.

Las conexiones del director nacional con actores políticos vulneran la independencia editorial, al causar

selectividad, omisiones informativas y limitando el rol crítico que debe caracterizar al periodismo. Este comportamiento refleja cómo los intereses del poder pueden sobreponerse a los principios de libertad de expresión.

Los niveles de rutinas, organización y nexos externos coinciden que el director nacional concentró la mayor influencia, algo que Oller (2019) coloca entre las principales influencias internas, aunque no era la primera. Tras este caso, se ofrece una alternativa conceptual, construida como influencia organizacional autocrática y autoritaria, que se acopla con el estilo de liderazgo descrito por Lewin et al. (1939). Esta redefinición permite enfatizar y entender cómo la centralización del poder editorial y las prácticas de control violento y vertical impactaron negativamente en la autonomía de los periodistas, además de basar las agendas y encuadres solo en el criterio del director.

En cuanto a los efectos en los periodistas, el desgaste emocional, físico y psicológico debilitó la capa individual. Pese a ello, persistió la resistencia y resiliencia en un entorno tóxico, de control rígido y centralizado, aunque con desmotivación por las dificultades estructurales en su trabajo, lo cual refleja un riesgo en el ambiente laboral y la salud de los trabajadores.

Si bien este estudio proporciona una visión de las dinámicas de Ecuavisa en el periodo de análisis, sus hallazgos tienen un alcance limitado al centrarse en un solo medio y contexto específico. Esto limita la posibilidad de generalizar los resultados a otros medios, de generar comparaciones con otras organizaciones nacionales o de otros países sobre los estilos de liderazgo del director y

sobre cómo se forma la jerarquía de influencias en relación con el trabajo periodístico, por ello, esta será una línea de investigación pendiente. Por otro lado, el aporte es poseer una visión cualitativa más amplia al profundizar el caso en este contexto. Algunos trabajadores invitados no entregaron su testimonio, es comprensible ante las complejas condiciones desfavorables explicadas en el artículo, sin embargo, su participación hubiera ampliado las perspectivas presentadas. Esto mostró indirectamente el temor de expresarse, por la situación narrada.

A modo de cierre, este caso expone los riesgos inherentes al ejercicio autoritario del poder editorial en los medios y el impacto negativo de las presiones externas sobre la independencia, ya que esto repercute en la opinión pública con intereses restringidos y sin una visión plural, además que desgasta a la legitimidad del periodismo. También, mediante la observación y las entrevistas como parte de la metodología, el estudio aporta reflexiones sobre los desafíos del periodismo en Ecuador, la afectación de la calidad del trabajo, la autonomía y bienestar de los comunicadores. Por ello, se resalta la importancia de abordar las condiciones laborales y emocionales de los periodistas, quienes se desarrollan entre tensiones éticas y las opresiones de las influencias, en un marco complejo y político del periodismo y la construcción social de la realidad.

## Referencias

- Amado, A. y Waisbord, S. (2018). Journalists and Media Ownership: Practices and Professional Conditions of Argentine Journalism. *Brazilian Journalism Research*, 14(2), 364–383. <https://doi.org/10.25200/BJR.v14n2.2018.1090>
- Ardèvol–Abreu, A. (2015). Framing o teoría del encuadre en comunicación. Orígenes, desarrollo y panorama actual en España. *Revista Latina De Comunicación Social*, 70, 423–450. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2015-1053>
- Ardèvol–Abreu, A.; Gil de Zúñiga, H. y McCombs, M. E. (2020). Orígenes y desarrollo de la teoría de la agenda setting en Comunicación. Tendencias en España (2014–2019). *Profesional De La información*, 29(4). <https://doi.org/10.3145/epi.2020.jul.14>
- Becerra, M. (2014). Medios de comunicación: América Latina a contramano. *Nueva Sociedad*, 249. <https://nuso.org/articulo/medios-de-comunicacion-america-latina-a-contramano/>
- Bourdieu, P. (1997). *Sobre la televisión*. Anagrama
- Breed, W. (1955). Newspaper ‘Opinion Leaders’ and Processes of Standardization. *Journalism and Mass Communication Quarterly*, 32(3), 277–328.
- Carrera, M. y Morejón, J. (2019). Comunicadoras y periodistas ecuatorianas: Alternativas para enfrentar el ciberacoso en el entorno digital. *Uru: Revista de Comunicación y Cultura*, 2, 24–48. <https://revistas.uasb.edu.ec/index.php/uru/article/view/1344>
- Cepeda Robledo, D. (2020). Condiciones laborales de las mujeres periodistas en Tamaulipas. *Comunicación*

*Y Sociedad*, 1-21. <https://doi.org/10.32870/cys.v2020.7614>

Consejo de Comunicación (2021). Agresiones a periodistas en el contexto electoral: Ecuador 2021. *Revista Enfoques De La Comunicación*, 6, 239-264. <https://doi.org/10.1000/rec.vi6.58>

Consejo de Comunicación (2024). *Reporte estadístico de información de los medios de comunicación social*. <https://www.consejodecomunicacion.gob.ec/servicios/rpm/boletin-estadistico/>

Cruz, P. y Samson, E. (2023). Sidney Tompkins: “La salud mental se trata de un asunto que va más allá del trabajo periodístico”. *#PerDebate*, 7(1), 94-103. <https://doi.org/10.18272/pd.v7i1.3138>

Geraldo, L., Mera, A. y Rocha, E. (2020). Importancia de los estilos de liderazgo: Un abordaje de revisión teórica. *Apuntes Universitarios*, 10(4), 156-174. <https://doi.org/10.17162/au.v10i4.501>

Greene González, F. (2017). Algunas influencias en la autonomía de los periodistas chilenos: una actualización de investigaciones previas. *Revista De Comunicación*, 16(2), 234-251. <https://revistadecomunicacion.com/article/view/995>

Hallin, D. y Mancini, P. (2004). *Comparing media systems: Three models of media and politics*. Cambridge University Press.

Hassnain, A. (2023). Impact of autocratic and democratic leadership styles on employees' performance and motivation. *Journal of Administrative and Business Studies*, 8(3). <https://doi.org/10.20474/JABS-8.3.2>

- Hernández Villarreal, R. y Morales–Piñero, J. (2024). Impacto del liderazgo autocrático en la eficiencia organizacional. Proceedings of the 2024 Academy of Latin American Business and Sustainability Studies [ALBUS]. <https://doi.org/10.5281/zenodo.13995411>
- Hernández–Sampieri, R., Fernández–Collado, C., y Baptista–Lucio, P. (2014). *Metodología de la investigación*. McGraw–Hill.
- Jiménez–Sierra, D., Rincón–Acevedo, A., y Pérez–Suescún, L. (2018). Análisis del liderazgo social de las pymes de Santa Marta —Colombia—, para el post–acuerdo desde el enfoque de la Responsabilidad Social Empresarial. *Revista Escuela de Administración de Negocios*, 85, 105–124. <https://doi.org/10.21158/01208160.n85.2018.2051>
- Lecchi, A. (2024). Periodistas quemados en una sociedad quemada. *Salud Mental Y Comunidad*, (16), 188–194. <https://doi.org/10.18294/smyc.2024.5307>
- Lewin, K., Lippitt, R., y White, R. (1939). Patterns of Aggressive Behavior in Experimentally Created Social Climates. *Journal of Social Psychology*, 10(2), 271–301. <https://doi.org/10.1080/00224545.1939.9713366>
- López A. y Ufarte M. (2013). El mobbing en la profesión periodística: Análisis empírico del acoso psicológico en el trabajo y su influencia en el periodista y en la empresa informativa. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 19(2), 1017–1028. [https://doi.org/10.5209/rev\\_ESMP.2013.v19.n2.43485](https://doi.org/10.5209/rev_ESMP.2013.v19.n2.43485)
- Mata, M. (2006). Comunicación y ciudadanía. Problemas teórico–políticos de su articulación. *Revista Fronteiras*

- *estudios midiáticos*, 8(1). <https://revistas.unisinon.br/index.php/fronteiras/article/view/6113>

- Odrizola-Chéné, J., Aguirre-Mayorga, C., y Roa-Chejín, M. (2016). Los condicionantes en el desarrollo de una buena praxis periodística en Ecuador: estudio de los factores de influencia según los profesionales ecuatorianos. *ComHumanitas: Revista Científica De Comunicación*, 7(1), 89-109.
- Odrizola-Chéné, J., Gutiérrez-Atala, F., Domínguez-Panamá, J. J. y Pérez-Arozamena, R. (2020). Las relaciones de las influencias en los procesos de producción informativa y sus efectos en la calidad periodística. Una visión desde Latinoamérica. *Cuadernos.Info*, (44), 119-134. <https://doi.org/10.7764/cdi.44.1297>
- Oller, M. (2019). *Análisis Orgánico Multinivel de la Cultura Periodística de Ecuador. Perfil, situación y percepción profesional de los periodistas (Vol. II)*. Editorial Académica Española.
- Oller, M. y Barredo, D. (2013). *Las culturas periodísticas intermedias. Estudios comparativos internacionales en Periodismo*. Sociedad Latina de Comunicación Social.
- Oller, M. y Chavero, P. (2015). La percepción de los factores de influencia de los periodistas dentro de la cultura periodística de Ecuador. *Anuario Electrónico de Estudios en Comunicación Social "Disertaciones"*, 8(1), 81-104. <https://revistas.urosario.edu.co/xml/5115/511553138006/index.html>
- Oller, M., Chavero, P. y Ortega, E. (2016). La percepción de los niveles de autonomía profesional de los

- periodistas de Ecuador. *Anuario Electrónico de Estudios en Comunicación Social "Disertaciones"*, 9(1), 61–83. <https://www.redalyc.org/journal/5115/511552664005/html/>
- Orozco, G. y González, R. (2012). *Una coartada metodológica. Abordajes cualitativos en la investigación en comunicación, medios y audiencias*. Serie Brújula. Tintable
- Quirola-Cevallos, M. (2013). *Rutinas al interior de la sala de redacción: caso Ecuavisa* [Tesis de Maestría en Ciencias Sociales con mención en Comunicación]. FLACSO-Ecuador. <http://hdl.handle.net/10469/6234>
- Reese, S. (1999). Hacia una comprensión del periodista global. El modelo de investigación de "jerarquía de influencias" (Understanding the Global Journalist: A Hierarchy of Influences Approach). *Comunicación y Sociedad*, 12(2), 47–68. <http://hdl.handle.net/10171/8793>
- Reese, S. D. y Shoemaker, P. J. (2016). A Media Sociology for the Networked Public Sphere: The Hierarchy of Influences Model. *Mass Communication and Society*, 19(4), 389–410. <https://doi.org/10.1080/15205436.2016.1174268>
- Retegui, L. (2017). La construcción de la noticia desde el lugar del emisor. Una revisión del newsmaking. *Revista Mexicana De Opinión Pública*, 23, 103–121. <https://doi.org/10.22201/fcpys.24484911e.2017.23.56354>
- Ruiz, N. y Córdova C. (2024). Gestión emocional del periodista en tiempos de violencia e inseguridad en Ecuador. *Sinergia Académica*, 7(4), 559–572. <https://doi.org/10.51736/s3tfb149>

Shoemaker, P. J. y Reese, S. D. (1996). *Mediating the Message: Theories of Influences on Mass Media Content*, (2da Ed.). White Plains: Longman.

Suing, A., Ordóñez, K., y Herrero-Gutiérrez, J. (2022). Instrumentos de rendición de cuentas en los medios de comunicación social de Ecuador. Percepciones de periodistas y ciudadanía. *Revista Mediterránea De Comunicación*, 13(2), 43-60. <https://doi.org/10.14198/MEDCOM.22115>

Zabala, M. (2024). Todos Las Ven Partir: Las Condiciones Laborales de Mujeres Periodistas Ecuatorianas en 6 Medios, A Partir del Primer Exilio. *Revista Enfoques De La Comunicación*, 11, 487-523. <https://doi.org/10.1000/k0hmhb08>

## **Crimen Organizado y Ejercicio Periodístico en Ecuador: el Caso TC Televisión**

### ***Organized Crime and Journalism in Ecuador: the Case of TC Televisión***

#### **Ronnal Anthony Caiza-Ibarra<sup>1</sup>**

Secretario (E) y Ayudante Judicial de la Sala Especializada Penal para el Juzgamiento de Delitos Relacionados con Corrupción, Crimen Organizado y Conflicto Armado Interno Corte Provincial de Justicia de Pichincha

[anthony.caiza.ac@gmail.com](mailto:anthony.caiza.ac@gmail.com)

#### **Henry Patricio López-Tapia<sup>2</sup>**

Secretario de la Unidad Judicial Penal Especializada para el Juzgamiento de Delitos Relacionados con Corrupción, Crimen Organizado y Conflicto Armado Interno Consejo de la Judicatura

[temis.enlojusto@gmail.com](mailto:temis.enlojusto@gmail.com)

#### **Frank Brandon Rengifo-Heras<sup>3</sup>**

Ayudante Judicial de la Unidad Judicial Penal Especializada para el Juzgamiento de Delitos Relacionados con Corrupción, Crimen Organizado y Conflicto Armado Interno Consejo de la Judicatura

[frankrengifoheras@gmail.com](mailto:frankrengifoheras@gmail.com)

1 Abogado. Magíster en Derecho Penal, Derecho Procesal y Derecho Procesal Constitucional. Secretario (E) y Ayudante Judicial en la Sala Penal especializada de la Corte Provincial de Pichincha. Investigador jurídico, autor de artículos académicos y par ciego. Experiencia en procesos penales y procesos constitucionales. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8820-5830>

2 Abogado. Magíster en Política Criminal, Criminalística y Derecho Penal. Docente y Secretario en unidad penal especializada. Autor de libro sobre prisión preventiva y sistema penitenciario. Especialista en Derecho Probatorio Penal y Litigación Oral. ORCID: <https://orcid.org/0009-0005-8863-7579>

3 Abogado. Ayudante Judicial en Unidad Judicial Penal Especializada para el Juzgamiento de Delitos Relacionados con Corrupción, Crimen Organizado y Conflicto Armado Interno. Experiencia como asistente jurídico en estudio de abogados. Experiencia en derecho penal y gestión judicial. ORCID: <https://orcid.org/0009-0003-9609-0484>

## Resumen

El estudio analizó el impacto del crimen organizado sobre el periodismo ecuatoriano a partir del ataque armado a TC Televisión el 9 de enero de 2024. El problema investigado se centró en cómo la violencia criminal vulneró la integridad de los periodistas y alteró el ecosistema informativo, afectando la libertad de expresión y el derecho a la información. El objetivo general fue examinar críticamente este impacto, identificando el contexto criminal, las consecuencias en rutinas editoriales y las respuestas institucionales. Se empleó una metodología cualitativa con diseño de estudio de caso, utilizando sentencias judiciales, informes oficiales, reportes periodísticos y literatura académica, analizados mediante triangulación de datos. Los resultados mostraron que el atentado ocurrió en un contexto de violencia atribuida a grupos vinculados al narcotráfico y la corrupción, generando autocensura y reducción de coberturas de riesgo. Las respuestas estatales fueron reactivas y carecieron de un enfoque integral de seguridad para periodistas. Se concluyó que el crimen organizado no solo comete delitos violentos, sino que también controla narrativas mediáticas. El caso evidenció la necesidad de fortalecer protocolos de seguridad, resiliencia institucional y políticas públicas coordinadas para proteger la labor periodística.

*Palabras clave:* crimen organizado, libertad de expresión, periodismo, TC televisión, violencia.

## Abstract

This study analyzed the impact of organized crime on Ecuadorian journalism following the armed attack on TC Televisión on January 9, 2024. The research focused on how criminal violence undermined journalist's integrity

and disrupted the information ecosystem, affecting freedom of expression and the right to information. The main objective was to critically examine this impact by identifying the criminal context, the consequences for editorial routines, and institutional responses. A qualitative methodology with a case study design was applied using court rulings, official reports, journalistic reports, and academic literature, analyzed through data triangulation methods. The results showed that the attack occurred in a context of violence inked to drug trafficking and corruption networks, generating self-censorship and a reduction in risk coverage. State responses were reactive and lacked a comprehensive security approach for journalists. It was concluded that organized crime not only commits acts of violence but also controls media narratives. The case highlights the need to strengthen security protocols, institutional resilience, and coordinated public policies to protect journalistic work.

*Keywords:* organized crime, freedom of expression, journalism, television, violence.

## Introducción

El estudio analiza la relación entre crimen organizado y ejercicio periodístico en Ecuador a partir del caso de TC Televisión de Ecuador<sup>4</sup>. El estudio parte de la hipótesis en la que

---

4 El caso estudiado versa sobre los hechos ocurridos el 9 de enero de 2024. En esta fecha, un grupo armado vinculado al crimen organizado irrumpió en las instalaciones de TC Televisión en Guayaquil, Ecuador, durante una transmisión en vivo de su noticiero. Los atacantes, portando armas de fuego, municiones y explosivos, detuvieron forzosamente al personal del canal (periodistas, camarógrafos, técnicos) y los obligaron a transmitir imágenes y mensajes intimidatorios dirigidos a las autoridades y la ciudadanía. Este acto fue calificado como terrorismo por la sentencia judicial N° 17U05-2024-00005, que condenó a los responsables. El incidente interrumpió temporalmente la transmisión nacional y evidenció cómo el crimen organizado utiliza los medios para proyectar poder simbólico e incidir en la agenda mediática.

se sostiene que la violencia criminal altera el ecosistema informativo y vulnera derechos fundamentales<sup>5</sup>. En el análisis, se identificará que los grupos violentos buscan instrumentalizar la visibilidad mediática para maximizar efectos de intimidación y control simbólico, lo cual amenaza la libertad de prensa, el derecho a la información, el derecho a la opinión y el derecho a la libertad de expresión. La teoría sobre terrorismo y medios explica que los perpetradores explotan rutinas periodísticas y lógicas de noticia para amplificar su mensaje, lo que impone dilemas éticos y de seguridad a periodistas (Nacos, 2016; Tumber y Webster, 2006; Schmid, 2021).

El problema de investigación se centra en determinar cómo los ataques de organizaciones criminales contra medios ecuatorianos inciden en la práctica periodística, en la calidad del espacio público y la difusión de información. De manera paralela, la investigación identifica como problema la determinación de la actuación del Estado ecuatoriano para garantizar un entorno seguro que proteja a periodistas frente a las amenazas del crimen organizado. La evidencia regional sugiere que, cuando la violencia se normaliza, los periodistas incorporan estrategias de reducción de riesgo que incluyen autocensura, restricción del trabajo de calle y silenciamiento de temas sensibles.

Precisamente, la incorporación de estas estrategias de reducción de riesgos de los periodistas configura escenarios en los que se reduce la diversidad informativa y

---

<sup>5</sup> En especial, el derecho a la libertad de expresión, el derecho a la opinión –como derecho autónomo–, y el derecho a la información establecidos en el artículo contenido en el artículo 66 numeral 6 de la Constitución de la República.

empobrece la deliberación democrática (Hughes y Márquez-Ramírez, 2017; Relly y González-de-Bustamante, 2017). Un estudio previo describe que la cobertura del crimen organizado suele depender de fuentes estatales, lo que limita la autonomía editorial y la profundidad investigativa de las piezas publicadas en torno a las actividades ilícitas de las organizaciones criminales (Levoyer, 2019).

El estado del arte sobre violencia contra periodistas en América Latina muestra patrones comparables que importan para el caso ecuatoriano. Una investigación en México documenta cómo el riesgo persistente induce prácticas defensivas en difusión de la información de los periodistas y genera “zonas de silencio”, mientras el asesinato y la intimidación selectiva afectan la agenda de los medios de comunicación (González-de-Bustamante y Relly, 2014; Brambila, 2017).

Desde la sociología del crimen, los estudios sobre gobernanza criminal explican que organizaciones ilícitas disputan autoridad al Estado, proveen protección y regulan territorios, lo que crea contextos de coacción informativa y captura comunicacional (Arias, 2017). Estas corrientes teóricas y empíricas ofrecen un marco para interpretar ataques espectaculares dirigidos a medios con el fin de condicionar la cobertura de la difusión de la información y sembrar terror social.

La hipótesis de trabajo propone que el ataque al canal TC Televisión en Ecuador refleja una estrategia del crimen organizado orientada a coaccionar el flujo informativo y a disputar la mediación pública mediante el uso deliberado de violencia performativa. La pregunta de

investigación plantea: ¿de qué manera un asalto armado contra un medio televisivo altera las rutinas, los estándares y los márgenes de seguridad del periodismo ecuatoriano? Consecuentemente, se plantea la siguiente pregunta: ¿qué implicaciones tiene ese episodio para la libertad de prensa, el derecho a la información, el derecho a la opinión y el derecho a la libertad de expresión? Esta formulación conecta teorías de comunicación del terrorismo con hallazgos sobre autocensura y con enfoques de gobernanza criminal en América Latina (Nacos, 2016; Hughes y Márquez-Ramírez, 2017; Arias, 2017).

El artículo se estructura de la siguiente manera. La primera sección presenta el marco conceptual sobre crimen organizado, violencia comunicativa y libertad de prensa. La segunda sección expone el caso de estudio y reconstruye los hechos relevantes con base documental de la sentencia condenatoria de primera instancia del caso TC Televisión<sup>6</sup>. La tercera sección analiza los efectos del ataque en el ejercicio periodístico en Ecuador y en la ecología mediática nacional.

El objetivo general del estudio consiste en analizar críticamente el impacto del crimen organizado sobre el ejercicio periodístico en Ecuador a partir del caso TC Televisión. Los objetivos específicos desglosan ese propósito en tres pasos. El primer objetivo identifica el contexto sociopolítico y criminal que enmarca el ataque. El segundo objetivo examina las consecuencias en rutinas y difusión de la información. El tercer objetivo evalúa las respuestas

---

6 El caso de TC Televisión de Ecuador. En este caso, se tomó como insumo la sentencia del Tribunal de Garantías Penales Especializado para el Juzgamiento de Delitos relacionados con Corrupción y Crimen Organizado, que se dictó en el proceso penal No. 17U05-2024-00005.

institucionales y su coherencia con estándares de seguridad y libertad de prensa (Hughes y Márquez-Ramírez, 2017; Nacos, 2016).

### **Materiales y Métodos**

El estudio adopta un diseño cualitativo descriptivo con la estrategia de estudio de caso, cuyo objeto central es el ataque armado a las instalaciones de TC Televisión en Guayaquil, Ecuador, el 9 de enero de 2024. Este diseño se justifica porque permite examinar un evento de alto impacto en su contexto social, político y mediático, considerando la complejidad de la violencia criminal organizada y su incidencia en el ejercicio periodístico. Como lo señalan Yin (2018) y Creswell (2013), el estudio de caso constituye una herramienta idónea para analizar fenómenos contemporáneos en escenarios donde los límites entre el evento y su contexto son difusos, pues posibilita la triangulación de fuentes y la integración de múltiples perspectivas analíticas.

El método cualitativo se fundamenta en la aplicación de técnicas de recolección documental y bibliográfica. El levantamiento de la información incluyó dos componentes. Primero, el análisis de la sentencia No. 17U05-2024-00005, dictada por el Tribunal de Garantías Penales Especializado en Delitos de Corrupción y Crimen Organizado. Segundo, la revisión de artículos científicos y libros especializados en temas de violencia, terrorismo, comunicación y crimen organizado.

La utilización de fuentes múltiples asegura la validez de los hallazgos y fortalece la consistencia interpretativa del análisis (Flick, 2018). Las técnicas empleadas en la

presente investigación tienen criterios que responden a la lógica del muestreo teórico característico de la investigación cualitativa, que privilegia la pertinencia y la riqueza informativa sobre la representatividad estadística (Strauss y Corbin, 2015).

El proceso de análisis se desarrolló en dos fases. En la primera, se efectuó una lectura analítica de la sentencia condenatoria de primera instancia del proceso penal No. 17U05-2024-00005 y de la documentación asociada, con énfasis en la reconstrucción cronológica de los hechos y en la identificación de las consecuencias sociológicas del delito de terrorismo por parte del crimen organizado. En la segunda fase, se aplicó un procedimiento de codificación temática, a partir del cual se identificaron patrones relacionados con los riesgos para periodistas, las rutinas de autocensura y los efectos de la violencia criminal en el ecosistema informativo ecuatoriano.

Este procedimiento de codificación fue acompañado de la técnica de triangulación de fuentes, lo que permitió contrastar los hallazgos judiciales con literatura académica sobre ataques similares en América Latina (Relly y González-de-Bustamante, 2017; Hughes y Márquez-Ramírez, 2018).

Este enfoque metodológico es consistente con investigaciones previas en contextos violentos, que han mostrado cómo la violencia criminal conduce a la adopción de prácticas de reducción de riesgo por parte de periodistas y medios, transformando sus rutinas informativas y afectando la calidad del debate público (González-de-Bustamante y Relly, 2014).

## Discusión

El caso de TC Televisión se inscribe en una tendencia regional documentada en países como México, Honduras y Colombia, donde el crimen organizado ha cooptado narrativas mediáticas mediante violencia sistemática (Relly y González-de-Bustamante, 2017). Estudios sobre violencia contra periodistas en México muestran que la intimidación y el asesinato generan “zonas de silencio” en regiones dominadas por redes criminales (Brambila, 2017). De manera similar, en Ecuador, la autocensura emergió como una estrategia de supervivencia profesional que limita la cobertura crítica y empobrece el debate público.

### ***El Crimen Organizado, Violencia Comunicativa y Libertad de Prensa***

El crimen organizado constituye una amenaza estructural para las democracias contemporáneas porque no solo concentra poder económico derivado de actividades ilícitas, sino que también desarrolla estrategias de control social y comunicacional orientadas a influir en la esfera pública y privada. Estas organizaciones despliegan mecanismos de violencia física y simbólica para condicionar las conductas ciudadanas y, en particular, las rutinas periodísticas. De este modo, la criminalidad organizada rebasa la lógica de mercados ilegales como el narcotráfico, la trata, la extorsión u otras actividades de criminalidad compleja, para incidir directamente en los flujos de información y en la construcción de la opinión pública (Arias, 2017).

La violencia comunicativa se entiende como el uso estratégico del terror y la fuerza para generar un impacto

más allá de las víctimas inmediatas. Schmid (2021) explica que esta modalidad de violencia tiene un carácter performativo, ya que los ataques son diseñados no solo para causar daño físico, sino para transmitir mensajes a públicos más amplios, incluyendo autoridades, periodistas y la sociedad en general. En este sentido, los atentados contra medios de comunicación no constituyen meros episodios de violencia instrumental, sino acciones de poder simbólico que buscan alterar la percepción social y generar un clima de temor que restrinja el debate democrático.

La relación entre crimen organizado y periodismo se torna crítica en contextos de alta violencia. En países como México o Colombia, las investigaciones han demostrado que las agresiones a periodistas y medios se convierten en un mecanismo sistemático de silenciamiento informativo, donde las amenazas, asesinatos o ataques armados sirven como advertencia colectiva para quienes intenten investigar a organizaciones criminales (Relly y González-de-Bustamante, 2017). El resultado es la creación de zonas de silencio informativo, donde la autocensura se impone como estrategia de supervivencia y la libertad de prensa, el derecho a la libertad de expresión, el derecho a la opinión, quedan severamente limitados (Hughes y Márquez-Ramírez, 2018).

La teoría sobre terrorismo y medios aporta claves adicionales para comprender este fenómeno. Nacos (2016) sostiene que los grupos de delincuencia organizada reconocen el valor mediático de sus acciones y diseñan sus atentados con el propósito de obtener cobertura gratuita en plataformas de alta visibilidad. Estos actores aprovechan

las rutinas periodísticas, como la necesidad de inmediatez y el interés por lo espectacular, para maximizar la difusión de sus mensajes intimidatorios. Así, la prensa se convierte en una arena de disputa simbólica, donde las organizaciones criminales buscan imponer narrativas que refuercen su capacidad de intimidación y control social.

En términos de derechos fundamentales, la afectación es múltiple. La libertad de prensa, el derecho a la información, el derecho a la opinión y la libertad de expresión se ven comprometidos cuando los periodistas trabajan bajo presiones de actores violentos que condicionan su capacidad de informar con independencia. La Comisión Interamericana de Derechos Humanos [CIDH] (2013) ha enfatizado que la violencia contra periodistas constituye una doble violación: contra la víctima directa y contra la sociedad, que se priva de un flujo de información plural y libre. De este modo, el crimen organizado no solo ataca a individuos o instituciones, sino que erosiona el tejido democrático al restringir la circulación de ideas, alentar la censura previa de facto y debilitar el control social sobre el poder político y económico.

### ***El Caso TC Televisión: Reconstrucción de los Hechos y la Sentencia Condenatoria***

El ataque ocurrido el 9 de enero de 2024 en las instalaciones de TC Televisión, en Guayaquil, constituye un punto de inflexión en la violencia contra periodistas en Ecuador. Un grupo armado ingresó al canal durante una transmisión en vivo, tomó control del set y obligó a transmitir mensajes intimidatorios. Los atacantes portaban fusiles, chalecos antibalas y explosivos improvisados

(Tribunal de Garantías Penales Especializado en Delitos de Corrupción y Crimen Organizado, 2025). El ataque reveló una planificación logística propia del crimen organizado (Falconi-Ayón et al., 2024).

La sentencia de primera instancia dictada en la causa penal N.º 17U05-2024-00005 calificó los hechos como terrorismo, en concordancia con el artículo 366 del Código Orgánico Integral Penal [COIP] (2014). El tribunal determinó que la finalidad del ataque fue generar terror en la población y condicionar la agenda mediática nacional. La condena a los responsables constituyó en un fallo trascendental, pero no resolvió las condiciones estructurales de inseguridad y vulnerabilidad para el periodismo. Estas condiciones requieren la actuación de otras instituciones del Estado con un panorama holístico.

Este hecho mostró cómo el crimen organizado utiliza escenarios de alta visibilidad para proyectar poder simbólico. La transmisión forzada no solo violentó la integridad de los trabajadores del canal, sino que alteró la continuidad informativa, afectando el derecho derechos fundamentales. La libertad de prensa, el derecho a la información, el derecho a la opinión y la libertad de expresión fueron comprometidos. Los derechos fundamentales se vieron comprometidos porque se encontraban condicionados a la cobertura de mensajes simbólicos violentos para imponer narrativas de la organización criminal sobre su capacidad de intimidación y control social. De este modo, la prensa se convierte en una arena de disputa simbólica.

El análisis del ataque armado ocurrido el 9 de enero de 2024 en las instalaciones de TC Televisión revela

que este evento no fue un hecho aislado. El ataque en las instalaciones de TC Televisión forma parte de una estrategia de intimidación utilizada por el crimen organizado para incidir en la narrativa pública y condicionar la cobertura periodística.

La irrupción de individuos armados en un canal de televisión nacional durante una transmisión en vivo y la imposición de mensajes violentos demuestran un patrón de actuación donde la violencia se combina con el aprovechamiento del alcance mediático para multiplicar el impacto social. Este patrón coincide con lo planteado por Schmid (2021), quien describe el “terror mediático” como un mecanismo que maximiza la visibilidad del mensaje criminal y genera un efecto psicológico de control social.

En la conceptualización del crimen organizado y su relación con el periodismo, diversos estudios han identificado que las organizaciones criminales modernas operan como redes transnacionales con una lógica empresarial y una estructura comunicacional propia (Calderoni et al., 2022). El caso de TC Televisión confirma que el objetivo de estos grupos no se limita a actividades ilícitas como el narcotráfico, la extorsión u otros delitos de criminalidad compleja, sino que incluye la manipulación informativa como herramienta de poder. Esto se alinea con los hallazgos de Relly y González-de-Bustamante (2017), quienes documentan en México que el hostigamiento y la violencia contra periodistas forman parte de una estrategia integral de control narrativo por parte de actores criminales.

Desde la perspectiva de los estándares interamericanos, la Comisión Interamericana de Derechos

Humanos [CIDH] (2013) ha establecido que los Estados tienen la obligación de prevenir, proteger e investigar las agresiones contra periodistas, especialmente en contextos de alto riesgo. Sin embargo, el ataque a TC Televisión evidencia deficiencias graves en la implementación de estos estándares en Ecuador, lo que incrementa la vulnerabilidad del gremio periodístico. A diferencia de otros países que han adoptado protocolos de reacción inmediata y programas de protección especializados<sup>7</sup>, el Estado ecuatoriano carece de un sistema integral que permita una respuesta rápida ante amenazas de alto impacto.

En el marco jurídico ecuatoriano, el COIP tipifica un amplio catálogo de delitos de criminalidad compleja que son perpetrados en el contexto del crimen organizado. El COIP tipifica el terrorismo, el tráfico de sustancias sujetas a fiscalización, la pertenencia, la delincuencia organizada y otros delitos de criminalidad compleja. Entre los delitos más visibles del crimen organizado, se encuentra el delito de terrorismo previsto en el artículo 366 del COIP, que describe conductas que buscan provocar un estado de terror en la población mediante actos violentos (COIP, 2014). El evento de TC Televisión se ajusta a las características del ataque a TC Televisión.

---

7 Por ejemplo, Colombia lideró en 2000 la implementación de un mecanismo de protección, reformado significativamente en 2011 con la creación de la Unidad Nacional de Protección, que coordina la respuesta gubernamental para salvaguardar a individuos en riesgo. México, por su parte, estableció en 2012 un mecanismo propio, concebido como una herramienta de respuesta ágil para aplicar de inmediato medidas cautelares a periodistas bajo amenaza o ataque. Véase en: <https://latamjournalismreview.org/es/articles/mas-paises-latinoamericanos-consideran-mecanismos-de-proteccion-para-periodistas-no-todos-los-esfuerzos-tienen-exito/>

En las latitudes de la sentencia analizada, el Tribunal de Juzgamiento condenó a los partícipes del evento que generó zozobra en el Ecuador. El órgano jurisdiccional estableció responsabilidades penales por el delito de terrorismo tipificado en el artículo 366 del COIP<sup>8</sup>. Si bien es cierto, la actividad jurisdiccional y la sentencia frena ciertos frentes de las actividades del crimen organizado. No obstante, una respuesta para las distintas dinámicas del crimen organizado requiere acciones de los demás entes del Estado que sean coherentes y uniformes para recuperar su institucionalidad en el territorio y en su población.

### ***Efectos del Ataque de TC Televisión en el Ejercicio Periodístico en Ecuador***

El atentado a TC Televisión generó un efecto de autocensura inmediata en periodistas y medios ecuatorianos. Investigaciones sobre periodismo en contextos de violencia demuestran que la exposición a riesgos persistentes lleva a la adopción de estrategias defensivas como evitar temas sensibles, reducir la cobertura de seguridad y limitar el trabajo en campo (Hughes y Márquez-Ramírez, 2017). En Ecuador, tras el ataque, varios comunicadores restringieron su cobertura sobre temas que involucren el crimen organizado, priorizando su seguridad personal sobre la labor informativa, conforme los mismos testimonios referenciales de los periodistas que obran en la sentencia de primera instancia

8 COIP.- “[...] Art. 366.- Terrorismo.- (Sustituido por el Art. 55 de la Ley s/n, R.O. 279-S, 29-III-2023; y Reformado por el Art. 11 de la Ley s/n, R.O. 599-S, 12-VII-2024).- La persona que individualmente o formando asociaciones armadas, provoque o mantenga en estado de terror a la población o a un sector de ella, mediante actos que pongan en peligro la vida, la integridad física o la libertad de las personas, pongan en peligro o atenten contra las edificaciones públicas o privadas, medios de comunicación, transporte, valiéndose de medios capaces de causar estragos, será sancionada con pena privativa de libertad de diecinueve a veintidós años [...]”

en el proceso penal No. 17U05-2024-00005<sup>9</sup> (Tribunal de Garantías Penales Especializado en Delitos de Corrupción y Crimen Organizado, 2025).

