Universidad de Huelva

Departamento de Pedagogía

Las Narrativas Transmedia en el terremoto de Ecuador (2016) : análisis *Diario El Comercio*, Ecuador y *El País*, España

Memoria para optar al grado de doctor
presentada por:

Juan Pablo Arrobo Agila

Fecha de lectura: 4 de mayo de 2021

Bajo la dirección de los doctores:

Ignacio Aguaded

Rosalba Mancinas Chávez

Huelva, 2021

Las Narrativas Transmedia en el terremoto de Ecuador (2016): Análisis *Diario El Comercio*, Ecuador y *El País*, España

Tesis Doctoral

Juan-Pablo Arrobo-Agila

Directores:
Dr. Ignacio Aguaded
Dra. Rosalba Mancinas-Chávez

Doctorado Interuniversitario en Comunicación
Departamento de Educación
Universidad de Huelva, 2020

Las narrativas transmedia en el terremoto de Ecuador (2016): Análisis *diario El Comercio,* Ecuador y *El País*, España

Doctorando:	Juan-Pablo Arrobo-Agila	ORCID 0000-0002-6315-2218
Director:	Dr. Ignacio Aguaded	ORCID 0000-0002-0229-1118
Codirectora:	Dra. Rosalba Mancinas-Chávez	ORCID 0000-0002-4218-2338

Doctorado Interuniversitario en Comunicación. Línea Educomunicación y Alfabetización Mediática

Universidad de Huelva, 2020

Índice

Dedicatoria……..9
Agradecimiento……10
Resumen……13
Abstract…… 14
1 INTRODUCCIÓN……17
1.1 Contextualización y justificación de la investigación……17
2 MARCO TEÓRICO……21
2.1 Hacia una nueva comunicación……21
2.2 Las narrativas transmedia……23
2.2.1 Introducción a las narrativas transmedia……24
2.2.2 Las Narrativas Transmediáticas. ¿El futuro del relato o un término de moda?……25
2.2.3 Elementos de composición del relato en las narrativas transmedia……27
2.2.4 Principios de las narrativas transmedia……30
2.2.5 Nuevas fronteras y desafíos de las narrativas transmedia……32
2.3 Comunicación y narrativas transmedia……33
2.3.1 Transmedia, ¿el futuro del periodismo?……33
2.4 El periodismo como narrativa transmedia……35
2.4.1 Periodismo inmersivo.……37
2.4.2 El periodismo dron……39
2.4.3 El cómic periodístico……40
2.4.4 El webdoc……43
2.5 Narrativas audiovisuales para televisión……45
2.6 Las Redes Sociales……50
2.6.1 El fenómeno de las redes sociales……51
2.6.2 Aplicabilidad y usos de las redes sociales……52
2.6.3 Facebook……54
2.6.4 Twitter……56
2.6.5 Videos (YouTube)……57
2.6.6 Prosumidores: Contenido generado por usuarios……59
2.7 Las narrativas transmedia en España y Latinoamérica……60
2.8 Algunos casos de narrativa transmedia……62
2.8.1 Caso Antena 3 y Águila Roja……62

2.8.2 El caso Matrix 63
2.8.3 El Caso Lost 64
2.9 Comunicación, periodismo y desastres naturales 66
2.9.1 Los desastres a través de las redes sociales 70
2.10 Los terremotos 73
2.10.1 Concepto de terremoto 73
2.10.2 Tipos de terremotos: 74
2.10.3 Magnitud e intensidad sísmicas 74
2.10.4 Daños producidos por Terremotos 76
2.11 Terremoto en América del Sur 77
2.11.1 Terremoto de Perú 2007 77
2.11.2 El terremoto de Pisco y sus efectos 79
2.11.3 Terremoto de Chile 2010 80
2.12 Terremoto en Ecuador 2016 81
2.12.1 Sucesos 82
2.12.2 Víctimas: 83
2.12.3 Réplicas 84
2.12.4 Fallas en las edificaciones 87
2.12.5 Historia de los terremotos en Ecuador 95
2.12.6 Marco Sismológico 96
3 INVESTIGACIÓN 100
3.1 Justificación de la investigación 100
3.1.1 Antecedentes de la investigación 101
3.2 Objetivos de la investigación 101
3.3 Hipótesis 102
3.4 Metodología 103
3.4.1 Enfoque de la investigación 103
3.4.2 Fases del proceso de investigación 104
3.4.3 Procedimiento de investigación 105
3.4.4 Revisión literaria 107
3.4.5 Planteamiento de los objetivos 107
3.4.6 Diseño metodológico de la investigación 107
3.4.7 Selección de la Muestra 107
3.4.8 Elaboración de la metodología para el análisis 107
3.4.9 Validación del instrumento por expertos 110
3.4.10 Aplicación del instrumento a la muestra 111
3.4.11 Análisis y reflexión de los resultados 111
3.4.12 Conclusiones, limitaciones y futuras líneas 111
3.5 Selección de la muestra 111
3.6 Diseño inicial del instrumento 112
3.7 Validación del instrumento por los expertos 113
3.7.1 Ficha para la validación del instrumento 113
3.7.2 Cambios generados a partir de las aportaciones de los expertos 116
3.8 Diseño final del cuestionario para la recogida de información 116
3.9 Procedimiento de recogida de datos 120
3.10 La sistematización de los datos 122
4 RESULTADOS 127
4.1 Análisis descriptivo de los contenidos sobre el Terremoto del 16A 128
4.1.1 Análisis de frecuencia y porcentaje 128
4.1.2 Análisis de diario El País-España 147

4.2 Identificación de los recursos periodísticos más utilizados durante el primer mes después del terremoto 162
4.3 Análisis de las publicaciones en la plataforma de *Facebook*. 165
4.4 Descripción de entrevistas perfil a periodistas que cubrieron el hecho 176
4.5 Perfil de los periodistas 179
4.6 Cruce de variables usando Chi-Cuadrado 179
5 DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS 269
6 CONCLUSIONES, LIMITACIONES Y RECOMENDACIONES 280
6.1 Conclusiones 280
6.2 Limitaciones de estudio 284
6.3 Recomendaciones 285
7 REFERENCIAS 287
8 ANEXOS 308

I. Preliminares

Dedicatoria

A todas las familias que tuvieron que pasar por el dolor de la pérdida de un familiar luego de haber ocurrido el terremoto, a ellos que nunca dejaron de luchar por salir adelante a pesar de los dolorosos momentos que tuvieron que vivir.

A mi esposa Rosario, quien ha sido mi apoyo en este largo camino; gracias a ella por sus palabras, sus consejos y por no dejarme caer y animarme siempre a seguir. A mis hijos, Iker y Samuel quienes son mi mayor alegría, por acompañarme en esas largas noches de estudio con sus sonrisas y ocurrencias infantiles.

A mi querida madre, que siempre me ha brindado su apoyo en todos y cada uno de los proyectos que he emprendido; gracias por enseñarme el valor del esfuerzo, de la perseverancia y sobre todo por transmitirme su humildad.

A mis hermanos y hermanas, en especial a Carmita, Consuelo y Jenny que a pesar de la distancia siempre han estado ahí apoyándome con una palabra de aliento, ellas me han enseñado a luchar y alcanzar sueños.

Agradecimiento

En este camino he tenido la bendición de conocer a muchas personas, seres extraordinarios que con sus consejos supieron orientarme y guiar mis conocimientos.

