



Comunicación: Un enfoque desde la academia

VOL.1



- Andrés Carvajal Romero
- Karina Benítez Luzuriaga
- Fernanda Tusa Jumbo

Coordinadores

**Colección
de la Facultad
de Ciencias
Sociales**

**Editorial
UTMACH**



Vicerrectorado de
Investigación • Vinculación • Posgrado
Unidad Editorial

Comunicación: un enfoque desde la academia - Vol.1

Andrés Carvajal Romero
Karina Benítez Luzuriaga
Fernanda Tusa Jumbo

Coordinadores



Ediciones UTMACH
180 pág / Formato 17 X 24cm
Título: Comunicación:
un enfoque desde la academia - Vol.1
Primera edición
ISBN electrónico: 978-9942-24-185-6
DOI: <http://doi.org/10.48190/9789942241856>
CDD: 070

Colección de libros de la Facultad de Ciencias Sociales
Convocatoria 2023

Comunicación: un enfoque desde la academia - Vol.1

José Correa Calderón
Decano de la Facultad de Ciencias Sociales
Director de la Colección

Comisión Académica de la Colección

Elida Rivero Rodríguez
María Román Aguilar
Wilson Peñaloza Peñaloza
Yubber Alexander Cedeño
Miguel Cunalata Castillo

Miembro editorial de la publicación (Coordinación técnica - FCS)

José Correa Calderón
María Román Aguilar
Jorge Maza Córdova
Fernanda Tusa Jumbo

Miembro editorial de la publicación (Asistencia editorial - FCS)

Melissa Matamoros Romero
Esther Jumbo Castillo

La Facultad de Ciencias Sociales desea expresar su agradecimiento a todos los que hicieron posible la edición de este libro: Revisores de la facultad, pares especializados externos, comisión académica, técnica y asistencia editorial de la facultad. Agradecemos a la Editorial UTMACH, que se encarga del proceso editorial y a coordinar con la facultad, cada fase del libro. Finalmente, mis sinceras felicitaciones a los autores de la obra.

Autoridades

Jhonny Pérez Rodríguez - **Rector**
Rosemary Samaniego Ocampo - **Vicerrectora Académica**
Luis Brito Gaona - **Vicerrector de Investigación, Vinculación y Posgrado**
Irene Sánchez González - **Vicerrectora administrativa**

© Ediciones UTMACH

Título original:

Comunicación: un enfoque desde la academia - Vol.1

ISBN electrónico: 978-9942-24-185-6

DOI: <http://doi.org/10.48190/9789942241856>

© Autores de capítulos

Libro revisado por pares académicos

Karina Lozano Zambrano
Jefe editor / Edición editorial y diagramación

Edison Mera León - Diseño de cubierta
Jazmany Alvarado Romero - Difusión D-Space
Primera edición
22 de febrero de 2024 - Publicación digital

Universidad Técnica de Machala - UTMACH
Correo: editorial@utmachala.edu.ec
Machala-Ecuador

Licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional (CC BY-NC-SA 4.0).

Presentación de la colección

La Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad Técnica de Machala se enorgullece de presentar una colección de textos que refleja el trabajo de nuestros profesores y estudiantes en los campos de las ciencias sociales, jurídicas y de la educación. Estos textos no solo representan la diversidad de intereses e investigaciones de nuestra comunidad académica, sino que también subrayan nuestro compromiso con la mejora de la calidad de vida en nuestra región y más allá.

Nuestra Facultad es un crisol de conocimientos que abarcan una amplia gama de disciplinas en las ciencias sociales. Desde sociología hasta trabajo social, desde psicología hasta comunicación, nuestros investigadores están comprometidos con la comprensión de la sociedad en todas sus dimensiones. En estos textos, encontrarán investigaciones que exploran la dinámica social, la cultura, la identidad y las transformaciones que enfrenta nuestra sociedad en el siglo XXI.

En el ámbito jurídico, nuestra Facultad se destaca por su profundo compromiso con la justicia y el Estado Constitucional de derechos. Los textos en este ámbito, analizan cuestiones legales cruciales que afectan a nuestra sociedad, desde la protección de los derechos humanos hasta la reforma legal. Nuestros investigadores trabajan incansablemente para contribuir a la construcción de un sistema legal más justo y equitativo.

En el ámbito de las ciencias de la educación y las perspectivas pedagógicas innovadoras, es claro que la educación es el motor del cambio social, y en la Facultad de Ciencias Sociales reconocemos su importancia central. Nuestros textos también incluyen investigaciones sobre

pedagogía, currículo y formación docente. Estamos comprometidos en promover prácticas pedagógicas innovadoras que preparen a nuestros estudiantes para enfrentar los desafíos de la educación del siglo XXI.

La Facultad de Ciencias Sociales se compromete con la dignidad, la excelencia académica, la vinculación comunitaria y la transformación como pilares fundamentales de su labor educativa, social y cultural.

José Correa Calderón, PhD.

DECANO

Rosa Caamaño Zambrano, Mgs.

SUBDECANA

ÍNDICE

Periodismo digital local postpandemia: un análisis de la preferencia
ciudadana barrial en Machala al sur de Ecuador ..15

Lizette Ivonne Lazo Serrano; Juan Andrés Carvajal Romero;
Maira Joanna Jiménez Jiménez

Cuando el periodismo inspira: un análisis de plataformas digitales de
buenas noticias ..59

Tomás Álvarez Benítez; Karina Benítez Luzuriaga

Redes sociales: el impacto de las noticias falsas ..83

Karina Benítez Luzuriaga; Samantha Montesdeoca Ordoñez

La comunicación y la depresión postparto

Estudio de opinión en el subcentro de salud 29 de Noviembre, Cantón
Santa Rosa, 2023. ...121

Joselyn Silva; Fernanda Tusa; Patricia Pacheco; María Román

Adaptación de las radios del cantón pasaje al ecosistema mediático
actual ...143

Doménica Noles; Gabriel Iñiguez; Julissa Vines

Presentación

La pandemia del 2020 cambió las formas de hacer y consumir la comunicación. Se puso de relieve la importancia de la comunicación digital, en todas las esferas de la sociedad. Sobre todo, en comunicación para la salud pública, la lucha contra la desinformación y la búsqueda de un renovado ejercicio profesional. En este libro, a partir de investigaciones académicas, exploraremos cómo estos temas pueden evidenciar relaciones casuísticas y propone el abordaje adecuado en la búsqueda de soluciones para esos problemas de la sociedad actual.