La consecuencia directa fue un empobrecimiento de la deliberación pública, ya que la diversidad informativa disminuyó y el espacio mediático se vio condicionado por el miedo. El fenómeno de autocensura, conocido como *chilling effect*, se manifiesta cuando los periodistas deciden callar o suavizar temas por temor a represalias (Nacos, 2016). De este modo, el atentado no solo produjo daños inmediatos, sino que instauró un clima de intimidación sostenida que afecta la calidad del periodismo en Ecuador.

Además, el ataque evidenció la debilidad de las respuestas institucionales, ya que las acciones estatales se centraron en neutralizar a los atacantes y en abrir procesos penales, sin implementar actuaciones de protección a largo plazo. Este déficit contrasta con los estándares

---

9 Los agentes de la Policía Nacional –testigos y peritos del proceso penal– coincidieron en que los periodistas de TC Televisión fueron sorprendidos durante la transmisión en vivo del noticiero. Los uniformados relataron que los atacantes irrumpieron armados en el set de grabación y redujeron al personal de prensa junto con los técnicos. Los policías explicaron que los comunicadores fueron obligados a mantener la señal abierta como condición impuesta por los agresores. Los oficiales detallaron que los periodistas permanecieron en calidad de rehenes bajo amenazas constantes con armas de fuego y explosivos. Los testimonios señalaron que uno de los comunicadores fue utilizado como ejemplo de intimidación al colocársele un artefacto explosivo en la chaqueta. Los relatos recalcaron que esta acción buscaba transmitir miedo y asegurar la difusión del mensaje de los atacantes a nivel nacional. Los policías manifestaron que la instrumentalización de los periodistas tuvo como objetivo usar sus voces e imágenes para replicar consignas del grupo armado. Los testimonios coincidieron en que la situación generó un grave riesgo para la integridad física y psicológica de los comunicadores. Los agentes concluyeron que la presencia de periodistas como rehenes intensificó el estado de terror social provocado por el ataque al canal de televisión.

interamericanos, que obligan a los Estados a garantizar medidas preventivas y reactivas frente a amenazas contra la prensa (CIDH, 2013).

La influencia del narcotráfico y la corrupción en la gobernabilidad es un factor estructural que explica la capacidad operativa de los grupos criminales para ejecutar ataques como el de TC Televisión. Rivera y Bravo (2020) señalan que la penetración de redes criminales en instituciones estatales debilita la respuesta del sistema de justicia y facilita la impunidad. La conexión entre el crimen organizado y actores corruptos permite que estas organizaciones operen con un margen de seguridad que incentiva la repetición de actos violentos contra medios y periodistas.

En cuanto a las dinámicas de cobertura periodística, el ataque produjo un cambio inmediato en la agenda mediática nacional. Siguiendo la lógica descrita por Waisbord (2019), la violencia directa contra un medio de comunicación produce un “efecto congelante” en el periodismo, llevando a la autocensura y a la priorización de la seguridad personal sobre la labor informativa. La transmisión en vivo de los hechos, sin mediación editorial, otorgó a los atacantes una plataforma para difundir su mensaje de forma masiva, lo que refuerza la hipótesis de que la violencia contra periodistas no solo busca silenciar, sino también imponer narrativas de la capacidad operativa del crimen organizado.

Los hechos probados en el proceso penal No. 17U05-2024-00005, permiten reconstruir la secuencia del 9 de enero de 2024. Primero, el ingreso violento de personas armadas. Segundo, el sometimiento del personal. Tercero,

la interrupción de la programación. Cuarto, la transmisión forzada de mensajes amenazantes (Tribunal de Garantías Penales Especializado en Delitos de Corrupción y Crimen Organizado, 2025). Este modus operandi ha sido observado en contextos de alto conflicto como Honduras y México, lo que indica que los grupos criminales comparten tácticas transnacionales para maximizar el impacto comunicativo (Hughes y Márquez-Ramírez, 2018).

El fallo judicial tuvo un impacto mixto en la seguridad de periodistas y medios de comunicación. Por un lado, representó un avance simbólico al demostrar que el Estado puede condenar a los responsables de un ataque de alta visibilidad. Por otro lado, la ausencia de reformas estructurales y medidas de protección especializadas, por parte de otras instituciones del Estado, deja intactas las condiciones de riesgo, lo que perpetúa un entorno de amenaza constante.

El Estado ecuatoriano respondió al ataque con la neutralización de los agresores y la judicialización del hecho bajo la figura de terrorismo, pero omitió diseñar protocolos permanentes de prevención y protección para quienes ejercen el periodismo en contextos de riesgo.

El Estado ecuatoriano no ha implementado un mecanismo especializado de protección para periodistas semejante a los que existen en México y Colombia. En Colombia, la Unidad Nacional de Protección ha desarrollado programas específicos desde 2011, mientras que en México se estableció un mecanismo en 2012 para aplicar medidas cautelares inmediatas a comunicadores bajo amenaza (Relly y González-de-Bustamante, 2017).

Ecuador, en contraste, carece de un sistema formal de reacción, lo que expone a los periodistas a un ciclo de vulnerabilidad constante. Rivera y Bravo (2020) sostienen que la penetración del crimen organizado en instituciones estatales ecuatorianas debilita la capacidad de respuesta gubernamental, lo que incrementa la percepción de impunidad y desprotección frente a ataques de alto impacto.

Los mecanismos de intimidación y control narrativo ejercidos por organizaciones criminales incluyen amenazas directas, ataques físicos, campañas de difamación y, como en el caso de TC Televisión, la utilización del propio medio como vehículo de transmisión de mensajes. Estos mecanismos se combinan con la violencia y la impunidad para erosionar la libertad de prensa, el derecho a la información, el derecho a la opinión y el derecho a la libertad de expresión.

### **Resultados**

La investigación documentó de manera cronológica y verificable que, el 9 de enero de 2024, un grupo armado vinculado a estructuras del crimen organizado irrumpió en las instalaciones de TC Televisión en la ciudad de Guayaquil, en plena transmisión en vivo de su noticiero. Los sujetos ingresaron portando armas de fuego de uso militar, municiones y explosivos improvisados, lo que provocó la detención forzada de periodistas, camarógrafos y personal técnico. Las pruebas periciales y testimonios recogidos en sentencia condenatoria confirman que los atacantes obligaron al personal a transmitir imágenes y mensajes intimidatorios dirigidos a las autoridades y a la ciudadanía (Levoyer, 2019).

En el análisis, se verificó que el *modus operandi* del ataque correspondió a una acción coordinada, ejecutada por al menos 13 personas que actuaron con roles diferenciados: ingreso armado, control del personal, transmisión del mensaje y cobertura de posibles rutas de escape. El material incautado en el operativo posterior incluyó fusiles, pistolas, chalecos antibalas y explosivos artesanales, lo que evidencia una planificación logística y un abastecimiento de armas propio de organizaciones criminales con capacidad operativa.

La violencia desplegada no fue aleatoria; los atacantes seleccionaron el canal por su alta audiencia y su capacidad de amplificar, en tiempo real, un mensaje de poder simbólico. La literatura empírica latinoamericana documenta que actores criminales eligen escenarios altamente mediáticos para maximizar la difusión de amenazas, alterar la agenda informativa y enviar señales a autoridades y rivales. Trabajos como el de Gonzalez (2020) sobre riesgo y autocensura en México, así como los estudios de González-de-Bustamante y Relly (2021) sobre resiliencia y coerción criminal, evidencian patrones de instrumentalización del espacio mediático que dialogan con lo ocurrido en Guayaquil. El resultado práctico del “secuestro del aire” —transmisión coaccionada, suspensión del flujo informativo y shock social— coincide con el objetivo estratégico del terrorismo comunicativo: producir un efecto de intimidación generalizada que excede a las víctimas inmediatas.

El análisis de pruebas practicadas en el juicio permitió establecer que los atacantes seleccionaron a TC

Televisión como objetivo por su alta audiencia nacional y su capacidad de amplificar el mensaje en tiempo real. Este hallazgo coincide con patrones observados en investigaciones previas sobre ataques a medios en México y Colombia, donde las organizaciones criminales buscan escenarios mediáticos para maximizar el impacto de sus amenazas y condicionar la agenda informativa (Hughes y Márquez-Ramírez, 2018; Relly y González-de-Bustamante, 2017).

Las pruebas practicadas en el proceso penal No. 17U05-2024-00005 confirman que los periodistas y técnicos retenidos fueron obligados a permanecer en el estudio bajo amenazas directas a su integridad física. La Fiscalía recogió testimonios referenciales que describen que varios comunicadores temieron por sus vidas y que, en los días posteriores, adoptaron conductas de autocensura en su cobertura informativa, especialmente en temas de narcotráfico y seguridad (Tribunal de Garantías Penales Especializado en Delitos de Corrupción y Crimen Organizado, 2025).

En términos de afectación a derechos, se comprobó que el ataque vulneró de forma simultánea la libertad de prensa, el derecho a la información, el derecho a la opinión y la libertad de expresión. Estos derechos fundamentales tienen un contenido prestacional y protector que el Estado debe activar especialmente frente a riesgos sistemáticos (Corte IDH, 2001). Los ataques de alto impacto inducen ciclos de autocensura en redacciones y periodistas que cubren crimen organizado, con correlatos medibles en “zonas de silencio” y retraimiento de coberturas sensibles. (Gonzalez,

2020; Freedom House, 2024; Reporteros sin Fronteras [RSF] (2025).

El evento también generó una interrupción temporal de la transmisión nacional, lo que supuso una afectación directa a la continuidad del servicio informativo en un momento de crisis de seguridad pública. La transmisión en vivo fue secuestrada simbólicamente por los atacantes, quienes impusieron mensajes intimidatorios destinados a la audiencia nacional. Este hecho alteró el flujo normal de noticias y evidenció la vulnerabilidad de los medios frente a la violencia criminal.

Como subraya Levoyer (2019), la violencia de tipo comunicacional no solo busca causar daño material, sino que pretende afectar la calidad, oportunidad y disponibilidad de la información para la ciudadanía. El resultado inmediato fue la desconfianza en la capacidad de los medios para operar con independencia y seguridad, lo que a su vez refuerza los efectos de la violencia criminal en el ecosistema informativo. Más allá de ello, la violencia contra periodistas no solo impacta en las víctimas directas, sino que limita de forma indirecta la posibilidad de la ciudadanía de acceder a información veraz y plural, un componente esencial de la democracia constitucional (Relly y González-de-Bustamante, 2017).

Los ataques de alto impacto contra medios inducen ciclos de autocensura en redacciones y periodistas. Gonzales (2020) documenta que, en contextos de violencia generalizada como el de México, la autocensura se convierte en una práctica extendida de supervivencia profesional. Este fenómeno da lugar a la creación de «zonas de silencio», es

decir, territorios donde ciertos temas, como el narcotráfico, la corrupción o la seguridad, quedan excluidos de la cobertura informativa. De manera paralela, organizaciones como Freedom House (2024) y RSF (2025) han advertido que la autocensura no solo es una consecuencia psicológica de la amenaza, sino también un mecanismo estructural que deteriora la calidad del debate público, pues reduce la pluralidad y profundidad de la información disponible para la sociedad.

El ataque a TC Televisión debe entenderse no solo como un atentado contra un grupo de trabajadores de prensa, sino como un ataque sistemático a derechos fundamentales de los ciudadanos relacionados con la comunicación y la democracia. Este impacto tiene un efecto multiplicador en la esfera pública, pues genera miedo, erosiona la confianza en las instituciones comunicacionales y limita la capacidad de la sociedad para deliberar con base en información confiable y plural (Hughes y Márquez-Ramírez, 2018).

El análisis del caso de TC Televisión permite establecer un puente comparativo con los contextos de México y Colombia, donde la violencia contra periodistas se ha consolidado como una estrategia sistemática de control narrativo. En Ecuador, el ataque del 9 de enero de 2024 configuró un punto de inflexión porque mostró cómo el crimen organizado instrumentaliza la cobertura mediática en tiempo real para proyectar poder simbólico y generar intimidación colectiva. A diferencia de los casos mexicanos y colombianos, donde la violencia se caracteriza por su continuidad en zonas específicas, el episodio ecuatoriano

representó un salto cualitativo al irrumpir en una transmisión nacional en vivo y alterar la agenda mediática de manera inmediata (Levoyer, 2019; Hughes y Márquez-Ramírez, 2018).

En México, la persistencia de asesinatos y amenazas ha creado “zonas de silencio”, donde los periodistas optan por autocensurarse como estrategia de supervivencia frente a la violencia criminal (Brambila, 2017; Relly y González-de-Bustamante, 2017). De manera semejante, en Colombia, los ataques de grupos armados ilegales han limitado la cobertura de temas relacionados con narcotráfico y conflicto armado, consolidando un patrón de autocensura prolongado (González-de-Bustamante y Relly, 2021). En Ecuador, sin embargo, la autocensura emergió como respuesta inmediata al ataque de TC Televisión, lo que indica que el fenómeno aún se encuentra en una fase inicial, aunque con el riesgo de evolucionar hacia dinámicas similares a las observadas en sus países vecinos (Freedom House, 2024; Reporteros Sin Fronteras [RSF], 2025).

El contraste radica también en las respuestas institucionales. Mientras que México y Colombia implementaron mecanismos nacionales de protección para periodistas en 2012 y 2011, respectivamente, con resultados desiguales, pero con un marco formal de acción (Relly y González-de-Bustamante, 2017), Ecuador carece todavía de un sistema integral de prevención y protección. El caso de TC Televisión demostró que la respuesta estatal se limitó a la neutralización policial de los agresores y a la tramitación judicial por terrorismo, sin avanzar hacia medidas estructurales que garanticen seguridad a largo plazo (CIDH, 2013; Rivera y Bravo, 2020).

Por tanto, el hallazgo central del caso ecuatoriano reside en que la violencia criminal no solo afectó a los periodistas directamente implicados, sino que condicionó el ecosistema informativo nacional mediante la transmisión forzada de mensajes violentos. Este patrón comparte similitudes con México y Colombia en cuanto a la lógica de intimidación y autocensura, pero difiere en el carácter espectacular e inédito del ataque, así como en la ausencia de políticas públicas preventivas que acompañen las respuestas judiciales (Arias, 2017). Estas diferencias subrayan que Ecuador se encuentra en una fase temprana de un fenómeno regional, lo que ofrece la oportunidad de aprender de las experiencias comparadas para evitar la consolidación de “zonas de silencio” estructurales en su sistema mediático (Waisbord, 2019).

La investigación identificó que, tras el ataque, la respuesta estatal se centró en la neutralización de los atacantes y en la apertura de un proceso penal por terrorismo (COIP, art. 366). Sin embargo, no se registraron acciones preventivas por parte de otras instituciones del estado, con acciones inmediatas para reforzar la seguridad de otros medios de comunicación.

Finalmente, los resultados evidencian que el caso TC Televisión marcó un precedente en el Ecuador, al ser el primer ataque armado de gran escala contra un medio durante una transmisión en vivo. Este hecho representa un salto cualitativo en la violencia contra periodistas, ya que el crimen organizado pasó de las amenazas veladas y agresiones aisladas a un acto de control simbólico y operativo del espacio informativo. La consecuencia directa

ha sido la instauración de un clima de miedo que ha modificado la dinámica de cobertura periodística en temas de crimen organizado y corrupción.

### **Conclusiones**

El estudio concluye que el ataque armado a TC Televisión del 9 de enero de 2024 constituye un punto de inflexión en la relación entre el crimen organizado y el ejercicio periodístico en Ecuador. El análisis confirma que la violencia criminal no solo amenaza la integridad física de periodistas y trabajadores de medios, sino que altera de manera estructural el ecosistema informativo y restringe la libertad de prensa, el ejercicio de derechos fundamentales como la libertad de expresión, el derecho a la información y el derecho a la opinión. Este caso evidenció que las organizaciones criminales poseen capacidad operativa para intervenir en tiempo real en la agenda mediática, utilizando la cobertura periodística como un vehículo para difundir mensajes de intimidación y control social.

La investigación documentó que el contexto sociopolítico y criminal previo al ataque estaba marcado por un incremento sostenido en la violencia homicida, la expansión del narcotráfico y la penetración del crimen organizado en estructuras estatales. Este escenario generó un entorno de vulnerabilidad para los medios, donde las amenazas y agresiones dejaron de ser hechos aislados para convertirse en prácticas sistemáticas con el fin de condicionar la labor periodística.

El estudio identificó que las rutinas de cobertura y las decisiones editoriales de TC Televisión y otros medios nacionales se vieron profundamente alteradas tras el ataque. La autocensura, la reducción de la cobertura sobre crimen organizado y la priorización de contenidos menos riesgosos se

consolidaron como estrategias de supervivencia profesional. Estos cambios confirman que la violencia criminal produce un «efecto de enfriamiento» [*chilling effect*, en inglés] que limita el debate público y empobrece la calidad del periodismo.

El análisis crítico de las respuestas institucionales evidenció una reacción centrada en la neutralización policial de los agresores y en la apertura de procesos judiciales por terrorismo, pero con escasas acciones preventivas y de protección integral para periodistas y medios, por parte de otras instituciones del Estado. La falta de protocolos interinstitucionales y la ausencia de un sistema nacional de protección para comunicadores expuestos a riesgo contrastan con las buenas prácticas implementadas en otros países de la región.

El caso TC Televisión evidencia que el crimen organizado ha evolucionado hacia estrategias más visibles y simbólicas de intimidación, con impactos duraderos en el periodismo y la democracia ecuatoriana. La construcción de un entorno seguro para el ejercicio periodístico requiere una política integral que aborde simultáneamente la seguridad física de los comunicadores, la resiliencia institucional de los medios y el fortalecimiento de la gobernabilidad frente a las actividades del crimen organizado.

## Referencias

- Arias, E. D. (2017). *Criminal enterprises and governance in Latin America and the Caribbean*. Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/9781316650073>
- Brambila, J. A. (2017). Forced silence: Determinants of journalist killings in Mexico's states. *Journal of Information Policy*, 7, 297-326. <https://doi.org/10.5325/jinfopoli.7.2017.0297>
- Calderoni, F., Comunale, T., Campedelli, G. M., Marchesi, M. y Frualdo, N. (2022). Organized crime groups: A systematic review of individual-level risk factors related to recruitment. *Campbell Systematic Reviews*, 18, e1218. <https://doi.org/10.1002/cl2.1218>
- Código Orgánico Integral Penal [COIP] de 2014. Registro Oficial Suplemento No. 180 de 10 de febrero de 2014.
- Comisión Interamericana de Derechos Humanos [CIDH]. (2013). *Violencia contra periodistas y trabajadores de medios: Estándares interamericanos y prácticas nacionales de prevención, protección y procuración de justicia*. OEA. <http://www.oas.org/es/cidh/expresion/docs/informes/violenciaperiodistas.pdf>
- Corte Interamericana de Derechos Humanos (Corte IDH). (2001). *Caso Ivcher Bronstein vs. Perú*. Fondo. Sentencia de 4 de septiembre de 2001. Serie C No. 84. [https://www.corteidh.or.cr/docs/casos/articulos/seriec\\_84\\_esp.pdf](https://www.corteidh.or.cr/docs/casos/articulos/seriec_84_esp.pdf)
- Creswell, J. W. (2013). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches* (3rd Ed.). SAGE Publications.

- Falconi-Ayón, P. M., Briones-García, S. S., Falconí-Ayón, P. M. y Menéndez-Macías, F. G. (2024). Crimen organizado, una mirada reflexiva y análisis de estado actual. *Revista Científica Arbitrada Multidisciplinaria PENTACIENCIAS*, 6(1), 63-81. <https://doi.org/10.59169/pentaciencias.v6i1.956>
- Flick, U. (2018). *An introduction to qualitative research* (6ta Ed.). SAGE Publications.
- Freedom House. (2024). *Freedom in the World 2024: Ecuador*. Freedom House. <https://freedomhouse.org/report/freedom-world/2024/ecuador>
- Gonzalez, R. A. (2020). Journalism in Violent Times: Mexican Journalists' Responses to Threats and Aggressions. In S. Jamil (Ed.), *Handbook of Research on Combating Threats to Media Freedom and Journalist Safety* (pp. 278-297). IGI Global Scientific Publishing. <https://doi.org/10.4018/978-1-7998-1298-2.ch015>
- González-de-Bustamante, C. y Relly, J. E. (2014). Journalism in times of violence: Social media use by U.S. and Mexican journalists working in northern Mexico. *Digital Journalism*, 2(4), 507-522. <https://doi.org/10.1080/21670811.2014.882067>
- González-de-Bustamante, C. y Relly, J. E. (2021). *Surviving Mexico: Resistance and resilience among journalists in the twenty-first century*. University of Texas Press.
- Hughes, S. y Márquez-Ramírez, M. (2017). Examining the practices that Mexican journalists employ to reduce risk in a context of violence. *International Journal of Communication*, 11, 499-522. <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/5934>

- Hughes, S. y Márquez-Ramírez, M. (2018). How risky is journalism? Digital news reporting in Mexico. *Journalism Studies*, 19(13), 1899-1920. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2017.1310628>
- Levoyer, S. (2019). Los desafíos de la cobertura del crimen organizado en el periodismo ecuatoriano. #PerDebate, 3, 70-87. <https://doi.org/10.18272/pd.v3i1.1557>
- Nacos, B. L. (2016). *Mass-mediated terrorism: Mainstream and digital media in terrorism and counterterrorism* (3era Ed.). Rowman & Littlefield.
- Relly, J. E. y González-de-Bustamante, C. (2017). Silencing Mexico: A study of influences on journalists in the Northern states. *The International Journal of Press/Politics*, 22(4), 539-559. <https://doi.org/10.1177/1940161213509285>
- Reporteros Sin Fronteras (RSF). (2025). *Informe mundial sobre libertad de prensa 2025*. RSF. <https://rsf.org/en/world-press-freedom-index-2025-over-half-worlds-population-red-zones>
- Rivera, R. y Bravo, C. (2020). Crimen organizado y cadenas de valor: el ascenso estratégico del Ecuador en la economía del narcotráfico. *URVIO. Revista Latinoamericana De Estudios De Seguridad*, (28), 8-24. <https://doi.org/10.17141/urvio.28.2020.4410>
- Schmid, A. P. (2021). Prevention of (ab-)use of mass media by terrorists. En A. P. Schmid (Ed.), *Handbook of terrorism prevention and preparedness* (pp. 565-622). International Centre for Counter-Terrorism. <https://icct.nl/publication/handbook-of-terrorism-prevention-and-preparedness/>

Strauss, A. y Corbin, J. (2015). *Basics of qualitative research: Techniques and procedures for developing grounded theory* (4ta Ed.). SAGE Publications.

Tribunal de Garantías Penales Especializado en Delitos de Corrupción y Crimen Organizado. (2025). *Sentencia del proceso No. 17U05-2024-00005 [Caso TC Televisión], 11 de abril de 2025.* <https://procesosjudiciales.funcionjudicial.gob.ec/actuaciones>

Tumber, H. y Webster, F. (2006). *Journalists under fire: Information war and journalistic practices.* SAGE. <https://us.sagepub.com/en-us/nam/journalists-under-fire/book229416>

Waisbord, S. (2019). *The communication manifesto.* Polity Press.

Yin, R. K. (2018). *Case study research and applications: Design and methods* (6ta Ed.). SAGE Publications.

## **Intimidación y su Efecto en el Trabajo Periodístico en Ecuador 2024. Estudio Basado en las Alertas de Agresiones**

### ***Intimidation and its Effect on Journalistic Work in Ecuador 2024. Study Based on Aggression Alerts***

**Ana Valentina Montoya-Cañar<sup>1</sup>**

Egresada

Universidad Indoamérica

[valemontoya2220@gmail.com](mailto:valemontoya2220@gmail.com)

**Lenin Petronio Ruales-Saltos<sup>2</sup>**

Docente tutor de investigación

Universidad Indoamérica

[lruales2@indoamerica.edu.ec](mailto:lruales2@indoamerica.edu.ec)

### **Resumen**

En el contexto ecuatoriano, el trabajo periodístico puede estar sometido a condiciones de alto riesgo; y, entre los factores que limitan la circulación de la información, está la intimidación. Este artículo tiene por objeto analizar el efecto de las prácticas de intimidación a trabajadores y medios de comunicación, con particular interés en aquellas vinculadas a presuntas estructuras de delincuencia organizada. Para ello, se examinan 40 alertas levantadas por el Consejo de Comunicación en el año 2024, para establecer algunas consideraciones sobre los riesgos y efectos que generan; adicional, se utilizan elementos de derecho comparado para

---

1 Estudiante egresada de la Carrera de Derecho en la Universidad Indoamérica, destacada por grandes logros académicos, con espíritu investigativo y gran capacidad de liderazgo. ORCID: <https://orcid.org/0009-0005-6107-0808>.

2 Doctor en Jurisprudencia y Abogado por la Universidad Central del Ecuador, especialista en Gobernanza y Derechos Humanos; actualmente docente a tiempo completo en la Universidad Indoamérica. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9545-3656>.

contrastar marcos normativos y mecanismos de protección adoptados en otros sistemas jurídicos para, en suma, aportar al debate sobre la prevención y protección del ejercicio periodístico en el país.

*Palabras clave:* crimen organizado, intimidación, libertad de expresión, mecanismo de prevención y protección, trabajo periodístico.

### **Abstract**

In Ecuador, journalism can be a high-risk profession, and intimidation is one of the factors that restricts the flow of information. This article aims to analyze the impact of intimidation practices on workers and media outlets, with a particular focus on those associated with alleged organized crime networks. To this end, 40 alerts issued by the Communication Council in 2024 are examined to draw conclusions about the risks involved and the effects they produce. In addition, elements of comparative law are used to contrast regulatory frameworks and protection mechanisms adopted in other legal systems, with the aim of contributing to the debate on the prevention and protection of journalism in the country.

*Keywords:* organized crime networks, intimidation, freedom of speech, prevention and protection mechanism, journalistic work.

### **Introducción**

La violencia contra trabajadores de la comunicación, tanto a nivel nacional como internacional, es cada vez más frecuente. Una de las formas de agresión es la intimidación, misma que pone en peligro no solo el derecho a la libertad de

expresión, sino también a una serie de derechos como la vida e integridad de quienes ejercen el trabajo periodístico.

América Latina es de las regiones más peligrosas para la prensa. Las amenazas contra periodistas son de los principales motivos de autocensura en gran parte de los países; a la par, la consolidación de grupos armados hace que el sector sea más vulnerable; y, la mayor parte del tiempo, estos casos no son de alto interés para los estados, por ende, su respuesta es débil (Higuera, 2025).

En Ecuador, no es hasta 2018, tras lo sucedido con el grupo periodístico de «El Comercio»<sup>3</sup>, que la situación de violencia contra periodistas llamó la atención. Sin embargo, es hasta 2022 que se crea el Mecanismo de Prevención y Protección al Trabajo Periodístico [Mecanismo] como instancia técnica del Consejo de Desarrollo y Promoción de la Información y Comunicación [Consejo de Comunicación] (Ley Orgánica de Comunicación [LOC], 2024, art. 42.1); y, en 2023, se establecen lineamientos para su operación y articulación a través del Reglamento a la Ley Orgánica de Comunicación [RLOC] (2023, cap. III). Sin embargo, es importante analizar el ejercicio mismo del periodismo en el país.

Puntualmente, el estudio presenta la situación de riesgo en que se encuentran los trabajadores de la comunicación, al recibir amenazas de presuntos grupos de delincuencia organizada [GDO] y sus efectos; para ello, se toma como base las alertas por agresiones levantadas por

---

<sup>3</sup> El equipo periodístico de «El Comercio», conformado por Javier Ortega, Paúl Rivas y Efraín Segarra, realizaba una investigación en la frontera norte; durante su labor, fueron secuestrados por el Frente Oliver Sinisterra, grupo disidente de las FARC. El desenlace fue su asesinato el 13 de abril de 2018; al momento, no se tiene una certeza de la responsabilidad estatal (Periodistas Sin Cadenas, 2022).

el Consejo de Comunicación en 2024, junto al análisis de la normativa, mecanismos de protección y comparación con Colombia para ubicar el debate como una problemática que supera las fronteras del Ecuador.

Las amenazas contra quienes pretenden informar a la ciudadanía afectan gravemente a la integridad y seguridad de los periodistas (Cano, 2018), por lo que es importante implementar estrategias que garanticen la protección de quienes realizan esta labor y se fortalezcan las respuestas institucionales ante este fenómeno.

Para un mejor entendimiento, se parte de un acercamiento conceptual sobre la intimidación y se establece el grupo objetivo; a su vez, se contextualiza la problemática.

### ***¿Qué es Intimidación?***

Bajo la legislación ecuatoriana, es considerada un delito. Se configura cuando una persona amenaza a otra con causarle daño, al cometer un ilícito que lo afecte de forma directa a él, a un miembro de su familia u otra persona con la que se encuentre relacionada (Código Orgánico Integral Penal [COIP], 2024, art. 154).

Esta debe ser verosímil, es decir, se debe comprobar que la amenaza es real y pone en peligro al bien jurídico protegido del sujeto pasivo; caso contrario se considera como una simple advertencia carente de relevancia penal (Cortez-Robledo, 2022).

Gimbernat Enrique (como se citó en Acurio-del-Pino, 2017, p. 9) establece que la amenaza es el medio de intimidación. Un acto de violencia que pretende doblegar la voluntad de la víctima y es capaz de ocasionar gran temor al punto de generar un mal futuro sobre la persona o sus bienes.

La Relatoría Especial para la Libertad de Expresión [RELE] (2010) reconoce que la intimidación contra periodistas y demás trabajadores de la comunicación pone en peligro el derecho a la libertad de expresión; asimismo, genera un efecto amedrentador. El temor a informar sobre temas relevantes y de alto impacto ocasiona que el flujo de información sea limitado; este efecto es bilateral ya que obstaculiza la promulgación del libre debate de ideas y opiniones en la sociedad.

En el caso Vélez Restrepo y Familiares vs Colombia (Corte Interamericana de Derechos Humanos [Corte IDH], 2012), la Corte IDH manifestó que...

[...] el ejercicio periodístico sólo puede efectuarse libremente cuando las personas que lo realizan no son víctimas de amenazas ni de agresiones físicas, psíquicas o morales u otros actos de hostigamiento. Esos actos constituyen serios obstáculos para el pleno ejercicio de la libertad de expresión. (párr. 209)

En suma, la intimidación es una forma de violencia, compuesta por amenazas que tienen el propósito de generar temor; obligando a las víctimas a realizar o evitar ciertas actividades en contra de su voluntad. Con relación a los trabajadores de la comunicación, esta práctica representa un riesgo pues genera autocensura y restringe la difusión de información relevante para la sociedad.

### ***Trabajadores de la Comunicación***

En una sociedad democrática, probablemente, el periodismo es la forma más importante de ejercer el derecho a la libertad de expresión. Los periodistas y demás

trabajadores de la comunicación son quienes se encargan de mantener informada a la población y consolidar de esta manera el debate público (Caso Herrera Ulloa vs. Costa Rica, 2004).

La Corte IDH, en su opinión consultiva OC-5/85 (1985), atribuye el derecho de expresarse libremente a cualquier individuo. Además, indica que cualquier tipo de restricción al acceso al derecho a expresarse constituye una vulneración de derechos individuales y colectivos (párr. 30). Este mismo documento plantea que la colegiación obligatoria a periodistas para ejercer este derecho, es una forma de impedir la libre circulación de información (párr. 54). Así, a diferencia de otras profesiones no se necesita acreditación. Al respecto, la Corte Constitucional Ecuatoriana [Corte Constitucional] (2019), en su sentencia No. 282-13-JP/19 determina que “[...] la titularidad de este derecho no está restringida a determinada profesión o grupo de personas, ni al ámbito de la libertad de prensa” (párr. 58).

En la Observación N. 34 del Comité de Derechos Humanos de la ONU (2011), se reconoce que en la función periodística no solo participan profesionales de la materia, sino más bien cualquier persona capaz de buscar, recibir o difundir información. Tal es el caso de autores de blogs, analistas o personas que publican por su propia cuenta en medios digitales (párr. 44).

En Ecuador, el RLOC (2023) define como “personas trabajadoras de la comunicación” a...

[...] aquellas que laboren en un medio de comunicación o de forma independiente y que se dediquen a la recopilación, tratamiento o difusión de

la información al público, incluyendo: periodistas, reporteros, camarógrafos, fotógrafos, personal de apoyo técnico, operativo y directivo y otros que sean determinados por el Mecanismo de Prevención y Protección del Trabajo Periodístico. (art. 5, núm. 7 )

Como refiere Pascual (2023), cumplen con la doble dimensión del derecho a la libertad de expresión; en primer lugar, ser libres de expresar su propio pensamiento, utilizando cualquier medio apropiado para difundirlo y, en segundo lugar, permiten a la sociedad el intercambio de ideas, opiniones e información.

### ***Protección Legal a Personas Trabajadoras de la Comunicación en Colombia y Ecuador***

El ejercicio periodístico en América Latina se somete a constantes desafíos, como asesinatos, amenazas y persecución. Las olas de violencia, los conflictos políticos y sociales se desempeñan como un limitante al derecho de la libertad de expresión, afectando directamente al sector de la comunicación y al ejercicio periodístico en la región (Álvarez, 2016).

Se identifica que, la libertad de expresión, el derecho a la vida y el derecho a la seguridad e integridad personal son vulnerados, principalmente por amenazas de grupos criminales (RELE, 2010).

Dado que esta es una problemática regional y, para contrastar los niveles de protección para trabajadores de la comunicación, a continuación, se contextualizará la realidad de Ecuador en la materia y, a su vez, se presentará el caso de Colombia para tener un punto de comparación.

**Colombia.** La Constitución Política (1991) reconoce el derecho a la libertad de expresión como fundamental; y, garantiza la facultad de buscar y difundir información verificada, así como la expresión libre de pensamientos y opiniones sin censura (Título II Capítulo I, art 20). También, reconoce la obligación de protección del Estado hacia los periodistas para asegurar el desarrollo pleno de su labor y establece que la actividad periodística deberá contar con protección para garantizar su desarrollo, independencia y libertad profesional (art. 73).

Colombia ha vivido una serie de acontecimientos sociales que marcan una historia violenta. La consolidación de grupos armados, incrementa los riesgos para los profesionales de la comunicación quienes frecuentemente son blanco de amenazas, intimidaciones y actos de violencia (Reporteros Sin Fronteras [RSF], 2024).

La RELE (2017) expone que: si bien es cierto una de las responsabilidades del Estado es proteger a los trabajadores de la comunicación, su deber además es prevenir, investigar y sancionar la violencia contra quienes se dedican a informar a la sociedad. A su vez, la Corte IDH dispone que debe existir en la ley una especie de protección reforzada que asegure el respeto de los derechos de quienes laboran en este ámbito (Caso Carvajal Carvajal y otros vs Colombia, 2018, párr. 151).