Un agradecimiento especial al profesor Ignacio Aguaded, Ph.D. coordinador del programa doctoral y director de la tesis, quien desde la primera conferencia supo sembrar en mí la confianza e inspiración para aceptar este gran reto, gracias por su constante motivación.

Un agradecimiento especial al profesor Isidro Marín, la persona que me animo y enrumbo en este programa de doctorado, gracias por esa amistad que ha sabido brindarme y sus consejos cuando los necesité.

Mi gratitud especial a la profesora Rosalba Mancinas-Chávez, Ph.D. Co-Directora de la tesis, por su dedicación y paciencia al guiarme durante el trabajo, con su profesionalismo supo orientarme con los mejores conocimientos hasta la culminación del trabajo.

Extiendo mi agradecimiento especial al Ph.D. Abel Suing, a la Ph.D. María Isabel Punín y al Ph.D. Hernán Yaguana, docentes investigadores de la UTPL, quienes me han encaminado y orientado en la producción y publicación de artículos científicos.

A la Pontificia Universidad Católica del Ecuador sede Santo Domingo, por brindarme su apoyo cuando lo necesité en el camino para fortalecer mi formación académica, a la Universidad de Lima en Perú por haberme abierto las puertas para continuar mi investigación a través de la Pasantía Internacional.

Un agradecimiento especial a la profesora María Teresa Quiroz, Ph.D., directora del Instituto de Investigación de la Universidad de Lima, quien con su gentileza y amabilidad supo brindarme la confianza desde el primer momento que llegue, y así culminar con éxito mi Pasantía Internacional. Así mismo extiendo mi agradecimiento a la profesora María del Carmen Mendoza, quien supo orientarme y acompañarme en mi investigación durante mi estancia brindándome sus valiosos consejos y su gran experiencia en medios de comunicación.

Agradezco a los periodistas de *El Comercio* de Perú, diario *El Comercio*, *El Universo* y Teleamazonas de Ecuador, que con sus entrevistas aportaron valiosa información para la valía y cumplimiento de la investigación.

Finalmente agradezco a esos compañeros y amigos de las distintas promociones del doctorado que siempre que podían extendían una voz de aliento y ánimo para no decaer en el proceso y continuar. A mis amigos y compañeros de trabajo que siempre estuvieron pendientes de mí y mi progreso y que siempre estuvieron ahí animándome hasta el final.

Resumen

Desde los mismos inicios de la humanidad, en el planeta han sucedido un sinnúmero de acontecimientos que han ayudado a la consolidación de la estructura terrestre. Los terremotos y fenómenos naturales no han sido la excepción, este tipo de acontecimiento han transformado las distintas maneras de percibir la convivencia. Las viviendas y las estructuras arquitectónicas de las ciudades, así como las vías de comunicación se han modificado cada vez que ha ocurrido un terremoto.

Al igual que los diferentes fenómenos naturales que han ayudado al planeta, también está la evolución que ha sufrido la comunicación desde el principio de la humanidad. La comunicación ha sido el medio principal de subsistencia de os conglomerados sociales. En esta investigación, indagamos en estos dos sucesos. Por una parte se analiza los efectos de un terremoto y como segunda parte se presenta un análisis de la información que ese fenómeno genera en los medios de comunicación.

Esta tesis parte del objetivo general de analizar el contenido informativo generado a partir del terremoto del 16A en Ecuador en el año 2016 mediante el uso de las herramientas transmedia en los diarios digitales de *El Comercio* (Ecuador) y *El País* (España) y de *Facebook*. Se pretende además conocer el rol de la audiencia como prosumidor. Se obtuvieron 1126 piezas periodísticas de la versión digital de *El Comercio* de Ecuador, y 44 piezas periodísticas de la versión digital de *El País* de España, además se contó con una muestra de 1155 publicaciones de la red social *Facebook*. Como instrumento se construyó una ficha de análisis de contenido compuesta por un total de 15 preguntas, divididas en segmentos relacionados con ubicación de las piezas periodísticas, peso informativo, uso y diversidad de fuentes, diversidad temática, género de las piezas periodísticas, estilo, énfasis y aspectos hipertextuales, multimedia e interactividad.

Los resultados demuestran que los recursos periodísticos más utilizados siguen siendo la fotografía y el video. Sin embargo, hay que destacar el uso de otros recursos en el medio ecuatoriano, tales como infografía, gráficos, animaciones y audios, que aportan elementos adicionales a la forma de contar un hecho. Mientras que en *El País* las historias siguen siendo acompañadas de fotografía y video. En el 2016 en Ecuador se puso en evidencia que las redes sociales -*Facebook* y *Twitter* principalmente- pueden ser un canal de amplificación positivo para que los medios canalicen su quehacer informativo, reboten sus informaciones y desarrollen funciones inherentes a un periodismo ciudadano y cívico que la sociedad les reconoce y reclama sobre todo en países como los latinoamericanos. Por otra parte, se pudo determinar a través de las entrevistas que los periodistas no se encuentran capacitados para la cobertura de este tipo de desastres.

Palabras claves: Terremoto, calidad periodística, desastres naturales, ciberperiodismo, narrativas, crisis.

Abstract

Since the very beginning of humanity, a number of events have taken place on the planet that have helped to consolidate the earth's structure. Earthquakes and natural phenomena have not been the exception; this type of event has transformed the different ways of perceiving the coexistence. Housing and architectural structures in cities, as well as communication routes, have been modified each time an earthquake has occurred.

As well as the different natural phenomena that have helped the planet, there is also the evolution that communication has undergone since the beginning of humanity. Communication has been the main means of subsistence for social conglomerates. In this research, we investigate these two events. On the one hand, we analyze the effects of an earthquake and, on the other hand, we present an analysis of the information that this phenomenon generates in the media.

This thesis is based on the general objective of analyzing the information content generated after the earthquake of 16A in Ecuador in 2016 through the use of transmedia tools in the digital newspapers El Comercio (Ecuador) and El País (Spain) and Facebook. The aim is also to understand the role of the audience as prosumers. A total of 1126 journalistic pieces were obtained from the digital version of El Comercio from Ecuador, and 44 journalistic pieces from the digital version of El País of Spain, in addition to a sample of 1155 publications from the social network Facebook. As a tool, a content analysis sheet was constructed, consisting of a total of 15 questions, divided into segments related to the location of the journalistic pieces, information weight, use and diversity of sources, thematic diversity, gender of the journalistic pieces, style, emphasis and hyper textual aspects, multimedia and interactivity.

The results show that the most used journalistic resources are still photography and video. However, it is important to highlight the use of other resources in the Ecuadorian media, such as computer graphics, graphics, animations and audios, which provide additional elements to the way a story is told. In El País, stories are still accompanied by photography and video. In 2016 in Ecuador it became evident that social networks - mainly Facebook and

Twitter - can be a positive channel for the media to channel their informative work, bounce their information and develop functions inherent to a citizen and civic journalism that society recognizes and demands above all in countries such as Latin America. On the other hand, it was possible to determine through interviews that journalists are not trained to cover this type of disaster.

Key words**:** Earthquake, news quality, natural disasters, cyberjournalism, narratives, crisis.

1 INTRODUCCIÓN

"Si algún día los profesionales de la comunicación reemplazan el concepto de transmedia por otro, el mundo científico seguirá utilizándolo, porque ya ha sido lo suficientemente analizado y teorizado como para justificar su supervivencia en los discursos académicos"
Carlos Scolari, 2014, p. 71.