Las redes sociales, los blogs y los sitios web han creado nuevas rutas de comunicación que permiten conectarnos con personas de todo el mundo, al mismo tiempo, en diferentes formatos y canales. Sin embargo, también han surgido nuevos desafíos, como la gestión de la reputación en línea, la lucha contra la desinformación y la búsqueda incesante de calidad en los contenidos de los que se transmite y difunde. A partir de la crisis sanitaria quedó demostrado que la comunicación efectiva puede salvar vidas, pero también puede causar serios problemas en la salud mental de los seres humanos, a causa de la infodemia masiva.

En este libro, se discute sobre las mejores prácticas comunicacionales para la salud pública, y cómo se puede hacer uso de herramientas digitales para llegar a un público más amplio, haciéndole frente a esa infodemia, que dificulta que las personas encontremos fuentes confiables y orientación fidedigna; en uno de los capítulos, por ejemplo, se aborda el caso de la necesaria educomunicación en mujeres y sus familias sobre postparto y cuidados del recién nacido. El texto presenta una investigación sobre este importante tema, en una localidad de Machala.

Además, en ese recorrido cambiante del ejercicio comunicacional, se explora la adaptación del periodismo radial tradicional al ecosiste-

ma digital. La radio ha sido fuente importante de noticias e información durante décadas, pero la era digital ha cambiado la forma en que se produce y se consume el periodismo. En esta obra, discutiremos cómo el periodismo radial tradicional se ha adaptado al ecosistema digital, y cómo se han utilizado las herramientas digitales para mejorar la calidad de los productos radiales.

Por último, exploraremos el periodismo positivo, que es una tendencia emergente en el mundo del ejercicio de la profesión. El periodismo positivo se enfoca en las noticias positivas, y busca inspirar a las personas a través de historias de éxito y superación. Sin voltear la mirada al costado, y buscando el análisis profundo de causas de los graves problemas que afronta la sociedad actual, esta forma de hacer comunicación brinda posibles soluciones a situaciones difíciles, y se convierte en una herramienta poderosa para la transformación social y la búsqueda de mecanismos para reducir las brechas sociales, a nivel local y global.

Tenemos la satisfacción de entregar a la comunidad el libro COMUNICACIÓN: UN ENFOQUE DESDE LA ACADEMIA. Un trabajo de investigación y escritura académica de la Carrera de Comunicación. Un esfuerzo compartido, entre docentes, estudiantes, profesionales y actores sociales. Este es un punto de partida, que promueve la discusión, el debate y la propuesta de nuevas temáticas para seguir haciendo nuestro trabajo académico comunicacional y periodístico. Estamos convencidos de que la construcción colectiva y colaborativa del saber, es la ruta que debemos seguir caminando.

Esta obra no solo motiva la lectura, sino que también invita a la discusión crítica, fomentando una reflexión sobre temáticas cruciales como el periodismo de salud, el periodismo de soluciones, el periodismo radial y el periodismo tecnológico. En un contexto donde la información es un recurso invaluable, este libro se erige como una fuente clave para comprender las intrincadas dinámicas que rigen el periodismo contemporáneo y su interdisciplinariedad.

La iniciativa detrás de esta obra refleja el compromiso con el desarrollo intelectual y la consolidación de una base formativa sólida en la región 7 del país. Es imperativo que se promuevan y respalden continuamente obras de esta índole dentro de la academia orense, ya que son ellas las que forjan un camino hacia la excelencia académica y contribuyen al enriquecimiento del conocimiento en el ámbito de las ciencias de la comunicación.

Finalmente, consideramos que este libro constituye una guía esencial para aquellos lectores que buscan comprender las complejidades de la comunicación en la sociedad de la información y el conocimiento. En su esencia, esta obra es un llamado a la acción y a la promoción de un diálogo informado que impulse la formación académica y humanística en la provincia de El Oro.

ISBN: 978-9942-24-185-6

DOI: <http://doi.org/10.48190/9789942241856.2>

Cap.2

Cuando el periodismo inspira: un análisis de plataformas digitales de buenas noticias

Tomás Álvarez Benítez

tomas.alvarez@casagrande.edu.ec

Universidad Casa Grande

<https://orcid.org/0009-0000-9397-002X>

Karina Benítez Luzuriaga

kbenitez@utmachala.edu.ec

Carrera de Comunicación, Universidad Técnica de Machala, Ecuador.

<https://orcid.org/0000-0002-3118-2068>

Resumen

En este trabajo, los autores revisan y caracterizan las aportaciones periodísticas de índole positivo que realizan distintos medios de comunicación y plataformas digitales, en la última década. Muestra las fortalezas que este tipo de propuestas tienen respecto al tratamiento informativo de las noticias, diferente al de la mayoría de los medios tradicionales. Bajo un enfoque exploratorio-descriptivo se usaron como técnicas de investigación: la revisión bibliográfica, el mapeo y el análisis de contenido. Un muestreo no probabilístico determinó una porción de medios digitales tomando en consideración aquellas plataformas que plantean este tipo de agenda noticiosa. Mediante una matriz se hizo el análisis comparativo definiendo líneas generales, estructura y temáticas; con revisión de la literatura se determinan ventajas y desventajas para el planteamiento de una propuesta periodística digital con temáticas variadas y enfocada en el periodismo de soluciones que visibilizarían noticias inspiradoras.

Palabras clave: Periodismo Positivo, Medios Digitales, Nuevas Narrativas.