La legislación colombiana reconoce que el contexto social para los periodistas es sumamente complicado. El Código Penal (2000) integra una serie de consideraciones relacionadas al Derecho Internacional Humanitario, en las que se incluye una serie de delitos contra personas y bienes protegidos; y varias de las tipificaciones penales, como el

homicidio o la tortura, se encuentran caracterizadas con respecto al cuidado de periodistas, quienes constan como personas protegidas en contexto de conflicto armado.

Dicho Código no se limita a la caracterización de periodistas como personas protegidas; dando cumplimiento al artículo 73 de su Constitución (1991), el ataque a periodistas en determinados delitos es considerado como una situación agravante de la pena.

**Tabla 1**

*Delitos contra periodistas en el Código Penal (2000)*

Delito	Persona Común	Periodista	(%) Aumento de Pena
<b>Homicidio</b>	<i>Mínima:</i> 208 meses	<i>Mínima:</i> 480 meses	130,77%
	<i>Máxima:</i> 450 meses	<i>Máxima:</i> 600 meses	33,33%
<b>Tortura</b>	<i>Mínima:</i> 128 meses	<i>Mínima:</i> Se incrementa hasta en 1/3.	33%
	<i>Máxima:</i> 270 meses	<i>Máxima:</i> Se incrementa hasta en 1/3.	33%
<b>Secuestro Extorsivo</b>	<i>Mínima:</i> 320 meses	<i>Mínima:</i> 448 meses	40%
	<i>Máxima:</i> 504 meses	<i>Máxima:</i> 600 meses	19%
<b>Desplazamiento Forzado</b>	<i>Mínima:</i> 96 meses	<i>Mínima:</i> Se incrementa hasta en 1/3.	33%
	<i>Máxima:</i> 216 meses	<i>Máxima:</i> Se incrementa hasta en 1/3.	33%
<b>Amenaza</b>	<i>Mínima:</i> 4 años (48 meses)	<i>Mínima:</i> Se incrementa hasta en 1/3.	33%
	<i>Máxima:</i> 8 años (96 meses)	<i>Máxima:</i> Se incrementa hasta en 1/3.	33%

*Nota:* Elaboración propia con base al Código Penal (2000).

Con la determinación de agravantes, o a su vez, penas mayores en estos delitos; cuando se cometan contra periodistas; se evidencia que la normativa colombiana da un tratamiento jurídico reforzado a la protección de los derechos relacionados al trabajo periodístico, buscando garantizar el libre ejercicio de la libertad de expresión y los demás derechos que puedan encontrarse en riesgo o que ya hayan sido vulnerados.

A pesar de esto, en el país el periodismo continúa siendo una profesión de alto riesgo. El informe anual de la RELE (2023) denota que las amenazas y actos violentos en Colombia tienen una tendencia ascendente y la falta de investigación por parte de las autoridades hace que la situación de riesgo empeore (p. 137).

**Ecuador.** A pesar que la Carta Magna no cuenta expresamente con principios normativos diferenciadores para la protección de delitos contra trabajadores de la comunicación, la Corte Constitucional (2024) en su sentencia 4-21-DN/24 acoge criterios de la Corte IDH y determina que...

[...] los periodistas deben gozar de protección para el ejercicio de su profesión, como parte del deber de garantizar el derecho a la libertad de expresión. El respeto y la garantía del derecho a la vida y la libertad de expresión de los periodistas se encuentran estrechamente relacionados (párr. 75).

La Constitución (2008), en el artículo 18, establece que las personas tienen derecho a buscar, intercambiar, difundir información y así mismo acceder libremente a ella. También, reconoce que el estado debe garantizar a las

personas el derecho a opinar y expresarse libremente en cualquier forma o manifestación (art.66, núm.6).

Conexo, el COIP (2024), en la sección cuarta del título II, considera una serie de delitos contra personas y bienes protegidos por el Derecho Internacional Humanitario. Sin embargo, no cuenta con preceptos diferenciadores, por lo que, no se considera el hecho de que la víctima sea un periodista motivo para aumentar la pena. A diferencia de la legislación colombiana, misma que castiga que forma más contundente, con más años de privación de libertad a los delitos contra trabajadores de la comunicación.

**Tabla 2**

*Delitos contra periodistas en el COIP (2024)*

<b>Delito</b>	<b>Persona Común</b>	<b>Periodista</b>
Homicidio	10 a 13 años	No se aplica pena diferenciada.
Secuestro Extorsivo	13 a 16 años	
Intimidación	1 a 3 años	
Tortura	7 a 10 años	

*Nota:* Elaboración propia con base al COIP (2024).

Para el caso de la libertad de expresión, en Ecuador existen normas específicas como la LOC y su Reglamento. Referente a las agresiones que pueden sufrir periodistas, el Protocolo de Actuación ante Agresiones a Personas Trabajadoras de la Comunicación [Protocolo] enlista una serie de categorías de ataques que vulneran sus derechos. Entre ellos se encuentran delitos como acoso sexual, asesinato, secuestro, robo e intimidación (Consejo de Comunicación, 2022) que sirven para levantar alertas de agresiones (2025b).

### ***Mecanismos de Protección en Colombia y Ecuador***

En la sentencia del caso *Bedoya Lima vs Colombia* (2021), la Corte IDH destaca que es importante que se proteja el ejercicio periodístico y se apliquen criterios diferenciadores en delitos que se cometan sobre periodistas, además, las agresiones como las amenazas son consideradas factores de predictibilidad para la materialización de delitos más graves como el asesinato (párr. 94). En la Sentencia *Palacio Urrutia vs Ecuador* la Corte IDH (2021), considera que los periodistas deben contar con protección diferenciada para el libre ejercicio de su labor; también, determina que es plena obligación de los Estados identificar, evaluar e intervenir ante situaciones de riesgo inminente que ponga en peligro derechos de los trabajadores de la comunicación (*Caso Vélez Restrepo y familiares vs. Colombia*, 2012).

La Declaración Conjunta sobre Delitos Contra la Libertad de Expresión (2012) dicta que es necesaria la creación de programas de protección especializados, efectivos y concretos que analicen el riesgo individual y proporcionen medidas que permitan la continuidad del ejercicio de la libertad de expresión (p. 2).

En este marco, los mecanismos de prevención y protección nacen de una necesidad social de crear políticas públicas que garanticen la seguridad de quienes son amenazados por el hecho de ejercer su labor periodística. La intervención de organizaciones criminales, marcos normativos débiles, diseño de medidas ineficientes, son factores que promueven un espiral de violencia contra la prensa (RSF, 2022).

**Colombia.** Se ha implementado –desde el 2011– la Unidad Nacional de Protección [UNP] como una entidad adscrita al Ministerio del Interior que cuenta con presupuesto autónomo y centra sus funciones en la protección de personas que se encuentran en situación de riesgo real e inminente (FLIP, 2012). Entre sus funciones se encuentra el articular, definir e implementar medidas de protección idóneas y oportunas que cuenten con enfoque diferencial; estas se deben adaptar al nivel de riesgo suscitado por la amenaza. Además, periódicamente hace seguimientos y diagnósticos que permitan determinar la eficacia de las medidas implementadas (Decreto 4065, 2011).

El Decreto 1066 de 2015 dicta que, el riesgo es conocido como la probabilidad de que el daño hacia una persona o colectividad ocurra; y se categorizaron tres tipos: ordinario, extraordinario y extremo. Puntualmente la UNP se encarga de intervenir ante el riesgo extraordinario y el riesgo extremo: el primero deberá ser individualizado, específico, concreto, presente y comprobable; y, el segundo deberá cumplir con todas las características del riesgo extraordinario y además ser real e inminente para la protección de la persona que lo esté viviendo.

Es importante aclarar que, este mecanismo de protección no es único para periodistas o comunicadores; es un medio de protección de riesgos para una gran categoría de personas, quienes solicitan a la entidad intervención (UNP, s.f. ). Sin embargo, la Corte Constitucional Colombiana solicitó que se brinde mayor protección a periodistas en la sentencia T-040-23 (2023) . La calificación

del riesgo debe cumplir con parámetros de: A) causalidad, con la existencia de la relación directa entre el solicitante y el riesgo y B) idoneidad al establecer las medidas adecuadas al protegido y su nivel de riesgo (párr. 48).

### Tabla 3

#### *Parámetros para caracterización de riesgo de periodistas*

<b>Factores para determinar nivel de riesgo a periodistas</b>	
<b>Perfil del Comunicador</b>	Valorar el nivel de difusión de información, tipo de audiencia y respaldo institucional.
<b>Tipo de contenido</b>	Evaluar si el contenido es de carácter social, ideológico o político.
<b>Ubicación geográfica</b>	Determinar el territorio en que desempeña su labor periodística, pues hay zonas con mayor vulnerabilidad.

*Nota:* Elaboración propia con base en la sentencia T-040-23 (2023).

Pese a que Colombia cuenta con un sistema desarrollado de protección a trabajadores de la comunicación, en 2024, la CIDH realizó observaciones preliminares tras su visita *in loco* en las que revela que la libertad de expresión se encuentra en alto riesgo.

El informe determina que, las amenazas por parte de grupos armados continúan siendo la principal forma de amedrentamiento a periodistas, quienes son forzados a difundir temas específicos y a adoptar líneas editoriales que beneficie los intereses del grupo (p. 21). Sumado a ello, critica el accionar de la UNP pues considera que las

medidas de prevención y protección han sido gestionadas de manera inadecuada, lo que ocasiona impunidad en casos de amenazas, vulnerando el derecho a la vida, integridad y seguridad de los trabajadores de la comunicación (p. 22).

Por su parte, RSF (2022) alerta que el enfoque de este mecanismo es meramente reactivo. Considera que, la UNP deja de lado la prevención del riesgo y dedica su labor a implementar medidas de protección que carecen de enfoques diferenciales, colectivos e interseccionales. Además, indica que las medidas de protección son desfasadas pues se establecen desde un parámetro generalizado y no específico a situaciones particulares que pueden tener los comunicadores: se toman medidas sin escuchar al periodista, de forma unilateral, muchas veces poco efectivas.

El Índice de Chapultepec (2024a) que mide la situación de Libertad de Expresión establece que, para el 2024, las intimidaciones y ataques a periodistas por parte del crimen organizado en Colombia tuvieron una constante ascendente. Lo que evidencia la falta de investigación oportuna y el incremento de la impunidad, haciendo que el mecanismo de prevención y protección sea visto como una herramienta poco factible.

**Ecuador.** El Mecanismo es relativamente nuevo; fue creado en el año 2022 tras una reforma a la LOC (2022); y, es una instancia técnica del Consejo de Comunicación dedicada a la prevención y protección del trabajo periodístico en el país (art. 42.1). Se le atribuyen una serie de actividades como: la evaluación de riesgos, elaboración de protocolos, monitoreo de agresiones, propuesta de medidas de prevención y protección, entre otras que pretenden garantizar la seguridad del ejercicio periodístico (2022).

En 2023, entra en vigencia el RLOC, normativa en la que se amplía el alcance, estructura y funcionamiento del Mecanismo, lo que permite su operación (Higuera, 2024). Este hace énfasis en la necesidad de instituir medidas adecuadas con enfoque diferencial, e interseccional que aseguren el ejercicio del trabajo periodístico estableciendo lineamientos para la creación de unidades de prevención, protección y evaluación de agresiones que pongan en riesgo la integridad del trabajador de la comunicación (RLOC, 2023, art. 21).

El Mecanismo limita sus acciones a lo que designe el Estado al Consejo de Comunicación, pues la norma prevé que el Mecanismo es responsabilidad de esta entidad, haciendo que trabajen de manera conjunta (LOC, 2022, art. 42.1).

Para muchas organizaciones civiles resulta preocupante que exista una instancia técnica que no cuente con fondos suficientes para cumplir con las obligaciones que establece la norma. Así, Periodistas Sin Cadenas [PSC], denuncian que la falta de presupuesto le resta autonomía y eficacia al Mecanismo (PSC, 2024a).

Otra de las particularidades del Mecanismo es que –en Ecuador– es exclusivo para el cuidado de las personas trabajadoras de la comunicación en riesgo o bajo amenazas que pongan en peligro el desarrollo de sus actividades profesionales. De cierta forma se brinda un tipo de protección diferenciada por el riesgo.

Es así que la LOC en su artículo 42.1 determina cuáles son las actividades de riesgo en las que se puede encontrar un trabajador de la comunicación.

Consecuentemente el RLOC indica que, se debe implementar instrumentos técnicos adecuados para reducir los factores de riesgo a los que están sometidos los trabajadores de la comunicación (art. 27).

La RELE (2024), tras su visita a Ecuador en marzo de 2024 indica que el Mecanismo no ha mostrado resultados y se ha visto vulnerable ante los hechos de violencia suscitados en el país. Tal es el caso TC en que se evidenció que el Mecanismo no cuenta con lineamientos de evaluación para medir el nivel de riesgo del periodista.

Al analizar el Protocolo implementado por el Mecanismo de manera conjunta con el Consejo de Comunicación, se evidencia que en Ecuador no existe una clasificación de riesgos que permita evidenciar el nivel de peligro al que puede estar expuesto el periodista y su equipo.

Sin embargo, cuenta con procesos sistemáticos para el tratamiento de la agresión.

**Tabla 4**

*Actuación ante agresiones a periodistas (resumido)*

<b>Alertas de agresión</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Monitoreo en redes</li> <li>• Notificaciones externas</li> </ul>
<b>Informe técnico</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Informe sistematizado en el que se caracteriza la agresión.</li> <li>• Se hace el primer contacto con el periodista para escuchar lo sucedido y brindarle acompañamiento.</li> </ul>
<b>Medidas</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se aplican medidas de prevención o protección. Incluyen: <b>A)</b> seguimiento de denuncias o presentarlas en Fiscalía, <b>B)</b> solicitar información a otras entidades como Defensoría o Ministerios y dar acompañamiento al caso.</li> </ul>

*Nota:* Elaboración propia a partir del Protocolo (Consejo de Comunicación, 2022).

Los lineamientos necesarios para garantizar la protección a periodistas incluyen perspectivas diferenciadas de riesgo, adopción de protocolos de prevención que incluyan espacios de interlocución entre el Estado, trabajadores de la comunicación y sociedad civil. Así también estándares de protección en los que se priorice la debida investigación a ataques contra periodistas, juzgar y sancionar a los culpables.

El índice de Chapultepec (2024b) registra una subida de 3 puntos de mejora en la situación de la libertad de expresión y se atribuye este alcance a la implementación del RLOC que delimita el accionar del Mecanismo; a pesar de esto, la tendencia de violencia continúa hacia los periodistas en el país.

El informe de la CIDH de 2024 indica que se deben tomar medidas presupuestarias, técnicas y políticas adecuadas para garantizar el funcionamiento del Mecanismo; también, se deben fortalecer las medidas de prevención y protección que garanticen el desenvolvimiento del periodismo en un entorno seguro abordando los desafíos que implica la labor periodística.

A su vez, Infobae (Loaiza, 2025) señala que la falta de articulación institucional hace que se genere un ambiente de autocensura, silenciamiento y exilio en Ecuador; además, la falta de medidas concretas con base en riesgo, causa que el Mecanismo sea una instancia estatal poco factible en brindar seguridad a quienes ejercen esta profesión.

### ***Amenaza como Forma de Intimidación a Personas Trabajadoras de la Comunicación***

A nivel regional, la RELE (2013) indica que la presencia activa de grupos de delincuencia organizada representa el

principal limitante para el libre ejercicio periodístico; con amenazas como principal medio de agresión, pretenden quebrantar derechos fundamentales como la vida y la integridad personal de los trabajadores de la comunicación (párr. 18); así mismo, alertan que dicha amenaza en sí es sumamente grave, pues no hace falta que el hecho violento se materialice para que se pueda silenciar al periodista o frenar la labor de comunicación; el miedo que genera logra que la persona se aparte y deje de lado su profesión (párr. 15); y, determina que son amenazados y perseguidos por su interés de informar o por seguir una línea de investigación de alto interés social. Esto posiciona a los periodistas como trabajadores bajo riesgo especial.

RSF (2011) indica que el crimen organizado es el principal predador de la prensa, a tal punto de que tienen la noticia a su disposición; y es que logran que se difunda lo que les interesa a sus estructuras criminales. En ese sentido, la labor periodística ha pasado de ser crítica a subordinarse a las industrias del terror impartido por las mafias.

Garcés y Andino (2020) exponen que el trabajo periodístico es visto para la delincuencia organizada como su principal enemigo; la finalidad de informar realidades cercanas y hechos relevantes hacen que se pongan en la mira de estas organizaciones. Mientras más amenazas existan, mayor es el riesgo de cobertura de la noticia.

En Ecuador, PSC (2024b) considera que, las constantes amenazas de grupos criminales minimizan la cobertura de temas de relevancia como narcotráfico, corrupción, delincuencia organizada y otros temas relacionados; efectos que se logran evidenciar en la trascendencia de la noticia o la frecuencia de la información.

Las amenazas de muerte, perpetradas principalmente por presuntos grupos de delincuencia organizada, es la forma más común de atacar a periodistas y demás trabajadores de la comunicación. Estas generan en quienes la reciben efectos negativos que les hacen temer por su vida e integridad; orillándolos así a abandonar su profesión o a tomar otra serie de medidas de seguridad (Noroña, 2024).

El Consejo de Comunicación en coordinación con el Mecanismo como instancia técnica, desde 2021, a través de un sistema de alertas (Consejo de Comunicación, 2025) identifica agresiones contra este grupo humano; y, dentro de la tipología que utiliza para la caracterización, la amenaza se define como la intimidación a periodistas, sus familias o medios de comunicación con el propósito de evitar la difusión de determinado contenido. Entre 2023 y 2024 fue la más frecuente, figurando como principales agresores sujetos desconocidos<sup>4</sup>, ciudadanía y agentes estatales.

### **Metodología**

El estudio se realiza con un enfoque mixto y alcance correlacional (Timoteo et al, 2023), para abordar el problema desde perspectivas diferenciadas e identificar la relación existente entre la intimidación realizada mediante amenazas y el efecto inmediato que generan en el trabajo periodístico.

En el componente cuantitativo se aplica la sistematización de datos obtenidos tras el análisis de casos. El punto de partida son 131 alertas levantados por agresiones contra tabajadores de la comunicación (Consejo de Comunicación, 2025); de estas, el universo de análisis se

---

<sup>4</sup> “Desconocidos” son agresores que, por distintos factores, no lograron ser identificados al momento de levantar la alerta.

reduce a 40 amenazas en el año 2024. Se utilizan variables como el tipo de agresor, motivo del ataque y efecto generado en el trabajador de la comunicación.

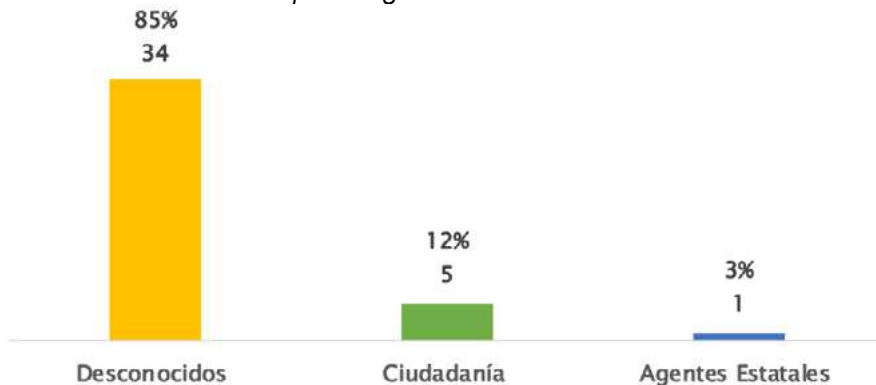
Se implementa el método dogmático y exegético para el análisis sistemático de conceptos doctrinales y normas jurídicas (Contreras et al, 2022), referentes al cuidado de periodistas. Dichos conceptos fueron expuestos en los antecedentes y servirán para el análisis en la sección de discusión.

### Resultados

La investigación presenta elementos relacionados a los efectos de la intimidación hacia la labor periodística en Ecuador en 2024; se inicia con los agresores, estatales y no estatales (RLOC, 2023; Consejo de Comunicación, 2025). Dentro de estos últimos se encuentran los “desconocidos” (2025).

#### Figura 1

Caracterización del tipo de agresor



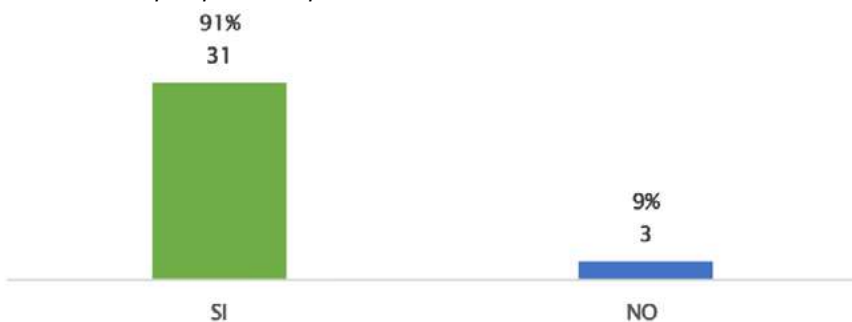
*Nota:* Elaboración propia. Fuente: Consejo de Comunicación (2025).

La Figura 1 refleja que 34 de las amenazas recibidas, el 85% del total, fueron atribuidas a agentes desconocidos; mientras que cinco de ellas, es decir el 12% fueron por la ciudadanía; y, una, 3% del total, fue por parte de agentes estatales.

A partir de aquí, se analizan las 34 alertas de amenazas cuyo agresor es de tipo “desconocidos” (2025); y, se identifican cuántas se dieron presuntamente por Grupos de Delincuencia Organizada [GDO].

### Figura 2

*Amenazas por parte de presuntos GDO*



*Nota:* Elaboración propia con base a información del Consejo de Comunicación (2025).

La Figura 2 indica que: 31 amenazas, equivalentes el 91% de los actos de intimidación, se dieron presumiblemente por parte de integrantes de grupos delictivos; mientras que, tres amenazas, es decir, 9% del total, fueron por otros actores desconocidos.

Se presume como posible agresor a un GDO con base a la forma en que se dieron las amenazas, donde se utilizan medios digitales o panfletos. En ambos casos, con mensajes intimidantes, que aludían a la potencial afectación de la vida

e integridad de los trabajadores de la comunicación o su entorno cercano.

Una vez identificadas las 31 alertas de amenazas de presuntos GDO como posibles agresores, se sistematiza el principal motivo.

**Figura 3**

*Motivo de intimidación por parte de presuntos GDO*



*Nota:* Elaboración propia con base a información del Consejo de Comunicación (2025).

La Figura 3 muestra que: 25 se deben a la línea de investigación del periodista, lo que representa el 80%. Por su parte, las agresiones relacionadas a la aceptación o rechazo de solicitudes de presuntos GDO y otras causas registran tres casos cada una, es decir, 10% respectivamente.

Así, se determinan dos motivos principales de agresión: primero, la línea de investigación de los trabajadores de la comunicación, principalmente relacionada a temas de narcotráfico, minería ilegal o funcionamiento de GDO; y, segundo, solicitudes expresas a los periodistas para que

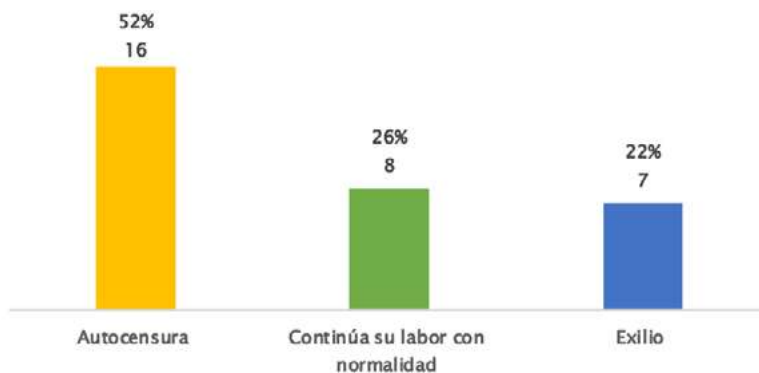
se difunda información específica, como comunicados amenazantes para la población. Por mencionar un caso conocido públicamente, un periodista de Radio Integración fue obligado a leer un panfleto de una organización criminal, en vivo, en su espacio de noticias; en caso de no hacerlo, asesinarían a él y su familia. (Fundamedios, 2024b)

El porcentaje referente a «otros» son solicitudes, como ayudas económicas.

Ahora bien, los efectos negativos inmediatos varían conforme a la gravedad de la amenaza percibida y/o contextualizada.

#### Figura 4

*Efectos de la intimidación por presuntos GDO sobre los trabajadores de la comunicación*



*Nota:* Elaboración propia con base a información del Consejo de Comunicación (2025).

Se obtuvo como resultado que: la autocensura<sup>5</sup>, con 16 casos, representa el 52%. Mientras que el exilio, con 7

<sup>5</sup> La autocensura, es el auto silenciamiento condicionado por el miedo a posibles consecuencias negativas por el hecho de difundir cierto tipo de información (Casamadrid, 2025).

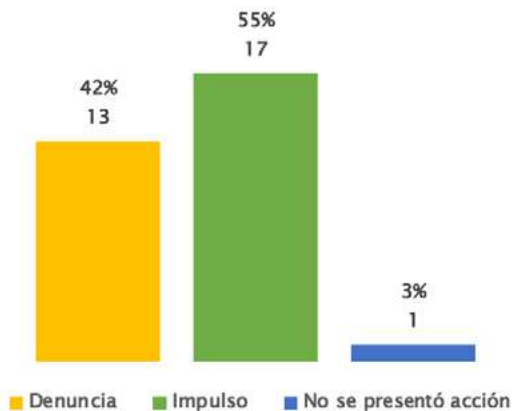
casos, representa el 22%. Y, 8 periodistas, 26% del total, continuaron con su labor periodística.

Cabe señalar que el exilio refiere a salir del país o migración interna para precautelar su seguridad y la de sus familias. Al respecto, fue público el caso de Jorge Navarrete, quien recibió amenazas por una nota sobre plantaciones de coca en la frontera norte (Fundamedios, 2024a); aunque, actualmente regresó al Ecuador y ejerce el periodismo.

El Mecanismo de manera conjunta con el Consejo de Comunicación gestionan una serie de acciones preventivas y de protección para precautelar los derechos de los trabajadores de la comunicación. La Figura 5 evidencia dichas acciones ante el delito de intimidación.

**Figura 5**

*Medidas tomadas por el Mecanismo como instancia técnica del Consejo de Comunicación*

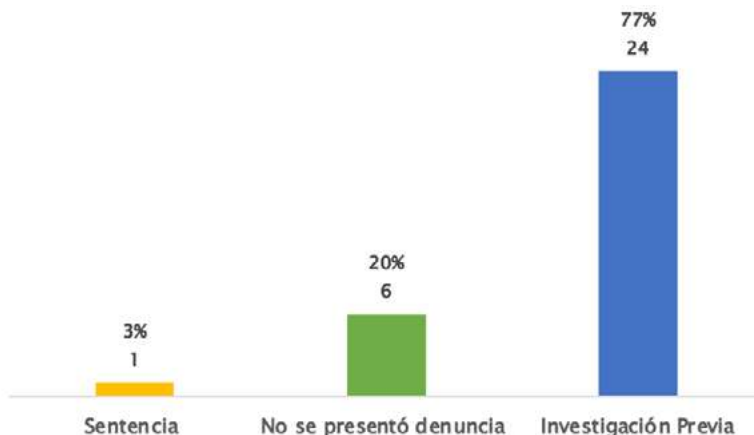


*Nota:* Elaboración propia con base a información del Consejo de Comunicación (2025).

Los datos muestran que, en los casos donde se ejecutaron medidas de prevención y protección, el 55%, 17 de los casos, corresponden a impulsos<sup>6</sup> fiscales y oficios enviados ante entidades como el Ministerio del Interior, la Defensoría del Pueblo y el Ministerio de Salud; mientras que el 42%, 13 de ellos, son denuncias<sup>7</sup> presentadas ante la Fiscalía General del Estado [FGE]. Por el contrario, en uno de los casos, referentes al 3%, no se tomaron acciones.

**Figura 6**

*Estado en el que se encuentran las denuncias*



*Nota:* Elaboración propia. Fuente: FGE (2025).

Hasta mayo de 2025, fecha en que se realizó la revisión documental para esta investigación, 24 denuncias continúan en investigación previa<sup>8</sup>, es decir, el 77%. 6

6 Impulsos: escritos enviados a instituciones para que se dé el debido trámite a una acción previamente interpuesta (COIP,2024).

7 Denuncia: forma de comunicar a Fiscalía sobre la existencia de un presunto delito (COIP,2024)

8 Fase pre procesal, se recopilan elementos de convicción con los que el

periodistas no presentaron acciones, es decir, el 20%. Solamente un caso, es decir, el 3% del total fue resuelto en la justicia y corresponde al de TC Televisión<sup>9</sup> donde los miembros del GDO fueron detenidos en delito flagrante<sup>10</sup>.

## **Discusión**

### ***Protección a Personas Trabajadoras de la Comunicación***

La intimidación hacia personas trabajadoras de la comunicación es una problemática a nivel regional, donde uno de los principales agresores son grupos delictivos que utilizan amenazas como estrategia para limitar la difusión de información en la sociedad. Los mecanismos de prevención y protección son una de las alternativas gubernamentales para enfrentar este particular, como en Colombia y Ecuador; sin embargo, existen deficiencias en ambas realidades.

A pesar de la existencia de avances referentes al cuidado de los trabajadores de la comunicación, en la normativa y lineamientos ecuatorianos, faltan criterios diferenciados para brindar una protección reforzada a aquellos que se encuentren en contextos de violencia; por ejemplo; generar la caracterización del riesgo conforme la gravedad de la amenaza; la tipificación de delitos o situaciones agravantes relacionadas a trabajadores de la comunicación; la precisión de criterios para la identificación de agresores, como los GDO; entre otros elementos.

Asimismo, en la mayoría de ocasiones, el accionar estatal resulta débil para garantizar el desenvolvimiento

---

fiscal podrá formular cargos (COIP, 2024)

9 El 9 de enero de 2024 miembros del GDO "Tiguerones" irrumpieron armados en TC Televisión y amenazaron al personal durante transmisión en vivo (Primicias, 2024).

10 Se entiende por delito flagrante cuando se detiene a la persona en el momento que comete el delito (COIP, 2024).

seguro de quienes cumplen con la labor de comunicar; esto se debe a factores como la limitación presupuestaria del Mecanismo.

### ***Intimidación Hacia la Labor Periodística en Ecuador 2024***

Los hallazgos permiten establecer algunos elementos de análisis acerca del efecto de la intimidación sobre los derechos de los trabajadores de la comunicación en Ecuador, durante 2024: 40 alertas de amenazas evidencian un problema que pone en riesgo no solo la libertad de expresión, sino también otros derechos como la vida, integridad y seguridad de quienes realizan esta labor.

Uno de los resultados que llama la atención, es la identificación de presuntos grupos de delincuencia organizada [GDO] como el principal agresor «desconocido», en un 91%. Esto concuerda con lo dicho por Periodistas Sin Cadenas (2024b), que advierte sobre la influencia de grupos criminales en la labor periodística, donde el control de la noticia se convierte en su objeto estratégico.

La razón de estas agresiones responde, principalmente, a la línea de investigación; el 80% de las amenazas, realizadas por presuntos grupos criminales, son por temas de alto interés social relacionados al narcotráfico, minería ilegal o funcionamiento de estructuras criminales; esto denota que el periodismo de investigación recibe más amenazas. Si bien, solo un caso es atribuido judicialmente a GDO, con la presunción se debe agilizar la actuación estatal, considerando la gravedad de la alerta que se puede generar.

Con respecto a los efectos que genera la intimidación, la autocensura, presente en el 52% de los casos es, probablemente, la consecuencia más grave, pues

repercute en la doble dimensión del derecho a la libertad de expresión; por un lado, el periodista modifica su agenda informativa por temor y deja de difundir hechos noticiosos; y, por otro lado, en la ciudadanía se restringe el debate y la opinión.

Los casos de exilio, al interior del territorio o internacional, evidencian la falta de seguridad para la prensa que se encuentra en riesgo: en 7 casos, los trabajadores de la comunicación no encontraron otra opción para precautelar sus derechos o los de sus allegados.

El trabajo conjunto del Mecanismo con el Consejo de Comunicación demuestra voluntad institucional para prevenir y proteger amenazas contra trabajadores de la comunicación; sin embargo, en ocasiones resultan insuficientes porque deben concretarse en otras instancias. Durante 2024, las principales medidas utilizadas fueron el envío de oficios e impulsos a varias instituciones y la presentación de denuncias; que son medidas que alertan sobre la existencia de un riesgo a otras instituciones.

Para el caso, principalmente, pasan al Sistema Judicial, donde la Fiscalía General del Estado demuestra limitaciones en su capacidad de identificar a los agresores y dar una resolución sobre las denuncias en firme: el hecho de que solo un caso de los 25 presentados haya obtenido sentencia revela fallas estructurales en el sistema de justicia; al tiempo que favorece la impunidad.

### **Conclusiones**

- Existe un problema regional común en cuanto

a las amenazas contra personas trabajadoras de la comunicación. La comparación realizada entre la UNP y el Mecanismo toma importancia porque demuestra que: a pesar de que la primera cuenta con los recursos materiales, humanos y financieros suficientes, no ha logrado prevenir ni proteger integralmente a periodistas en situaciones de riesgo. Esto es un factor que denota que no solo los recursos son necesarios, sino también la integración de un sistema que fortalezca la prevención, mediante capacitaciones y otras acciones; la protección, implementando medidas de seguridad suficientes y; la procuración de justicia, misma que debe ser integral y efectiva para las víctimas.

- El hecho de que el ejercicio periodístico no necesite acreditación formal, es una manera de garantizar el derecho a la libertad de expresión, sin embargo, genera la necesidad de establecer lineamientos específicos de protección, basados en la naturaleza de la actividad informativa y el nivel de riesgo que esta genera. Así, el accionar del Mecanismo no depende en sí de la delimitación formal del ejercicio periodístico, sino, de su capacidad para reconocer y proteger a quienes contribuyen a la doble dimensión de este derecho y, por ello, se encuentren en riesgo.
- La efectividad del Mecanismo de Prevención y Protección del Trabajo Periodístico como

instancia técnica del Consejo de Comunicación se ve comprometida por la ausencia de recursos y, la falta de una adecuada coordinación interinstitucional en el marco de atribuciones, como lo que ocurre en el Sistema de Justicia ecuatoriano. Si bien es cierto, con su implementación se busca brindar mayor atención al cuidado de las personas trabajadoras de la comunicación; entre otros temas, se necesita un sistema normativo que contribuya a su funcionamiento con acciones como la implementación de lineamientos específicos para la caracterización de riesgos, la identificación de GDO como agresores y el establecimiento de agravantes, o a su vez delitos, contra trabajadores de la comunicación que le permitan a la justicia ser más efectiva.