1.1 Contextualización y justificación de la investigación

La realización de esta Tesis Doctoral intitulada: "*Las Narrativas Transmedia en el terremoto de Ecuador (2016): análisis Diario El Comercio, Ecuador y El País, España"* está enmarcada en el análisis de las narrativas transmedia que usaron los medios tradicionales y las redes sociales a partir del terremoto de 7.9 grados en la escala de Richter del 16 de abril del 2016 en Ecuador, y que afectó principalmente las zonas costeras de las provincias de Manabí y Esmeraldas. Por consiguiente, la búsqueda de datos para sustentar la hipótesis, así como los objetivos establecidos, serán claves para desarrollar la presente investigación. McMillan y Schumacher (2005, p.11) aseguran que el concepto de investigación es aquel «proceso sistemático de recogida y análisis lógico de información (datos) con un fin concreto».

En este capítulo se recogerá la justificación, es decir, la naturaleza e importancia de la investigación para la comunidad académica y el avance del conocimiento científico. Por otro lado, se definirá la estructura de la investigación y las etapas del proceso desde el inicio de esta. Y, por último, se expondrá la metodología utilizada teniendo en cuenta la naturaleza del objeto de estudio, los objetivos y la finalidad de la investigación. Además, se delimitarán las etapas del proceso de investigación y el diseño de la metodología, que en esta investigación supondrá conocer la interacción de los prosumidores y consumidores de medios digitales, para informar sobre el terremoto del 16 de abril de 2016, así como la cobertura que se realizó a través de la prensa nacional e internacional, *El Comercio* de Ecuador y *El País* de España. Investigación desarrollada a través de las múltiples aportaciones de los expertos en la materia y reseñados en el marco teórico. En este sentido, iniciaremos un proceso, dividido en distintas fases, cuyas tareas principales son: la descripción, el análisis y la interpretación de los datos obtenidos tras la recolección de la

información difundida acerca del terremoto, en los medios como *El Comercio* y *El País*, además de la plataforma social de *Facebook*.

La presente tesis ofrece un acercamiento al fenómeno de los terremotos y su cobertura a través de los medios digitales y nuevas plataformas de comunicación; el tema está enfocado en analizar las Narrativas Transmedia al momento de informar un terremoto desde un medio de comunicación digital nacional y un medio internacional, además de analizar el impacto de la red social *Facebook* al momento de difundir información relacionada con el acontecimiento. La presente investigación está sustentada en ocho capítulos que se han establecido de acuerdo con un desarrollo de lógico y el cumplimiento de los objetivos planteados.

En el primer capítulo **(I)** Introducción, se da un acercamiento al tema de investigación, los objetivos y cuestiones de investigación, se plantea así mismo las hipótesis de estudio y el desarrollo estructural de la tesis.

En el capítulo **(II)** Fundamentación teórica, está planteado de acuerdo con la revisión literaria para fundamentar cada uno de los temas que dan sentido a la investigación, está compuesto de varios subtemas enfocando el tema de la comunicación, las narrativas transmedia, el fenómeno de las redes sociales, la comunicación y los desastres naturales y los terremotos.

En el capítulo **(III)** Diseño y desarrollo de la investigación, se explica la parte metodológica que se ha utilizado para llevar a cabo la presente investigación; diseño de la metodología investigativa, selección de la muestra, diseño de instrumentos de investigación, validación de instrumentos de investigación, diseño final del cuestionario y procedimiento de recogida de datos, además de la sistematización de los mismos.

En el capítulo **(IV)** Resultados, se detalla el análisis de los datos y resultados encontrados a través de la investigación. Los hallazgos están divididos en cuatro subapartados 4.1 Análisis descriptivo de los contenidos, aquí se detalla la información encontrada en cada uno de los medios digitales y la plataforma de *Facebook*, teniendo un análisis de 1170 piezas periodísticas difundidas en el primer mes después de ocurrido el terremoto, esto es entre el 16 de abril y el 16 de mayo del 2016 a través de *El Comercio* y *El País*. 4.2 Identificación de los recursos periodísticos más utilizados, aquí se analiza cuál fue el género periodístico más utilizado durante el tiempo de la muestra de análisis de la presente investigación. 4.3 Análisis de las publicaciones en la plataforma de *Facebook*, aquí se presenta un análisis de 1155 publicaciones obtenidas de la plataforma que se difundieron durante el primer mes después del terremoto. Finalmente, con el fin de complementar el análisis realizado, se presenta 4.4. Descripción de entrevistas a periodistas que cubrieron el hecho, aquí se describe un análisis de las entrevistas realizadas a 8 periodistas de Perú y Ecuador que cubrieron los primeros momentos del Terremoto del 2007 (Perú) y 2016 (Ecuador).

En el capítulo **(V)** Aspectos finales, se fundamentan cuatro aspectos del proceso final de la investigación 5.1 Discusión de los resultados, 5.2 Conclusiones, 5.3 Limitaciones de estudio, y 5.4 Recomendaciones.

En el capítulo **(VI)** se detallan las referencias bibliográficas utilizadas durante la investigación.

En el capítulo **(VII)** se incluyen los anexos, instrumentos utilizados en la investigación, matrices de tabulación; y los artículos y ponencias generadas de esta tesis doctoral.

II. Fundamentación teórica

2 MARCO TEÓRICO

"Los nuevos medios no son puentes entre el hombre y la naturaleza: son la naturaleza"
(Marshall McLuhan)

2.1 Hacia una nueva comunicación

Para entender el tema de una nueva comunicación y el uso de las nuevas narrativas de la información nos permiten comprender el cambio en la brecha digital que la humanidad está atravesando en la actualidad debemos conocer cuáles son los nuevos procesos de la información y comunicación.

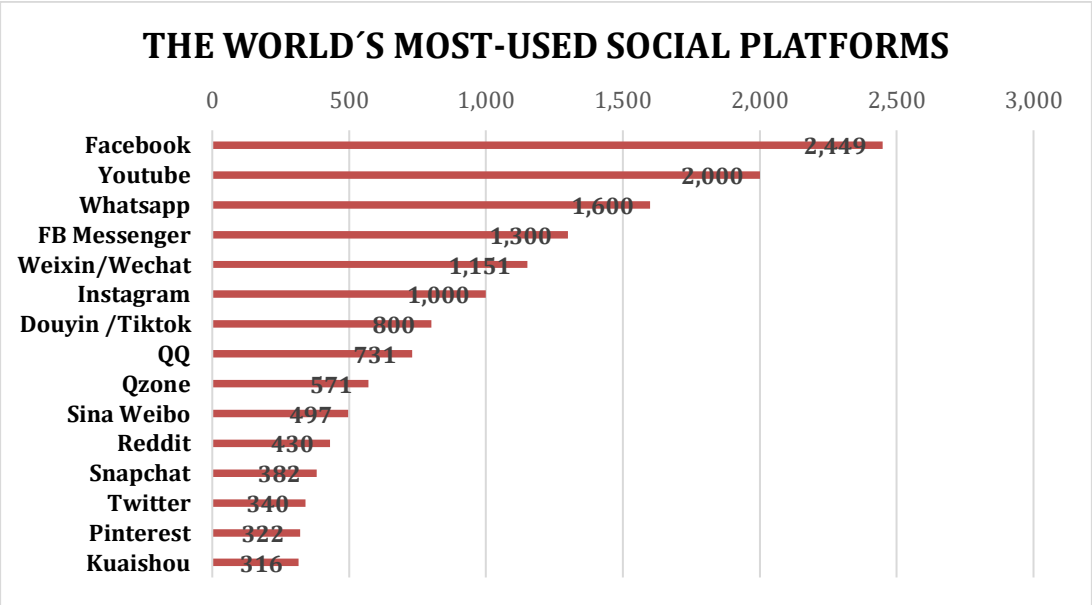
A partir de la década de los 90 (siglo XX) el impacto que enfrentan los medios de comunicación desde que la *World Wide Web* se popularizó a nivel mundial, hablamos de un cambio cultural:

> En el viejo escenario de la comunicación, el medio (prensa, radio, televisión) era el rey. Así lo reflejaba el lema de The New York Times: «All the News That's Fit to Print» (el intermediario definía lo que merecía publicarse). Con la digitalización de los soportes y la diversificación empresarial, el foco se desplazó al contenido (National Geographic, dejó de ser solo una revista y se convirtió en una marca multiplataforma), y con la popularización de las redes sociales llegó el reinado de la conversación y de las comunidades. (Orihuela, 2015. p.43), los medios tuvieron que conectar de manera dinámica con su audiencia.

La nueva comunicación deja de lado lo tradicional, y se lanza a nuevas formas de llegar a las personas, la manera de hacer comunicación ha cambiado, la redacción en los diarios ya no se hace desde una oficina con la mejor butaca, o la transmisión de una noticia por televisión con los grandes equipos de producción, ahora con un teléfono inteligente es suficiente. En este sentido el usuario se ha convertido en un generador de contenidos, las distintas aplicaciones y las redes sociales han abierto ese mundo entre el usuario y la comunicación.

Twitter (2006) se ha convertido en un aliado indiscutible de los nuevos periodistas y comunicadores e incluso de los usuarios de a pie, de las personas comunes que viven su día a día. En el mundo ya son cerca de 340 millones de usuarios mensuales que utilizan está plataforma, en Ecuador se cuenta con cerca de 1.11 millones de usuarios.

Figura 1. Usuarios en plataformas sociales



Fuente: Digital 2020, We Are Social y Hootsuite https://bit.ly/2U4Ldam

Ya no sólo desde los medios de comunicación se recibe información, el internauta también es generador de contenidos informativos; el usuario debe saber discernir y darle valor a lo que le interesa conocer. Orihuela (2015) señala "Los contendientes son todos aquellos actores que generan contenidos y servicios digitales, no solo los medios de comunicación" (p. 45). Las formas más efectivas de comunicación en la presente época son las que atraen más la atención del usuario, al aprovechar de una manera óptima los nuevos recursos en un sentido visual, sonoro, combinando el lenguaje verbal y no verbal.

La expansión de la comunicación va más allá de los multitextos, hipertextos, la multimedia y la convergencia digital. Ahora hablamos de narrativas transmedia y *crossmedia*. "Las redes sociales y la mensajería sobre dispositivos móviles no hacen más que amplificar todo lo bueno y también todo lo malo que tenemos en nuestras sociedades"

(Orihuela, 2015, p. 47). El uso de las distintas plataformas digitales permite que el usuario se expanda más allá de la información recibida, abriendo más su conocimiento hacia la historia.

Un estudio realizado por EIAA en Europa citado por Ramón Pérez (2005, p.168), manifiesta que:

> Casi la mitad (el 46%) de los jóvenes de 14 a 25 años han disminuido su consumo de televisión a favor de Internet, mientras que el 22 ha recortado el tiempo que dedica a escuchar radio y finalmente un tercio de jóvenes expresan haber reducido su tiempo de lectura para dedicarlo a la búsqueda de información en la red.

De acuerdo con este estudio, la Internet ha ganado rápidamente terreno en el campo de las comunicaciones, a la radio le llevó 38 años, a la televisión 13 y a la Internet sólo cuatro años en conseguir 50 millones de usuarios; la comunicación entre las personas está siendo cada vez más rápida. Contreras citado por Pérez (2005) claramente lo expresa; las nuevas generaciones, quienes ya están inmiscuidas disfrutando de estos medios más tecnológicos, y las futuras generaciones que se van a ir incorporando luego serán distintas a las anteriores.

Cornellá citado por Mendoza (2017, p.53) señala una prospectiva del alcance que tenían los medios de comunicación en la década de los 60 en donde una persona podía acceder "a unas 18 estaciones de radio, 4 canales de televisión, 4.500 títulos de revistas. En el otro lado tenéis el equivalente, 18.000 títulos de revistas, 20 millones de sitios en Internet, 2.400 millones de estaciones de radio en Internet". El autor vislumbra a partir del 2004 la complejidad de gestionar la información con el ejemplo de incremento desmesurado del correo electrónico que lo va a convertir en algo inmanejable.

2.2 Las narrativas transmedia

La comunicación y su proceso de globalización se ha ido reinventando con el tiempo, se han modificado los lenguajes comunicativos dejando atrás los medios convencionales. En el presente capítulo se estudia a las narrativas transmedia.

Reno y Ruiz (2012) definen a las narrativas transmedia como "una forma de comunicación contemporánea que actúa a partir de pilares fundamentales; entre ellos, la participación, la interactividad, la circulación de redes sociales y blogosfera, y la movilidad" (p.54). De esta forma se da una mayor interactividad, movilidad y participación por parte del autor, pasando a ser considerado un prosumidor de contenidos.

El término prosumidor tiene sus inicios por los setenta, Alvin Toffler introdujo el término prosumidor, en el libro "*La Tercera ola*". Lo señala en el capítulo XX "El surgimiento del prosumidor". Toffler comienza el relato describiendo el aporte que este le da a la "economía invisible":

> Durante la primera ola, la mayoría de las personas consumían lo que ellas mismas producían. No eran ni productores ni consumidores en el sentido habitual. Eran, en

> su lugar, lo que podría denominarse prosumidores. Fue la revolución industrial lo que, al introducir una cuña en la sociedad, separó estas dos funciones y dio nacimiento a lo que ahora llamamos productores y consumidores (…) si examinamos atentamente la cuestión, descubrimos los comienzos de un cambio fundamental en la relación mutua existente entre estos dos sectores o formas de producción. Vemos un progresivo difuminarse de la línea que separa al productor del consumidor. Vemos la creciente importancia del prosumidor. Y, más allá de eso, vemos aproximarse un impresionante cambio que transformará incluso la función del mercado mismo en nuestras vidas y en el sistema mundial (Toffler, 1981, p.176-177).

En la actualidad la población mundial acoplado este término a su diario convivir, con el uso de las nuevas plataformas de comunicación todos son entes generadores y consumidores de información.

2.2.1 Introducción a las narrativas transmedia.

Henry Jenkins (1958) fue quien acuñó por primera vez el término de transmedia en el (2003) en un artículo publicado en *Technology Review* ("Transmedia Storytelling. Moving characters from books to films to videogames can make them stronger and more compelling").

Jenkins (2003) en su manifiesto afirma que "hemos entrado en una nueva era de convergencia de medios que vuelve inevitable el flujo de contenidos a través de múltiples canales" (p.23). Por su parte Denis Renó (2013) afirma que el término narrativas transmedia ha surgido a partir del concepto de dialogismo y de polifonía, de Mijaíl Bajtín, pero el primer uso se le atribuye a Stuart Saunders Smith, en 1975, quien afirmaba que al juntar fragmentos musicales de ritmos e instrumentos daría como resultado una nueva composición que denominó *Transmedia Music* (p.150). Acerca del concepto de narrativas transmedia se ha escrito mucho desde diversas áreas como la sociología, el periodismo, la semiótica, el cine, la filosofía y fundamentalmente desde la comunicación.