Introducción

Este capítulo aborda el quehacer periodístico manifiesto en positivo. Es una reflexión y plantea la necesidad de hacer comunicación periodística de la única manera posible: pensando en el bienestar de la gente. Parte de la necesidad de propuestas de buena escritura y de nuevas narrativas periodísticas de corte profundo e inspirador. Se revisa algunas propuestas innovadoras determinadas también como inspiradoras. Inicialmente se plantea una interrogante: **¿Puede el periodismo ser positivo?**

Según (Cervilla, 2022) los lectores huyen de los medios porque, en el momento en el que estamos, surfear una vorágine de malas noticias no ayuda a afrontar el ya complicado per se día a día. Sin embargo, el periodismo y su altavoz mediático también pueden ser un elemento que ayude, en la medida de lo posible, a ver el lado positivo.

Como afirma (Restrepo, La constelación ética, 2019) y así, un día sí y otro también, la gente que recibe diariamente esta ración -de malas noticias-, ha acabado por acostumbrarse a la corrupción, a la violencia, a la injusticia, a un país regido por y para los bandidos. Y este del acostumbramiento al mal es solo uno de los efectos de esta dieta diaria de malas noticias.

Buscando una respuesta a la pregunta planteada, se puede decir que el ejercicio periodístico ha jugado un papel importante para mantener informada, actualizada, entretenida a la sociedad. La reflexión autocrítica surge sobre esa necesaria contribución que debe hacer el periodismo como elemento dinamizador, orientador, educador para una comunidad. Los medios de comunicación pueden: educar, transformar o *deformar* a una sociedad.

Se parte de una indagación y análisis realizado a plataformas digitales de corte periodístico, en el marco post pandemia, que permite

una reflexión crítica sobre el ejercicio periodístico en el contexto de la digitalización, donde las audiencias han dejado de ser solo consumidoras para convertirse en prosumidoras. Por su parte, los medios de comunicación en la búsqueda por captar a dichas audiencias presentan, en la mayoría de los casos, noticias de corte sensacionalista, las denominadas malas noticias.

Se intenta visibilizar formas de periodismo positivo que se ejecuten en los medios de comunicación ecuatorianos, para realizar -a partir de aquello- una propuesta, realización de un sitio web, con estructura de piezas escritas y audiovisuales *inspiradoras*.

En el trabajo de (Lugo & Glueck, 2018), se menciona que una de las áreas donde el periodismo ha visto más afectada su capacidad de persuasión retórica es la del periodismo científico o de salud, durante la época de la pandemia, al tratar de manera tan controversial temas vinculados a la salud pública. En ese trabajo se levantan datos sobre las buenas y las malas noticias, su impacto y los criterios editoriales que priman al momento de establecer la pauta de contenidos.

Durante los últimos años, el ejercicio periodístico ha incorporado el uso de nuevas narrativas, sobre todo digitales y/o audiovisuales, donde el rol de las emociones y las vivencias adquiridas mediante experiencias son el vehículo para captar la atención del público y ganar credibilidad.

Tal es el caso, en Ecuador, América Latina y el mundo entero, durante la pandemia de Covid-19, se vivieron muchos momentos de desinformación y de escaso rigor periodístico por lo que la población no discernía entre lo real y lo ficticio.



Surge -entonces- esa necesidad de caracterizar hechos noticiosos positivos que tengan espacio en las agendas de medios de comunicación locales para la gestación de audiencias *sanas y positivas*; también, vitales en el marco post pandémico, de violencia e incertidumbre

actual, en la urgencia de impulsar la construcción de una sociedad benigna. El dilema consiste en determinar si ese ejercicio periodístico inspirador y positivo contribuirá definitivamente a la manifestación, al resurgir, de un Ecuador menos violento. Una interrogante planteada *a priori*.

Comunicación de riesgo

El año 2020 el mundo entero se paralizó con la crisis sanitaria mundial a causa de la pandemia del coronavirus causada por la Covid-19. El encierro en el período de cuarentena generó psicosis en la población en general. A esto se sumó la proliferación de medios en plataformas digitales donde las *fake news* ocuparon más espacio que la información verificada, contrastada, contextualizada y oficial de los organismos de salud.

Según (León-Vásquez y Padilla, 2021) buena parte de esos contenidos se producen sin estándares confiables y constituyen un problema en diferentes escalas, dimensiones y temas, entre los que se encuentra, por ejemplo, la salud.

Periodismo colaborativo

Este tipo de periodismo está basado en el trabajo conjunto de diversos comunicadores y formadores de opinión que buscan generar un cambio positivo en la agenda mediática. Fundamentada en la defensa de los derechos humanos y sostenida por el trabajo ético y de compromiso de todos los integrantes del proyecto periodístico que se realizará.

El periodismo de colaboración si bien no deja de lado las iniciativas individuales, busca el apoyo de otros profesionales para realizar pro-

yectos informativos desde su concepción, desarrollo y distribución a través de diferentes superficies de inscripción, medios tradicionales, portales y redes sociales (Mendoza & Rojas, 2020).

Agenda noticiosa

La forma en la que se reciben y conciben las noticias diarias, están mediadas y articuladas por una línea editorial que baja desde el centro neurálgico de cada medio de comunicación masivo o tradicional, que por lo general es el jefe, o en ocasiones, grupos de poder con fines económicos, sociales y políticos, que buscan tener el control total de la escena mediática y sus componentes.

La empresa informativa ha sufrido en las últimas décadas grandes transformaciones. Uno de los cambios más significativos que ha vivido tiene que ver con la estructura de propiedad. Los procesos de concentración y transnacionalización conllevan que un reducido número de grandes grupos de comunicación domine los mercados en un mundo globalizado y que las principales cabeceras de periódicos sean medios de referencia de esos grupos. (Santín, 2012)

Según Castells (2007) citado en (Peña, 2020) en definitiva, estamos ante un nuevo espacio informativo, y también ante un nuevo medio, cuya espina dorsal está compuesta por las redes de ordenadores, cuyo lenguaje es digital y cuyos emisores están distribuidos globalmente, y son globalmente interactivos.