- En Ecuador, el delito de intimidación limita una serie de derechos como la vida, libertad e integridad; afecta no solo derechos individuales sino también colectivos, al no permitir el fortalecimiento del debate público. Estos actos ocasionan que los periodistas se alejen de su labor, muchas veces prefieren mantener un perfil bajo o simplemente dejar de informar, generando efectos inmediatos como la autocensura e, incluso, el exilio.
- Es necesaria la implementación de sistemas de justicia reforzada para que los casos existentes

no queden en la impunidad y se brinde mayor protección, con respuestas más céleres, coordinadas y efectivas a favor del libre ejercicio de los derechos de los trabajadores de la comunicación. Sin embargo, la falta de sentencias demuestra esta carencia en el sistema. El único fallo judicial obtenido en el caso TC devela que no existe una protección real y mucho menos ágil, pues a pesar de que los procesados fueron declarados culpables y se encuentran privados de la libertad, esta no logró una reparación integral ni tampoco la reposición de los derechos vulnerados de las personas trabajadoras de la comunicación víctimas de este hecho; tal es el caso del periodista José Luis Calderón, quien decidió exiliarse por el daño psicológico que le causó el atentado y la falta de seguridad ante la violencia, hoy en día ya no ejerce su profesión.

- El levantamiento de alertas del Consejo de Comunicación en coordinación con el Mecanismo, es fundamental en la identificación temprana de amenazas, pero su generación no resulta suficiente para la protección de las personas trabajadoras de la comunicación. La verdadera eficacia del Mecanismo radica en su capacidad de activar acciones coordinadas con todas las instituciones vinculadas; esta debe orientarse, además de la prevención y protección, en la

procuración de justicia integral que vaya más allá de una sentencia, o el establecimiento de una pena y logre la restitución de los derechos vulnerados.

## Referencias

- Acurio-del-Pino, S. (2017). Sala Penal de la Corte Provincial de Pichincha. Juicio No. 17283-2017-00483. [https://esacc.corteconstitucional.gob.ec/storage/api/v1/10\\_DWL\\_FL/e2NhcNBlDGE6J3NvcnRlbycsIHV1aWQ6JzRm-MzEwMzl0LTkt2YTktNGJkYS05Yjc5LTUxMDhmOGJiZm-M4ZC5wZGYnfQ](https://esacc.corteconstitucional.gob.ec/storage/api/v1/10_DWL_FL/e2NhcNBlDGE6J3NvcnRlbycsIHV1aWQ6JzRm-MzEwMzl0LTkt2YTktNGJkYS05Yjc5LTUxMDhmOGJiZm-M4ZC5wZGYnfQ)
- Álvarez, I. (2016). *Derechos Humanos y Libertad de Expresión en México: Libertad de Expresión en América Latina*. En Memorias del Seminario Internacional. Instituto de Investigaciones Jurídicas de la UNAM. <https://archivos.juridicas.unam.mx/www/bjv/libros/5/2465/6.pdf>
- Casamadrid F. (2025). La Autocensura como Forma de Violencia. *Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación*, (158), 77-94. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=10190776>
- Código Orgánico Integral Penal [COIP] de 2024. R.O No. 180. Última Reforma: Quinto Suplemento del R.O 38, 14-V-2025.
- Código Penal de 2000. Ley 599 del 2000. (Colombia). Comisión Interamericana de Derechos Humanos [CIDH]. (2024a). *Informe Anual 2024*. [https://www.oas.org/es/cidh/expresion/informes/IA2024%20RELE\\_ES.pdf](https://www.oas.org/es/cidh/expresion/informes/IA2024%20RELE_ES.pdf)
- Comisión Interamericana de Derechos Humanos [CIDH]. (2024b). *Observaciones Preliminares. Visita In Loco a Colombia*. [https://www.oas.org/es/cidh/informes/pdfs/2024/observaciones\\_preliminares\\_colombia\\_2024.pdf](https://www.oas.org/es/cidh/informes/pdfs/2024/observaciones_preliminares_colombia_2024.pdf)

- Comité de Derechos Humanos de la ONU. (2011).  
*Observación General N° 34 del 2011.*
- Consejo de Desarrollo y Promoción de la Información y  
Comunicación [Consejo de Comunicación]. (2022).  
*Protocolo de Actuación Ante Agresiones a Personas  
Trabajadoras de la Comunicación.*
- Consejo de Desarrollo y Promoción de la Información y  
Comunicación [Consejo de Comunicación]. (2025).  
*Visor de alertas de agresiones de los trabajadores de la  
comunicación.* <https://www.consejodecomunicacion.gob.ec/visor-de-alertas/>
- Constitución de la República del Ecuador de 2008. Registro  
Oficial 449 del 20 de octubre de 2008.
- Constitución Política Colombia de 1991. Gaceta  
Constitucional 114 del 7 de julio de 1991.
- Contreras, R., Daniels, M., García, A., Longitud J., López, I.,  
Montalvo, J., Montalvo, M., y Villafuerte, M. (2022).  
*Criterios Metodológicos para la Investigación Jurídica.*  
[https://www.uv.mx/cedegs/files/2023/02/Criterios-  
Metodologicos-para-la-Investigacion-Juridica.pdf](https://www.uv.mx/cedegs/files/2023/02/Criterios-Metodologicos-para-la-Investigacion-Juridica.pdf)
- Corte Constitucional Colombiana. Sala Novena de Revisión.  
Sentencia T-040-23 del 2023.
- Corte Constitucional Ecuatoriana [Corte Constitucional].  
(2019). Pleno de la Corte Constitucional del Ecuador.  
Sentencia 282-13-JP/19 del 2019.
- Corte Constitucional Ecuatoriana [Corte Constitucional].  
(2024). Pleno de la Corte Constitucional del Ecuador.  
Sentencia 4-21-DN/24 del 2024.
- Corte Interamericana de Derechos Humanos [Corte IDH].  
(2004). Caso Herrera Ulloa Vs. Costa Rica. Sentencia.

Excepciones Preliminares, Fondo, Reparaciones y Costas. 2 de julio de 2004.

Corte Interamericana de Derechos Humanos [Corte IDH]. (2012). Caso Vélez Restrepo y Familiares vs. Colombia. Sentencia. Excepción Preliminar, Fondo, Reparaciones y Costas. 3 de septiembre de 2012.

Corte Interamericana de Derechos Humanos [Corte IDH]. (2018). Caso Carvajal Carvajal y Otros vs Colombia. Sentencia. Fondo, Reparaciones y Costas. 13 de marzo de 2018.

Corte Interamericana de Derechos Humanos [Corte IDH]. (2021). Caso Bedoya Lima y Otra vs Colombia. Sentencia. Fondo, Reparaciones y Costas. 26 de agosto de 2021.

Corte Interamericana de Derechos Humanos [Corte IDH]. (2021). Caso Palacio Urrutia y Otro vs Ecuador. Sentencia. Fondo, Reparaciones y Costas. 24 de noviembre de 2021.

Cortez-Robledo, F. (2022). *Problemas de Prueba de la Verosimilitud en el Delito de Intimidación* [Trabajo de Titulación, Universidad Católica de Santiago de Guayaquil]. <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/19638/1/T-UCSG-PRE-JUR-DER-994.pdf>

Cueva, T., Jara, O., Arias, J., Flores, F. y Balmaceda, C. (2023). *Métodos Mixtos de Investigación para Principiantes*. <https://doi.org/10.35622/inudi.b.106>

Declaración Conjunta Sobre Delitos Contra la Libertad de Expresión. Art. 2. 25 de junio de 2012.

Decreto 1066 de 2015. Expide el Decreto Único

Reglamentario del Sector Administrativo del Interior.

26 de mayo de 2015. D.O. No. 49523.

Decreto 4065 DE 2011. Crea la Unidad Nacional de Protección, se establecen su objetivo y estructura. 31 de octubre de 2011. D.O. No. 48239.

Fiscalía General del Estado. (2025). *Consulta de noticias del delito*. <https://www.fiscalia.gob.ec/accesibilidad/consulta-de-noticias-del-delito/>

Fundación Andina para la Observación y Estudio de Medios [Fundamedios]. (2024a). *Un nuevo exilio de un periodista en medio de atentados y amenazas*. <https://www.fundamedios.org.ec/abril-un-nuevo-exilio-de-un-periodista-en-medio-de-atentados-y-amenazas/>

Fundación Andina para la Observación y Estudio de Medios [Fundamedios]. (2024b). *Periodista en Ecuador es obligado a leer panfleto de grupos criminales en programa en vivo*. <https://www.fundamedios.org.ec/alertas/periodista-en-ecuador-es-obligado-a-leer-panfleto-de-grupos-criminales-en-programa-en-vivo/>

Fundación para la Libertad de Prensa [FLIP]. (2012). *El Programa Colombiano de Protección a Periodistas*. <https://www.corteidh.or.cr/tablas/29327.pdf>

Garcés, F., y Andino-Veloz, B. (2020). Periodismo Ecuatoriano en la Sociedad de Riesgo. Reflexividad y Experiencias en Coberturas sobre el Crimen Organizado en 2018 y 2019. *Revista Enfoques de la Comunicación* (3), 83-116. <https://revista.consejodecomunicacion.gob.ec/index.php/rec/article/view/45/104>

- Higuera, S. (2024). *Pese a la violencia contra la prensa, mecanismo de protección a periodistas de Ecuador carece de recursos*. <https://latamjournalismreview.org/es/articulos/ante-la-creciente-violencia-el-mecanismo-de-proteccion-a-periodistas-de-ecuador-carece-de-los-recursos-necesarios/>
- Higuera, S. (2025). *Violencia letal contra periodistas en América Latina marca primer mes de 2025*. <https://latamjournalismreview.org/es/articulos/violencia-letal-contra-periodista-en-america-latina-marca-primer-mes-de-2025/>
- Índice de Chapultepec. (2024a). *COLOMBIA: la defensa de la institucionalidad*. <https://www.indicedechapultepec.com/new/indice/9/informes.pdf>
- Índice de Chapultepec. (2024b). *ECUADOR: Prosigue el contexto violento y amenazante*. <https://www.indicedechapultepec.com/new/indice/17/informes.pdf>
- Ley Orgánica de Comunicación [LOC] de 2022. Registro Oficial No.22, 25 de junio 2013. Última Reforma: Tercer Suplemento del Registro Oficial 588, 27-VI-2024.
- Loaiza, Y. (2025). La Comisión Interamericana de Derechos Humanos instó a Ecuador a proteger a los periodistas. *Infobae*. [portal informativo]. <https://www.infobae.com/america/america-latina/2025/03/06/la-comision-interamericana-de-derechos-humanos-into-a-ecuador-a-proteger-a-los-periodistas/>
- Noroña, K. (2024). *Periodismo en Ecuador: entre el exilio, amenazas y asesinatos en la impunidad*. <https://www.france24.com/es/am%C3%A9rica-latina/20240305->

[periodismo-en-ecuador-entre-el-exilio-amenazas-y-asesinatos-en-la-impunidad](#)

Opinión Consultiva OC-5/85, La Colegiación Obligatoria a Periodistas. Corte Interamericana de Derechos Humanos [Corte IDH]. 13 de noviembre de 1985.

Pascumal, R. (2023). Hitos Históricos, Normativa y Jurisprudencia sobre la Definición «Trabajadores de la Comunicación en Ecuador». *Revista Enfoques de la Comunicación* (9). 23-50. <https://revista.consejodecomunicacion.gob.ec/index.php/rec/article/view/120/383>

Periodistas Sin Cadenas [PSC]. (2022). *Cuatro años sin verdad: el secuestro y asesinato del equipo periodístico de El Comercio*. <https://www.periodistassincadenas.org/cuatro-anos-sin-verdad-el-secuestro-y-asesinato-del-equipo-periodistico-de-el-comercio/>

Periodistas Sin Cadenas [PSC]. (2024a). *Sin dinero, el Mecanismo de Protección para periodistas es inútil*. <https://www.periodistassincadenas.org/mecanismo-proteccion-periodistas-sin-dinero/#:~:text=El%20Mecanismo%20de%20prevenci%C3%B3n%20y,%20garantizar%20el%20trabajo%20period%C3%ADstico>

Periodistas Sin Cadenas [PSC]. (2024b). *Guayas, Periodismo En El Epicentro Del Crimen Organizado En Ecuador*. <https://www.periodistassincadenas.org/wp-content/uploads/2024/11/Informe-de-Guayas.pdf>

Primicias. (27 de marzo de 2024). Ocho años de prisión para dos adolescentes por ataque a TC Televisión. *Primicias*. <https://www.primicias.ec/noticias/sucesos/sentencia-terrorismo-menores-ataque-tc-television-guayaquil/>

Reglamento General a la Ley Orgánica de Comunicación [RLOC]. (2023). Registro Oficial 383 del 28 de agosto de 2023.

Relatoría Especial para la Libertad de Expresión [RELE]. (2010). *Marco Jurídico Interamericano sobre el Derecho a la Libertad de Expresión*. [https://www.oas.org/es/cidh/expresion/docs/cd/sistema\\_interamericano\\_de\\_derechos\\_humanos/index\\_MJIAS.html](https://www.oas.org/es/cidh/expresion/docs/cd/sistema_interamericano_de_derechos_humanos/index_MJIAS.html)

Relatoría Especial para la Libertad de Expresión [RELE]. (2013). *Violencia contra Periodistas y Trabajadores de Medios: Estándares Interamericanos y Prácticas Nacionales sobre Prevención, Protección y Procuración de Justicia*. ISBN 978-0-8270-6137-8. [http://www.oas.org/es/cidh/expresion/docs/informes/2014\\_04\\_22\\_Violencia\\_ESP\\_WEB.pdf](http://www.oas.org/es/cidh/expresion/docs/informes/2014_04_22_Violencia_ESP_WEB.pdf)

Relatoría Especial para la Libertad de Expresión [RELE]. (2017). *Estándares Internacionales de Libertad de Expresión: Guía básica para operadores de justicia en América Latina*. <https://www.corteidh.or.cr/tablas/r37048.pdf>

Relatoría Especial para la Libertad de Expresión [RELE]. (2023). *Informe Anual 2023*. [https://www.oas.org/es/cidh/expresion/informes/IA2023%20RELE\\_ES.pdf](https://www.oas.org/es/cidh/expresion/informes/IA2023%20RELE_ES.pdf)

Relatoría Especial para la Libertad de Expresión [RELE]. (2024). *La Relatoría Especial alerta sobre los impactos de la criminalidad organizada en el periodismo y urge al Estado a la protección de periodistas en el Ecuador*. <https://www.oas.org/es/cidh/jsForm/?File=/es/cidh/expresion/prensa/comunicados/2024/061.asp>

Reporteros Sin Fronteras [RSF]. (2011). *Crimen Organizado:*

*La información entre sus manos.* [https://rsf.org/sites/default/files/crimen\\_organizado.pdf](https://rsf.org/sites/default/files/crimen_organizado.pdf)

Reporteros Sin Fronteras [RSF]. (2022). *Bajo Riesgo: Cómo*

*superar las deficiencias de los programas de protección de periodistas en América Latina.* [https://rsf.org/sites/default/files/relatorio\\_esp\\_final.pdf](https://rsf.org/sites/default/files/relatorio_esp_final.pdf)

Unidad Nacional de Protección [UNP]. (s.f.). *¿Qué hacemos?*

<https://www.unp.gov.co/la-unp/que-hacemos/>

## **Hostigamiento Judicial a Trabajadores de la Comunicación en Ecuador: Efectos en la Libertad de Expresión y el Ejercicio Periodístico en 2024**

### ***Judicial Harassment of Communication Workers in Ecuador: Effects on Freedom of Expression and the Exercise of Journalism in 2024***

**Mayra Gabriela Morocho-Quinga<sup>1</sup>**

Estudiante Egresada

Universidad Indoamérica

[mayragabriela2027@gmail.com](mailto:mayragabriela2027@gmail.com)

**Lenin Petronio Ruales Saltos<sup>2</sup>**

Docente tutor de investigación

Universidad Indoamérica

[lruales2@indoamerica.edu.ec](mailto:lruales2@indoamerica.edu.ec)

501

### **Resumen**

El presente artículo examina el hostigamiento judicial contra trabajadores de la comunicación en Ecuador durante 2024 y sus efectos sobre la libertad de expresión y el ejercicio periodístico. Mediante una metodología mixta, se analizaron 20 alertas de agresión registradas por el Consejo de Comunicación, de las cuales 12 derivaron en procesos judiciales. Los datos revelan un uso instrumental del sistema judicial como mecanismo de presión, tanto por parte de

1 Egresada de la Carrera de Derecho por la Facultad de Jurisprudencia y Ciencias Políticas de la Universidad Indoamérica. Estudiante de la Carrera de Comunicación de la Facultad de Educación, Ciencia y Tecnología de la Universidad Técnica del Norte. Su formación combina el ámbito jurídico y comunicacional, con interés en el análisis de los derechos humanos. ORCID: <https://orcid.org/0009-0002-6102-6522>

2 Doctor en Jurisprudencia y Abogado por la Universidad Central del Ecuador, especialista en Gobernanza y Derechos Humanos; actualmente docente a tiempo completo en la Universidad Indoamérica. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9545-3656>

501

actores estatales como ciudadanos, con predominancia de procesos penales y una alta tasa de archivo. Se identificaron efectos como intimidación, autocensura y afectación emocional, que comprometen la labor informativa y el derecho ciudadano a recibir información veraz. Aunque existen mecanismos de protección y precedentes judiciales relevantes, su aplicación práctica es limitada. Se concluye que se evidenció que el hostigamiento judicial hacia periodistas afecta negativamente el fortalecimiento democrático del país. Por ello, se recomienda reforzar las capacidades institucionales que permitan garantizar un ejercicio periodístico libre, seguro y ético.

*Palabras clave:* hostigamiento judicial, libertad de expresión, trabajadores de la comunicación, periodismo, derechos humanos, libertad de información.

### **Abstract**

This article examines judicial harassment against media workers in Ecuador during 2024 and its effects on freedom of expression and journalism. Using a mixed methodology, 20 alerts of aggression recorded by the Communication Council were analyzed, of which 12 resulted in legal proceedings. The data reveal the instrumentalization of the judicial system as a mechanism of pressure, by both state actors and citizens, with a predominance of criminal proceedings and a high rate of case dismissals. Identified effects include intimidation, self-censorship, and emotional distress, all of which compromise journalistic work on the citizen's right to receive accurate information. Although protection mechanisms and relevant legal precedents exist, their practical application remains limited. The study concludes

that judicial harassment of journalists has a negative impact on the democratic strengthening of the country. Therefore, it is recommended to reinforce institutional capacities to ensure free, safe, and ethical journalism.

*Keywords:* judicial harassment, freedom of expression, communication workers, journalism, human rights, freedom of information.

## Introducción

La libertad de expresión constituye un pilar fundamental de las sociedades democráticas y se encuentra consagrada en diversos instrumentos internacionales, como: la Declaración Universal de los Derechos Humanos (1948) que, en su artículo 19, establece el derecho de toda persona a la libertad de opinión y de expresión; y, la Convención Americana sobre Derechos Humanos [CADH] (1969) que, en su artículo 13, garantiza este derecho sin censura previa<sup>3</sup>. A nivel nacional, la Constitución de la República de Ecuador (2008), en su artículo 66, numeral 6, reconoce y reafirma su carácter inviolable.

Sin embargo, está presente un fenómeno mundial: el hostigamiento judicial contra periodistas y trabajadores de la comunicación. Esta es una de las principales preocupaciones por “la interposición de demandas judiciales abusivas

---

<sup>3</sup> La censura previa es un límite del derecho a libertad de expresión, remitiendo medidas tendientes a impedir la publicación o difusión de información antes de que estas tengan lugar. En efecto, el Comité de Derechos Humanos de la Organización de Naciones Unidas [ONU], en la Observación General N° 34 (2011), señala que “las prohibiciones generales de la difusión de una determinada opinión o de una forma de expresión, como las que se producen en las leyes sobre blasfemia, son incompatibles con el Pacto, excepto en las circunstancias establecidas en el artículo 20, párrafo 2” (párr. 48).

para obstaculizar su trabajo de investigación” (Plataforma del Consejo de Europa para promover la protección del periodismo y la seguridad de los periodistas, 2024, párr. 1).

En el marco de los derechos humanos, el acceso a la justicia se reconoce como un componente esencial para garantizar la protección efectiva de otros derechos fundamentales. Este principio no solo implica la posibilidad de acudir a instancias judiciales, sino también la existencia de mecanismos adecuados, imparciales y accesibles para resolver conflictos y reparar vulneraciones. Tal como lo señala la Organización de las Naciones Unidas: “El acceso a la justicia es un principio básico del Estado de derecho. En ausencia de acceso a la justicia, las personas no pueden hacer oír su voz, ejercer sus derechos, impugnar la discriminación ni exigir responsabilidades a quienes están en el poder” (Naciones Unidas, s.f.). Esta perspectiva refuerza la necesidad de fortalecer los sistemas judiciales y normativos, especialmente en contextos donde las barreras sociales, económicas o culturales limitan el ejercicio pleno de este derecho.

En el Informe regional: “Periodismo bajo asedio”, elaborado por Fundamedios (2024), documenta como las detenciones arbitrarias y las condenas con acusaciones infundadas se han convertido en herramientas de presión utilizadas por gobiernos autoritarios y sistemas judiciales cooptados en América Latina. Este tipo de hostigamiento judicial, que incluye demandas penales, civiles o administrativas sin fundamento, busca silenciar voces críticas y fomentar la autocensura.

Asimismo, la Sociedad Interamericana de Prensa [SIP] y la Universidad Católica Andrés Bello [UCAB], en su Índice Chapultepec 2024, advierte que el acoso judicial y financiero es una de las principales amenazas a la libertad de prensa en la región, junto con la estigmatización, las amenazas de muerte y las restricciones arbitrarias. Países como Venezuela, Nicaragua y Cuba encabezan los índices de represión, pero estas prácticas también se han documentado en democracias formales como México, Perú y Ecuador.

En el caso ecuatoriano, a pesar de los avances normativos como la Ley Orgánica de Comunicación (2022) y su Reglamento General (2023), que establecen mecanismos de protección para periodistas, hay alertas (Consejo de Desarrollo y Promoción de la Información y Comunicación 2025) y/o denuncias que abren el debate sobre el uso del aparato judicial como herramienta de presión contra la prensa.

La presente investigación analiza el efecto del hostigamiento judicial contra trabajadores de la comunicación en Ecuador durante el año 2024. El estudio parte del análisis de casos concretos, identificados inicialmente a través de las alertas emitidas por el Consejo de Comunicación (2025) en coordinación con el Mecanismo de Prevención y Protección del Trabajo Periodístico [MPPTP]; estas no constituyen la fuente única ni definitiva, sino un punto de partida que permite rastrear cómo estos casos evolucionan dentro del sistema judicial.

Se identifican y examinan los fundamentos jurídicos, las manifestaciones procesales y el impacto que estas

prácticas tienen sobre los derechos constitucionales, en particular el derecho a la libertad de expresión. Es fundamental distinguir las competencias institucionales: el Consejo de Comunicación en coordinación con el MPPTP tienen la atribución de emitir alertas y activar rutas de protección, es el sistema judicial el encargado de tramitar y resolver los procesos legales correspondientes.

Por tanto, este artículo no pretende reducir el análisis a un solo ámbito institucional, sino más bien evidenciar cómo la interacción entre estos actores de la sociedad puede derivar en formas de hostigamiento judicial que afectan el ejercicio del periodismo. A continuación, se contextualiza el debate y se procede al análisis de casos concretos.

### ***Libertad de Expresión y de Prensa: Alcances y Limitaciones***

La libertad de expresión es un derecho humano fundamental que permite a toda persona manifestar sus ideas, opiniones y pensamientos; sin embargo, no es un derecho absoluto su ejercicio puede conllevar responsabilidad ulterior, lo que implica que quienes lo ejercen pueden enfrentar sanciones o consecuencias legales si incurren en actos que vulneren otros derechos. La Constitución de la República de Ecuador (2008) establece: “El derecho a opinar y expresar su pensamiento libremente y en todas sus formas y manifestaciones” (art. 66.6); a su vez, “este derecho está consagrado en instrumentos internacionales como el Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos y la Declaración Universal de los Derechos Humanos, y es esencial de las sociedades democráticas” (Vélez Moreira, A. S., y Vilela Cedeño, J. P., 2023, p.30). En

este sentido, cualquier individuo, independientemente de su profesión, tiene derecho a expresarse libremente, ya sea en el ámbito privado o público.

El Estado tiene la obligación de implementar todas las medidas necesarias para asegurar que el derecho a la libertad de opinión y expresión se ejerza de manera plena y efectiva, en todas sus manifestaciones; cualquier restricción no debe darse por motivos arbitrarios o de forma injustificada (Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos, 1966, art.19). La jurisprudencia interamericana establece que:

Cuando hay limitaciones a la libertad de expresión para proteger el derecho ajeno, es necesario que el derecho se encuentre evidencialmente lesionado o amenazado, por lo cual se debe demostrar a la autoridad que impone la limitación. Si no hay una lesión clara a un derecho ajeno, las responsabilidades posteriores<sup>4</sup> resultan innecesarias (Comisión Interamericana de Derechos Humanos [CIDH], 2009, P.197).

La Declaración de Principios sobre Libertad de Expresión de la Comisión Interamericana de Derechos Humanos [CIDH] (2000) establece lo siguiente.

---

4 La responsabilidad ulterior alude a las implicaciones legales que pueden surgir para ciudadanos o entidades después de la publicación o difusión de información, especialmente si esta vulnera derechos o incumple normas legales. La Convención Americana de Derechos Humanos (1978) establece de manera explícita la posibilidad de exigir responsabilidades posteriores en casos de un posible uso indebido de la libertad de expresión (art. 13.2). De acuerdo con la CIDH (2009), estas "restricciones deben estar fundamentadas en leyes que contemplen responsabilidades posteriores por acciones claramente definidas legalmente, y no mediante controles previos al ejercicio de la libertad de expresión" (párr. 92).

La libertad de expresión en todas sus formas y manifestaciones es un derecho fundamental e inalienable, inherente a todas las personas. Es también un requisito indispensable para la existencia misma de una sociedad democrática. Toda persona tiene el derecho a buscar, recibir y difundir información y opiniones libremente, sin censura (Principio 1).

Y, afirma que: “Todo comunicador social tiene derecho a la reserva de sus fuentes de información, apuntes y archivos personales y profesionales” (Principio 8).

Según Carreras y Vilajoana (2017), “la libertad de prensa implica una función social que va más allá del derecho individual, ya que está orientada a garantizar el acceso de la ciudadanía a una información veraz, plural y contrastada” (p.23). Además, conlleva una serie de obligaciones, como el respeto a la veracidad, la protección de las fuentes y la responsabilidad frente a la opinión pública. Esto diferencia a los periodistas y comunicadores sociales de otros ciudadanos, ya que su libertad está vinculada a un deber ético y a una función democrática: la vigilancia del poder y la promoción del debate público informado.

Según Castro y Montero (2017) entre las restricciones más comunes se encuentran la prohibición de discursos que inciten al odio o a la violencia, la difusión de información difamatoria o injuriosa, la revelación de secretos de Estado o comerciales, y la incitación al delito (p.18). En este sentido, subrayan que el ejercicio de la libertad de expresión debe armonizar con el respeto a

los derechos de terceros, especialmente cuando se trata de proteger la honra, la intimidad o la integridad de las personas.

Esta visión es coherente con los estándares internacionales establecidos por la Corte Interamericana de Derechos Humanos [Corte IDH] (2009), que señalan que cualquier restricción a este derecho debe cumplir con los principios de legalidad, necesidad y proporcionalidad<sup>5</sup>, y estar orientada a la protección de un interés legítimo en una sociedad democrática. Estas limitaciones buscan equilibrar el ejercicio de la libertad de expresión con la protección de la dignidad humana y la seguridad colectiva.

Con este antecedente, a continuación, se establece quiénes son las personas trabajadoras de la comunicación y la protección que tienen en Ecuador.

### ***Trabajadores de la Comunicación y su Protección***

Las personas trabajadoras de la comunicación desempeñan un papel fundamental en la recopilación, tratamiento y difusión de la información al público. Este grupo está conformado por quienes:

Laboren en un medio de comunicación o de forma independiente y que se dediquen a la recopilación, tratamiento o difusión de la información al público, incluyendo: periodistas, reporteros, camarógrafos, fotógrafos, personal de apoyo técnico, operativo y directivo y otros que sean determinados por el

---

<sup>5</sup> Esto implica que la medida debe estar prevista por la ley (legalidad), debe ser indispensable para alcanzar un fin legítimo (necesidad), y debe ser adecuada y equilibrada en relación con el objetivo perseguido (proporcionalidad). Véase: Ernesto Rey Cantor, Principio de legalidad y derechos humanos: análisis desde la perspectiva del derecho constitucional procesal, Instituto de Investigaciones Jurídicas, UNAM, 2002.

## Mecanismo de Prevención y Protección del Trabajo Periodístico. (Reglamento a la Ley Orgánica de Comunicación, 2023, Art. 5, núm. 7)

Para Pascual (2023), son aquellos individuos que a través de “medios sociales o digitales, garantizan la dimensión social del derecho a la información. Esta categoría incluye no solo a periodistas, sino también a todos aquellos que buscan, reciben y difunden información, desempeñando un papel crucial en la sociedad” (p. 25).

El periodismo es una disciplina esencial para comprender el mundo que te rodea. Al buscar y difundir información verdadera, los periodistas ayudan a explicar los hechos más apropiados de nuestro tiempo, para promover la libertad de expresión y el acceso a los intereses generales. Independientemente de la prensa en la prensa, los medios digitales, la radio, la televisión o las redes sociales, su trabajo afecta directamente la opinión pública y las decisiones individuales y colectivas. (Kovach y Rosenstiel, 2002, p. 17)

La Corte Interamericana de Derechos Humanos [Corte IDH] (2021) establece que, los actos de violencia contra periodistas no solo vulneran la libertad de pensamiento y expresión de la persona afectada, sino que también afectan la dimensión colectiva de este derecho, al impedir que la sociedad reciba información veraz y oportuna.

En Ecuador, como parte de su protección de los derechos, el Consejo de Regulación, Desarrollo y Promoción de la Información y Comunicación [Consejo de

Comunicación] (2022) tiene la responsabilidad de formular políticas públicas, planes y programas, especialmente cuando su integridad se ve comprometida por el ejercicio de su labor (p. 32).

La Dirección Técnica de Protección de los Derechos, adscrita a la Coordinación General de Promoción de Derechos, es la unidad operativa que se articula con el Mecanismo de Prevención y Protección del Trabajo Periodístico. Entre sus funciones se encuentra el monitoreo de agresiones, el levantamiento de alertas, la elaboración de informes técnicos, el contacto con las posibles víctimas y la articulación interinstitucional para la implementación de medidas de protección; también, mantiene estadísticas actualizadas sobre los casos registrados, lo que ayuda a evaluar la evolución del fenómeno y fortalecer las estrategias de prevención (pp. 32-33).

Para su gestión, tienen un Protocolo (2022) que permite gestionar agresiones contra trabajadores y medios de comunicación. Las alertas pueden generarse por monitoreo y/o reportes ciudadanos, a través de canales oficiales como correo electrónico, ventanilla física o plataformas digitales; y, una vez recibida se caracteriza y coordina con las entidades estatales competentes para implementar medidas de protección y seguimiento; parte de dichas caracterizaciones es el hostigamiento judicial (2025); en los siguientes párrafos se brinda elementos para su entendimiento.

### ***Hostigamiento Judicial***

El término hostigar “proviene del latín «*fustigare*», que originalmente se refería a la acción de golpear con

un objeto para dispersar, reunir o mover algo” (Porto, J.P. y Gardey, A. 2022). Según la Organización Mundial de la Salud (2024), se considera un abuso constante que busca someter y condicionar a una persona o comunidad; este comportamiento se manifiesta en diversas formas, como amenazas verbales o daño físico, y puede ocurrir en ámbitos educativos, laborales o religiosos (p.14); y, “causa un estado continuo de preocupación y puede ser considerado un delito según el marco jurídico” (Ferrera, sf, p.12).

En el caso de la normativa jurídica penal ecuatoriano, el Código Orgánico Integral Penal [COIP] (2022) lo tipifica como:

La persona natural o jurídica que, por sí misma o por terceros o a través de cualquier medio tecnológico o digital, moleste, perturbe o angustie de forma insistente o reiterada a otra, será sancionada con una pena privativa de la libertad de seis meses a un año, siempre que el sujeto activo de la infracción busque cercanía con la víctima para poder causarle daño a su integridad física o sexual. (art. 154.2)

Puntualmente, según la Fundación para la Libertad de Prensa [FLIP] (2020), en su manual Ruta de defensa contra el acoso judicial, señala que el hostigamiento judicial refiere al uso indebido del sistema para intimidar, censurar o silenciar a individuos, especialmente defensores de derechos humanos y periodistas. “Este tipo de hostigamiento puede incluir acusaciones criminales, demandas civiles o procesos administrativos, y busca distraer tiempo, energía y recursos de las personas afectadas, impidiendo su labor en defensa de los derechos humanos” (2020).

Específicamente, sobre el ejercicio periodístico existen casos que dan luces sobre el hostigamiento judicial y la prensa. Por mencionar un par, la Corte Interamericana de Derechos Humanos [Corte IDH], en el Caso Urrutia y otros vs. Ecuador (2021), determinó que se violó el derecho a la libertad de expresión de Emilio Palacio y de los directivos del diario «El Universo», al imponerles sanciones penales y civiles desproporcionadas por la publicación de un artículo de opinión sobre hechos de interés público. Concluyó que estas sanciones no solo afectaron la libertad de expresión de los periodistas, sino que también tuvieron un efecto amedrentador sobre otros comunicadores, limitando el debate público y la crítica hacia las autoridades.

Por su parte, la Corte Constitucional [CCE] (2019), en el caso La Hora vs Subsecretaría Nacional de la Administración Pública [SSNAP]<sup>6</sup>, sentenció que, los operadores de justicia deben realizar un análisis exhaustivo para determinar si una posible limitación a la libertad de expresión cumple con tres requisitos esenciales: que esté prevista en la ley, que persiga un fin legítimo y que sea idónea, necesaria y proporcional para alcanzar dicho objetivo. Enfatiza que la información de interés público goza de una protección especial bajo el derecho a la libertad de expresión; asimismo, destaca que el derecho a la rectificación

---

6 En el caso conocido como “La Hora”, la Corte Constitucional del Ecuador en la Sentencia No. 282-13-JP/19 (2019) Analizó una acción de protección presentada por funcionarios del Estado contra el diario La Hora, tras la publicación de un artículo crítico sobre el gasto en propaganda oficial. El caso abordó la tensión entre la libertad de expresión y el derecho a la honra de las instituciones públicas. La Corte concluyó que las entidades estatales no pueden ser titulares de derechos constitucionales como la honra, por lo que no procede una acción de protección en su nombre. Esta sentencia sentó un precedente importante sobre los límites del poder estatal frente a la prensa.

o respuesta<sup>7</sup> es un mecanismo efectivo para quienes se sientan afectados por información falsa, inexacta o agravante. Los procesos judiciales para atribuir responsabilidad jurídica solo deben iniciarse después de agotar estas vías, siempre y cuando las rectificaciones o respuestas resulten insuficientes.

Con base a lo dicho se menciona que, el ejercicio del periodismo puede estar amenazado por mecanismos de censura encubierta como el hostigamiento judicial; por tanto, es importante pasar del análisis normativo a la comprensión empírica de esta problemática. No basta con reconocer los derechos en el papel: es necesario evidenciar cómo se vulneran en la práctica, quiénes son los más afectados y qué tan eficaces resultan los mecanismos de protección. Con este propósito, el presente artículo busca hacer un acercamiento a la complejidad del fenómeno desde una perspectiva crítica, interdisciplinaria y situada.