> Sobre el transmedia han escrito filólogos comparatistas, sociólogos, teóricos de la comunicación audiovisual, profesores de cine o de periodismo, y lo han hecho desde diversas epistemes que van desde la teoría de la adaptación cinematográfica hasta los Cultural y Media Studies, pasando por teorías de lingüística comparada, semiótica, narratología o filosofía del lenguaje (Mora, 2014, p.11).

La narrativa transmedia es llevar la idea de la expansión de un relato a diferentes plataformas o medios con el objetivo de completar dicho relato. La expansión de la historia en diversos medios permite ampliar el ciclo de vida de aquello que vamos narrando. Tal como explica Jenkins (2013) en las narrativas transmedia cada medio "hace lo que mejor sabe hacer: una historia puede ser introducida en un largometraje, expandirse en la televisión, novelas y cómics, y este mundo puede ser explorado y vivido a través de un videojuego" (p.24).

En pocas palabras, las narrativas transmedia vendrían a ser una forma particular de contar historias, expandiéndose a través de diferentes sistemas de significación (verbales, icónicos, audiovisuales, etc.) y medios como cine, cómic, televisión, videojuegos, teatro, etc., Scolari (2013).

Para poder hablar de una narrativa transmedia real, la participación por parte de los consumidores ha de ser no sólo activa, sino también creadora, algo nuevo e innovador diferente al relato y punto de inicio que dieron los creadores e iniciadores de la historia. La aplicación debe cambiar y modificar los lenguajes y darles mayor vida a los contenidos de una forma creativa, así como dar fidelidad y ampliar las audiencias, diseñando además nuevas propuestas que generan mayores réditos económicos.

2.2.2 Las Narrativas Transmediáticas. ¿El futuro del relato o un término de moda?

Las narrativas transmedia son relatos que se expanden a través de múltiples medios y plataformas por parte de los receptores ahora denominados también prosumidores, Estas nuevas formas de interacción se han convertido en objeto de estudio en la nueva era de la convergencia.

Las narrativas transmediáticas son realidades tan complejas que surgen desde distintos factores, los cuales están en igualdad de condiciones que otros, es la adaptación la que permite este acople; el transmedia no es la adaptación de otra creación, sino un modo distinto de crear y de adaptar, en algunos supuestos (Mora, 2014). Por ningún concepto se puede concebir la adaptación de una historia a un nuevo medio como una narrativa, ni mucho menos, sino que simplemente es una de las tantas herramientas.

La humanidad se enfrenta ahora a una cibercultura, ya no son nuestras culturas y formas de vivir como la vivieron los antepasados, ahora la creación de nuevos medios ha hecho que sufra una transformación gracias a las características de la conectividad global donde el flujo de capital, personal e información trasciende las fronteras físicas y los mercados competitivos van más allá del espacio local (Gallego, 2011). Con el avance de las nuevas narrativas el desarrollo de contenidos se encamina de una forma distinta, la convergencia ha permitido reconfigurar la relación entre los medios (cine, televisión, multimedia, web, etc.) y la audiencia, buscando una mayor participación que motive así la interacción.

Por su parte Jenkins define a las narrativas transmediáticas como:

La narración transmediática representa un proceso en el que los elementos integrales

de una obra de ficción se esparcen sistemáticamente a través de muchos canales de

> distribución con el propósito de crear una experiencia de entretenimiento unificada y coordinada. Lo ideal es que cada medio proporcione su propia contribución original al desarrollo de la historia. Así, por ejemplo, en la franquicia *The Matrix*, las piezas clave de información se transmiten a través de tres películas de imagen real, una serie de cortos animados, dos colecciones de historias de comic, y varios videojuegos. No hay una sola fuente o texto plenamente abarcador al que uno pueda referirse para adquirir toda la información requerida para comprender el universo de Matrix (Jenkins, 2013).

Las narrativas transmediáticas abren una nueva oportunidad de interrelación entre las audiencias y las industrias, lo que exigirá que exista mejores elementos, diseños y estructuras que permitan que el consumidor capte la importancia y el valor que busca dar el contenido y que esto genere una experiencia completa del relato cuando todos los fragmentos se junten. "Un texto transmediático no se limita a dispersar información, sino que proporciona una serie de roles y metas que los lectores pueden asumir mientras recrean aspectos de la historia a lo largo de su vida diaria" (Jenkins, 2013).

El vestir, caminar, actuar de una forma particular imitando o incluso llegar a ser como el actor o actriz que admiramos de cine o de televisión, recreando acciones o escenas de una película, es una adaptación. Gallego (2011) afirma "para las industrias creativas del entretenimiento las narrativas transmediáticas permiten el diseño de contenidos más contundentes y con mayores posibilidades de mantenerse en el tiempo en relación con la publicación en un solo medio" (p. 8). La estrategia de las narrativas transmedia es generar contenido a través de diferentes plataformas, en el caso de una película, implica la publicación de diversos sitios web como complemento de la historia.

Figura 2. *La esfera de transmedia*

Fuente: Elaboración propia (2020), basado en Scolari (2013)

2.2.3 Elementos de composición del relato en las narrativas transmedia

Mantener la motivación y atención de las audiencias a través del relato en las narrativas transmedia requiere de la implementación de técnicas que permitan la continuación de la historia. Se da a entender que las partes de la historia de un diseño basado en la narrativa se enlazan a través de un solo hilo conductor que permite expandir la historia en diversos medios. Pero esto no es garantía de que el público entenderá que las partes forman un todo. Cada historia de un proyecto transmedia debe ser percibida por el público como un aporte separado mas no como una pieza cortada al azar, es decir, la separación de partes de toda la historia no puede hacerse arbitrariamente o de forma aleatoria, lo ideal es mantener intacta la historia hasta el final.