Buenas noticias

Es una obviedad saber que las buenas noticias nunca serán bien recibidas por quienes se regocijan con el caos, la desesperación y el miedo; sin embargo, hay una línea muy delgada entre comunicar desde una posición neutral y con

cierta positividad, a hacerlo con desmedro y cero esperanzas de que las cosas mejoren. El trabajo del periodismo independiente se ha vuelto vital en este rubro debido a su autonomía y a la acogida ilusionadora que ha tenido durante los últimos años.

Cuando la gente paga por contenido en los medios digitales, los periodistas ganan un incentivo para cumplir con su tarea. Examinan mejor sus productos en búsqueda de valor, verifican los datos minuciosamente, innovan, investigan y disminuyen el ruido barato para captar la atención que hoy invade tantas plataformas de redes sociales. (Borchardt, 2018)

El público parece creerles menos a los medios tradicionales y quiere migrar a otras plataformas que poseen una impresión de credibilidad y por las que incluso, se cancela un valor, para obtener información detallada y exclusiva.



Audiencias

Las audiencias siempre serán parte esencial de lo que se quiere comunicar en cualquier plataforma: analógica o digital. La injerencia que tienen está ligada a los deseos y las ganas que poseen los consumidores de experimentar con algún producto informativo de calidad. Es por esa razón que siempre que se apuesta por un proyecto nuevo de cualquier formato, se requiere de un análisis previo y estadístico que arroje resultados de una posible receptividad por parte de la audiencia.

En la sociedad actual, los medios de comunicación son una herramienta indispensable del marketing. Prensa, radio y televisión se emplean para transmitir una idea o para dar a conocer un producto. Empresas y cadenas de televisión pugnan por atraer el interés del público. (López, 2019).

Emociones y vivencias

A menudo el periodista suele estar expuesto a situaciones complejas que tienden a ser muy arriesgadas de abordar sin un buen manejo de las emociones y la sensatez. Para lograr entregar un producto de calidad se requiere establecer parámetros claros sobre formas de actuar ante determinada situación de apremio o zozobra.

De esa manera, podremos lograr que una emocionalidad manejada adecuadamente y unas neuronas activadas solamente por el sentido del servicio, sean la dualidad perfecta para alcanzar el equilibrio esperado al momento de comunicar.

El exceso de racionalidad que se manifiesta como frialdad, cálculo, desinterés o ejercicio profesional rutinario, se puede controlar con una conciencia avivada por un sentido profesional que hace de todo trabajo un servicio eficaz para la sociedad. Así habrá informaciones que requieran más compasión que análisis. (Restrepo, Fundación Gabo, 2019)

La producción audiovisual se ha transformado en una rama de la comunicación que le permite a la audiencia tener la posibilidad de percibir la información mediante la activación de varios sentidos: visual-sonoro-textual, lo que genera un mayor impacto al momento de decodificar el mensaje que se intenta transmitir. En la actualidad, lo digital integra a todos los formatos de información: texto, audio, vídeo, gráficos, fotografías, animaciones, etc. en un mismo soporte. Esa multimedialidad favorece la convergencia (Badía, et al, 2017, p. 26).

Medios digitales

Los medios digitales son aquellos que utilizan internet para ser difusores de contenido. Plantean una relación entre los usuarios en línea y los creadores de contenido. En la actualidad, han ganado gran es-

pacio en las audiencias, lo que significa una gran ventaja, por ser de fácil acceso y donde se puede transmitir información actualizada en segundos.

Según (Morales-Vargas, Pedraza-Jiménez, & Codina, Calidad web en medios digitales: revisión bibliográfica sobre métodos e indicadores de evaluación general y atributos de confianza, 2022) mientras el uso de los medios tradicionales como fuente informativa ha decrecido en los últimos años a escala global, en sus versiones digitales se mantiene o aumenta.

De hecho, tanto el consumo de prensa online como de redes sociales se ha incrementado sustancialmente en la mayoría de los países, según el Digital News Report (Newman et al., 2021). La versión 2021 de este informe del Reuters Institute añade que más de un 80% de los usuarios lee noticias en línea y casi tres cuartas partes lo hace a través de un teléfono móvil inteligente.

La gran desventaja radica, sin embargo, en la enorme cantidad de contenido basura que circula en la red, por el ineficaz control (¿autocontrol?) de lo que se transmite por estos canales. Es importante que las plataformas de los medios digitales, los llamados cibermedios (Díaz Noci y Salaverría, 2003), apliquen criterios de calidad no solo en su contenido periodístico y estándares informativos (Rivas-de-Roca et al., 2020; Romero-Rodríguez et al., 2016).

Que lo hagan también en la organización, navegación, diseño visual y facilidad de uso de su interfaz, como estrategia interactiva para me-



jorar la visibilidad de las noticias que publican. Todo adquiere mayor relevancia en los momentos actuales, en la post pandemia. Durante la crisis sanitaria, a nivel mundial, fuimos objeto de millones de bulos, noticias falsas, desinformación. Se generó un ambiente de incertidumbre, desasosiego, calamidad. En la actualidad, en nuestro país, los hechos violentos y el clima de inseguridad, acaparan los titulares de los medios en general.

A la fecha, marzo 2023, catástrofes naturales, generan mayor pesadumbre en los estados de ánimo. Pareciera que las malas noticias son las únicas. Sin querer plantear un análisis de las causas, que consideramos es una responsabilidad innata del periodismo y queda como un compromiso individual y académico, se realiza esta investigación de carácter estrictamente descriptivo, cuyo objetivo es visualizar aquellas plataformas periodísticas que rescatan la otra cara de la medalla en el diario vivir.

Metodología

Para el cumplimiento del objetivo investigativo el enfoque fue exploratorio y descriptivo. Se implementaron como técnicas la revisión bibliográfica, el mapeo y el análisis de contenido.