### **Metodología**

Se seleccionaron 20 casos de hostigamiento judicial a partir de las alertas emitidas por el Consejo de Comunicación en 2024, priorizando aquellos que contaban con evidencia documental, diversidad geográfica y representación de distintos tipos de agresores. Las técnicas de validación de datos se aplicó fuentes primarias (SATJE), alertas institucionales y revisión cruzada con jurisprudencia nacional e internacional. Para abordar la investigación se emplea una metodología mixta que combina enfoques cuantitativos y cualitativos. La recopilación de información se realizó

<sup>7</sup> Ley Orgánica de Comunicación (2022) establece el derecho a la rectificación. "Toda persona natural o jurídica que se considere afectada por informaciones inexactas o agravantes difundidas a través de un medio de comunicación social tiene derecho a que se difunda su rectificación o respuesta, en condiciones de equidad, proporcionalidad y oportunidad (Art. 23).

a través del visor de alertar de agresiones a trabajadores de la comunicación del Consejo de Comunicación (2025) correspondientes al año 2024, a su vez, mediante consultas en el Sistema Automático de Trámite Judicial Ecuatoriano (SATJE, 2024)<sup>8</sup>, buscador de la función judicial para revisar procesos judicial, mismo que permitió acceder a información sobre procesos relacionados con hostigamiento judicial a trabajadores de la comunicación durante el año 2024.

La elección de un enfoque mixto responde a la complejidad inherente al fenómeno del hostigamiento judicial, el cual requiere tanto el análisis de datos cuantitativos para dimensionar su alcance como la interpretación cualitativa de los contextos jurídicos, sociales e institucionales en los que se desarrolla; esta combinación metodológica permite una aproximación integral y situada, articulando evidencia empírica con marcos normativos y doctrinarios. Según Bagur-Pons et al. (2021), la metodología mixta “permite integrar las perspectivas cualitativa y cuantitativa de manera complementaria, incrementando la validez y profundidad del análisis cuando se estudian fenómenos sociales complejos” (p.14).

La investigación cualitativa y cuantitativa persiguen un mismo objetivo recopilación de datos para establecer una relación entre los elementos (Santander Open Academy, 2024). El enfoque cualitativo implica el uso de normativa, jurisprudencia nacional e internacional, conceptos; así también, relacionar con normativa comparada que ayudan a tener atención a la profundidad de los resultados en lugar de su generalización. Mientras que, según Sánchez (2019), en el

<sup>8</sup> “El SATJE es una plataforma del Consejo de la Judicatura que permite la gestión electrónica de trámites judiciales, incluyendo la presentación de escritos, notificaciones electrónicas y consulta de procesos judiciales”(Consejo de la Judicatura, s.f.).

enfoque cuantitativo “la generalización o universalización de los resultados de la investigación es importante” (p. 85).

La investigación se desarrolla a partir del total de alertas (Consejo de Comunicación, 2025), emitidas entre el 1 de enero y el 31 de diciembre de 2024. Dentro de este universo, se identificaron aquellas alertas clasificadas bajo la categoría de “hostigamiento judicial” (2025), Este se configura “cuando se utilizan mecanismos legales, como demandas o denuncias, con el fin de intimidar, silenciar o desgastar a trabajadores de la comunicación, afectando su labor informativa y vulnerando derechos fundamentales como la libertad de expresión” (2024). A partir de esta tipología, se filtraron 20 casos.

Posteriormente, se realizó un contraste con el sistema judicial, revisando el estado procesal de los 20 casos en las plataformas públicas del sistema judicial ecuatoriano SATJE (2024). Este cruce permitió verificar la existencia de procesos judiciales activos, archivados o concluidos; así como, identificar patrones comunes en los actores denunciados, tipos de delitos imputados y jurisdicciones involucradas.

En la actividad indagatoria se hizo hincapié en recaudar información, datos y normativa aplicable, sobre el hostigamiento a través de la justicia; así también, la revisión bibliográfica. Según Espinoza y Freire, (2020), la revisión de jurisprudencia y varios textos académicos, tanto nacional como internacional, facilita el sustento jurídico necesario que permita cumplir con los objetivos planteados en esta investigación.

## **Resultados**

Los resultados obtenidos a partir del análisis de las alertas registradas por el Consejo de Comunicación (2025), durante el año 2024, permiten identificar presuntos casos de

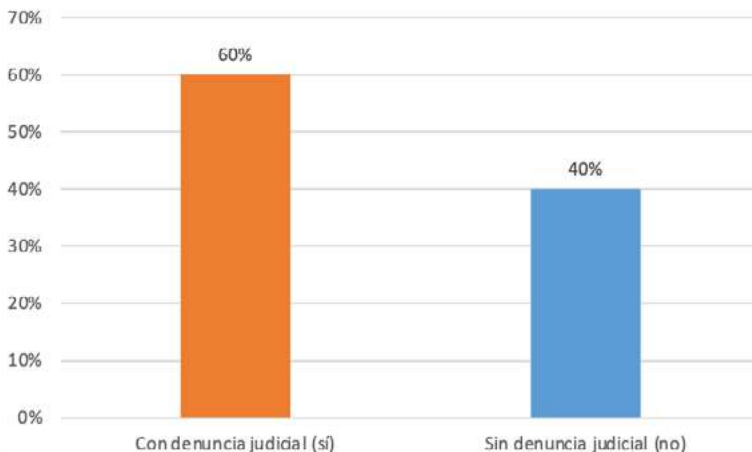
hostigamiento judicial a trabajadores de la comunicación en Ecuador.

De las 20 alertas clasificadas inicialmente como alertas de casos de hostigamiento judicial, solo en 12 de ellas se identificó la existencia de una denuncia formal o acción legal, lo cual permite calificarlas como hostigamiento judicial propiamente dicho, ya que implican la activación del sistema de justicia frente al ejercicio periodístico.

La Figura 1 muestra data sobre la clasificación del total de los casos de las alertas levantadas por el Consejo de Comunicación durante el año 2024 relacionados con el hostigamiento judicial en contra de trabajadores de la comunicación.

### Figura 1

*Clasificación de casos de hostigamiento judicial según activación judicial*



*Nota:* Elaboración propia. Fuente: Consejo de la Judicatura SATJE (2025).

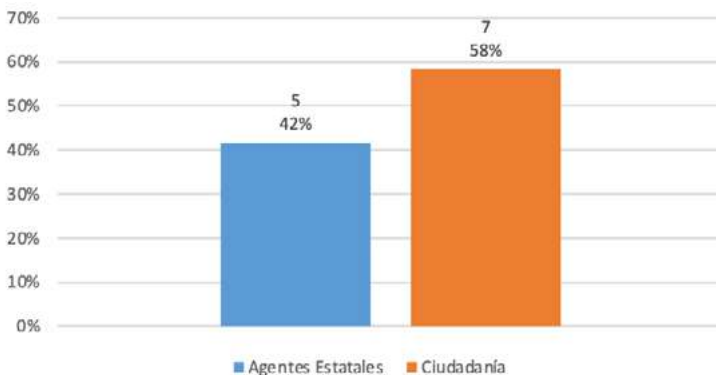
La figura 1 muestra que, del total de 20 alertas

registradas como presuntos casos de hostigamiento judicial a trabajadores de la comunicación en Ecuador durante 2024, 12 casos (60%) contaron con denuncia judicial formal presentada ante instancias penales, constitucionales o administrativas. Por su parte, 8 casos (40%) no derivaron en la presentación de acciones legales, limitándose a amenazas u otras advertencias extrajudiciales.

Este hallazgo permite afirmar que, si bien todas las situaciones denunciadas constituyen formas de presión que afectan la libertad de expresión, solo el 60% del puede clasificarse estrictamente como hostigamiento judicial, dado que implica la activación de procedimientos legales frente al ejercicio periodístico que fueron usados como análisis de esta investigación. Este indicador también resulta relevante para diferenciar los episodios de hostigamiento judicial de otras formas de acoso o presión indirecta que no trascienden al ámbito judicial.

### Figura 2

*Distribución de agresores en casos de hostigamiento judicial*



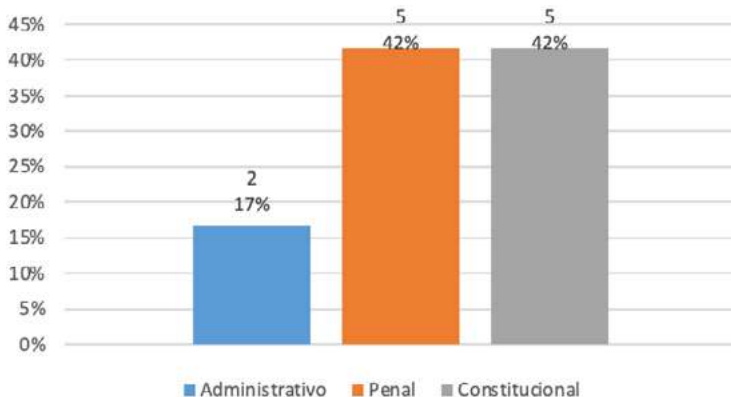
*Nota:* Elaboración propia. Fuente: Consejo de Comunicación (2025).

Los datos reflejan que, con un 58% –equivalente a 7 alertas del total–, la ciudadanía figura como el principal grupo de agresores en los casos de hostigamiento judicial, seguida por agentes estatales con 5 casos –42%–. Esta distribución muestra una mayor frecuencia de acciones judiciales iniciadas por particulares dentro del universo analizado. Si bien no es posible establecer con certeza las causas de esta tendencia, sugiere la necesidad de profundizar en investigaciones futuras que exploren los factores que motivan este tipo de denuncias y su impacto en el ejercicio de la libertad de expresión.

No obstante, es importante señalar que las alertas no constituyen conclusiones definitivas, sino señales de atención que requieren seguimiento. La ciudadanía tiene el derecho legítimo de recurrir a los canales judiciales; por tanto, mientras no exista un fallo firme o evidencia concluyente, estos casos deben ser observados bajo el principio del debido proceso. En este contexto, el hecho de que algunas alertas registradas por el Consejo de Comunicación identifiquen a agentes estatales como posibles agresores en situaciones de hostigamiento judicial tal como se evidenció en el análisis de los 20 casos revisados justifica la necesidad de establecer mecanismos de monitoreo institucional. Este monitoreo permitirá garantizar que el uso del sistema judicial no derive en prácticas que vulneren la libertad de expresión ni en represalias contra quienes ejercen funciones informativas. Con base a las alertas, se contrastó la información procesal obtenida del Sistema Automático de Trámite Judicial Ecuatoriano SATJE (2024), lo que permitió verificar la naturaleza de los 20 procesos judiciales.

### Figura 3

*Tipos de procesos judiciales iniciados contra trabajadores de la comunicación*



**Nota:** Elaboración propia Fuente: Sistema Automático de Trámite Judicial Ecuatoriano SATJE (2024).

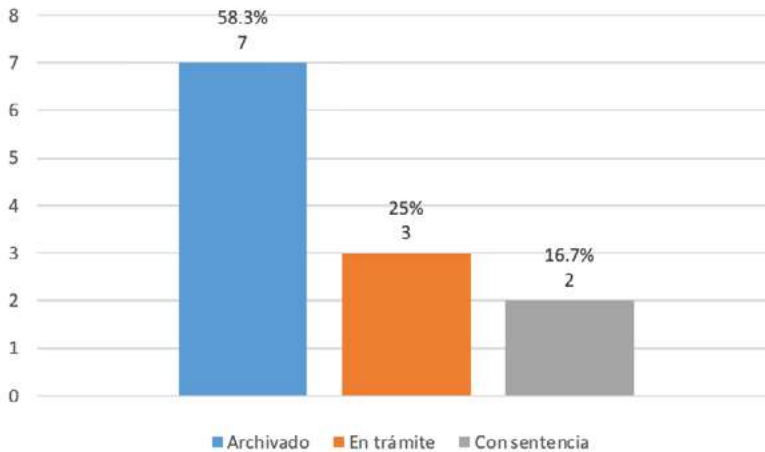
De los procesos judiciales registrados, 5 casos que representa 42% corresponde a procesos penales, con 5 casos que representa el 42% a causas constitucionales, y con 2 casos que equivale el 17% a procedimientos administrativos. Este desglose evidencia que el mecanismo utilizado para ejercer presión judicial sobre periodistas en Ecuador es el derecho penal.

Este enfoque permite comprender que la judicialización de los comunicadores no debe analizarse únicamente desde la perspectiva legal, sino también desde sus implicaciones en el ejercicio de derechos fundamentales. El nivel de intimidación que generan estos procesos y el grado de afectación a la libertad de prensa, la integridad personal y el derecho a informar son indicadores clave para evaluar el

impacto real de la acción judicial sobre el periodismo y la comunicación social.

#### Figura 4

*Estado procesal de los casos de hostigamiento judicial*



*Nota:* Elaboración propia. Fuente: Sistema Automático de Trámite Judicial Ecuatoriano SATJE (2024).

La figura evidencia que, 7 casos –58,3%– fueron archivados tras la etapa inicial o en fases intermedias, ya sea por falta de elementos probatorios, desistimiento del denunciante o demandante mediante la aplicación de criterios de oportunidad.

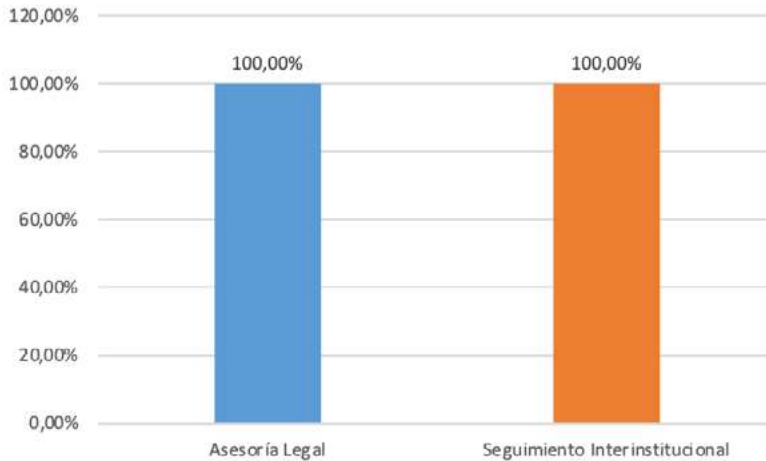
Por su parte, 3 casos –25%– se encontraban en trámite al momento del cierre de esta investigación, lo que refleja que persisten procesos activos que continúan generando presión e incertidumbre sobre los trabajadores de la comunicación afectados. Finalmente, 2 casos (16,7%) concluyeron con una sentencia; Sin embargo,

resulta especialmente relevante el análisis de los dos casos que concluyeron con sentencia. Aunque el gráfico no detalla el contenido de dichas decisiones, los registros revisados indican que en ambos procesos se reconoció el carácter desproporcionado de las acciones judiciales. Esta desproporcionalidad se refiere a una respuesta legal excesiva frente a los hechos atribuidos a los comunicadores, lo cual constituye una forma de afectación directa a la libertad de expresión.

Las acciones judiciales se consideran desproporcionadas cuando el uso del aparato legal excede lo razonable en relación con el supuesto daño causado, especialmente en contextos donde el ejercicio del periodismo o la comunicación social está protegido por normas constitucionales y tratados internacionales. En estos casos, la judicialización no solo representa una carga legal injustificada, sino que también puede tener un efecto intimidatorio, inhibiendo el ejercicio libre del derecho a informar y opinar. El reconocimiento judicial de esta desproporcionalidad confirma que, más allá de la legalidad formal del proceso, se vulneraron principios fundamentales que garantizan el ejercicio de la libertad de expresión. En términos generales, estos datos permiten sostener que una parte importante de los procedimientos iniciados contra periodistas y comunicadores no alcanza una resolución de fondo que justifique la denuncia, lo que refuerza la hipótesis del uso instrumental del aparato judicial como forma de hostigamiento. Al mismo tiempo, la existencia de procesos activos y sentencias adversas genera un efecto inhibitorio que impacta directamente en el ejercicio libre del periodismo.

**Figura 5**

*Acciones institucionales de protección activadas por el mecanismo de protección*



*Nota:* Elaboración propia. Fuente: Consejo de Comunicación (2025).

El análisis de los 12 casos de hostigamiento judicial revela que el Mecanismo de Protección fue aplicado de manera integral, ejecutando todas las acciones principales de acompañamiento previstas en su protocolo. En todos los casos, se otorgó asesoría legal especializada, lo que garantiza que los trabajadores de la comunicación cuenten con el respaldo jurídico necesario para enfrentar los procesos judiciales. Esta cobertura del 100% evidencia un compromiso institucional por brindar orientación técnica adecuada ante situaciones que pueden comprometer el ejercicio profesional del periodismo.

Asimismo, el seguimiento interinstitucional fue aplicado en la totalidad de los casos, lo que indica una articulación efectiva entre el Mecanismo de Protección y otras entidades públicas. Este tipo de coordinación es fundamental para asegurar una respuesta integral frente a las amenazas que enfrentan los comunicadores, permitiendo una vigilancia constante del desarrollo de los procesos judiciales y una posible intervención en caso de agravamiento del riesgo.

La uniformidad en la activación de estas medidas sugiere que, desde una perspectiva procedimental, el Mecanismo ha cumplido con su mandato de protección. No obstante, es necesario profundizar en el análisis de la efectividad real de estas acciones. La implementación formal de las medidas no garantiza por sí sola la reducción del riesgo ni la contención del efecto inhibitorio que puede generar el hostigamiento judicial. La percepción de seguridad de los comunicadores afectados y la garantía del ejercicio pleno de la libertad de expresión no pueden evaluarse únicamente desde una perspectiva normativa o institucional. Es necesario considerar el impacto concreto de las acciones implementadas por el Mecanismo de Protección. En este sentido, el gráfico presentado muestra que dos componentes clave la asesoría legal y el seguimiento interinstitucional alcanzaron un nivel de implementación del 100%, lo que indica una cobertura total en los casos analizados.

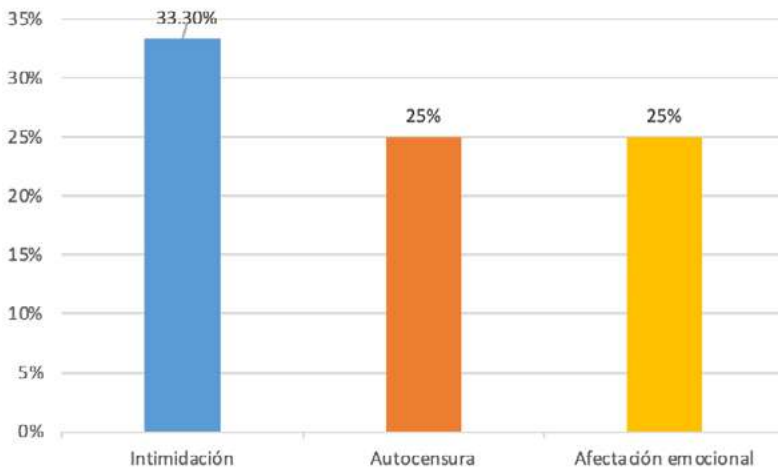
Esta percepción se establece, por tanto, en función de la efectividad y presencia de estas intervenciones. La asesoría legal proporciona a los comunicadoras para

enfrentar los procesos judiciales con mayor conocimiento y respaldo técnico, lo que reduce la sensación de vulnerabilidad frente al sistema judicial. Por su parte, el seguimiento interinstitucional permite articular respuestas entre distintas entidades del Estado, lo que refuerza la protección integral y genera confianza en la acción pública.

El hecho de que ambas acciones hayan sido aplicadas en todos los casos revisados sugiere que los comunicadores no solo recibieron apoyo formal, sino que también experimentaron una mejora en su percepción de seguridad. Esta percepción es fundamental para que puedan continuar ejerciendo su labor sin temor a represalias judiciales, lo cual constituye un indicador directo de la garantía de la libertad de expresión en contextos de hostigamiento legal.

### Figura 6

*Efectos identificados en los casos de hostigamiento judicial*



*Nota:* Elaboración propia. Fuente: Consejo de Comunicación (2025).

La identificación de los efectos del hostigamiento judicial en los casos analizados se realizó mediante la revisión sistemática de los testimonios, registros institucionales y documentación de seguimiento del Mecanismo de Protección. Estos insumos permitieron categorizar las consecuencias más recurrentes que enfrentan los comunicadores afectados por procesos judiciales, reflejadas en el gráfico presentado.

El gráfico muestra tres efectos principales: intimidación –33,3%–, autocensura –25%– y afectación emocional –25%–. Estos porcentajes representan la frecuencia con la que cada efecto fue reportado o evidenciado en los casos estudiados. La intimidación aparece como el efecto más común, lo que indica que los procesos judiciales no solo buscan sancionar, sino que también generan un ambiente de presión que puede inhibir el ejercicio libre de la comunicación. La autocensura, por su parte, refleja una respuesta defensiva de los comunicadores, quienes optan por limitar sus contenidos o evitar ciertos temas para no exponerse a nuevas represalias legales.

Finalmente, la afectación emocional evidencia el impacto psicológico que estos procesos tienen sobre los individuos, afectando su bienestar y estabilidad personal. Estos efectos fueron identificados a partir de patrones repetitivos en los relatos de los comunicadores, así como en los informes técnicos elaborados por el equipo del Mecanismo. La sistematización de esta información permitió establecer indicadores cualitativos y cuantitativos que sustentan el análisis del impacto del hostigamiento judicial en el ejercicio de la libertad de expresión.

## Discusión

En contraste con años anteriores, se observa un incremento en el uso del sistema judicial como mecanismo de presión, especialmente en el ámbito penal. Esta tendencia refleja una intensificación del hostigamiento judicial en 2024. Casos similares han sido documentados en países como México, Venezuela y Nicaragua, donde el uso abusivo del sistema judicial ha sido identificado como una amenaza a la libertad de prensa. La comparación con estos contextos permite situar el caso ecuatoriano en una problemática regional y global. Del total de 20 alertas levantadas por el Consejo de Comunicación en 2024, se identificaron 12 casos que avanzaron hacia instancias judiciales, configurándose como posibles situaciones de hostigamiento judicial. Estos procesos fueron impulsados tanto por actores estatales como por ciudadanos, lo que evidencia que el uso del sistema judicial como mecanismo de presión no es exclusivo del poder público.

En contraste con años anteriores, los datos de 2024 reflejan un incremento en el uso del sistema judicial como mecanismo de presión contra periodistas en Ecuador, especialmente a través de procesos penales. Esta tendencia no es aislada: se inscribe en un patrón regional donde la judicialización se emplea como estrategia de censura encubierta y amedrentamiento. En México, la organización Artículo 19 ha documentado múltiples demandas por difamación y daño moral interpuestas contra periodistas que investigan corrupción y crimen organizado. Estos procesos suelen prolongarse por años y generan altos costos económicos, obligando en muchos casos a los

comunicadores a retractarse o abandonar la investigación. Un ejemplo emblemático fue la demanda civil contra la periodista Lydia Cacho, quien enfrentó un proceso prolongado tras denunciar redes de explotación infantil, lo que generó un efecto inhibitorio en otros reporteros de investigación.

En Venezuela, el hostigamiento judicial se combina con detenciones arbitrarias y procesos penales infundados. El caso del portal Efecto Cocuyo es ilustrativo: en 2023 enfrentó demandas impulsadas por altos funcionarios estatales, acusándolos de difamación agravada por publicaciones de interés público. Aunque muchas de estas acciones no prosperan en instancias superiores, su sola tramitación genera autocensura y limita la labor informativa.

Por su parte, en Nicaragua, el uso del aparato judicial contra periodistas se ha intensificado desde 2018. Reporteros de medios como La Prensa y Confidencial han sido sometidos a procesos penales bajo acusaciones de “conspiración” y “propagación de noticias falsas”. Estas causas, acompañadas del cierre de medios y la confiscación de bienes, configuran un patrón de persecución sistemática que busca dismantlar el periodismo independiente en el país.

Situar el caso ecuatoriano junto a estas experiencias muestra que, aunque los contextos varían, los efectos son similares: intimidación, autocensura y desgaste emocional de los trabajadores de la comunicación. En Ecuador, la vía penal es la más utilizada, lo que otorga a las denuncias un peso simbólico y coercitivo mayor, incluso cuando la mayoría concluye archivada. Este hallazgo se asemeja a lo

ocurrido en México, donde predominan las demandas civiles, y a lo observado en Venezuela y Nicaragua, donde el uso del derecho penal y administrativo se articula directamente con el poder político para silenciar a la prensa.

Asimismo, estos efectos, ya descritos en los resultados, revelan consecuencias psicológicas y profesionales profundas en casos comunes en la región. La autocensura, en particular, representa una forma de violencia simbólica que empobrece el debate público, limita la fiscalización del poder y debilita el derecho ciudadano a recibir información plural y veraz. Aunque en Ecuador el Mecanismo activó medidas de acompañamiento en todos los casos en todos los casos judicializados, la persistencia del hostigamiento judicial evidencia limitaciones en su efectividad real. La comparación con México, Venezuela y Nicaragua confirma que la protección de la prensa requiere no solo asistencia jurídica, sino también marcos legales contra demandas abusivas, capacitación a jueces y fiscales, y el reconocimiento del periodismo esencial para la democracia.

En suma, la experiencia regional permite ubicar el fenómeno en un marco más amplio y resaltar que, aunque Ecuador enfrenta particularidades propias, comparte con sus vecinos latinoamericanos un desafío común: evitar que los tribunales se conviertan en herramientas de represión y garantizar que actúen como garantes de derechos.

Los casos judicializados se tramitaron principalmente en la vía penal, aunque también se identificaron acciones constitucionales y administrativas. Un caso relevante en primera instancia fue el del periodista Lauro Rueda,

de Supercable TV Cariamanga, quien enfrentó medidas cautelares impuestas por la Junta Cantonal de Protección de Derechos tras emitir una opinión crítica en redes sociales sobre una funcionaria estatal. El 22 de julio de 2024, el juez Diego Quezada, de la Unidad Multicompetente del cantón Calvas, aceptó la acción de protección presentada por Rueda y dejó sin efecto dichas medidas (Fundamedios, 2024).

En contraste, el caso del periodista Jonathan Quezada muestra una trayectoria distinta. Quezada enfrentó múltiples procesos judiciales por sus investigaciones sobre presuntas irregularidades en el sistema judicial de Guaranda. Uno de los jueces aludidos presentó una denuncia por contravención penal de cuarta clase, lo que derivó en una sentencia condenatoria de 15 días de prisión. “La Corte Constitucional del Ecuador declaró la prescripción de la pena impuesta al periodista Jonathan Quezada, reconociendo que el proceso judicial tuvo un efecto inhibitor sobre su ejercicio de la libertad de expresión” (Corte Constitucional del Ecuador, 2024, el proceso judicial tuvo un efecto inhibitor sobre su labor, evidenciando cómo la judicialización puede convertirse en una herramienta de silenciamiento.

Pese a la existencia de precedentes relevantes en instancias superiores, como el caso Palacio Urrutia vs. Ecuador ante la Corte Interamericana de Derechos Humanos, en el que se determinó que las sanciones penales y civiles impuestas a periodistas por expresar opiniones sobre asuntos de interés público fueron desproporcionadas y tuvieron un efecto amedrentador sobre la prensa (Corte IDH, 2021), y el caso La Hora vs. Subsecretaría Nacional de la Administración Pública ante la Corte Constitucional del

Ecuador, donde se estableció que las entidades estatales no pueden ser titulares del derecho a la honra y que la información de interés público goza de protección reforzada (CCE, 2019), el hostigamiento judicial contra trabajadores de la comunicación continúa afectando directamente el ejercicio del derecho a la libertad de expresión. Estos fallos han establecido estándares claros sobre la protección del periodismo frente a sanciones desproporcionadas, pero su aplicación práctica sigue siendo limitada.

Durante esta investigación los datos obtenidos muestran que los procesos judiciales se tramitaron principalmente por la vía penal y constitucional, siendo el derecho penal el más utilizado, lo cual resulta especialmente preocupante si se considera que este tipo de acciones conlleva una carga simbólica y coercitiva mayor. La apertura de causas penales contra periodistas, incluso cuando estas terminan archivadas, genera un efecto inhibitorio que trasciende al caso individual y se proyecta sobre el conjunto del gremio, promoviendo la autocensura y debilitando el rol fiscalizador de la prensa. Este efecto se intensifica debido a la limitada formación jurídica que poseen muchos trabajadores de la comunicación. La ausencia de conocimientos técnicos sobre el funcionamiento del sistema judicial y los derechos que los amparan coloca a estos profesionales en una posición de desventaja frente a procesos legales complejos. En muchos casos, los comunicadores no cuentan con una defensa especializada ni con asesoría legal oportuna, lo que dificulta su capacidad para responder adecuadamente a las acusaciones o medidas judiciales en su contra.

Esta situación no solo incrementa su vulnerabilidad ante el hostigamiento judicial, sino que también genera un entorno de inseguridad que puede derivar en autocensura, afectación emocional y debilitamiento del ejercicio profesional. La falta de herramientas jurídicas limita la posibilidad de ejercer una defensa efectiva, lo que a su vez refuerza el impacto intimidatorio de los procesos judiciales y obstaculiza el ejercicio pleno de la libertad de expresión.

Los efectos del hostigamiento judicial identificados en los casos analizados demuestran que este tipo de agresión no se limita a consecuencias legales, sino que genera impactos profundos en la dimensión psicológica y profesional de los comunicadores. La intimidación se manifiesta como una forma de presión institucional, en la que el solo hecho de ser sometido a un proceso judicial se convierte en una herramienta de silenciamiento. Esta situación genera temor y vulnerabilidad, afectando directamente la libertad de expresión.

La autocensura, por su parte, representa una respuesta defensiva ante el riesgo de nuevas represalias legales. Los comunicadores, al sentirse expuestos, optan por restringir sus contenidos o evitar ciertos temas, lo que implica una renuncia involuntaria al ejercicio pleno del derecho a informar. Este efecto no solo limita la labor periodística, sino que empobrece el debate público y restringe el acceso ciudadano a información relevante.

Finalmente, la afectación emocional evidencia el impacto psicológico que estos procesos tienen sobre los comunicadores. El estrés, la ansiedad y el desgaste emocional que se derivan del hostigamiento judicial

comprometen su estabilidad personal y profesional, generando un entorno adverso para el ejercicio libre y seguro del periodismo. Estos efectos fueron identificados a través del análisis cualitativo de los testimonios y registros del Mecanismo de Protección, lo que permite comprender el alcance real de la judicialización como forma de violencia institucional.

Aunque el Mecanismo de Protección activó medidas en todos los casos judicializados, incluyendo asesoría legal y seguimiento interinstitucional, persisten dudas sobre la efectividad real de estas acciones. Si bien la cobertura institucional representa un avance significativo en la protección de los trabajadores de la comunicación, la persistencia del hostigamiento judicial evidencia que las medidas adoptadas hasta el momento no han sido suficientes para transformar estructuralmente el entorno en el que se ejerce el periodismo. La existencia de acompañamiento legal y seguimiento interinstitucional demuestra voluntad institucional, pero no necesariamente garantiza que se hayan generado condiciones efectivas para prevenir el uso abusivo del sistema judicial como mecanismo de censura o intimidación.

Esta situación sugiere que las acciones implementadas, aunque necesarias, no han logrado incidir en los factores estructurales que permiten la judicialización injustificada de la labor comunicacional. La falta de sanciones contra quienes promueven procesos infundados, la debilidad en la aplicación de garantías constitucionales, y la escasa formación jurídica de los comunicadores siguen siendo elementos que perpetúan la vulnerabilidad del

sector. Por tanto, es indispensable que las políticas de protección evolucionen hacia enfoques más preventivos, con capacidad de incidir en el sistema judicial y en la cultura institucional que permite el uso de procesos legales como forma de represión. La existencia de precedentes judiciales relevantes, tanto a nivel nacional como internacional, que reconocen la desproporcionalidad de las sanciones impuestas a periodistas, no ha sido suficiente para revertir esta tendencia, lo que pone en evidencia la necesidad de fortalecer la aplicación práctica de estos estándares y de promover una cultura jurídica que reconozca y proteja el rol social del periodismo.

### **Conclusiones**

La investigación sobre el hostigamiento judicial a trabajadores de la comunicación en Ecuador durante el año 2024, desarrollada mediante un enfoque metodológico mixto, ha permitido evidenciar que esta práctica constituye una forma sistemática de vulneración al derecho fundamental de la libertad de expresión. El análisis de las 20 alertas emitidas por el Consejo de Comunicación y la identificación de 12 casos que derivaron en procesos judiciales formales confirman que, en determinados contextos, el sistema judicial está siendo instrumentalizado como mecanismo de presión, censura y silenciamiento contra quienes ejercen funciones informativas. Esta utilización del aparato judicial, lejos de fortalecer el Estado de derecho, representa una amenaza directa al ejercicio periodístico y, por ende, al funcionamiento democrático del país.

Los hallazgos empíricos revelan que el hostigamiento judicial no proviene exclusivamente de actores estatales, sino que también involucra a particulares, ampliando el espectro de riesgo para los comunicadores. Esta pluralidad de agresores demuestra que el periodismo crítico y fiscalizador se encuentra expuesto a represalias desde diversos frentes, generando un entorno de inseguridad jurídica y emocional. La prevalencia de procesos penales y constitucionales, junto con la alta proporción de casos archivados, sugiere que muchas denuncias carecen de sustento jurídico sólido, lo que refuerza la hipótesis de que su finalidad no es la búsqueda de justicia, sino la inhibición del ejercicio libre de la comunicación.

En este contexto, se constata que el hostigamiento judicial produce efectos adversos que trascienden el ámbito legal. La intimidación, la autocensura y la afectación emocional identificadas en los casos analizados reflejan un impacto profundo y multifacético. La autocensura, en particular, constituye una forma de violencia simbólica que limita la libertad editorial y empobrece el debate público. La afectación emocional compromete la estabilidad personal de los comunicadores, generando un clima de temor y retraimiento profesional. Estos efectos no solo vulneran derechos individuales, sino que afectan el derecho colectivo de la ciudadanía a recibir información plural, veraz y oportuna.

A pesar de la existencia de mecanismos institucionales como el Mecanismo de Prevención y Protección del Trabajo Periodístico, y de precedentes judiciales relevantes tanto a nivel nacional como

internacional —como los casos Palacio Urrutia vs. Ecuador y Diario La Hora vs. Subsecretaría Nacional de la Administración Pública—, la protección efectiva de los trabajadores de la comunicación sigue siendo limitada. La escasa difusión de estos fallos, la falta de formación especializada entre operadores de justicia y la débil articulación interinstitucional contribuyen a la persistencia del hostigamiento judicial como forma de censura encubierta. Esta brecha entre el marco normativo y su aplicación práctica evidencia la necesidad urgente de reformas estructurales que fortalezcan la protección del ejercicio periodístico y garanticen una respuesta institucional eficaz frente a las agresiones judiciales.