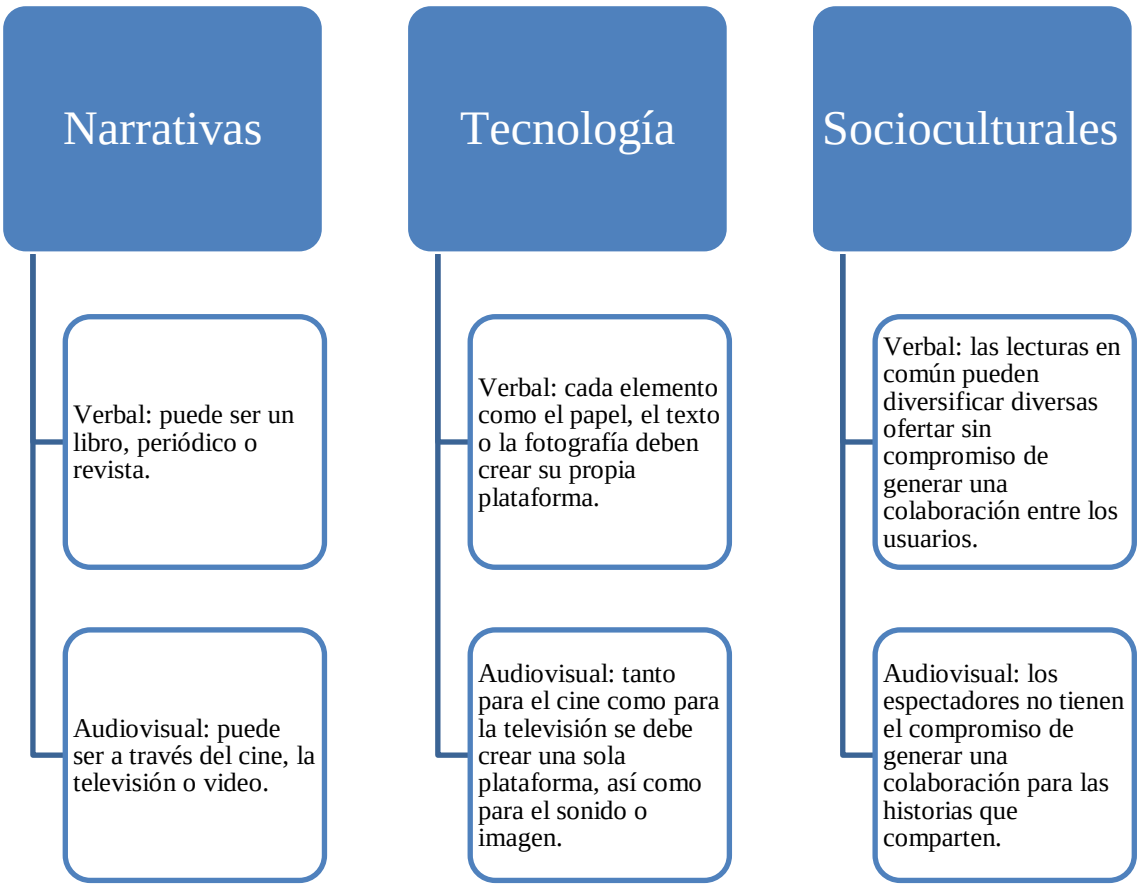
Hoy en día para un proyecto transmedia se requiere que la historia sea comprensible, dejando en claro que la distribución de las partes de la historia a través de los medios adecuados va a permitir la participación de los usuarios. Arnheim también recuerda que:

> [...] Todo lo que ocurre en cualquier lugar se determina por la interacción entre las partes y el todo. [...] La tendencia es ver los distintos focos juntos como una especie de constelación; que son los puntos de máxima importancia, llevando gran parte del significado (Arnheim citado por Campalans, 2012, p.10).

La idea es actualizada por Robert Prantten (Campalans, et al, 2012) quien menciona que: "*Transmedia Storytelling*" es contar una historia a través de diversos medios de comunicación y de preferencia, aunque no siempre es el caso con un grado de participación, interacción o cooperación del público (p.10).

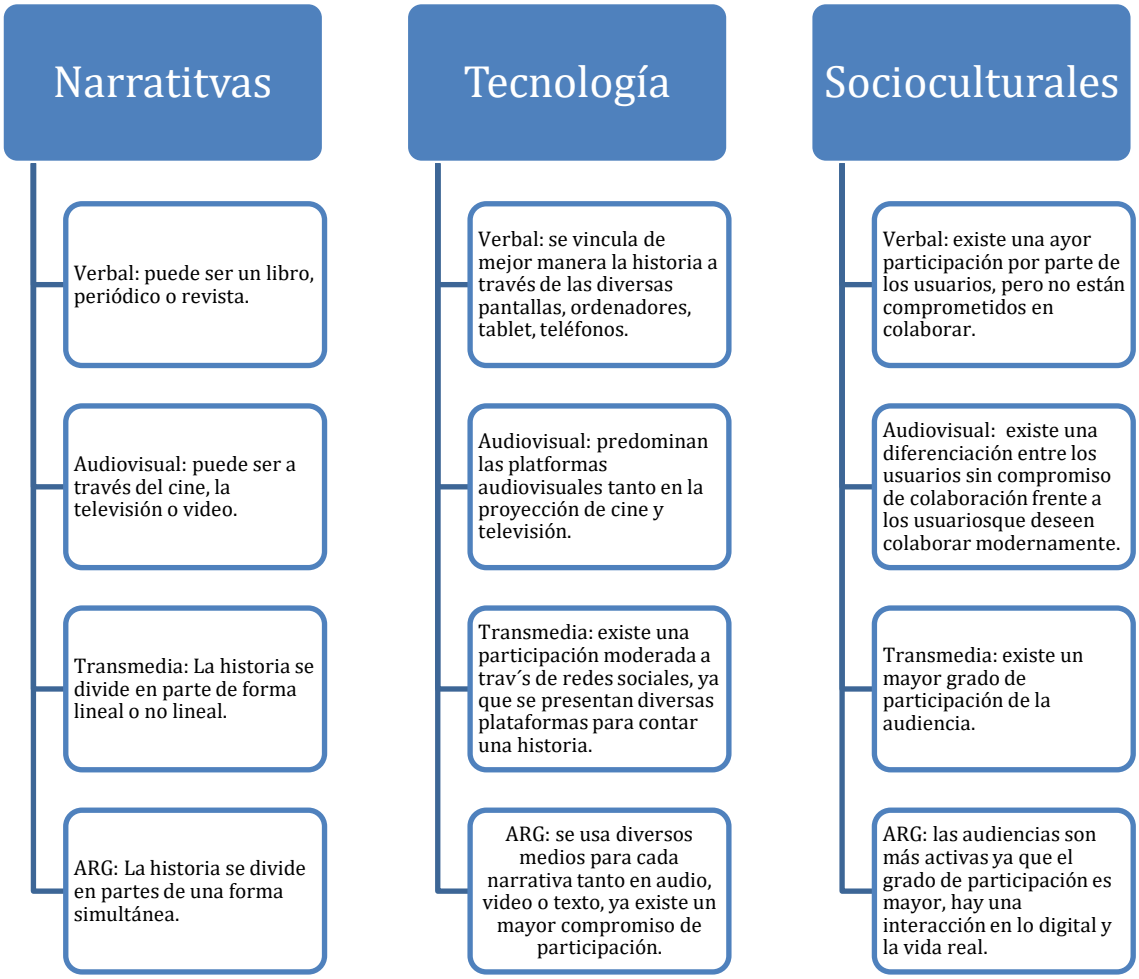
En las narrativas transmedia toda historia debe estar constituida por una trama de manera que, independientemente de las otras partes de la gran historia, los usuarios la consideren como la historia misma. Si la historia principal tiene los puntos de giro correctos permitirá que el público la entienda, y así no será necesario decir todo. Por lo tanto, el juego entre las narrativas, o las partes de la historia, debe despertar la curiosidad de su audiencia para conocer más detalles de la historia principal (Campalans, et al, 2012). De esta forma se puede diferenciar la manera de contar una historia a través de la narrativa transmedia y contar cualquier otra historia. Campalans (2012) señala que las estrategias narrativas se comparan entonces entre los diversos medios convencionales de comunicación y los integradores o convergentes.