Como población se determinó los medios digitales, mediante un muestreo no probabilístico, fueron elegidos los elementos de la muestra -a juicio del investigador-, tomando en consideración aquellas plataformas que en la revisión de internet presentaron este tipo de contenidos de periodismo positivo, con corte a marzo 2023, aunque el período de análisis de los medios se establece entre 2000 a 2022, de acuerdo con particularidades de creación de cada medio de comunicación.

La información fue sistematizada a través del mapeo y analizada mediante una matriz con la que se caracterizó varias propuestas periodísticas para el respectivo análisis comparativo de los distintos medios digitales y definición de: líneas generales, estructura y temáticas.

Tabla 1. Matriz mapeo de medios digitales

Logo/Nombre	Sitio Web	Lugar /Año Creación
-------------	-----------	---------------------

Tabla 2. Matriz análisis de Contenido: Variables/Dimensiones/Indicadores

Variables	Dimensión Operacional	Indicadores De Análisis
Información Positiva	Formato Del Mensaje	Temas De Portada Estructura Género Periodístico Titular
Producción De Noticias	Origen De La Información Tratamiento De La Información	Temas Publicados Recurso Audiovisual Espacios Publicitarios

Con la revisión de la literatura se plantea determinar ventajas y desventajas sobre este formato comunicacional para el planteamiento de una propuesta periodística multimedia con temáticas variadas, con enfoque de soluciones y que visibilice las noticias positivas e inspiradoras.

Resultados y discusión

Como principal hallazgo de las catorce plataformas caracterizadas, se muestra que durante la década del 2000 al 2010, en España se crearon seis de ellas, una en Argentina. El resto de las propuestas son recientes, a raíz del 2020, de la misma manera en Europa. A nivel de Latinoamérica no ha existido una evidente formulación de este tipo de contenidos y estructuras comunicacionales, en plataformas digitales.

Todas las plataformas tienen presencia en redes sociales. Twitter es la red social donde más se muestran, seguido de la preferencia mayoritaria por LinkedIn y Facebook. Instagram y Youtube, son comunidades que las manejan a menor escala, a la fecha de la investigación. Ninguno de estos medios digitales tiene cuenta en TikTok. Solo uno de los medios digitales observados, el portal español El Diario Responsable produce Podcast.

En cuanto a la estructura de la plataforma, presentan similitud, priorizando contenidos positivos en temas de salud, economía y social. Respecto a la publicidad, es escasa. La mayoría tienen solicitudes para suscripciones de pago voluntario.

Respecto a los medios nacionales Ecuavisa y Teleamazonas con sus segmentos de noticias positivas: Ecuaterra y TeVeoEcuador, se destaca que este tipo de contenidos nace en ambos medios en el 2022. Son de diferente temática, la propuesta de Ecuavisa es de corte ambiental; mientras que la de Teleamazonas, es de rescatar acciones y sucesos positivos en la comunidad.

Se realizó un registro de la muestra escogida y se mapeó para determinar sus respectivas nombres, enlaces, procedencia y año de creación.

Cuando el periodismo inspira:
Un análisis de plataformas digitales de buenas noticias

Tabla 3. Mapeo medios digitales-url-lugar año creación

Logo	Nombre	Sitio Web	Lugar año de creación
	Noticias Positivas	http://noticiaspositivas.org/	Argentina-España-Chile 2003 periodismo de soluciones 2009 periodismo regenerador
	Son Buenas Noticias	http://sonbuenasnoticias.com/	España 2001
	Periodismo Constructivo	https://periodismoconstructivo.com/	España 2021
	En Positivo	http://enpositivo.com/	España 2008
	Cuéntame Algo Bueno	https://www.cuentamealobueno.com/	España 2010
	Revista Haz	https://hazrevista.org/	España 2005
	La Cara Buena Del Mundo	https://lacarabuena-delmundo.com/	España 2020
	Spark News	https://www.sparknews.com/en/	Francia 2012
	Igluu	https://igluu.es/	España 2022
	Diario Responsable	https://diarioresponsable.com/	España 2008
	El País	https://elpais.com/america/	España 1996
	New York Times	https://www.nytimes.com/international/?action=click&region=Editions&pg-type=Homepage	EE. UU. 1996
	Segmento Te Veo Ecuador Teleamazonas	https://www.teleamazonas.com/te-veo-ecuador/	Ecuador 2022
	Segmento Ecuaterra-Ecuavisa	https://www.ecuavisa.com/ecuaterra	Ecuador 2022

Fuente: internet- Elaboración propia

A partir de la caracterización con el mapeo, se diseñó una matriz guía para el análisis de contenido donde se operacionalizaron como variables: Información Positiva y Producción de Noticias, para determinar dimensiones e indicadores.

Tabla 4. matriz estructura-géneros periodísticos-tipo de contenido

Nombre	RRSS	Estructura	Últimos temas publicados. Géneros periodísticos	Espacios publicitarios
Noticias Positivas	LinkedIn Instagram Facebook Youtube Twitter Soundcloud	Roducción y consumo Empresas b Salud y bienestar Ciencia y tecnología Cultura Comunidad Renovables	NOTICIAS: El cofundador de LinkedIn dona 1 millón de dólares al movimiento de las empresas B Cervecería y Maltería Quilmes presentó la cebada “Gauchada”, su primer negocio de impacto social. Genneia firma nuevo financiamiento internacional	banner horizontal Tiene 1 revista impresa: Energía Positiva
Son Buenas Noticias	Facebook Twitter Instagram	Portada Avances Convivencia Cultura Economía España Protagonistas El dato positivo	NOTICIAS: España facilita al Banco Mundial una garantía de 100 millones de euros para reparar infraestructuras sanitarias en Ucrania Inteligencia artificial al servicio de la salud: un algoritmo podría salvar miles de vidas Un biosensor de grafeno permite la detección ultrasensible de la hepatitis C	1 banner horizontal 1 banner vertical

Cuando el periodismo inspira:
Un análisis de plataformas digitales de buenas noticias