En consecuencia, se concluye que el Estado ecuatoriano debe asumir un rol activo y comprometido en la defensa de la libertad de expresión, no solo mediante la formulación de políticas públicas, sino a través de la implementación de medidas concretas que prevengan el uso abusivo del sistema judicial contra periodistas. Estas medidas deben incluir la creación de unidades especializadas en la Fiscalía y el Poder Judicial para atender casos relacionados con libertad de prensa, la capacitación legal de los comunicadores, el fortalecimiento del Mecanismo de Protección con recursos técnicos y humanos suficientes, y la promoción de una cultura institucional que reconozca el valor del periodismo como garante de la transparencia, la rendición de cuentas y la participación ciudadana.

Finalmente, se reafirma que la defensa de la libertad de expresión no puede depender únicamente de la

resiliencia individual de los periodistas, sino que requiere un compromiso firme, articulado y sostenido por parte del Estado, las instituciones judiciales y la sociedad en su conjunto. Solo mediante la construcción de un entorno jurídico, político y social que respete y proteja el ejercicio periodístico será posible garantizar el derecho de la ciudadanía a estar informada, fortalecer la democracia y consolidar un sistema de justicia que actúe como garante de derechos, y no como instrumento de represión.

## Referencias

- Bagur–Pons, S., Rosselló–Ramón, M. R., Paz–Lourido, B. y Verger, S. (2021). El enfoque integrador de la metodología mixta en la investigación educativa. *Revista Electrónica de Investigación y Evaluación Educativa*. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=91668059003>
- Carreras Serra, L. y Vilajoana Alejandre, S. (2017). *Las libertades de expresión e información*. Universitat Oberta de Catalunya. [https://openaccess.uoc.edu/bitstream/10609/147156/6/RegimenJuridicoDeLaComunicacion\\_Modulo1\\_LasLibertadesDeExpresionEInformaci%C3%B3n.pdf](https://openaccess.uoc.edu/bitstream/10609/147156/6/RegimenJuridicoDeLaComunicacion_Modulo1_LasLibertadesDeExpresionEInformaci%C3%B3n.pdf)
- Código Orgánico Integral Penal [COIP]. (2014, 10 de febrero). Registro Oficial Suplemento No. 180. <https://vlex.ec/vid/codigo-organico-integral-penal-631464447>
- Comisión Interamericana de Derechos Humanos [CIDH]. (2009). *Informe anual de la Relatoría Especial para la Libertad de Expresión 2009*. Organización de los Estados Americanos [OEA] <https://www.oas.org/es/cidh/expresion/docs/informes/anuales/Informe%20Anual%202009%201%20ESP.pdf>
- Comisión Interamericana de Derechos Humanos [CIDH]. (s. f.). *Violencia contra periodistas y trabajadores de medios: estándares interamericanos y prácticas nacionales* — Capítulo III [PDF]. Organización de los Estados Americanos. [https://www.oas.org/es/cidh/expresion/docs/informes/Cap\\_III\\_informe\\_ejecutivo\\_ESP.pdf](https://www.oas.org/es/cidh/expresion/docs/informes/Cap_III_informe_ejecutivo_ESP.pdf)
- Comisión Interamericana de Derechos Humanos. (2000). *Declaración de Principios sobre Libertad de Expresión*. Organización de los Estados Americanos.(OEA)

<https://www.oas.org/es/cidh/expresion/showarticle.asp?artID=132&IID=2>

Consejo de Europa. (2024). *Informe de la Plataforma para la Seguridad de los Periodistas 2024: Grave preocupación por el uso de programas espía contra periodistas, las demandas judiciales abusivas y los periodistas en el exilio.*

Consejo de Europa. <https://www.coe.int/es/web/portal/-/safety-of-journalists-platform-2024-report-serious-concern-about-the-use-of-spyware-against-journalists-abusive-lawsuits-and-journalists-in-exile>

Consejo de Regulación, Desarrollo y Promoción de la Información y Comunicación. (2022). *Protocolo de actuación ante agresiones a personas trabajadoras de la comunicación.*

Consejo de Regulación, Desarrollo y Promoción de la Información y Comunicación (2025). *Visor de alertas de agresiones de los trabajadores de la comunicación.* <https://www.consejodecomunicacion.gob.ec/visor-de-alertas/>

Constitución de la República del Ecuador. (2008, 20 de octubre). Registro Oficial No. 449. <https://vlex.ec/vid/constitucion-republica-ecuador-631446215>

Corte Constitucional del Ecuador. (2019). Sentencia No. 282-13-JP/19: *Caso La Hora vs Subsecretaría Nacional de la Administración Pública*. Repositorio Consejo de Comunicación. [https://repositorio.consejodecomunicacion.gob.ec/bitstream/CONSEJO\\_REP/525/1/Caso%20La%20Hora.pdf](https://repositorio.consejodecomunicacion.gob.ec/bitstream/CONSEJO_REP/525/1/Caso%20La%20Hora.pdf)

Corte Interamericana de Derechos Humanos [CIDH]. (2017). *Estándares internacionales de libertad de expresión.*

Biblioteca Corte IDH. <https://biblioteca.corteidh.or.cr/tablas/r37048.pdf>

Corte Interamericana de Derechos Humanos [CIDH]. (2021).

*Caso Palacio Urrutia y otros vs. Ecuador*. Corte IDH.

[https://www.corteidh.or.cr/docs/casos/articulos/seriec\\_446\\_esp.pdf](https://www.corteidh.or.cr/docs/casos/articulos/seriec_446_esp.pdf)

Ferrera, J. (s. f.). Significado de hostigamiento: *Definición,*

*principios y mobbing*. Significado.com. [https://](https://significado.com/hostigamiento/)

[significado.com/hostigamiento/](https://significado.com/hostigamiento/)

Fundación Para la Libertad de Prensa. [FLIP]. (2021). *Acoso*

*judicial a periodistas y defensores(as) de derechos humanos,*

*la víctima es la libertad de expresión*. [https://flip.org.co/](https://flip.org.co/en/publicaciones/otras-publicaciones)

[en/publicaciones/otras-publicaciones](https://flip.org.co/en/publicaciones/otras-publicaciones)

Fundamedios. (2025). *Informe regional: Periodismo bajo asedio.*

*IFEX*. [https://ifex.org/es/informe-regional-2024-](https://ifex.org/es/informe-regional-2024-periodismo-bajo-asedio/)

[periodismo-bajo-asedio/](https://ifex.org/es/informe-regional-2024-periodismo-bajo-asedio/)

Kovach, B. y Rosenstiel, T. (2012). *Los elementos*

*del periodismo*. [https://books.google.es/](https://books.google.es/books?id=NXQx364hD9YC)

[books?id=NXQx364hD9YC](https://books.google.es/books?id=NXQx364hD9YC)

Oficina del Alto Comisionado de las Naciones Unidas para

los Derechos Humanos. (s. f.). *Libertad de expresión y*

*opinión*. Naciones Unidas. [https://www.ohchr.org/es/](https://www.ohchr.org/es/topic/freedom-expression-and-opinion)

[topic/freedom-expression-and-opinion](https://www.ohchr.org/es/topic/freedom-expression-and-opinion)

Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la

Ciencia y la Cultura [UNESCO]. (s. f.). *Plan de Acción*

*de la ONU para la Seguridad de los Periodistas y la Lucha*

*contra la Impunidad*. UNESCO. [https://www.unesco.org/](https://www.unesco.org/es/safety-journalists/un-plan-action)

[es/safety-journalists/un-plan-action](https://www.unesco.org/es/safety-journalists/un-plan-action)

Pascumal, R. F. (2023). *Hitos históricos, normativa y*

*jurisprudencia sobre la definición «Trabajadores de*

*la Comunicación en Ecuador*». Revista Enfoques de la Comunicación, (9), 23–50. <https://revista.consejodecomunicacion.gob.ec/index.php/rec/article/view/120>

Porto, J. P. y Gardey, A. (28 de septiembre de 2022). Definición de Hostigar. *Definición de*. <https://definicion.de/hostigar/>

Procuraduría General del Estado [PGE]. (2025). *Guía informativa DDHH número 3–Libertad de expresión*. PGE. <http://www.pge.gob.ec>

Reglamento General a la Ley Orgánica de Comunicación. (2023, 23 de agosto). Decreto Ejecutivo No. 850, Registro Oficial Segundo Suplemento No. 383. Ecuador, Presidencia de la República. <https://www.presidencia.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2023/08/2023.08.23-REGLAMENTO-LEY-COMUNICACION.pdf>

Rey Cantor, E. J. (2002). Principio de legalidad y derechos humanos: análisis desde la perspectiva del derecho constitucional procesal. Instituto de Investigaciones Jurídicas, Universidad Nacional Autónoma de México. <https://archivos.juridicas.unam.mx/www/bjv/libros/1/344/24.pdf>

Sánchez Flores, F. A. (2019). Fundamentos epistémicos de la investigación cualitativa y cuantitativa: consensos y disensos. *Revista Digital de Investigación en Docencia Universitaria*, 13(1), 77–91. <https://doi.org/10.19083/ridu.2019.644>

Sociedad Interamericana de Prensa y Universidad Católica Andrés Bello. (2024). *Índice Chapultepec de libertad de*

*expresión y prensa 2024*. <https://indicedechapultepec.com/>

Vélez-Moreira, A. S. y Vilela-Cedeño, J. P. (2023). *La libertad de expresión, un derecho fundamental limitado* [Tesis de licenciatura, Universidad San Gregorio de Portoviejo]. Repositorio Institucional USGP. <http://repositorio.sangregorio.edu.ec/handle/123456789/3182>

## **Protección Estatal para los Trabajadores de la Comunicación en Relación con las Protestas Sociales en Ecuador 2022**

### ***State Protection for Communication Workers in Relation to Social Protests in Ecuador 2022***

**Micaela Torres-Estupiñán<sup>1</sup>**

Graduada de Abogada

Universidad Indoamérica

[micaelatorres.07.02@gmail.com](mailto:micaelatorres.07.02@gmail.com)

**Lenin Petronio Ruales-Saltos<sup>2</sup>**

Universidad Indoamérica

[lruales2@indoamerica.edu.ec](mailto:lruales2@indoamerica.edu.ec)

543

### **Resumen**

En este trabajo se recopiló documentación histórica de las alertas reportadas en Ecuador en el contexto de las protestas sociales de junio de 2022. Se realizó una clasificación y un análisis estadístico descriptivo para categorizar la información de las 381 alertas registradas por el Consejo de Desarrollo y Promoción de la Información y Comunicación [Consejo de Comunicación], de las cuales 346 corresponden al contexto de protesta social. Se evaluó el marco normativo tanto a nivel local como internacional para identificar cuál era el estado de los cuerpos legales

---

1 Graduada de Abogada por la Universidad Indoamérica, con formación académica y experiencia práctica en atención a usuarios, gestión y seguimiento de procesos judiciales, capacitación en derechos humanos, cumplimiento tributario y patronal, así como en docencia de derecho mediante simulaciones de audiencias. Ha colaborado en instituciones públicas y privadas, desarrollando competencias en asesoría jurídica, organización de expedientes, elaboración de informes y capacitación. ORCID: <https://orcid.org/0009-0009-0936-2597>.

2 Doctor en Jurisprudencia y Abogado por la Universidad Central del Ecuador, especialista en Gobernanza y Derechos Humanos; actualmente docente a tiempo completo en la Universidad Indoamérica. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9545-3656>

del país en junio de 2022 versus otros países de la región. Finalmente, se hicieron pruebas estadísticas no paramétricas de chi-cuadrado para determinar si existe relación entre las agresiones reportadas y el sexo de los agredidos, la provincia donde se reportaron las alertas y conocer si existe una relación entre el tipo de agresor y el tipo de agresión. Con este trabajo se pretende trazar una línea base que permita a futuro proponer normativas eficientes, específicas, útiles y aplicables para proteger a los trabajadores de la comunicación durante su trabajo en ambientes de alto riesgo como las protestas sociales, y con ello garantizar el goce pleno de sus derechos.

*Palabras clave:* protección a los trabajadores de comunicación, protestas sociales, libertad de expresión, alertas de agresiones, trabajadores de la comunicación.

### **Abstract**

This paper presents a compilation of historical records of alerts reported in Ecuador in the context of the social protests of June 2022. A classification and descriptive statistical analysis were conducted to categorize the information from the 381 alerts documented by the Consejo de Desarrollo y Promoción de la Información y Comunicación, of which 346 correspond to the context of social protest. The regulatory framework was assessed at both the national and international levels to identify the status of the country's legal bodies in June 2022 in comparison with other countries in the region. Finally, nonparametric chi-square statistical tests were applied to determine whether there is a relationship between the reported aggressions and the sex of the victims,

the province where the alerts were reported, and to determine whether there is an association between the type of aggressor and the type of attack. This work aims to establish a baseline that will enable the future development of efficient, specific, useful, and applicable regulations to protect media workers in high-risk environments such as social protests, thereby ensuring the full exercise of their rights.

*Keywords:* protection of media workers, social protests, freedom of expression, alerts on aggressions, communication professionals.

## Introducción

En el presente trabajo se busca recopilar, tratar y analizar la información histórica documental referente a las alertas reportadas en Ecuador en contexto de las protestas sociales de junio de 2022. Esto se llevó a cabo a través de categorizar la información en tipos de agresión, tipos de agresores, provincias donde se reportaron las alertas y sexo del agredido. Adicionalmente, mediante un análisis estadístico descriptivo y correlacional, se identificó la existencia o no de la relación entre las distintas variables categóricas, con lo cual se pueda establecer una línea base para considerar futuras propuestas de ley.

Así mismo, se pretende realizar una evaluación normativa tanto de las leyes nacionales como de las internacionales referentes a la protección de los trabajadores de la comunicación social a nivel nacional y regional.

Es importante mencionar que el derecho a la libertad de expresión representa una de las libertades más básicas como la posibilidad de poder pensar y compartir opiniones. Este derecho constituye una condición fundamental para una verdadera democracia, pues ningún sistema democrático puede consolidarse sin la participación efectiva y eficiente de la ciudadanía en una sociedad libre. La labor de los trabajadores de la comunicación y el acceso a la información permiten a las personas estar informadas sobre la sociedad en la que cual conviven. Por este motivo, la libertad de expresión es necesaria para ejercer otros derechos humanos, tales como la libertad de asociación, de pensamiento y de participación en temas de interés público (Center for International Media Assistance [CIMA], 2017, p. 6).

En este sentido, los trabajadores de la comunicación tienen un rol fundamental debido a que informan y dan a conocer los acontecimientos de interés público sobre la realidad nacional y regional. La Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura [UNESCO] (2020) ha capacitado a las fuerzas de seguridad y al poder judicial en legislaciones internacionales pertinentes a la libertad de expresión, con la finalidad de que los trabajadores de la comunicación puedan desempeñar su trabajo periodístico de manera segura sin temor a la persecución (p. 4).

Por su parte, la protesta social constituye una forma legítima de acción, ya sea de manera individual o colectiva mediante, la cual las personas pueden expresar su desacuerdo a través de denuncias, demandas o afirmaciones frente a los hechos que consideran lesivos o injustos. Pueden

manifestar estas expresiones por medio de opiniones políticas, sociales o culturales, mediante la crítica a las decisiones gubernamentales, a situaciones excluyentes o la exigencia del cumplimiento de los derechos. La protesta se encuentra estrechamente vinculada con los derechos a la libertad de expresión y de reunión pacífica, que se establece como un medio por el cual los ciudadanos se organizan de manera temporal en espacios públicos o privados con el objetivo de hacer visibles sus ideologías (Comisión Interamericana de Derechos Humanos [CIDH] y Relatoría Especial para la Libertad de Expresión [RELE], 2019, p. 14).

Dichas acciones cumplen un papel fundamental en la defensa de los derechos humanos, al ser utilizadas con frecuencia como respuesta ante la violencia, los conflictos de realidad nacional u otras vulneraciones. En muchos casos las protestas sociales son relevantes debido a que han aportado al avance del reconocimiento y la garantía de los derechos tanto a nivel local como en el derecho internacional de los derechos humanos (2019, p. 14).

### **Normativa Internacional**

En la Declaración de Principios sobre Libertad de Expresión adoptada por la CIDH (2000, p. 2), principio número 1, se establece que la libertad de expresión en todas sus manifestaciones y formas corresponde a un derecho fundamental, inherente e inalienable a todas las personas y, a su vez, se destaca que es fundamental para una sociedad democrática.

La Corte IDH (1985), en su Opinión Consultiva OC-5/85, reconoce al periodismo como una expresión fundamental y prioritaria del derecho a la libertad de

expresión, por tal motivo, no debe tener limitaciones al ser considerado simplemente un servicio al público. En concordancia con esta visión, Frank La Rue, relator Especial de las Naciones Unidas afirma que el periodismo es una profesión esencial para cualquier sociedad, porque permite a las personas acceder a la información necesaria para que puedan construir sus ideas, opiniones y conclusiones de una manera libre, autónoma y voluntaria (Organización de las Naciones Unidas [ONU], 2012).

El Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos (Organización de las Naciones Unidas [ONU], 1966) establece la obligación de los Estados miembros a garantizar la protección a los periodistas, incluidos a aquellos que cubren protestas sociales. Los Estados tienen el deber de investigar y sancionar cualquier vulneración de derechos que ocurra en una manifestación pública, incluyendo, aquellos relacionados con las agresiones contra la prensa.

En el mismo Pacto, reconoce el derecho a la libertad de expresión, que integra la facultad de que toda persona pueda buscar, recibir y difundir información e ideas sin limitaciones de fronteras, ya sea de forma escrita, oral, impresa, artística o por cualquier otro medio de su preferencia (art. 19.2). Además, el Pacto establece el derecho a la reunión pacífica, instaurando que su ejercicio solo podrá contener restricciones legalmente expresas y que sean necesarias dentro de una sociedad democrática para la seguridad pública, la protección de la seguridad nacional, el orden público, la salud o la moral pública, o los derechos y libertades de los demás (art. 21).

De igual manera, la Declaración Universal de los Derechos Humanos (ONU, 1948), en su artículo 19, estipula que todo individuo tiene el derecho a la libertad de opinión y de expresión. Por tal razón, no debe ser perjudicado como consecuencia de sus opiniones, ya que tiene el derecho de investigar, recibir y difundir sin ninguna limitación de fronteras.

Por su parte, la Convención Americana sobre Derechos Humanos «Pacto de San José» (Organización de los Estados Americanos [OEA], 1978), en su artículo 13, destaca que toda persona tiene derecho a la libertad de pensamiento y de expresión, lo cual incluye la libertad de buscar, recibir y difundir información e ideas de toda materia, sin fronteras y por cualquier medio, ya sea de manera oral, escrita, impresa, artística o cualquier otro de su preferencia. Este derecho no puede estar sujeto en ninguna ocasión a una censura previa, únicamente a responsabilidades consecutivas que están expresamente establecidas en la ley y deben ser requeridas para así garantizar el respeto a los derechos, o para proteger la seguridad nacional, el orden público, la salud o la moral pública. De igual modo, está prohibido limitar la libertad de expresión a través de métodos indirectos, tales como el uso excesivo o arbitrario de mecanismos de control sobre insumos o herramientas utilizadas para comunicar o transmitir información.

### ***Normativa Regional***

#### **Colombia**

En 2000, Colombia dio un paso pionero en reconocer formalmente la situación de vulnerabilidad en la que se encuentran los trabajadores de la comunicación

en situaciones de riesgo como las protestas sociales. El Ministerio del Interior, como parte de una respuesta, a través de su Dirección de Derechos Humanos, instituyó el Programa de Protección a Periodistas y Comunicadores Sociales, con la finalidad de brindar una asistencia concreta a este grupo ante amenazas o agresiones sufridas originadas en su ejercicio periodístico (OEA, s/f.).

### **México**

El 25 de junio de 2012, México promulgó la Ley para la Protección de Personas Defensoras de Derechos Humanos y Periodistas (2012), en la cual se establece una normativa específica destinada a proteger a las personas que ejercen el periodismo, especialmente en contextos de alta vulnerabilidad como las manifestaciones sociales. En este marco legal se contemplan acciones preventivas orientadas a disminuir los riesgos que ocasionan los ataques o actos de intimidación contra comunicadores y defensores de derechos humanos, además, se establecen garantías estructurales para evitar su repetición. La Ley considera como periodistas a todas las personas o entidades que se dediquen a generar y difundir información, independientemente del formato o medio empleado, ya sea escrito, audiovisual, digital o auditivo.

En la misma Ley, en su artículo 24, se establece que las agresiones son aquellas conductas, que, por acción u omisión, perjudiquen la integridad física, psicológica, moral o económica del comunicador, así como a su núcleo familiar. A su vez, en su artículo 30 menciona que las medidas desarrolladas para proteger a los periodistas tienen el deber de cumplir con criterios de eficacia, temporalidad

y pertinencia, restringiéndose a estándares internacionales y evitando cualquier forma de impertinencia en sus actividades personales o profesionales.

### **Honduras**

El Decreto N° 34–2015 (2015), promulgado el 15 de mayo de 2015 por el Congreso Nacional de Honduras, establece la Ley de Protección para las y los Defensores de Derechos Humanos, Periodistas, Comunicadores Sociales y Operadores de Justicia. En dicha norma se reconoce, en su artículo 1, el derecho de los periodistas y comunicadores a la libertad de expresión y a defender los derechos humanos. El objetivo de esta Ley es garantizar, reconocer, proteger y promover los derechos humanos y libertades fundamentales de las personas que, por su trabajo, se encuentran en situación de riesgo, esto incluye a los trabajadores de la comunicación.

### ***Jurisprudencia Regional***

#### **Caso Vélez Restrepo y Familiares vs. Colombia**

Uno de los antecedentes más relevantes en el Sistema Interamericano sobre la protección a trabajadores de la comunicación en contextos de protesta social es el caso Vélez Restrepo y familiares vs. Colombia, resuelto por la Corte IDH (2012). En este caso el periodista fue agredido por miembros del Ejército Nacional mientras cubría una protesta en la cual se registró abusos por parte de la fuerza pública. Consecutivamente, sufrió amenazas y actos de hostigamiento que dieron como resultado su exilio. El periodista no contó con el apoyo del Estado, que no garantizó su seguridad ni investigó efectivamente los hechos.

La Corte IDH concluyó que el Estado de Colombia violó el derecho a la integridad personal, la libertad de pensamiento y de expresión, así como las garantías y la protección judicial del periodista y de su familia. Reiteró que los periodistas que cubren manifestaciones y hechos de interés público tienen que recibir una protección reforzada, esencialmente frente a acciones estatales que buscan impedir y silenciar su labor. En este caso se evidenció la responsabilidad internacional de los Estados cuando no adoptan medidas efectivas ni eficientes para proteger a quienes informan desde escenarios de protesta. De este modo, la Corte IDH instauró un estándar clave, puesto que el trabajo periodístico es esencial para la democracia y su ejercicio libre debe ser garantizado incluso en situaciones de tensión social o conflicto.

Según lo establecido por la Corte IDH en el caso Vélez Restrepo y familiares vs. Colombia, el ejercicio de la labor periodística solo puede darse en condiciones en las que exista libertad, pues quienes lo desarrollan deben estar libres de amenazas, agresiones o cualquier manera de hostigamiento, ya sea físico, psicológico o moral.

### ***Normativa Nacional***

En el primer artículo de la Constitución de la República del Ecuador (2008) se establece lo siguiente: “El Ecuador es un Estado constitucional de derechos y justicia, social, democrático, soberano, independiente, unitario, intercultural, plurinacional y laico. El cual se organiza en forma de república y se gobierna de manera descentralizada” (art. 1).

En la misma Constitución, señala que uno de los deberes primordiales del Estado ecuatoriano es “[...] garantizar sin discriminación alguna el efectivo goce de los derechos establecidos en la carta magna y en los instrumentos internacionales” (art. 3, núm. 1).

Adicionalmente, se reconoce que el derecho de la libertad forma parte del derecho a la integridad personal. Igualmente, se garantiza el derecho a vivir sin violencia tanto en espacios públicos como privados, y, a su vez prohíbe expresamente la tortura, la desaparición forzada, así como los tratos o castigos que sean crueles, inhumanos o indignos (art. 66, núm. 3).

La Constitución (2008) instituye que todas las personas ya sea de forma individual o colectiva tienen el derecho a recibir, intercambiar, producir, difundir o buscar información verdadera que sea verificada, contextualizada y oportuna sin que contenga censura previa. En el artículo 66, numeral 6, garantiza el derecho a poder expresar el pensamiento de manera libre en todas sus formas y manifestaciones. A su vez, el artículo 393 establece que...

[...] el Estado garantizará la seguridad humana a través de políticas y acciones integradas, para asegurar la convivencia pacífica de las personas, promover una cultura de paz y prevenir las formas de violencia y discriminación y la comisión de infracciones y delitos. (art. 18, núm. 1)

En la Ley Orgánica de Comunicación [LOC] (2013) se determinan directrices en relación con la protección de los trabajadores de la comunicación. De tal manera, en el artículo 42.1., se dispone que tanto el Estado como los medios

de comunicación tienen la responsabilidad y obligación de proteger a los trabajadores de la comunicación que, por su trabajo, su vida se encuentre en riesgo. De forma complementaria, en el artículo 44, literal a, de esta ley se reconoce derechos laborales determinados para este sector. En este artículo se destaca el derecho a la protección pública en el ejercicio de sus funciones o en caso de amenazas que se encuentren relacionadas con su labor informativa.

En el artículo 47, la LOC menciona que el Consejo de Desarrollo y Promoción de la Información y Comunicación [Consejo de Comunicación] constituye una entidad colegiada que posee personalidad jurídica, así también como autonomía en sus funciones, gestión financiera y administración. Las decisiones emitidas por esta institución son de carácter vinculante y deben ser obedecidas obligatoriamente.

El Consejo de Comunicación (2022) es el ente estatal encargado de plantear y elaborar políticas públicas que estén dirigidas a proteger a los trabajadores de la comunicación cuando se encuentren en situaciones de riesgo. Entre sus atribuciones y facultades cuentan la coordinación de acciones con otras instituciones del Estado y la ejecución del Sistema de Protección a Periodistas, mediante la Dirección Técnica de Protección de los Derechos. Dicha dirección ejecuta actividades relevantes como la elaboración de alertas, el monitoreo de agresiones, la canalización de información hacia entidades competentes y el seguimiento de los casos para así garantizar medidas de protección y de justicia (p. 33).

A partir del Decreto N° 850 (2023), es la primera vez en el Ecuador que se estableció una definición legal y concreta sobre quiénes son considerados trabajadores de la comunicación:

[...] Son aquellas que laboren en un medio de comunicación o de forma independiente y que se dediquen a la recopilación, tratamiento o difusión de la información al público, incluyendo: periodistas, reporteros, camarógrafos, fotógrafos, personal de apoyo técnico operativo y directivo y otros que sean determinados por el Mecanismo de Prevención y Protección del Trabajo Periodísticos. (art. 5, núm. 7)

En Ecuador existe el Protocolo de Actuación ante Agresiones a Personas Trabajadoras de la Comunicación es una herramienta de guía y apoyo para el Consejo de Comunicación. Constituye una respuesta estatal que tiene por objetivo proteger y garantizar el ejercicio libre, seguro y digno del periodismo en el país, principalmente en contextos de protesta, procesos electorales o en emergencias sanitarias (Consejo de Comunicación, 2022, p. 32).

El mismo protocolo adopta los parámetros descritos en el marco constitucional e internacional de derechos humanos con técnicas de prevención, monitoreo, atención y reparación frente a los ataques que reciben los trabajadores que ejercen labores informativas. Además, organiza una serie de procedimientos para receptar alertas, caracterizar las agresiones, direccionar la información a entidades competentes, dar seguimiento a los casos y activar la Mesa Técnica de Evaluación (Consejo de Comunicación, 2022, pp. 32-33).

En el protocolo se establece a la «alerta» como un mecanismo técnico para identificar, documentar y responder de forma inmediata a las situaciones de riesgo o las agresiones que afecten a los trabajadores de la comunicación. Su propósito es activar medidas de protección institucional y así prevenir futuras vulneraciones. La Dirección Técnica de Protección de los Derechos del Consejo de Comunicación (2022) es la encargada de gestionar dichas alertas a través de la recolección de datos, la determinación del hecho, la categorización del riesgo y la derivación del caso a las autoridades competentes. Al mismo tiempo su función es de respuesta, las alertas permiten generar información relevante para diseñar políticas públicas de protección debido a que visibilizan patrones de violencia y, a su vez, zonas de alta conflictividad (pp. 37-46).

Los mecanismos de protección establecidos en el protocolo tienen por objetivo garantizar la seguridad física, profesional y psicológica de estos profesionales en contextos de riesgo. Los mecanismos contienen medidas preventivas, de atención urgente y de seguimiento, que pueden ser activadas de una alerta formal. Adicionalmente, cuentan con la coordinación interinstitucional con entidades como la Fiscalía General del Estado, la Defensoría del Pueblo y el Ministerio de Gobierno.

Para reducir los riesgos, se incluye la emisión de recomendaciones específicas y la activación de una Mesa Técnica que evalúa cada caso. La finalidad de estos mecanismos también es evitar la repetición de actos violentos y, a través del fortalecimiento de rutas de justicia y

reparación, combatir la impunidad de los hechos que vulneren la labor de los trabajadores de la comunicación (Consejo de Comunicación, 2022, pp. 33–45).

### ***Antecedentes de la Protesta Social de Junio 2022 en Ecuador***

La protesta social que sucedió en junio de 2022 en Ecuador fue producto de varios diálogos fallidos entre el movimiento indígena y el gobierno nacional. Las reuniones entre ambos actores fueron llevadas a cabo en octubre y noviembre de 2021, de las cuales no se obtuvo resultados concretos conforme lo señaló el movimiento indígena (Chávez y Madrid–Tamayo, 2023).

Ante una crisis socioeconómica grave, la Confederación de Nacionalidades Indígenas del Ecuador [CONAIE] y otras organizaciones convocaron a un paro nacional para el 13 de junio de ese año. En esta protesta solicitaban la reducción del precio del combustible, el control de precios de los productos básicos y una mayor inversión en salud y educación. Esta convocatoria se realizó con el amparo de los derechos constitucionales a la protesta, a la libre asociación y a la libertad de expresión (Chávez y Madrid–Tamayo, 2023).

El Estado de manera anticipada había empezado una campaña para deslegitimar la movilización, en un entorno marcado por políticas consideradas neoliberales, el aumento del costo de vida y un sistema estatal debilitado, lo que propició el escenario para la mayor ola de protestas en la historia democrática reciente del país (Chávez y Madrid–Tamayo, 2022).

Este paro tuvo como antecedentes un descontento social y económico acumulado, que se vinculaba a las políticas gubernamentales previas sobre servicios y combustibles,

y a los diálogos pendientes desde 2019. En la siguiente administración fallaron los intentos de diálogo con el movimiento indígena y permanecieron las dificultades económicas pospandemia que afectaron a diversos sectores endeudados (INREDH, s.f.).

Según el INREDH Mientras el enfoque gubernamental se centraba en la macroeconomía, las organizaciones indígenas presentaron demandas sobre combustibles, deudas, economía y derechos que, según el informe, no fueron atendidas, lo que llevó a la convocatoria del paro indefinido, liderado por CONAIE, FENOCIN y FEINE, al que se sumaron otros grupos sociales.

### **Agresiones Sufridas durante la Protesta**

Cualquier ataque contra un o una periodista no solo vulnera su derecho a la vida o a la integridad física, sino que afecta directamente su derecho a difundir información, así como también violenta el derecho de toda la sociedad a buscarla y recibirla. Este tipo de agresión constituye una amenaza a los principios de transparencia y rendición de cuentas, y limita el derecho a participar en debates públicos, que son pilares fundamentales en una democracia (CIMA et al., 2017, 12). Este tipo de agresiones tienen un triple efecto, porque además de los ya mencionados, conduce al silenciamiento y a la autocensura entre quienes ejercen la labor de comunicar, es decir, tiene un efecto intimidatorio (CIMA et al., 2017, 12).

Las agresiones contra periodistas y trabajadores de la comunicación se clasifican en dos categorías principales: agresiones verbales y agresiones contra la vida e integridad física. A continuación, se define cada una de ellas conforme al marco normativo vigente. Según el Decreto N° 850 (2023):

1. **Agresiones verbales:** se establece que las agresiones verbales comprenden “todo discurso estigmatizante, acoso, asedio, hostigamiento e intimidación contra trabajadores periodísticos” (art. 28, núm. 1).
2. **Agresiones contra la vida e integridad física:** Comprenden aquellas conductas tipificadas en el Código Orgánico Integral Penal, que atentan contra la seguridad personal y el bienestar físico de los trabajadores de la comunicación en el ejercicio de su labor (art. 28, núm. 2).

En el Protocolo de Actuación ante Agresiones a Trabajadores de la Comunicación (Consejo de Comunicación, 2022) se define a la amenaza como las intimidaciones dirigidas a los trabajadores de la comunicación, su familia o medios de comunicación con la finalidad de impedir la publicación de los contenidos periodísticos, o por haber publicado dicho material informativo.

En el mismo protocolo se define que la obstrucción del trabajo periodístico es impedir la cobertura de los hechos del público, entre ellos se encuentra el imposibilitar el debido ingreso a lugares públicos, bloquear el funcionamiento de los equipos de los trabajadores, negar acreditaciones sin ninguna razón fundada para cubrir un evento de interés público, y por último establece que la agresión verbal puede ser por un mensaje o por una declaración orientada a descalificar, vulnerar o perjudicar a un/a trabajador de la comunicación debido a sus tareas periodísticas.

Al incorporar teorías actuales permite analizar el estudio de la violencia ejercida contra los trabajadores de la

comunicación en contextos de protestas sociales. Estas teorías abordan cómo se crean y transmiten los riesgos, cómo se definen las esferas públicas en entornos digitales y cómo los medios organizan el diálogo social en relación con el conflicto.

Zeynep Tufekci (2017), socióloga y experta en tecnologías digitales y movimientos sociales, examina primero la manera en que las plataformas digitales transforman el ámbito público en situaciones de protesta. Si bien posibilitan una rápida movilización, también permiten nuevos métodos de opresión a través de vigilancia y difusión de información engañosa (Tufekci, 2017, p. 102). En Ecuador, donde los ataques a periodistas pueden multiplicarse simbólicamente mediante las redes sociales, esta perspectiva es particularmente relevante.

Karin Wahl-Jorgensen (2018), quien es doctora en comunicación y periodismo, así como experta en estudios de medios, ofrece una perspectiva acerca de la emocionalidad presente en el cubrimiento de protestas, particularmente sobre la manera en que los medios construyen discursivamente la ira y otras emociones políticas, lo cual contribuye a intensificar las visiones de riesgo y polarización (Wahl-Jorgensen, 2018, p. 5).

Por último, la filósofa y teórica feminista de la política Nancy Fraser (1992) pone en duda que exista una única esfera pública democrática. Según Fraser (1992, pp. 122-123), la democracia auténtica depende de varios “subesférases contraculturales” que posibilitan que colectivos marginados, como los periodistas, desarrollen contra-discursos significativos. Esta visión es valiosa para comprender cómo los trabajadores de la comunicación pueden ser excluidos

del discurso dominante en contextos de protesta, lo cual intensifica su vulnerabilidad simbólica.

### Metodología

En este trabajo de investigación se analizó la protección legal existente a los trabajadores de la comunicación otorgada por el Estado ecuatoriano en las protestas sociales de junio de 2022 en Ecuador, a través de la evaluación cuantitativa y cualitativa de las alertas generadas por el Consejo de Desarrollo y Promoción de la Información y Comunicación.