Figura 3. Elementos narrativos de las estrategias de los medios convencionales de comunicación



Fuente: Elaboración propia (2020), basado en Renó, et al. (2014)

Figura 4. Elementos narrativos [1]de las estrategias de los medios convencionales de comunicación



Fuente: Elaboración propia (2020), basado en Renó, et al. (2014)

Los elementos narrativos de las estrategias que propone Renó et al (2014), convergen en el inicio de los medios de comunicación, el enfoque narrativo en lo verbal y audiovisual. Desde un campo tradicional de la estrategia de los medios convencionales, el lenguaje se desarrolla de una manera más lineal, texto, imágenes; hay un poco de participación por parte de la audiencia. Por otro lado, la estrategia de los medios integradores o convergentes; la forma narrativa cambia, se transforma. La historia ya es parte de nuevos elementos, se desarrollan nuevas plataformas. Incursiona la tecnología y la participación de la audiencia en un mayor grado, existe mayor colaboración. En este espacio se cambia lo verbal y audiovisual por lo transmedia, existe participación moderada a través de las redes sociales, así como un mayor grado en el campo sociocultural, hay una interacción en lo digital y la vida real.

[1] Nota: Elementos narrativos de las estrategias de los medios integradores o medios convergentes.

Otra característica importante, es que esta estrategia de comunicación puede contar con la colaboración de la audiencia a través de las redes sociales y videos virales. Las narrativas transmedia potencian la convergencia, donde el público puede expresar sus preguntas, pero sobre todo puede contribuir decisivamente al desarrollo de la narrativa.

2.2.4 Principios de las narrativas transmedia

En su blog Confession of an Aca-Fano (Confesiones de un Académico-Fan), Henry Jenkins señala los siete principios fundamentales de las narrativas transmedia:

- Expansión vs profundidad
- Continuidad vs multiplicidad
- Inmersión vs extracción
- Construcción de mundos
- Serialidad
- Subjetividad
- Ejecución

En su libro *Narrativas Transmedia*, Scolari (2013) recoge, en su blog, de una manera muy clara la concepción de los siete principios expresados por Jenkins:

a) Expansión (*Spreadbility*) vs Profundidad (*Drillability*)

Scolari (2013) manifiesta el concepto de *spreadbility* como el elemento que hace referencia a la expansión de una narrativa a través de prácticas virales en redes sociales, en tanto que Gallego (2011) señala que la expansión se articula con la fuerza de las relaciones sociales, no se enfoca únicamente sólo en enviar contenidos sino en poder llegar con un mensaje propio que cuente algo sobre el perfil del usuario. En tanto Mittel (2009) manifiesta que la profundidad involucra a las comunidades de fanáticos en un modo de búsqueda forense que los invita a explorar más allá de la superficie de la historia cavando en sus detalles para entender su complejidad. Por otro lado Scolari (2013) conceptualiza a la profundidad como la manera de penetrar dentro de las audiencias que el productor desarrolla hasta encontrar el núcleo duro de seguidores de su obra, quienes difunden y amplían la historia a través de sus propios relatos o producciones.

Este principio siempre va a depender de la percepción de la evaluación que haga el usuario a cerca de la interacción que puede encontrar en la plataforma que ha seleccionado.

b) Continuidad (*Continuity*) vs multiplicidad (*Multiplicity*)

La continuidad es la relación directa que existe entre la narración de la historia y el texto. Es la condición necesaria para construir narrativas robustas y así no establecer diferencias en la construcción de contenidos lineales o no lineales. Muy bien lo señala Scolari (2013), el consumidor espera que un personaje se comporte de idéntica manera, así como se comporta en el cine se comporte en las novelas o los videojuegos.

Para Jenkins (2009) “la multiplicidad es la posibilidad de acceder a versiones alternativas de los personajes o universos paralelos de las historias, como recompensa al conocimiento que se tiene sobre el material original”. La idea central de la multiplicidad es

expandir el universo de ficción de la historia hacia otros tiempos, y permitir al espectador disfrutar de diferentes épocas en un mismo relato.

c) Inmersión (*Immersion*) vs extrabilidad (*Extractability*)

"En la inmersión, el consumidor ingresa al interior del mundo de la historia, mientras que en la extracción toma aspectos de ésta para involucrarlo en los espacios de su vida cotidiana" (Jenkins citado por Gallego, 2011, p.20). Las primeras experiencias de inmersión las hemos vivido desde que aprendemos a leer y contrastamos las historias en diversos escritos. Sin embargo, en los videojuegos se ha vivido también las primeras experiencias inmersivas, cuando los usuarios se sumergen en el mundo de Lara Croft o combaten contra Wehrmacht en Call of Duty (Scolari, 2013), como un ejemplo actual y referencial.

Otro ejemplo más claro y cercano es la narrativa de Harry Potter, esta producción ha tenido una magnífica inversión es así como los niños pueden por ejemplo ver las películas en el cine, además jugar con su mago favorito a través de la Wii, o el crear sus propias historias a través de los muñecos de legos que han ampliado el mundo narrativo de la serie Scolari (2013). En cambio, la extracción es ir más allá por parte del mismo consumidor o fanático, a través de las comunidades o mejor conocidas como "Cosplay" (Costume Play), donde fanáticos de una obra se visten con prendas que emulan a sus personajes favoritos y en algunos casos incorporan esta práctica en su día a día, tal es caso de los súper héroes Superman, Batman, Iroman, que son emulados principalmente por los niños, expandiendo su narrativa desde cuadernos y porque no en prendas de vestir.

d) Construcción de mundos (*Worldbuinding*)

Este principio un tanto complejo en su concepción y entendimiento, lleva al espectador y profesionales de las NT a verse a sí mismos como constructores de mundos. Es así que un mundo puede ofrecer la oportunidad de contar con una plataforma en la que se involucran diversos personajes y situaciones para ser desplegados en cada uno de los medios de una narrativa transmediática (Gallego, 2011). Estos mundos son las situaciones que llevan al personaje a complementar la historia. Umberto Eco sostenía que los mundos narrativos deben estar "amueblados": es decir si existe un personaje bueno, un héroe en la historia, deberá existir un malhechor, en su caso lo señala Scolari (2013) al existir el batimóvil de Batman existe la baticueva. Son estos pequeños detalles los que confieren verosimilitud al relato y entrar a formar parte del conocimiento enciclopédico de los fans.

e) Serialidad

Según Jenkins las NT retoman la tradición serial de la industria cultural del siglo XXI, ampliando la trama en múltiples medios. Una serie es un fragmento de historia dispersado en muchas entregas. El principio de serialidad ha sido aprovechado por los productores y creadores de NT, con el fin de expandir las historias en el tiempo. Un ejemplo pueden ser las series o películas ampliadas a través de diversas partes, caso de Harry Potter, que cada entrega cuenta con una historia diferente que complementa a la anterior.

Una de las producciones cinematográficas que ha causado un impacto en la audiencia es *Fast&Furious* (Rápidos y furiosos) en abril de 2017 estrenó su octava película, llegando a tener una de las taquillas más ganadoras de los últimos años, alcanzando más de quinientos millones de ganancias a nivel mundial en su estreno. La expansión de la historia a través de

diversas partes representa para los creadores la mayoría de las veces en considerables ingresos económicos.

f) Subjetividad

Scolari (2013), plantea a la subjetividad como la presencia de múltiples miradas, perspectivas, voces además de una polifonía causada por la gran cantidad de personajes e historias.

Jenkins (2009) fundamenta a la subjetividad en tres elementos:

1. Un interés por enfatizar las dimensiones inexploradas de los mundos de ficción.

2. La ampliación de la línea de tiempo de la historia a partir de relatos alternativos que se relacionan con el material ya publicado.