Periodismo Constructivo	Medium.com Linkedin Twitter	Qué hacemos Con quién El periodismo constructivo Nuestro blog Boletín	NOTICIAS: Formación gratuita en periodismo de soluciones y justicia restaurativa Voces para una comunicación transformadora El periodismo que construye	1 banner horizontal de venta de libro
En Positivo	Twitter Facebook Youtube Instagram	Inicio Editoriales Sociedad Periodismo Ideas Opiniones Vivir mejor Videos Mensajes Nosotros	REPORTAJE: América latina debe reivindicar sus propias estrategias de desarrollo La cuestión es transformar el conflicto en energía positiva Contracorriente: el periodismo de investigación que puso en jaque el narcoestado en Honduras.	3 banners horizontales 1 banner de marcas auspiciantes
Cuéntame Algo Bueno	Facebook Twitter Instagram Youtube Linkedin	Un mundo mejor Buena gente Vida sana Emprendimiento Ocio Opinión Media Eventos Comunidad	NOTICIAS: Coros por la Paz une a toda España Trenes inclusivos, proyecto formativo Llevan a cabo Atlas 2030 El primer exoesqueleto pediátrico Cuidando gallinas felices	Banner vertical de apadrinamiento para donaciones Banner horizontal para marcas auspiciantes
Revista Haz	Twitter Facebook Youtube Linkedin	Transparencia Innovación social Rsc Tercer sector Soluciones Opinión	NOTICIAS: Vota las 10 mejores innovaciones sociales del 2022 REPORTAJE: La salud mental de la infancia resiste a la pandemia, la guerra y el hambre La nueva ley de servicios sociales busca la cohesión entre autonomías	2 banner verticales Es financiada por la Fundación HAZ

<p>La Cara Buena Del Mundo</p>	<p>Instagram LindkedIn Twitter Facebook</p>	<p>Portada Sociedad Cultura Medio ambiente Ciencia Salud Tecnología Entrevistas Curiosidades</p>	<p>NOTICIAS Médicos gallegos destruyen un tumor óseo a una niña de 14 años congelándolo REPORTAJE: 5 maneras en que los hongos podrían ayudar en los grandes desafíos del planeta. Logran convertir los residuos de la industria del aceite vegetal en energía.</p>	<p>1 reportaje patrocinado 1 banner para recibir donativos</p>
<p>Spark News</p>	<p>Facebook Twitter Instagram Youtube Linkedin</p>	<p>Home Nuestra historia Nuestra experiencia Soluciones Noticias</p>	<p>La 67ª Comisión sobre la Condición Jurídica y Social de la Mujer comienza la próxima semana. REPORTAJE: ¿Tienes ojo para la (des) igualdad de género? Esta campaña es una forma de celebrar su fuerza, resiliencia y capacidad para creer en un mundo más sostenible</p>	<p>Banner horizontal con marcas aliadas</p>
<p>Igluu</p>	<p>Instagram y Twitter</p>	<p>CONTENIDOS MANIFIESTO QUIÉNES SOMOS REVISTA Todos Arquitectura y ciudades Diseño y Modas Entrevista y Opiniones Artes y cultura Estilo de vida</p>	<p>REPORTAJES: Lo que los insectos nos enseñan sobre economía circular Impacto positivo (también en horario de oficina) Las malas hierbas no son tan malas como nos han contado</p>	<p>2 banner horizontal publicitario Banner de suscripción</p>

Cuando el periodismo inspira:
Un análisis de plataformas digitales de buenas noticias

Diario Responsa-ble	Twitter Facebook Linkedin Instagram	Portada Medio ambiente Social Buen gobierno Isr Opinión Actualidad Agenda Empleo Vis a vis Podcast	REPORTAJES: Las mujeres aún están lejos de los puestos de dirección en las empresas No todo está perdido: la acción climática urgente puede garantizar un futuro habitable ENTREVISTAS: ¿Se toma en serio el voluntariado?	Banner vertical publicidad Banner horizontal auspicios
El País	Twitter Facebook Instagram Linkedin	Internacional Opinión Sociedad Economía América futura Ciencia Salud Tecnología Cultura Deportes Gente	NOTICIAS: Tiroteo masivo deja tres niños y tres muertos en un colegio en Nashville China halla una reserva de agua en la luna REPORTAJE: Las claves de las movilizaciones en Israel	Un banner horizontal Un banner vertical
New York Times	Twitter Facebook Instagram TikTok Linkedin	World U.S. Politics NY Business Opinion Science Health Sports Arts Books Style Food Travel Magazine Cooking The Athletic Wirecutter Games	REPORTAJE: Israel en crisis política: ¿Cuál es la razón de las protestas? NOTICIA: El mayor grupo indígena aislado de la Amazonía se muere CRÓNICA: Trump ya no controla a su movimiento	4 banner horizontal publicidad

<p>Segmento Te Veo Ecuador Teleamazonas</p>	<p>Twitter Instagram Facebook YouTube TikTok</p>	<p>Te Veo Ecuador es un segmento del canal Teleamazonas en el que se muestran las distintas realidades que viven los ciudadanos de todo el país. Con un enfoque de rigor comunicacional, pero con tacto en sus intervenciones son crónicas que muestran frescura de la cotidianeidad. Benigno en su forma de abordar las noticias negativas y consciente del positivismo que debe emerger de los conductores y cronistas.</p>	<p>NOTICIAS: Museo de Star Wars en Quito Deslizamiento de Alausí Pobladores desamparados en el Chimborazo tras deslizamiento</p>	<p>2 banner verticales</p>
<p>Segmento Ecuaterra- Ecuavisa</p>	<p>Twitter Facebook Instagram Whatsapp</p>	<p>Capítulos Nosotros Reportajes Temporada anterior</p>	<p>REPORTAJES: El cambio climático amenaza a los ríos ¿qué hacer? ¿De dónde sale el agua que bebemos en Ecuador? La isla Santay es uno de los humedales protegidos del país</p>	

Fuente: Internet- Elaboración propia

Del total de plataformas analizadas, sobre su estructura se pudo visualizar que tienen cierta similitud en la presentación, sin embargo, respecto a contenidos, muestran diferencia, de acuerdo con la región. La mayoría trata temas de *medio ambiente, temas positivos de la comunidad, hallazgos en temas de salud y medicina*. Tres de los medios incorporan temas de empresas y economía. La totalidad tiene temas de visibilizar *buenas prácticas comunitarias*. Son portales de fácil navegación y visualmente atractivos con imágenes sobre los temas tratados. Finalmente, las plataformas no presentan mayor espacio publicitario por lo que se presume el financiamiento provenga de crowdfunding o patrocinios externos. De hecho, en un 80% de los medios analizados existe un apartado para recibir donaciones. Sobre los géneros periodísticos utilizados, se visualiza: noticias y reportajes. En tercer lugar, entrevistas.