Para ello se hizo uso de la estadística analítica y descriptiva a fin de identificar tendencias generales, variabilidad de la información, e interpretar mejor los datos obtenidos. Adicionalmente, se utilizó la prueba estadística *chi-cuadrado*, que es una prueba para identificar si existe un vínculo significativo entre variables categóricas. Dicha prueba viene dada de acuerdo con la siguiente fórmula:

$$\chi^2 = \sum \frac{(O - E)^2}{E} \quad (1)$$

Donde:

$\chi^2$ : es el valor que se va a calcular

$\Sigma$ : es la sumatoria de los valores

O: son los valores observados

E: son los valores esperados

(1): Fórmula del estadístico chi-cuadrado

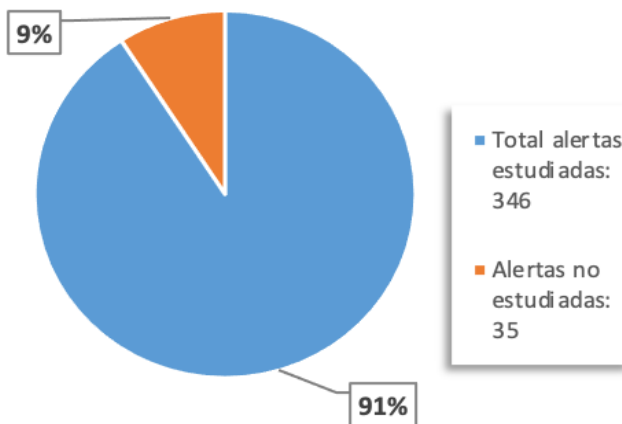
En cuanto al análisis cualitativo, se recolectó la data histórica referente a la protesta social de junio de 2022 en Ecuador.

## Resultados

Se analizaron las 381 alertas levantadas por el Consejo de Comunicación que se registraron en junio del 2022, de ellas 346 pertenecen al contexto de la protesta social que tuvo lugar en el mes indicado anteriormente. La diferencia radica en que las demás alertas no estaban relacionadas con la protesta social, sino que estaban vinculadas a asuntos políticos y agresiones que quedan fuera del alcance de este estudio (Figura 1).

### Figura 1

*Distribución de la data recibida*



*Nota:* Elaboración propia con base en las alertas del Consejo de Comunicación de junio de 2022.

Las 346 alertas estudiadas se categorizaron de acuerdo con las cuatro variables categóricas que elaboró el Consejo de Comunicación.

Estas son:

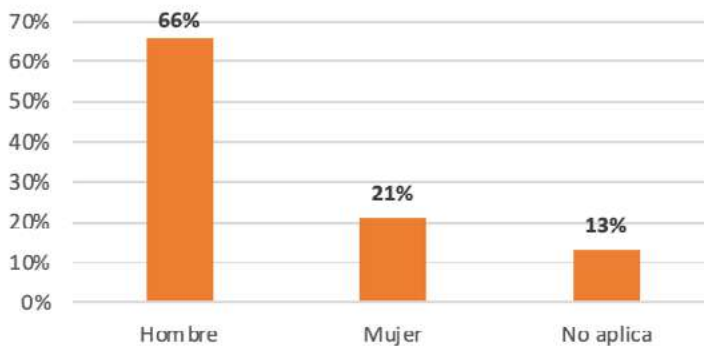
- Tipo de agresión, con 11 clases
- Tipo de agresor, con 4 clases
- Sexo del trabajador de la comunicación agredido, con 3 clases
- Provincias donde se reportaron las alertas, con 14 clases

A continuación, se presenta la distribución de la información que corresponde a cada variable categórica.

**Tipo de agresión.** Dentro de esta variable categórica, el 85% de agresiones corresponde a cuatro clases, la agresión verbal representa el 23%, seguida por amenazas con un 22% del total de las agresiones. La distribución porcentual consta en la Figura 2.

### Figura 2

*Distribución de tipos de agresiones*

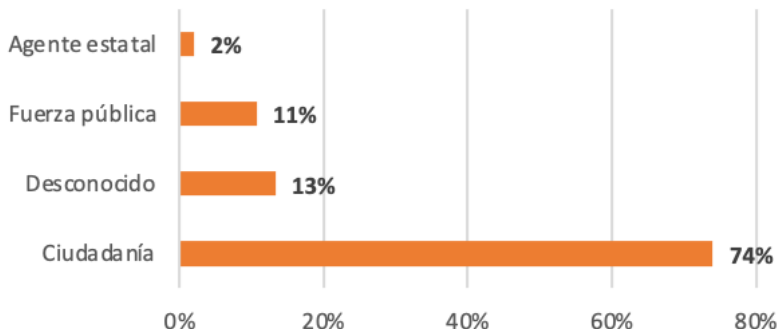


*Nota:* Elaboración propia con base en con base en las alertas del Consejo de Comunicación de junio de 2022.

**Tipo de agresor.** Esta variable categórica exalta como principal agresor a la ciudadanía, esto se debe a que aproximadamente 3 de cada 4 agresiones fueron realizadas por parte de este agresor (Figura 3).

### Figura 3

*Distribución del tipo de agresor*



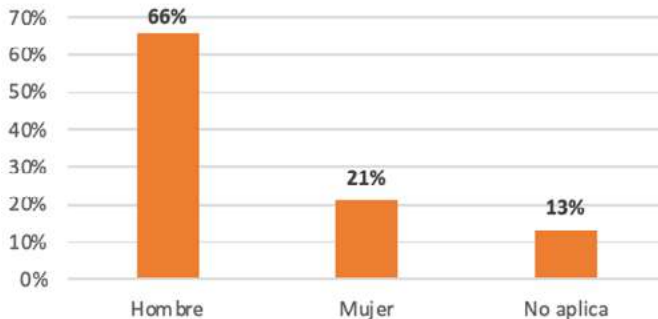
*Nota:* Elaboración propia con base en con base en las alertas del Consejo de Comunicación de junio de 2022.

### Sexo del trabajador de la comunicación agredido.

Dentro de esta variable categórica, el 66% de agresiones fueron hacia el hombre, seguido por un 21% de agresiones contra la mujer (Figura 4).

### Figura 4

*Distribución del tipo de agresor*



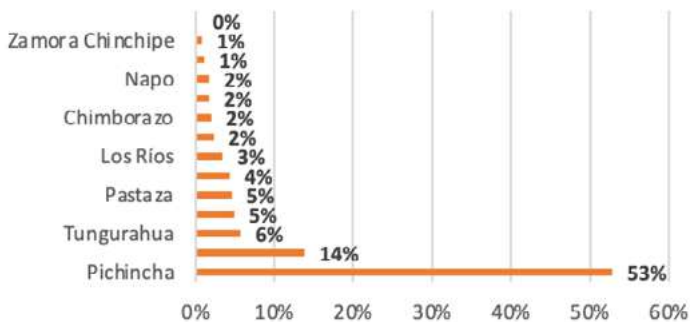
*Nota:* No aplica corresponde a los medios de comunicación.

Elaboración propia con base en con base en las alertas del Consejo de Comunicación de junio de 2022.

**Provincias en donde se reportaron las alertas.** En esta variable categórica se destaca a la provincia de Pichincha con el 53% del total de las agresiones (Figura 5).

**Figura 5**

*Distribución de las provincias donde se reportaron las alertas*



*Nota:* Elaboración propia con base en con base en las alertas del Consejo de Comunicación de junio de 2022.

Una vez realizada la estadística descriptiva, se procedió a correlacionar las variables categóricas, para identificar la existencia de relaciones entre el tipo de agresión, el sexo de quien recibe la afectación, quién provoca la agresión y el lugar donde se da la alerta. En este contexto, se aplicó la prueba estadística chi-cuadrado, que permite evaluar el grado de relación entre las variables, para esto, en la Tabla 1, se definió como hipótesis nula lo siguiente:

**Tabla 1***Hipótesis nula*

<b>Hipótesis</b>	
Ho	Existe independencia entre las variables categóricas.
H1	No existe independencia entre las variables categóricas, es decir existe relación entre variables.

*Nota:* Elaboración propia.

Al realizar los estudios de chi-cuadrado, se obtuvo los siguientes resultados.

**Tabla 2***Relación del tipo de agresión y el sexo de quien recibe la agresión*

Alfa (confiabilidad de la prueba 95%)	0.05
Grados de libertad	20.00
Valor crítico	31.41
X <sup>2</sup>	<b>194.20</b>

*Nota:* Elaboración propia.

Como chi-cuadrado (X<sup>2</sup>) es mayor al valor crítico se rechaza Ho, por lo tanto, hay relación entre el sexo de quién recibe la agresión y el tipo de agresión (Tabla 2).

**Tabla 3***Relación del tipo de agresión y el tipo de agresor*

Alfa (confiabilidad de la prueba 95%)	0.05
Grados de libertad	30.00

Valor crítico	43.77
$\chi^2$	<b>328.47</b>

*Nota:* Elaboración propia.

Como chi-cuadrado ( $\chi^2$ ) es mayor al valor crítico, se rechaza  $H_0$ , por lo tanto, existe relación entre el tipo de agresión y de quien realiza la agresión (Tabla 3).

#### **Tabla 4**

*Relación del tipo de agresión y la provincia en la cual se dio la agresión*

Alfa (confiabilidad de la prueba 95%)	0.05
Grados de libertad	130.00
Valor crítico	157.61
$\chi^2$	<b>263.45</b>

*Nota:* Elaboración propia.

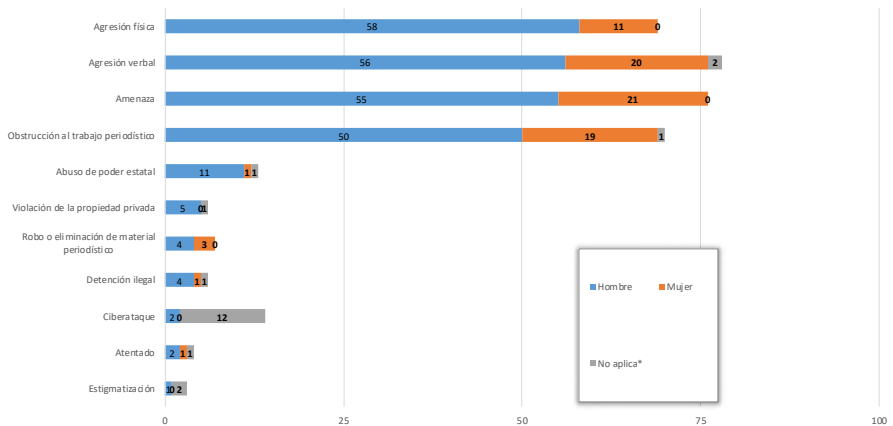
Como chi-cuadrado ( $\chi^2$ ) es mayor al valor crítico, se rechaza  $H_0$ , por lo cual, existe relación entre el tipo de agresión y de la provincia en la que ocurrió la agresión (Tabla 4).

#### **Análisis Comparativo**

Al haber aplicado la prueba estadística chi-cuadrado para las categorías sexo del agredido vs. tipo de agresión, e identificar que existe un grado de relación en las alertas analizadas, se hizo un análisis cuantitativo y comparativo de las alertas. Como resultado se obtuvo los datos que se constan en la Figura 6.

### Figura 6

Tipo de agresión vs. sexo del agredido



**Nota:** No aplica corresponde a los medios de comunicación. Elaboración propia con base en con base en las alertas del Consejo de Comunicación de junio de 2022.

Una vez realizada la prueba estadística chi-cuadrado para tipo de agresión vs. tipo de agresor, e identificar que existe un grado de relación entre las alertas analizadas, se hizo un análisis cuantitativo comparado de las alertas, con lo cual se obtiene la Figura 7.

**Figura 7**

*Tipo de agresión vs. tipo de agresor*



**Nota:** Elaboración propia con base en con base en las alertas del Consejo de Comunicación de junio de 2022.

### Discusión

En este trabajo se busca establecer una línea base para conocer cómo se distribuyeron las alertas de violencia que se generaron durante la protesta de junio 2022, y cuál fue el marco regulatorio nacional en ese momento. El fin es conocer de manera imparcial, y con base en datos oficiales, el comportamiento y la distribución de las alertas contra los trabajadores de la comunicación en Ecuador.

De acuerdo con lo señalado por Relatoría Especial para la Libertad de Expresión (OEA, 2013, p. 1) los ataques contra periodistas que cubren manifestaciones vulneran tanto el aspecto individual de la libertad de expresión, pues se les impide ejercer su derecho a buscar y difundir información lo que genera un efecto de amedrentamiento,

como en el aspecto social cuando se priva a la sociedad del derecho a conocer la información obtenida. En este sentido, las relatorías han señalado que, debido a la relevancia de la labor de los periodistas en estos contextos, el Estado debe garantizar el más alto grado de protección y crear condiciones que reduzcan el riesgo inherente a su labor.

Sobre la base de lo expuesto, se identificó que, durante las protestas sociales de junio de 2022 en Ecuador, los trabajadores de la comunicación fueron expuestos a múltiples formas de agresión que, para fines prácticos de este estudio, se clasificaron en 11 variables categóricas. A partir de estas, se aplicó pruebas de estadística descriptiva no paramétrica de chi-cuadrado y se obtuvo los siguientes resultados.

Al evaluar la relación entre el sexo del agredido y la agresión, por medio de la prueba chi-cuadrado, se identificó que si existe relación entre las variables detalladas. Es decir, si bien la cantidad de hombres que asiste a cubrir este tipo de eventos es mucho mayor, se debe destacar que este resultado se ve influenciado por la cantidad de hombres que cubren estos eventos de protestas y situaciones de alto riesgo en América Latina.

No obstante, es imperativo resaltar que, aunque cuantitativamente las mujeres en Latinoamérica registran menos alertas, existen varios informes, como el *The Chilling: Global Trends in Online Violence Against Women Journalists* (Posetti et al., 2021, p. 14), que coinciden en que ellas enfrentan riesgos diferenciados como discriminación de género, hostigamiento sexual, intimidación en redes, etc.

Asimismo, se identificó que existe una importante relación entre el tipo de agresión y el agresor. Las agresiones verbales y físicas provienen en su mayoría de los ciudadanos. Sin embargo, al comparar dichas agresiones con las provenientes de la fuerza pública, se evidencia que, sin un marco regulatorio que defina el correcto proceder de los ciudadanos en estos escenarios, los ciudadanos causaron 7 veces más agresiones que las provenientes de la fuerza pública, las cuales cuentan con un marco regulatorio. Así se establece una relación de 7 a 1 entre las agresiones generadas sin marco regulatorio versus las agresiones generadas apoyadas en un marco regulatorio. Este patrón refleja que la violencia contra la prensa en protestas no es únicamente de abuso estatal, sino también es un problema debido a la normalización social de la agresión contra periodistas.

Finalmente, la prueba chi-cuadrado reflejó que sí existe una relación entre la cantidad de alertas reportadas y las provincias donde estas se reportaron. Esto hace sentido por varias razones: la mayor concentración de las marchas ocurre en la provincia de Pichincha, donde se ubica la capital de Ecuador, y por lo tanto donde existe la mayor concentración de los protestantes para expresar sus requerimientos. Además, en esta provincia es donde se concentran la mayor parte de instituciones estatales. Este hallazgo evidencia que los riesgos no se distribuyen de manera homogénea en el territorio, sino que se concentran en espacios estratégicos para la movilización social.

Al comparar la realidad de la LOC con las alertas y la información analizada, se puede observar que esta ley en

su momento fue una idea positiva pero insuficiente ante las necesidades reales de protección a los trabajadores de la comunicación.

Esto debido a que, si bien establece derechos, no presenta un procedimiento claro de cómo responder ante la vulneración de los derechos a los trabajadores de la comunicación. Es decir, se marcan metas, pero no se traza un camino para llegar a ellas.

Esto se refleja en el análisis de las alertas, donde se observa que las alertas sí presentan sesgos en cuanto a quién genera la agresión o la recibe y en dónde se genera.

La data analizada muestra que la fuerza pública genera menos alertas de agresión que los ciudadanos, debido a que esta tiene trazado un plan de acción y de respuesta ante protestas sociales. Sin embargo, al no tener un plan de actuación, la ciudadanía violenta a los trabajadores de la comunicación, quienes saben que tienen derecho de ser protegidos desconocen cómo hacer uso material de este derecho, puesto que los recursos de esta ley son insuficientes en cuanto a cómo debería ser aplicada.

Respecto a la normativa regional, se evidencia que Colombia, Honduras y México tiene una legislación más detallada en la cual se garantiza la protección a los trabajadores de la comunicación. Los mecanismos de protección que han desarrollado estos países se crearon hace varios años, lo que les ha permitido cambiar y mejorar según las necesidades de estos trabajadores.

### **Conclusión**

Al comparar la realidad normativa de la región, se nota que los trabajadores de la comunicación han

sido reconocidos tanto en las leyes locales como en las internacionales, tal es el caso de la Declaración de Principios sobre la Libertad de Expresión de la CIDH. No obstante, su implementación ha sido desigual en los países latinoamericanos. Esto debido a que, si bien existe un reconocimiento normativo, no hay mecanismos especializados con programas específicos para los trabajadores de la comunicación; en consecuencia, las decisiones quedan en manos de la justicia ordinaria.

Adicionalmente, en este estudio se observa un débil enfoque precautorio en la emisión de leyes y normativas de protección, considerando que la mayoría de las agresiones proviene de los ciudadanos y, en menor medida, de la fuerza pública, lo que ha provocado que se emitan leyes de manera reactiva y no preventiva.

Se identificó que las agresiones sí tienen tendencias, es decir, al existir un comportamiento entendible y predecible, desde el punto de vista de los datos históricos de las alertas registradas, se puede avanzar a un análisis predictivo para que de esta manera se puedan proponer leyes y toma de decisiones basadas en datos.

Si bien América Latina y Ecuador presentan un extenso marco regulatorio, carecen de políticas públicas robustas, específicas, precautorias y eficaces para proteger a los trabajadores de la comunicación dentro del contexto de protesta social. Tal comportamiento genera un vacío legal y procedimental que termina exponiendo a estos trabajadores a diversas agresiones con bajos niveles de respuesta y respaldo jurídico.

## Referencias

- Center for International Media Assistance, National Endowment for Democracy, Relatoría Especial para la Libertad de Expresión y Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura. (2017). *Estándares internacionales de libertad de expresión: Guía básica para operadores de justicia en América Latina*. <https://www.corteidh.or.cr/tablas/r37048.pdf>
- Chávez, N., y Madrid-Tamayo, A. (2023). Acciones políticas colectivas en el Ecuador: ¿Cómo se vivieron los 18 días de movilizaciones en junio de 2022 en Ecuador? *Revista Ciencias Sociales*, 1(44), 195-213. <https://doi.org/10.29166/csociales.v1i44.4189>
- Comisión Interamericana de Derechos Humanos [CIDH]. (2000). Declaración de Principios sobre Libertad de Expresión. Adoptada por la CIDH en su 108.º período ordinario de sesiones, del 2 al 20 de octubre de 2000. <https://www.oas.org/es/cidh/mandato/documentos-basicos/declaracion-principios-libertad-expresion.pdf>
- Comisión Interamericana de Derechos Humanos [Corte IDH] y Relatoría Especial para la Libertad de Expresión. (2019). *Protesta y derechos: Estándares sobre los derechos involucrados en la protesta social y las obligaciones que deben guiar la respuesta estatal*. Organización de Estados Americanos, OEA/Ser.L/V/II CIDH/RELE/INF.22/19. <https://www.oas.org/es/cidh/expresion/publicaciones/ProtestayDerechosHumanos.pdf>

- Consejo de Desarrollo y Promoción de la Información y Comunicación [Consejo de Comunicación]. (2022). *Protocolo de Actuación ante Agresiones a Personas Trabajadoras de la Comunicación* [Documento no publicado]. Coordinación General de Promoción de Derechos y Dirección Técnica de Protección de los Derechos. 25 de abril de 2022.
- Corte Interamericana de Derechos Humanos [Corte IDH]. (1985). Opinión Consultiva OC-5/85. La colegiación obligatoria de periodistas (Artículos 13 y 29 Convención Americana sobre Derechos Humanos), 13 de noviembre. <https://www.corteidh.or.cr/tablas/a12040.pdf>
- Corte Interamericana de Derechos Humanos [Corte IDH]. (2012). Caso Vélez Restrepo y Familiares vs. Colombia (Excepción preliminar, Fondo, Reparaciones y Costas). Sentencia 3 de septiembre de 2012. [https://www.corteidh.or.cr/docs/casos/articulos/seriec\\_248\\_esp.pdf](https://www.corteidh.or.cr/docs/casos/articulos/seriec_248_esp.pdf)
- Decreto N° 34-2015 de 2015. Núm. 33730. La Gaceta: Diario Oficial de la República de Honduras, 15 de mayo.
- Decreto N° 850 de 2023. Segundo suplemento del R. O. N° 383, 28 de agosto de 2023. Última reforma: Cuarto suplemento del R. O. 690, 25-XI-2024.
- Fraser, N. (1992). *Rethinking the Public Sphere: A Contribution to the Critique of Actually Existing Democracy*. In C. Calhoun (Ed.), *Habermas and the Public Sphere* (pp. 109-142). MIT Press.

- INREDH. (s. f.) *Informe sobre el paro nacional Ecuador-junio 2022*. L. M. Villacís, S. Llerena y L. A. Saavedra Sáenz. Recuperado en junio 25, 2025, de [https://www.inredh.org/archivos/pdf/informe\\_paronacional22.pdf](https://www.inredh.org/archivos/pdf/informe_paronacional22.pdf)
- Ley Orgánica de Comunicación. (2013). R. O. Suplemento 22, 25 de junio de 2013. Última modificación: 20 de febrero de 2019. <https://www.telecomunicaciones.gob.ec/wp-content/uploads/2020/01/Ley-Organica-de-Comunicación.pdf>
- Ley para la Protección de Personas Defensoras de Derechos Humanos y Periodistas. (2012). 25 de junio. Última reforma publicada DOF: 28 de abril 2022. <https://www.ordenjuridico.gob.mx/Documentos/Federal/pdf/wo71683.pdf>
- Organización de las Naciones Unidas [ONU]. (1948). Declaración Universal de los Derechos Humanos. Asamblea General de las Naciones Unidas. Resolución 217 A (III), 10 de diciembre de 1948. <https://www.un.org/es/about-us/universal-declaration-of-human-rights>
- Organización de las Naciones Unidas [ONU]. (1966). Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos. Aprobado el 16 de diciembre de 1966. Asamblea General. Resolución 2200 A (XXI).
- Organización de las Naciones Unidas [ONU]. (2012). *Informe del relator especial sobre la promoción y protección del derecho a la libertad de opinión y expresión, Frank La Rue*. A/HRC/20/17. <https://docs.un.org/es/A/HRC/20/17>
- Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura [UNESCO]. (2020). *Seguridad*

*de los periodistas que cubren protestas preservar la libertad de prensa en tiempos de disturbios.* CI-2020/WTR/3. [https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000374206\\_spa](https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000374206_spa)

- Organización de los Estados Americanos [OEA]. (1978). Convención Americana sobre Derechos Humanos “Pacto de San José”. Suscrita en la Conferencia Especializada Interamericana sobre Derechos Humanos. San José, Costa Rica, 7 al 22 de noviembre de 1969. Entrada en vigor el 11 de febrero de 1978. [https://www.oas.org/dil/esp/1969\\_Convención\\_Americana\\_sobre\\_Derechos\\_Humanos.pdf](https://www.oas.org/dil/esp/1969_Convención_Americana_sobre_Derechos_Humanos.pdf)
- Organización de los Estados Americanos [OEA]. (2013). *Declaración Conjunta sobre Violencia contra Periodistas y Comunicadores en el Marco de Manifestaciones Sociales.* un [https://repositorio.consejodecomunicacion.gob.ec/bitstream/CONSEJO\\_REP/330/1/declaración%20conjunta%202013-3.pdf](https://repositorio.consejodecomunicacion.gob.ec/bitstream/CONSEJO_REP/330/1/declaración%20conjunta%202013-3.pdf)
- Organización de los Estados Americanos. s. f. *Violencia contra periodistas.* Recuperado en junio 21, 2025. <https://www.oas.org/es/cidh/expresion/pedagogicos/violencia-periodistas.asp>.
- Possetti, J., Shabbir, N., Maynard, D., Bontcheva, K., y N. Aboulez. (2021). *The Chilling: Global trends in online violence against women journalist. Research Discussion Paper.* UNESCO. <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000377223?locale=es>
- Tufekci, Z. (2017). *Twitter and Tear Gas: The Power and Fragility of Networked Protest.* Yale University Press.

Wahl-Jorgensen, K. (2018). Toward a typology of mediated anger: Routine coverage of protest and political emotion. *International Journal of Communication*, 12, 6788–6807. <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/6788>

## ENSAYOS

## ¿La falta de Aplicación del Principio de Interculturalidad en la Información, Constituye Sensacionalismo o Desinformación?

### *Does the Failure to Apply the Principle of Interculturality In Information Constitute Sensationalism or Disinformation?*

**Nelson Neptali Alvarado-Ochoa<sup>1</sup>**

Investigador independiente y Abogado en libre ejercicio profesional

[fenixsamael@hotmail.com](mailto:fenixsamael@hotmail.com)

**Lemny Marisol Tambo-Cabrera<sup>2</sup>**

Abogada

Cooperativa de Ahorro y Crédito Once de Junio Ltda.

[lemny\\_0705@hotmail.com](mailto:lemny_0705@hotmail.com)

### **Resumen**

El presente ensayo tiene como objetivo brindar una concepción más exacta de lo que constituye la aplicación del principio de interculturalidad en la comunicación, y como su falta de aplicación podría incurrir en un acto de desinformación o mero sensacionalismo. La metodología de investigación posee un enfoque cualitativo, que permite comprender e interpretar conceptos, opiniones, experiencias

<sup>1</sup> Licenciado en Jurisprudencia y Abogado por la Carrera de Derecho de la Universidad Nacional de Loja, Magister en Derecho Constitucional por la Universidad Técnica Particular de Loja, con 15 años de experiencia profesional; a desarrollado además labores de docencia en el Instituto Superior Tecnológico de Transporte, capacitación en derechos de alimentos dentro de la Policía Nacional del Ecuador, consultoría en la Oficina Jurídica Armijos y Asociados; y, actualmente ejerce su práctica profesional de manera particular en procesos civiles, familiares y constitucionales. ORCID: <https://orcid.org/0009-0009-6890-6179>

<sup>2</sup> Abogada y Magister en Derecho Constitucional por la por la Carrera de Derecho de la Universidad Nacional de Loja, con 9 años de experiencia profesional; a desarrollado labores de abogado en libre ejercicio, defensa técnica en procesos civiles, penales y contravencionales en Loja y El Oro; y, actualmente trabaja como Abogada en la Cooperativa de Ahorro y Crédito Once de Junio Ltda. Por un periodo de 8 años, además de brindar asesoría legal en remates judiciales. ORCID: <https://orcid.org/0009-0001-4661-6930>

y fenómenos sociales en su entorno natural, por lo que se ha procedido a recopilar algunos de los principales conceptos relacionados con los procesos de comunicación, la interculturalidad, el manejo de la información y sobre todo lo que caracteriza al sensacionalismo y la desinformación, con el apoyo de la jurisprudencia sentada por países como Colombia y Ecuador. Esto analizando principalmente la forma en que se presentan las noticias y como ello puede influir en la psiquis de la sociedad en general, tomando en consideración la diversidad de ideologías, pensamientos y cosmovisiones que caracterizan a un Estado intercultural y pluricultural como el Ecuador.

*Palabras clave:* Principio de Interculturalidad, información, desinformación, sensacionalismo.

### **Abstract**

This essay aims to provide a more accurate understanding of what constitutes the application of the principle of interculturality in communication, and how its lack of application could result in misinformation or mere sensationalism. The research methodology adopts a qualitative approach, which allows for the understanding and interpretation of concepts, opinions, experiences, and social phenomena in their natural context. Therefore, some of the main concepts related to communication processes, interculturality, information management and especially what characterizes sensationalism, and misinformation have been compiled, supported by jurisprudence from countries such as Colombia and Ecuador. This study mainly analysis primarily analyzes the way news is presented and how it can influence the psyche of society as a whole taking into

account the diversity of ideologies, thoughts, and worldviews that characterize an intercultural and pluricultural state such as Ecuador.

*Keywords:* Principle of Interculturality, information, misinformation, sensationalism.

## Introducción

La Constitución de la República del Ecuador [C.R.E.] (2008), reconoce al Estado como intercultural; dicho reconocimiento obliga al ciudadano a mantener una visión más integracionista con respecto a la diversidad cultural que existe en dicho país, y la demanda de un dialogo entre culturas más equitativo, respetuoso y accesible hacia la voz de quienes han sido desde siempre silenciados por las grandes mayorías.

No obstante, el camino hacia esta mentada interculturalidad, con frecuencia se encuentra entorpecida por la exclusión de grupos minoritarios y la imposición de ideologías dominantes que pretenden universalizar sus costumbres, formas de pensar y actuar por encima de aquellas que resultan desconocidas, insensatas y hasta desconcertantes. Bien sea de manera consiente o no, lo cierto es que aún hoy podemos encontrar este tipo de conductas incluso desde sectores que manejan la información y la forma en que esta se presenta ante la colectividad, ya sea de manera premeditada o atendiendo únicamente al ánimo comercial y empresarial.

Esta situación así, en algunos casos ha llegado a rebasar el campo social trasladándose hacia los órganos estatales de justicia, donde se ha puesto en una balanza los

principios y normas que rigen el derecho a la información y el principio de interculturalidad dentro de la jurisprudencia. Casos como, por ejemplo, aquellos donde se ha expuesto a la justicia indígena como verdaderos actos de barbarie, sin tomarse el tiempo de considerar sus costumbres, conceptos de justicia, o su filosofía de vida adecuada a otro tipo de conocimiento ancestral.

Esto si bien ha permitido un diálogo más equitativo entre los diversos representantes que conforman estos grupos culturales y la sociedad occidental en general, aún está lejos de transformar el contenido y el sentido de comprensión de sus diversas formas de mantener sus costumbres y la forma en que se deben contextualizar las mismas, previo a emitir un criterio relacionado con estas. Más aún, si se considera la importancia que los medios de comunicación tienen en el imaginario social, y la información que divulgan a la ciudadanía puede contribuir a valorar o desvalorar una actuación, cualquiera sea el sector en que se genera la misma.

El presente trabajo así, recoge algunos de los principales conceptos relacionados con la interculturalidad, la información y el cómo los medios de comunicación han adoptado la difusión de algunos casos de justicia indígena, al punto de que la misma Corte Constitucional del Ecuador, se ha visto forzada a establecer algunos criterios mínimos a ser tenidos en cuenta por los medios de comunicación, a fin de garantizar una perspectiva intercultural de la información.

### **Desarrollo**

Como ya se ha señalado en líneas anteriores, el reconocimiento de un Estado pluricultural no solo obliga a

éste a respetar las diferentes manifestaciones culturales que como resultado de la diversidad demográfica se presentan en nuestro país, sino, además, a garantizar que las relaciones que se presentan entre ellas sean comprendidas conforme un enfoque pluricultural, contextualizado, valorado en función de dicho principio.

Por el contrario, emitir imágenes y criterios a través de medios de comunicación respecto de hechos sensibles sin contextualizar, donde se llega a imponer sanciones y castigos propios del derecho consuetudinario, da lugar a que “[...] se mal entiendan las costumbres de los pueblos ancestrales y se distorsione la justicia indígena, provocando de esta manera su infravaloración” (Corte Constitucional del Ecuador [C.C.E.], 2014, p. 34). Situación que, pudiendo constituir desinformación o sensacionalismo, hace necesario profundizar en estos temas a fin de identificar en cuales de estas actuaciones se estaría incurriendo.

Teniendo en cuenta lo señalado, a continuación, se presentan algunos de los conceptos establecidos en torno a la comunicación, la información, la desinformación y el sensacionalismo, y su relación con el principio de interculturalidad, hasta llegar a aquellos criterios obligatorios establecidos en la jurisprudencia constitucional.

### **Comunicación e Interculturalidad**

Cuando dos personas con matrices culturales y geográficas distintas interactúan, podemos decir que se produce un proceso de comunicación intercultural; sin embargo, otro de los aspectos que pueden ser sumados a estas matrices lo constituyen la clase social, la edad, el género, la ideología y la preferencia sexual.

Esta interrelación, con lo que objetiva o subjetivamente consideramos distinto, es lo que generalmente se percibe como comunicación intercultural.

La relación así entre la comunicación y la interculturalidad en nuestro país es inevitable, más aún si se considera que “[...] en el Ecuador coexisten 14 nacionalidades y 18 pueblos indígenas descendientes de los grupos originarios que poblaron el Ecuador desde hace miles de años y su presencia histórica determina el carácter pluricultural y multiétnico del país” (GoRaymi, 2025, p. 1). Situación que hace evidente la necesidad de analizar cuál es el papel que vienen desarrollando los medios de comunicación e información en los procesos de interculturalidad.

A ello se debe sumar que, muchas de las veces el reconocimiento de ciertas diferencias, suele tornarse en obstáculos para la comprensión de comportamientos generalmente atribuidos a una persona perteneciente o representante de una determinada matriz cultural. Por el contrario, cuanto mayor sea el nivel de interacción de los sujetos, ajenos a realizar cualquier tipo de comentario sobre las bases de las diferencias y más bien partiendo de la comunicación, accesibilidad, e intercambio de experiencias, mayores serán las posibilidades de que el “[...] emisor y receptor entiendan, asuman y aprehendan recíprocamente el sentido y significado que tienen las cosas para cada uno de ellos” (Rizo, 2013, p. 34).

Este proceso de comunicación así, puede abordarse desde una perspectiva de comunicación intercultural interpersonal donde se analizan aspectos relacionados

con la comunicación “[...] entre miembros de diferentes subsistemas dentro del mismo sistema sociocultural” (Gudykunst y Ting-Toomey, 1988, citados en Rodrigo, 1999, p. 25). La cual se realiza de manera directa, y donde entran en juego aspectos conductuales, verbales y no verbales, cognitivos, educacionales, propios de cada cultura y que la diferencian a su vez de otra. O, desde una perspectiva intercultural mediática o mediada, en donde lo que se prioriza es “[...] el tratamiento diferenciado de la información de un mismo acontecimiento en medios de distintos países, como en los efectos que tiene un mismo tipo de programa en cada país” (Blumler, Mcleod y Rosengren, 1992, citados en Rodrigo, 1999, p. 26). La información entonces, se presenta y se asimila de manera distinta conforme el grupo social, cultural o poblacional que la emite, como por quien se recepta.

Según Carlas, Hernando y Marín, (2021) “la comunicación intercultural es un proyecto de convivencia, de relación, comunicación y aprendizaje entre personas de distintas identidades culturales y raciales, que comparten sus conocimientos, sus formas de vida, valores y tradiciones en espacios comunes” (p. 97). Por lo que, conocer la forma en que se producen este tipo de relaciones utilizando como medio, la información y el cómo se presenta la misma ante un determinado acontecimiento social, constituye una de las mejores formas de evidenciar el entendimiento, comprensión y aprendizaje real de las costumbres que, con respecto de los pueblos, comunidades y nacionalidades indígenas posee la sociedad occidental.