Discusión de resultados

La crisis sanitaria mundial, por la pandemia del coronavirus, provocó que los medios tradicionales, de manera urgente, evolucionen hacia la digitalidad. Esa transición no significa necesariamente que hayan evolucionado también en su agenda noticiosa. De hecho, hay varias investigaciones sobre los soportes, evolución tecnológica y usabilidad de los nuevos formatos, pero ¿qué se sabe de la calidad y los contenidos?

Al respecto en el estudio (Morales-Vargas, Pedraza, & Codina, Calidad web en medios digitales: revisión bibliográfica sobre métodos e indicadores de evaluación general y atributos de confianza, 2022) sostiene que, en todo caso, la calidad de sitios web de los medios digitales y sus instrumentos de análisis sectoriales son claramente un campo de estudio emergente, que se vuelve cada vez más especializado y diverso.

Las plataformas de buenas noticias observadas y analizadas no son del todo recientes. La mayoría, en el continente europeo, han surgido a raíz del invento de la internet y con el auge de las redes sociales (RRSS). En América Latina, concretamente en Ecuador la realidad es otra. La presencia de este tipo de propuestas periodísticas es casi nula. La frase “náufragos digitales” es una metáfora que se refiere a la situación en la que se encuentran los ciudadanos cuando utilizan Internet o las redes sociales y no encuentran información de calidad¹. Según (Gutiérrez & Torrego, 2018) la presencia de este tipo de propuestas periodísticas es casi nula.

En su investigación sobre calidad en medios digitales los autores (Morales-Vargas, Pedraza-Jiménez, & Codina, Calidad web en medios digitales: revisión bibliográfica sobre métodos e indicadores de evaluación general y atributos de confianza, 2022) determinaron algunos aspectos como atributos de confianza, para que un medio sea escogido por las audiencias, entre ellos tenemos: autoría, confidencialidad, rigurosidad ética, normativas claras; aunque en el estudio se determinó que no establece de manera clara los parámetros para espacios publicitarios.

Una propuesta: Plataforma digital INSPIRA2

A partir del análisis se caracterizan algunos aspectos importantes y surge la propuesta de la plataforma digital INSPIRA2. Es una página web diseñada a partir del resultado de la investigación que mostró la necesidad de espacios mediáticos donde se puedan presentar buenas noticias y utilizando una narrativa mediática multiplataforma: crónica, vídeos y podcast.

La estructura planteada en <https://talvarez1816.wixsite.com/inspira2/blank-1> sigue muy de cerca las experiencias europeas analizadas y la agenda mediática tiene como premisa la necesidad de evidenciar

las cosas positivas que suceden en nuestras localidades para evidenciarlas y exhibirlas en dicha vitrina comunicacional. Se plantea con el siguiente esquema:

Pieza periodística escrita: crónica. - Textos escritos sobre situaciones locales, regionales y mundiales, que se plantean como reflexión del contexto. Promoviendo un periodismo de soluciones. Este espacio se propone como periodismo colaborativo, donde pueden participar profesionales de otros medios y estudiantes de las carreras de periodismo y comunicación.

Pieza periodística audiovisual: seriado de vídeos. - Un seriado que narra historias de superación y motivación personal. Un espacio en el que emergen personajes resilientes que manifiestan aportes sociales de diversas maneras.

Pieza de audio: podcast. - La inspiración como premisa fundamental y un nuevo modelo de narrativa hacia la audiencia, donde se propone mayor interacción con los públicos.

Conclusiones

El estudio manifiesta que ahora más que nunca se requiere, alfabetización mediática, que consiste en que las audiencias, dominen ciertas competencias y destrezas para el análisis crítico de los medios digitales que están a su alcance. La mediación cultural recobra especial consideración en estos momentos. Con ese marco referencial y el desarrollo de la investigación se concluye que:

1. El mapeo permitió la caracterización descriptiva de los medios analizados y se evidencia que las propuestas no son recientes. La mayoría, nacidas en España, Europa, tienen más de 10 años de creación.

2. La estructura en sus plataformas es similar a lo que se podría visualizar en los medios tradicionales. Varios elementos llamativos de diseño tecnológico se notan con la portada y en el uso de mejores imágenes, lo cual tiene un especial cuidado. Lo novedoso es el contenido y las temáticas: prevalece salud y medio ambiente.
3. Sobre los géneros periodísticos utilizados: la noticia, el reportaje y la entrevista son los más evidentes; éste último género en menor proporción.
4. Con el análisis comparativo se denota que en el tratamiento periodístico de la información tienen una particularidad: presentan soluciones para problemas comunes del mundo, lo que supone la línea de periodismo positivo y periodismo de soluciones.
5. Según la revisión bibliográfica sobre calidad y comunicación digital, la principal tendencia es pasar del positivismo al constructivismo; como nueva narrativa periodística en el aporte de la visibilización de buenas noticias que se produzcan en las localidades. Eso plantean los medios analizados.
6. Una clara desventaja, evidenciada con el mapeo, es el probable insuficiente financiamiento para este tipo de propuestas, lo que desemboca en estrategias poco claras de búsqueda de recursos para su permanencia.
7. Con los resultados se diseñó e implementó una propuesta de página web, con piezas escritas y audiovisuales, de contenido positivo, que plantea una narrativa periodística vivificante e innovadora, con el nombre INSPIRA2, para el abordaje de situaciones locales con proyección global.

Se retoma la pregunta inicial ¿Puede el periodismo ser positivo?

Cosas buenas sí ocurren en el mundo. Y eso se puede mostrar en los medios digitales. Es obligación del periodismo, provocar la reflexión crítica en las audiencias, con espacios de diálogo, de discusión, promoviendo la participación, la co-creación de contenidos. Con el uso de nuevas narrativas, el periodismo tradicional y digital puede -y debe- inspirar a la transformación de un mundo mejor, más equitativo y menos desigual.

Referencias

- Alvarez Cabana, I. M. (2021). *Percepción de las noticias periodísticas en los ndiarios digitales correo, hba y frase corta digital*. Arequipa: Universidad Nacional de Arequipa.
- Borchardt, A. (7 de septiembre de 2018). El regreso del periodismo. Oxford, United Kingdom.
- Calvo, E. (2013). Wikiperiodismo o periodismo colaborativo: ¿Tiene futuro? *Revista de Comunicación de la SEECI*, 12-30.
- Celesia-Pérez, C. (2020). Periodismo independiente cubano en línea: ampliación de lo público desde una dimensión contenciosa. *Comunicación y Sociedad*, 1-28.
- Cervilla, A. M. (13 de JULIO de 2022). *IGLUU*. Obtenido de <https://igluu.es/periodismo-para-recuperar-la-fe-en-la-humanidad-cuatro-iniciativas-de-informacion-en-positivo/>
- Durán, M. S. (2012). La construcción de la agenda informativa y la ética profesional en la prensa. . *TELOS : Cuadernos de Comunicación e Innovación*, 36-42.
- Gutiérrez, A., & Torrego, A. (2018). Educación Mediática y su Didáctica. Una Propuesta . *REDINED*, 26.
- Léon-Vásquez, S. d., & Padilla, M. R. (2021). Periodismo colaborativo y Covid19:cobertura de la pandemia en medios digitales mexicanos. *Culturales*, 1-35.
- López, D. (6 de enero de 2019). *Economipedia*. Obtenido de <https://economipedia.com/actual/como-se-miden-las-audiencias-de-los-medios-de-comunicacion.html>
- Lugo, & Glueck. (7 de Agosto de 2018). *UNESCO*. Obtenido de <https://www.unesco.org/es/articles/el-periodismo-en-la-pandemia-la-vuelta-del-valor-primordial-de-los-hechos>

- Mendoza, S. M., & Rojas, D. R. (2020). Periodismo Colaborativo. *Comunicación y Sociedad*, 17.
- Morales-Vargas, A., Pedraza, R., & Codina, L. (2022). Calidad web en medios digitales: revisión bibliográfica sobre métodos e indicadores de evaluación general y atributos de confianza. *Revista Latina de Comunicación*, 45.
- Morales-Vargas, A., Pedraza-Jiménez, R., & Codina, L. (2022). Calidad web en medios digitales: revisión bibliográfica sobre métodos e indicadores de evaluación general y atributos de confianza. *Revista latina de comunicación*, 28.
- Morales-Vargas, A., Pedraza-Jiménez, R., & Codina, L. (2022). Calidad web en medios digitales: revisión bibliográfica sobre métodos e indicadores de evaluación general y atributos de confianza. *Revista Latina de Comunicación*, 356.
- Peña, S. (2020). Medios de comunicación e innovación social. El auge de las audiencias activas en el entorno digital. *Andamios*, 359.
- Restrepo, J. D. (5 de agosto de 2019). *Fundación Gabo*. Obtenido de <https://fundaciongabo.org/es/consultorio-etico/consulta/2084>
- Restrepo, J. D. (2019). *La constelación ética*. Bogotá: FGM.
- Santín, M. (2012). Espacios de desencuentro. La construcción de la agenda informativa y la ética profesional en la prensa. *TELOS*, 18.
- Litardo Sánchez, L. P. (2019). *El periodismo investigativo como herramienta de concienciación y adaptación social* (Bachelor's thesis, Guayaquil: ULVR, 2019.). <http://repositorio.ulvr.edu.ec/handle/44000/3390>
- González, R. A. y Cepeda, D. A. (2021). Trabajar por amor al arte: precariedad laboral como forma de violencia contra los periodistas en México. *Global Media Journal México*, 18(34), 209-228. <https://doi.org/10.29105/gmjmx18.34-10>

- Serrano-Puche, J. (2020). Periodismo constructivo: una respuesta a las razones de los usuarios para evitar las noticias. *Cuadernos. info*, (46), 153-177. https://www.scielo.cl/scielo.php?pid=S0719-367X2020000100153&script=sci_arttext
- Martínez, S., & Ramos, D. N. (2020). Periodismo colaborativo: Tejiendo Redes en disputa por la palabra y la agenda informativa. *Comunicación y Sociedad*, (e7608), 1-22. <https://doi.org/10.32870/cys.v2020.7608>
- Morales-Vargas, A., Pedraza-Jiménez, R. y Codina, L. (2022). Calidad web en medios digitales: revisión bibliográfica sobre métodos e indicadores de evaluación general y atributos de confianza. *Revista Latina de Comunicación Social*, 80, 39-63. <https://www.doi.org/10.4185/RLCS-2022-1515>
- Navarro, L. (2021). Condiciones de trabajo cotidiano de los periodistas de América Latina en la cobertura del fenómeno Covid-19, estudio descriptivo emergente. *ZER - Revista de Estudios de Comunicación*, 26(50), 223-240. <https://doi.org/10.1387/zer.21963>
- Ramos, D. N. y Mendoza, S. M. (2021). Alianza de medios Tejiendo Redes: Narrativa periodística emergente sobre la migración en México. *Estudios Sobre el Mensaje Periodístico*, 27(1), 229-242. <https://doi.org/10.5209/esmp.71485>