De ahí que, para fines prácticos del presente ensayo se ha de optar por priorizar el enfoque intercultural mediático, dado que se ha de considerar para ello, principalmente el cómo los medios de comunicación han procedido a abordar determinados temas relacionados con justicia indígena y el cómo su difusión se percibe en la sociedad, lo que demuestra su impacto en la misma. Cuanto más, si se considera la importancia que los medios de comunicación tienen en el imaginario social, y que la información que divulgan a la ciudadanía puede contribuir a valorar o desvalorar una actuación (C.C.E., 2014, p. 34).

No considerar así, la influencia que un trato diferenciado en la información acarrea en el imaginario social, nos excluye del proceso de comunicación intercultural y nos orienta más bien hacia un proceso de comunicación multicultural, donde prima la defensa de las minorías y sus derechos, pero desde un sentido individualista y hostil hacia la coexistencia de diversas culturas; como un derecho inalienable a las diferencias, en donde la sociedad no se “[...] inmiscuye en «mis» diferencias culturales y las preserva intactas. Esta perspectiva conduce en las sociedades a un relativismo cultural cargado de conflictos irresolubles y puede terminar en un individualismo a ultranza o en un gregarismo social intocable” (Rizo, 2013, p. 32).

Dicha situación, sin embargo, no es aceptable dentro de la realidad de nuestro país, donde la justicia constitucional se ha constituido en uno de los baluartes a la hora de conciliar este tipo de conflictos, coadyuvando a los procesos de comunicación intercultural y el establecimiento

de ciertos consensos. De ahí que, cuando hablamos de interculturalidad y comunicación en Ecuador, esta relación debe reflejarse necesariamente en que:

1) La convivencia exige el reconocimiento de los derechos civiles, políticos y sociales, y a la vez requiere de un esfuerzo por comprender al otro y por tomar lo mejor de él; 2) La multiculturalidad sólo contempla la coexistencia (y no necesariamente en situación de convivencia) de culturas distintas, mientras que la interculturalidad implica el diálogo entre éstas; 3) Hablar de interculturalidad implica abordar la relación entre el yo y el otro (o entre el nosotros y el ellos); y 4) Lo anterior requiere, de forma inevitable, entender la relación entre identidad y alteridad como una relación indisoluble, de absoluta interdependencia. (Rizo, 2023, p. 33)

Es decir, existe comunicación intercultural cuando la ley, reconoce derechos civiles, políticos y sociales a un determinado grupo o grupos sociales; tal y como sucede en el caso de Ecuador, cuando en la Constitución (2008) se garantiza a las comunas, comunidades, pueblos y nacionalidades indígenas, los derechos reconocidos en esta y en los demás instrumentos internacionales de derechos humanos (C.R.E., 2008, art. 57). Lo cual requiere, además, un esfuerzo por comprender al otro, situación que ha sido ratificada así mismo por la Corte Constitucional (2009), cuando esta señala que, en los casos de justicia indígena:

[...] es necesario que toda la información difundida se enmarque dentro del pluralismo y la interculturalidad que caracteriza a nuestro país y

que define a nuestro Estado, para lo cual los medios de comunicación deben contar en sus equipos con analistas y reporteros que tengan conocimiento de la realidad social, organizativa y cultural indígena. (C.C.E., 2014, p. 34)

Esto garantiza que la información sea concebida desde un punto de vista más objetivo, sin apasionamientos culturales que provoquen la parcialización, por la falta de entendimiento de costumbres y prácticas que resultan ajenas a la sociedad accidental.

### **Comunicación y Desinformación**

Según Søre (2019) se entiende por desinformación la “[...] información falsa que es intencionadamente engañosa” (p. 17). Por lo que al momento de establecer si un dato informativo puede considerarse dentro de este contexto, el mismo debe contener además de hechos ajenos a la realidad objetiva, una intención de engañar.

Del-Fresno-García, (2019 como se citó en Valverde, González y Acevedo, 2022) con respecto a este tema señala que “la desinformación y las denominadas «noticias falsas» son desórdenes informativos que se emiten de manera intencional y se elaboran mediante la creación de dudas y falsos debates, con el propósito de obtener una rentabilidad económica o un provecho ideológico” (p. 98). La desinformación constituye así la presentación un panorama distinto y con el objeto de aparentar la existencia de algo que no es real, con fines netamente económicos.

De ahí que, aunque la Corte Constitucional (2021) en algunos casos ha considerado que la falta de información suficiente, veraz, oportuna y contextualizada sobre

acontecimientos y hechos de interés general, “[...] puede derivar en un ambiente de incertidumbre y desinformación generalizada” (párr. 25.8). Para poder señalar que efectivamente se trata de un caso de desinformación, se debe corroborar que las afirmaciones constituyen un hecho falso, distorsionado, confuso e impreciso, y no solo el resultado de la omisión de ciertos hechos.

La Corte Constitucional Colombiana [C.C.C.] (2025) en este caso señala que la desinformación es:

[...] un fenómeno potenciado por las tecnologías contemporáneas de la información que se caracteriza por la difusión de información que no es veraz en su totalidad o parcialmente. La desinformación se diferencia de la información errónea porque la primera se difunde con el fin de engañar o causar perjuicios graves. (párr. 47)

Dentro de dicho pronunciamiento, como se observa, la desinformación se encuentra concebida por este organismo judicial como un acto ligado al ánimo de engañar, e incluso va más allá, atendiendo al ánimo de causar daño. Lo que resulta novedoso en este caso es que, se considere además la potenciación que pueden alcanzar estas acciones gracias al uso de nuevas tecnologías; situación que resulta un riesgo en esta era digital, sobre todo gracias a los desequilibrios de poder en el manejo de la información.

Por último, se puede señalar así mismo que, cuando se habla de la desinformación no solo debe considerar el ánimo o el fin que se persigue con este tipo de acciones, sino que, debe analizarse del mismo modo, el ecosistema

de la desinformación, que está constituido no solo por la noticia falsa y su representación, sino como lo señalan Sánchez y Magallón (2023) por “[...] las condiciones y la finalidad por la que existen, los medios por los que son difundidas y los posibles efectos que tienen sobre la ciudadanía” (p. 241).

### **Comunicación y Sensacionalismo**

Dado que otro de los conceptos estrechamente ligados a la comunicación es el sensacionalismo, es preciso así mismo comenzar por conceptualizar dicho término, a fin de poder comprender cuál es su ámbito de impacto. En este sentido Isaquita (2023) señala que:

El sensacionalismo es una forma de narrativa periodística que busca cautivar al público con contenido extremo, dramático y conmovedor. Esta narrativa se caracteriza por presentar temas polémicos o controversia, generalmente con un tono emocional, tiende a exagerar la verdad para ganar la atención del público, lo que a menudo lleva a la manipulación de información para crear una imagen poco realista de los hechos. (p. 22)

Hablar de sensacionalismo así, implica por un lado la voluntad de producir algún tipo de emoción en la persona que recibe el mensaje, estimulando sus sentimientos; y por otro, utilizar para ello las noticias, como el medio de influenciar sus sentidos a través del verbo y las imágenes que conectan con la noticia.

Según Benlloch (2020, como se citó en Lara, 2023): [...] el sensacionalismo se ha utilizado desde el principio con la intención de aumentar las ganancias

de los medios de comunicación al ampliar su audiencia. Pero, no necesariamente implica que la información no sea precisa, sino que se distorsiona intencionadamente, hacía el dramatismo por parte de los medios para lograr un impacto más significativo en la audiencia. (p.25)

Se produce así una sobrevaloración de los asuntos que se recogen en una noticia, otorgándoles mayor atención a aquellos elementos capaces de generar una mayor impresión en el oyente, dejando de lado incluso el interés objetivo de la noticia.

Esto sin embargo no constituye ningún tipo de infracción, ya que, a diferencia de la desinformación, no se busca engañar al receptor de la noticia, sino capturar su atención ateniendo a temas que generan mayor grado de morbosidad.

### **Información e Interculturalidad**

Según el criterio rescatado de una de las sentencias de la Corte Constitucional del Ecuador (2014), el objetivo de la información ateniendo al principio de interculturalidad, “[...] es el valorar adecuadamente las costumbres y cosmovisión de los pueblos indígenas y acercar su cultura a la sociedad blanco mestiza” (p. 34).

Por el contrario, realizar generalizaciones mediáticas a través de los medios de comunicación sobre un grupo social, étnico o cultural, a partir de un caso particular basado en estereotipos étnicos constituyen un obstáculo para la construcción de una opinión pública tolerante. La Escuela de Ciencias Humanas y en particular, el programa de Periodismo y Opinión Pública del Colegio Mayor de Nuestra

Señora del Rosario, como se citó en Corte Constitucional de Colombia (2016), en este mismo sentido a señalado que:

[...] cuando a las minorías étnicas, aun siendo víctimas, se les tiende a identificar en contextos negativos y con las ‘malas noticias’ se refuerza la producción de estereotipos sobre estos sectores de la población, apuntando a un prisma maniqueo que divide la sociedad entre un ‘nosotros’ y un ‘ellos’. Tales enfoques mediáticos apuntalan la ‘violencia de la representación’ (...) con la cual se ha excluido históricamente (...) a indígenas, negritudes, minorías sexuales y mujeres del relato hegemónico de nación”. (p. 24)

Es por ello que, se tiene que tener un especial cuidado cuando se expone noticias en la que se encuentran relacionadas estos grupos minoritarios étnicos, tal y como lo expone la Corte Constitucional ecuatoriana, valorando sus costumbres y cosmovisión, para desde este enfoque, proceder a socializar las noticias sin recaer en nociones sensacionalistas, sino partiendo de la comprensión de sus manifestaciones culturales. Esto incluye así mismo, la prohibición de categorizar y homogenizar a los miembros de las comunidades indígenas en un solo grupo, lo que implica el desconocimiento de la variedad de culturas existentes y la invisibilización de las diversas condiciones materiales que caracterizan a estas y que determinan sus derechos.

### **Interculturalidad en la Era Digital**

En una era digital, donde el acceso a internet es cada vez más amplio y la diversificación de dispositivos móviles obliga a los medios de comunicación a considerar nuevas

formas de atraer seguidores, por encima incluso del tipo y la forma en que se presenta la información, el sensacionalismo y la desinformación, pueden constituirse en una especie de tentación recurrente a la hora de buscar satisfacer los hábitos de consumo de información rápida, fácil de digerir, comprender y desechar. Más aún, cuando “[...] todo ello lleva a los medios, especialmente a los medios no gratuitos como la prensa, a revisar su modelo de negocio, ya que su supervivencia podría encontrarse amenazada” (Mujika, García y Gibaja, 2020).

Los medios de comunicación así, se convierten en un filtro de la realidad, donde la información alcanza un nuevo estatus como mercancía y capital simbólico (en el sentido que le otorgaba Pierre Bourdieu) que circula para predisponer. Esto a través del uso de estrategias de persuasión, que desvirtúan la realidad o la reducen a intereses propios, presentando escenarios deliberadamente confusos, atentando contra la noción misma de la verdad (Rodríguez, 2019).

Un ejemplo desafortunado de ello, constituye la desinformación, el sensacionalismo y deslegitimación de la justicia indígena por parte de ciertos medios de comunicación, que refleja el desconocimiento de la materialidad de los hechos, del Ecuador como Estado pluricultural e intercultural, y la sobrevivencia de prácticas racistas, etnocentrismo y la lógica de intereses transnacionales (Llásag, 2012).

Titulares como “latigazos y golpes con ortigas, así castiga la justicia indígena en Ecuador a presuntos ladrones venezolanos” (Univisión, 2019), demuestra como

el uso de una narrativa extrema, dramática, consiguen un mayor impacto en la audiencia a través del uso de temas polémicos; sin embargo, este tipo de atención preferencial hacia el tipo de castigo que como resultado de un proceso de justicia indígena se aplica, invisibiliza completamente el trasfondo de tradiciones, costumbres y prácticas propias de su derecho que los único que buscan es reintegrar la armonía en la comunidad.

Otro titular que señala “Justicia indígena en Salasaca: el clamor de una madre” (El Heraldo Ambato, 2024).

Tampoco presenta un contexto general de la noticia ni de cómo se desarrolla el proceso de justicia indígena, sino que hace uso de una narrativa dramática y conmovedora, aprovechando la comparecencia de la madre del acusado en determinada etapa del proceso. Se busca así estimular la sensibilidad de la persona con miras a aumentar el nivel de visitas del contenido, por encima de una narrativa clara y detallada del cómo se suscitaron los hechos.

En este mismo sentido, un titular que señala: “Atado a un puente y ortigado, así terminó un sospechoso de robo al que le aplicaron la justicia indígena en Salasaca”, (Primicias, 2025). Se puede observar el cómo los medios pueden llegar a resaltar principalmente las sanciones o castigos como una forma de alimentar el morbo de las personas y atraer el interés colectivo, dejando en un segundo plano la información de los hechos que motivaron el castigo y el impacto social de esas conductas generan dentro de la comunidad.

En el caso del titular: “Justicia indígena en Salasaca: sujeto confiesa robo tras latigazos” (Illescas, 2025).

Tampoco presenta la realidad de los hechos, pudiendo llegar a entenderse incluso que la confesión del ilícito es el producto de los latigazos, y no de un proceso de justicia indígena. Tal situación deslegitima las actuaciones de las autoridades indígenas y la credibilidad de las resoluciones que de ella se derivan.

Este tipo de publicaciones de los medios digitales así, pueden ser utilizadas para transformar nuestra forma de entender la realidad –bifurcada ahora en vivencial y virtual– y de interactuar con ella; haciendo uso del auge de la era digital, la inmediatez del mundo *online*, su fácil acceso y el estímulo directo que produce en el cerebro, para reorientar nuestro pensamiento y unificar la forma en que apreciamos un determinado acontecimiento conforme intereses globalizadores que postulan una sola ideología.

El pluralismo jurídico reconocido en nuestra Constitución, que pregona “[...] la existencia de diferentes derechos concurrentes que operan en diferentes espacios temporales, y a escalas locales, nacionales y trasnacionales, las mismas que no se reducen al marco jurídico estatal” (López, 2013). Se ve disminuido entonces ante la falta de comprensión de la existencia de diversos derechos, sistemas de justicia o la ineficacia de proponer una sola cosmovisión de legalidad, que no responde a la diversidad de concepciones ideológicas que defienden los diferentes pueblos, comunidades y nacionalidades indígenas presentes en nuestro país.

### **Información, Justicia Indígena e Interculturalidad en Ecuador**

Si bien es cierto es frecuente encontrar en los medios digitales y de comunicación noticias donde se

exponen casos de justicia indígena, se debe señalar que en cuanto a la forma que se expone la misma o sus contenidos, partiendo de un punto de vista legal, constituye un factor poco discutido, al punto que en la jurisprudencia constitucional podemos encontrar mínimos pronunciamientos al respecto.

Un ejemplo de ello lo constituye la sentencia 113-14-SEP-CC (C.C.E, 2014), donde se analiza la forma en que los medios de comunicación exponen los hechos producidos dentro de un caso de justicia indígena. En él, resulta de vital importancia para el presente estudio, el hecho de llegarse a afirmar que lo sucedido en La Cocha, comuna de la Parroquia Zumbahua...

[...] es un retroceso a la civilización, un acto letal y absurdo contra el ser humano, al presentar desnudos, amarrados, colgados, ortigados, bañados y cargando como acémilas bultos llenos de tierra y piedra; la ignominia, el desprecio y la crueldad se están practicando, haciendo caso omiso la presencia de autoridades, cuando ellas han alcahueteado la supuesta justicia indígena, les dieron piola, hasta llegar a escuchar que existe en las comunidades “la pena de muerte” o mejor dicho, la “inyección letal de la ortiga”. (p. 30)

Esto en la medida que, tales afirmaciones no se encuentran orientadas a informar los hechos acontecidos desde un punto de vista imparcial, sino que claramente se pueden observar orientados a impresionar y enardecer las emociones de la sociedad, dando prioridad a aquellos elementos que generan una mayor impresión en el receptor,

como las circunstancias físicas a las que son sometidas las personas, pero sin resaltar los motivos culturales que motivan tales actuaciones. Es por ello que la Corte Constitucional (2014) al referirse a estos hechos señala que:

[...] debido a la forma, tiempo, contenido de las imágenes y comentarios con los que se expuso mediáticamente este caso, esto es, difundiendo como noticia solo el momento de la ejecución de las sanciones comunitarias y no todos los aspectos que involucran el proceso de administración de justicia indígena, se alimentó en la sociedad nacional sentimientos de alarma, burla, rechazo, desprestigio social y desnaturalización de los métodos y procedimientos que aplica la justicia indígena para resolver sus conflictos. (p. 30)

Tal situación no solo que contribuye a la estigmatización de las prácticas ancestrales de consumación de justicia, sino que alimenta en la sociedad una predisposición hacia el imperio de un solo tipo de cultura, situación que es contraria al reconocimiento del Estado intercultural del Ecuador y del pluralismo jurídico dentro del Art.1 de la Constitución de la República (2008).

Esto aún más si se considera que, dentro de la Constitución (2008) se establece el derecho a “buscar, recibir, intercambiar, producir y difundir información veraz, verificada, oportuna, contextualizada, plural” (art. 18). Lo que significa que, de forma particular y sobre todo en el caso de los pueblos indígenas, atendiendo a esta pluralidad, se debe considerar su particular condición económica, social y cultural; evitando la descontextualización y tergiversación

de su realidad, y contribuyendo “[...] a la pedagogía social de respeto a la diferencia, como valor constitucional intrínseco atinente a una sociedad y estado plurinacional e intercultural, normativamente protegido” (C.C.E., 2014, p. 31).

Emitir de esta forma, únicamente imágenes y criterios sin un contexto donde se presenten las causas, motivos o principios sociales o culturales que justifican los hechos realizados por las autoridades y la comunidad indígena en sí, como una manifestación de sus prácticas ancestrales y tradicionales, estigmatiza, desnaturaliza y desacredita el reconocimiento constitucional de la justicia indígena.

Omitir deliberadamente este tipo de contextos, genera una visión errónea de la realidad, la cual puede fácilmente caer en prejuicios y equivocaciones, por encima incluso de su derecho a “crear, desarrollar, aplicar y practicar su derecho propio o consuetudinario,” (C.R.E., 2008, Art. 57.10). Así entonces es indispensable además que, toda información difundida en los medios de comunicación “[...] cuente con la participación de expertos, de miembros de la comunidad, y que su difusión se enmarque dentro del pluralismo y la interculturalidad que ordena y reconoce nuestra Constitución” (C.C.E., 2014, p. 31).

### **Confusión entre Ajusticiamiento o Linchamiento y Justicia Indígena**

Si bien es cierto uno de los principales inconvenientes cuando se presenta una noticia relacionada con un hecho de justicia indígena es la

falta de contextualización, otro de los inconvenientes derivados de esta omisión es la confusión existente entre los linchamientos y la justicia indígena. Tal y como lo señalan Bourgeat y Morales (2023) “muchas gente ve las prácticas y costumbres como análogas al linchamiento a [...] [manteniendo] [...] la opinión de que las tribus indígenas no practican el concepto de “debido proceso” y basan sus críticas en este supuesto” (p. 141).

Esto hace evidente la necesidad de establecer claramente cuál es la diferencia entre estos dos conceptos. Según Miño y Santamaría (2020), la justicia indígena se puede resumir en el siguiente proceso:

[L]a denuncia o de (Willachina o Willana) ante el Cabildo, o asamblea general, que interviene para solucionar el conflicto. Posteriormente se hace de conocimiento público todo lo ocurrido; el segundo paso es la averiguación de los hechos (Tapuykuna o Tapatuna), que incluye la presentación de pruebas y testimonios de confrontación (Chimbapurana o Nawichina) durante la asamblea; acto seguido se procede a sancionar al infractor (Kishpichirina) y se le aplica su “castigo” correspondiente (Paktachina) que consiste en la purificación del espíritu del individuo, esta sanción restituye el equilibrio y sanación de los involucrados, evita reincidencias de los actos cometidos, cumple con el objetivo del buen vivir dentro de la comunidad y finalmente el perdón del victimario a las víctimas, familiares y resto de la comunidad. (p.10)

No constituye entonces como generalmente se concibe, como una práctica social carente de procesos o pasos a seguir, sin una autoridad que represente a la comunidad, o la sola consumación de un acto sin ningún tipo de objetivo a cumplir. Su estructura demuestra no solo la necesidad de un procedimiento que debe ser conocido por toda la comunidad, sino que el mismo permite garantizar aquellos derechos fundamentales aplicables a la justicia indígena y que constituyen su única limitación.

El linchamiento, por el contrario, marcado generalmente por la violencia arbitraria y animo vengativo de las personas que lo ejecutan, impone castigos generalmente brutales que a decir de Miño y Santamaría (2020) “[...] no resultan de ningún procedimiento reglado, sino que se configura como una suerte de venganza, pues es una manifestación guiada por la rabia y sus sanciones no están encaminadas a recuperar la armonía, sino una satisfacción personal” (p.10). Este tipo de casos, en contraste con la justicia indígena, no se producen previo procedimiento ni son conocidos por la autoridad competente, en una flagrante violación al derecho de “[...] acceso gratuito a la justicia y a la tutela efectiva, imparcial y expedita de sus derechos e intereses” (C.R.E., 2008, Art. 75).

De esta forma mientras que la justicia indígena tiene por objetivo el reintegro de los delincuentes y la armonía en la comunidad, el ajusticiamiento o linchamiento constituye un acto vengativo y como represalia de un hecho que no necesariamente es proporcional con los actos que se realizan.

Por consiguiente, constituye una acción reprochable y vulneradora de derechos constitucionales, que reportajes periodísticos o autoridades públicas presenten imágenes y afirmaciones en las que se descontextualiza la justicia indígena y se la presenta como un acto de linchamiento, fomentando el desconocimiento y prejuicios de estigma en contra de las personas, comunidades, pueblos y nacionalidades indígenas. (C.C.E., 2014, p. 32)

Es menester entonces que, los medios de comunicación al emitir cualquier tipo de información en el que se remarque un caso de ajusticiamiento o justicia indígena, se comience por señalar las diferencias entre uno y otro caso, de manera verificada, contrastadas y contextualizada, conforme la visión plural que se reconoce dentro de la Constitución (2008), propiciando el respeto de las prácticas sociales y culturales ajenas al entendimiento occidental, pero sin alentar o incentivar la discriminación hacia este tipo de personas que se encuentran en pleno ejercicio de su derecho a “crear, desarrollar, aplicar y practicar su derecho propio o consuetudinario” (C.R.E., 2008, art. 57.10).

### **Obligaciones Recopiladas de la Jurisprudencia Vinculante**

Dado que todo proceso en el que entran en juego la contradicción de dos derechos constitucionales, permite a la Corte Constitucional establecer directrices a objeto de garantizar el respeto de los mismos en todo momento, a continuación, se ponen de manifiesto aquellas relacionadas con la obligación de los medios de comunicación de mantener una visión intercultural. En este sentido la Corte

Constitucional de Ecuador (2014) ha señalado que:

[...] será obligación de todo medio de comunicación, público, privado o comunitario, así como por parte de cualquier autoridad pública o particular, siempre que difundan y analicen temas de justicia indígena, otorgar los espacios necesarios para que las autoridades de justicia indígena, las partes procesales, así como las autoridades de la justicia penal ordinaria y, de ser el caso, expertos conocedores del tema, participen, expliquen y presenten argumentos y opiniones respecto al tema en cuestión. (p. 32–33)

Tal obligación así, no solo que permite acceder a una visión más integral de los procedimientos que se llevan a cabo como parte de la justicia indígena, sino que, permite así mismo al receptor, conocer de forma más detallada cuales son las circunstancias que rodean al hecho, el sentir de las partes, e incluso las diferencias que pueden existir con relación de los delitos de la justicia penal ordinaria, y la diferencia de fines que persigue uno u otro sistema de justicia.

Como consecuencia de ello, además, la Corte Constitucional del Ecuador (2014) ha determinado que cualquier medio de comunicación, sea del carácter que fuere, público o privado:

[...] están en la obligación de aplicar de manera estricta los principios de verificación, contextualización y veracidad, debiendo para el efecto, previa autorización de las autoridades indígenas concernidas, documentar y presentar

los aspectos relevantes del procedimiento de administración de justicia indígena, de manera integral, y no solo difundir un aspecto aislado, como el ritual de sanción, evitando de esta manera atender contra el derecho a una información constitucionalmente protegida. (p. 33)

Tal obligación, a objeto de evitar el sensacionalismo de las noticias, y la tendencia a señalar únicamente aquellos aspectos que generan un mayor impacto en la psiquis de la sociedad, atraída más por los sentimientos y emotividad, que por la manifestación material de un derecho reconocido a las comunidades indígenas. De ahí que, además, la Corte Constitucional (2014) haya resaltado su capacidad de generar:

[...] criterios jurisprudenciales vinculantes a partir del análisis de los hechos que dan origen a cada caso, circunstancia que diferencia al derecho jurisprudencial del derecho de origen legislativo. En consecuencia, los efectos del presente fallo serán para el caso concreto, pero los criterios interpretativos y reglas también se extienden a casos que presenten hechos similares. (p. 33)

Es así que, al momento de generar una noticia relacionada con la justicia indígena se debe tener muy en cuenta estas obligaciones que nacen de la jurisprudencia, y que, aunque no son nacidas del poder legislativo, poseen igual validez a través del reconocimiento de los precedentes jurisprudenciales.

## Conclusiones

La existencia de una gran diversidad cultural en Ecuador, irremediablemente genera un proceso de comunicación intercultural del cual forman parte los medios de comunicación pero que no siempre responde a la cosmovisión de los sectores sociales donde se producen los hechos; esta circunstancia realza la necesidad de contar de manera obligatoria con equipos de analistas, reporteros e intérpretes que conozcan la realidad social, organizativa y cultural indígena, que garanticen la veracidad de la información sin dejar de velar por el éxito de los medios de comunicación a los cuales pertenecen.

Existe una tendencia generalizada a identificar cualquier caso de información indígena que resulta escandalosa con un acto de desinformación o sensacionalismo; sin embargo, dado que la desinformación está constituida por información falsa que es intencionalmente engañosa y con la intención de presentar una realidad distinta a la verdad, constituye un error señalar que se trata de un caso de desinformación. Por el contrario, dado que la mayoría de notas periodísticas de justicia indígena otorgan más importancia a hechos que generan una mayor impresión en el receptor, aprovechándose de sus emociones y sentimientos, nos encontramos generalmente ante un caso de sensacionalismo.

Según la jurisprudencia sentada por la Corte Constitucional del Ecuador, el objetivo de la información ateniendo al principio de interculturalidad, es el valorar adecuadamente las costumbres y cosmovisión de los pueblos indígenas y acercar su cultura a la sociedad blanco

mestiza; esto se traduce en la socialización de todos aquellos actos atinentes a la justicia indígena sin recaer en nociones sensacionalistas, sino partiendo de la difusión, comprensión, e interpretación de sus manifestaciones culturales y el fin que persiguen.

Otro de los errores cometidos generalmente por los medios de comunicación, es equiparar los términos de ajusticiamiento o linchamiento con los casos de justicia indígena, sin llegar a determinar que los primeros responden exclusivamente a una necesidad de venganza, sin ningún tipo de procedimiento previo, o respeto a las garantías establecidas en los Derechos Humanos, llegando incluso a ser desproporcionadas con relación al acto cometido. En contraposición a ello, la justicia indígena se encuentra respaldada en un procedimiento previamente establecido por la comunidad, sometido a los lineamientos determinados en la Constitución y los Tratados Internacionales de Derechos Humanos, y persigue como fin, la restauración de la armonía y equilibrio en la comunidad.

A través del precedente jurisprudencial establecido dentro de la sentencia no. 113-14-SEP-CC (C.C.E, 2014), todo medio de comunicación público o privado, tiene como obligación en los casos de difusión de justicia indígena, de solicitar autorización a las autoridades indígenas concernidas y comunicar los hechos asegurando la veracidad y contextualización, reportando de manera integral los procesos de resolución de conflictos internos y no solo los actos de sanción, a fin de no recaer en sensacionalismos y siempre desde el respeto a los principios de interculturalidad y pluralidad establecidos en la Constitución.

## Referencias

- Blumler, J. G., McLeod, J.M. y Rosengren, K.E. (1992). *Comparative Speaking: Communication and Culture Across Space and Time*. Sage Publications.
- Bourgeat F. y Morales N. (2023). La mediación dentro de la justicia indígena. *Revista Metropolitana de Ciencias Aplicadas*, 6(Esp2), 133-141.
- Carlas, F., Hernando, Á. y Marín, I. (2021). La radio educativa como herramienta de alfabetización mediática en contextos de interculturalidad. *Revista de Comunicación*, 20(2), 93-112.
- Constitución de la República del Ecuador [CRE]. (2008). Quito. Registro Oficial 449 de 20-oct.-2008. <https://www.lexis.com.ec/biblioteca/constitucion-republica-ecuador>
- Corte Constitucional de Colombia [C.C.C]. Sentencia no. T-500/16, 8 de noviembre de 2016. <https://www.corteconstitucional.gov.co/relatoria/2016/t-500-16.htm>
- Corte Constitucional de Colombia [C.C.C]. Sentencia No. T-230/25, 26 de julio de 2025. <https://www.corteconstitucional.gov.co/relatoria/2025/t-230-25.htm>
- Corte Constitucional del Ecuador [C.C.E]. Dictamen No. 8-21-EE/21, 10 de diciembre de 2021, caso Nro. 8-21-EE. <https://www.corteconstitucional.gob.ec/dictamen-8-21-ee-21/>
- Corte Constitucional del Ecuador [C.C.E]. Sentencia No. 113-14-SEP-CC, 30 de julio de 2014, caso Nro. 0731-10-EP. [https://esacc.corteconstitucional.gob.ec/storage/api/v1/10\\_DWL\\_FL/eyJjYXJwZXRhIjojYWxmcmV-](https://esacc.corteconstitucional.gob.ec/storage/api/v1/10_DWL_FL/eyJjYXJwZXRhIjojYWxmcmV-)

[zY28iLCJ1dWIkIjoiZTJjMGFINDgtMWE0OC00MTFmLTJjY-2QtY2I0NTgyNjZmZDViLnBkZij9](https://doi.org/10.3145/epi.2019.may.02)

- Del-Fresno-García, M. (2019). Desórdenes informativos: Sobreexpuestos e infrainformados en la era de la posverdad. *El Profesional de la Información*, 28(3), 1-11. <https://doi.org/10.3145/epi.2019.may.02>
- El Heraldo Ambato. (2024, 22 de diciembre). *Justicia indígena en Salasaca: el clamor de una madre*. <https://www.facebook.com/watch/?v=1722396378492886>
- GoRaymi (2025). *Pueblos y Nacionalidades Indígenas del Ecuador*.
- Gudykunst, W. B. y Ting-Toomey, S. (1988). *Culture and Interpersonal Communication*. Sage Publications.
- Illescas, Y. (2025, 14 de enero). Justicia indígena en Salasaca: sujeto confiesa robo tras latigazos. *Extra*. <https://www.extra.ec/noticia/provincias/justicia-indigena-salasaca-sujeto-confiesa-robo-latigazos-119233.html>
- Isaquita T. K. J., (2023) *El sensacionalismo en los medios informativos. Análisis sistemático de la literatura*. Universidad Cooperativa de Colonia.
- Llásag, R. (2012). Justicia indígena ¿delito o construcción de la plurinacionalidad?: La Cocha. En B. de Sousa Santos A. Grijalva, *Justicia indígena, plurinacionalidad e interculturalidad en Ecuador* (págs. 321-372). Abya Yala.
- López, P. G. (2013). Pluralismo jurídico. *Eunomia. Revista en cultura de la legalidad*, (5), 186-193.
- Miño, M. y Santamaría, C. (2020). Justicia indígena y castigo por mano propia: diferencias en cuanto a su regulación y aplicación desde el derecho interno e internacional. *Derechos y Justicia*. <https://odjec.org/wp-content/uploads/2021/04/Justicia-indigena.f..pdf>

- Mujika Alberdi, A., García-Arrizabalaga, I. y Gibaja Martins, J. J. (2020). Un estudio sobre hábitos de consumo de información en la era digital. *Anàlisi: Quaderns de comunicació i cultura*, (ext), 0031-46.
- Primicias. (2025, 13 de enero). Atado a un puente y ortigado, así terminó un sospechoso de robo al que le aplicaron la justicia indígena en Salasaca. *Sucesos*. <https://www.primicias.ec/sucesos/justicia-indigena-salasaca-tungurahua-sospechosos-robo-ortiga-87410/>
- Rizo G. M., (2013) Comunicación e Interculturalidad. Reflexiones en torno a una relación indisoluble. *Global Media Journal México*, 10(19).
- Rodrigo, M. (1999). *Comunicación intercultural*. Anthropos Editorial.
- Rodríguez-Tranche, R. (2019). *La máscara sobre la realidad. La información en la era digital*. Alianza Ed.
- Sánchez-Duarte, J. M. y Magallón Rosa, R. (2023). Desinformación. *Eunomía. Revista en Cultura de la Legalidad*, 24, 236-249.
- Søe, S. O. (2019). A unified account of information, misinformation, and disinformation. *Synthese*, 1-21. <https://link.springer.com/article/10.1007/s11229-019-02444-x>
- UNIVISIÓN NOTICIAS. (2019, 23 de Julio). *Latigazos y golpes con ortigas, así castiga la justicia indígena en Ecuador a presuntos ladrones venezolanos*. <https://www.univision.com/local/nueva-york-wxtv/latigazos-y-golpes-con-ortigas-asi-castiga-la-justicia-indigena-en-ecuador-a-presuntos-ladrones-venezolanos>

Valverde-Berrocoso, J., González-Fernández, A. y  
Acevedo-Borrega, J. (2022). Desinformación y  
multialfabetización: Una revisión sistemática de la  
literatura.

REVISTA

# ENFOQUES

DE LA COMUNICACIÓN

Nº 14

El desarrollo acelerado de las tecnologías digitales ha transformado la manera de comunicar, informar, organizar y comprender el mundo. Desde la proliferación de plataformas hasta el uso intensivo de algoritmos para gestionar información y relaciones humanas, dan cuenta de una era donde los límites entre lo virtual y lo real son cada vez más difusos.

Este entorno, que promete mayor acceso y pluralidad, facilita nuevas formas de censura y control, especialmente en contextos de crisis. Para el caso, el ejercicio periodístico enfrenta desafíos crecientes, desde la vigilancia masiva hasta la desinformación sistemática, en particular, cuando se abordan aristas sobre crimen organizado se expone a posibles vulneraciones de derechos; por ello, la protección de quienes ejercen esta labor es una necesidad urgente y una condición indispensable para garantizar sociedades democráticas.

En este contexto, el número catorce de la Revista Enfoques de la Comunicación, denominado “Entre algoritmos y verdad”, recoge aportes sobre los desafíos contemporáneos que emergen en la intersección de comunicación, tecnología, poder, sociedad y entre otros. Así también, suman otros insumos relacionados a medios alternativos, género y más para motivar el debate propositivo vinculados a la libertad de expresión, con un abordaje de la realidad actual y una proyección al futuro.



Consejo de  
**Comunicación**

*Todas las voces cuentan*