3. La motivación de hacer visible las experiencias y perspectivas de los personajes secundarios.

Estas ampliaciones de la historia hacen que las audiencias se interesen en ampliar, dar un seguimiento, comparen y contrasten las múltiples experiencias subjetivas que obtienen de los relatos con los eventos de ficción, agregando así un valor y construyendo nuevas historias narrativas.

g) Realización (*Perfomance*)

La participación de los consumidores en fundamental en las NT, los fans o seguidores son los continuistas de la historia, están dispuestos a ir más allá y ampliar y promover su narrativa favorita, lo señala Scolari (2013) que algunos incluso van más allá y se convierten a pleno título en prosumidores que no dudan en crear nuevos textos y sumarlos en la red, expandiendo así las fronteras del mundo narrativo.

2.2.5 Nuevas fronteras y desafíos de las narrativas transmedia

El mundo narrativo avanza de una manera vertiginosa. Las historias se pueden narrar de una manera lineal (tipo Kojak o Bonanza), con saltos al pasado y futuro (como *Lost*). Lo que es más complicado ahora, es contarlo todo: siempre debemos incluir la elipsis, es decir, instantes sin contar. En los medios tradicionales, así como en la literatura, se podía descartar la elipsis. En las narrativas la elipsis asume un papel muy importante, debido a que lo que no dice un medio lo puede decir otro (Scolari, 2013).

Si buscamos generar experiencias transmedia relevantes, que satisfagan al espectador, se debe diseñar de forma detallada cada una de las extensiones mediáticas, aprovechando así las potencialidades de cada medio.

Los medios para compartir una historia se pueden desarrollar desde la televisión, las aplicaciones, videojuegos y muchos más. Scolari (2013) lo afirma de esta forma:

Tabla 1. Clasificación[2] de las narrativas transmedia

Tipo	Descripción
Televisión	Contar (eventos principales, precuelas, secuelas, spin-offs)
Cine	Contar (eventos principales o especiales, precuelas, secuelas, spin-offs).
Libros	Contar (eventos principales, precuelas, secuelas, spin-offs).
Cómic	Contar (precuelas, secuelas, spin-offs)
Webisodios mobisodios	Contar (contenidos intersticiales, spin-offs) catar (avances), resumen (recapitulaciones), generar expectativa (anticipos)
Web	Informar, contar en forma no secuencial/multimedia, interactuar, participar, explorar.
Apps	Informar, compartir, geolocalizar, participar, ubicuidad.
Videojuegos en línea	Desafiar, interactuar, planificar estrategias, tácticas, sumergir al usuario en el mundo narrativo, cooperar/competir, explorar.
Videojuegos	Desafiar, interactuar, planificar estrategias/tácticas, sumergir al usuario en el mundo narrativo, explorar.
Redes sociales	Conversar, compartir, intercambiar, participar.
Wikis	Informar, compartir, aprender, archivar
Juegos de realidad alternativa	Conversar, cooperar/competir, investigar, explorar, sumergir al usuario en el mundo narrativo

La producción transmedia está de moda. Algo que no hay que olvidar. Scolari (2013) señala que "hasta hace unos años solo un puñado de académicos y profesionales hablábamos del tema; en poco tiempo comenzaron a multiplicarse las producciones, conferencias, talleres, entrevistas, investigaciones, publicaciones científicas y eventos" (p.293).

Scolari (2013) afirma que los principales desafíos que atraviesan las investigaciones sobre las narrativas transmedia son:

- Terminar de acortar un conjunto de categorías y conceptos compartidos sobre los cuales construir una teoría sólida.
- Avanzar en la construcción de una teoría que integre elementos de diferentes disciplinas.
- Tratar de unificar una teoría para el estudio de las narrativas transmedia.
- Comenzar a pensar en transmedia y abandonar los enfoques monomediáticos que han prevalecido hasta hoy en el ecosistema científico.

2.3 Comunicación y narrativas transmedia

2.3.1 Transmedia, ¿el futuro del periodismo?

La transformación de la información es un hecho que no ha quedado desvirtuado en los últimos años. El periodismo también ha sufrido una metamorfosis en su tratamiento, redacción, difusión y la recepción de los contenidos. Porto (2012) afirma que "El periodismo,

[2] Nota: Adaptándose al avance las diferentes narrativas transmedia, estas han ido variando de acuerdo con su aprovechamiento, prestaciones y utilidades que le dan las personas (Scolari, 2013).

así como las otras modalidades comunicativas, tiene hoy una realidad inminente: la de convivir con los procesos transmedia en su profesión y en sus espacios, antes imperados por realidades mediáticas tradicionales" (p,55).

Desde el mismo momento que el campo del entorno transmedia incursionó en el periodismo se empezó a hablar en un nuevo lenguaje, los procesos pasaron a ser fundamentalmente participativos. El periodista ya no es "el dueño" de la noticia. Ahora son los ciudadanos copartícipes de los contenidos, pues el contenido gana espacio en las redes sociales, a partir de estos actores sociales; quienes participan a través de los comentarios que puedan generar sobre el tema (Porto, 2012). La difusión de numerosos contenidos a través de la web mediante videos, fotografías, tweets, anuncios, etc., hacen de un usuario o internauta común una fuente de información, esto por cuanto los periodistas están utilizando la información producida por los prosumidores para reconstruir las informaciones.

Serrano (2016), resume que para que los periodistas empiecen a experimentar con las narrativas transmedia deben centrar su atención en tres líneas principales: experimentar con formas, contenidos y géneros.

Basta con echar un vistazo a las tendencias actuales de los medios de comunicación y de sus dispositivos: el continuo descenso de las ventas de impresos y el acceso a los medios de comunicación por su página de inicio, las estrategias aclamadas por el móvil, los parámetros siempre cambiantes de los conocidos Social Media que afectan directamente al acceso y distribución del contenido de los medios de comunicación, la aparición de *podcasts*, noticias y contenidos personalizados, vídeo y bloques de adiciones, así como el ambiente inestable de las aplicaciones (Serrano, 2016, p.67).

Los periodistas deben aprender y descubrir la lógica de la transmedia, debido a que pueden experimentar con estos tres principios que ofrecen un punto de vista refrescante. Desde la experimentación se adquiere una mejor arquitectura de la información, así como una visualización más clara de los hechos; se amplía la contextualización y un mejor flujo con el transmedia integrado de contenidos que difiere del multimedia y del compromiso público.

Antonio López (2016) señala que "el periodismo que contará el futuro está ya aquí. Palabras como "*Webdocs*", "multimedia", *crossmedia*, "transmedia", "comic periodístico", periodismo inmersivo" o "periodismo dron", son o deben ser términos ya usuales cuando hablamos de nuevos formatos y de retos del futuro" (p.241).

Además de los términos que se vuelven cada vez más comunes entre los periodistas, algo que también va surgiendo como lo señala López (2016) es la tecnología sin pantalla. Ya vemos el uso de lentes, gafas y relojes usados como instrumentos para captar y difundir información, entre otros. "El periodismo, al fin y al cabo, es una forma de contar historias., porque, aunque se basa en contarlas de forma objetiva, son piezas narrativas que cuentan una serie de hechos no ficticios" (Liñán, 2015, p.10).

Desde los mismos inicios del periodismo, esté ha sido transmedia; ya que con el pasar del tiempo fue evolucionando a través de los diferentes medios, paso de la prensa a la radio, luego a la televisión; y ahora ha llegado a la web 2.0 reconociendo una mayor interacción entre el medio y el usuario.

En la actualidad, los usuarios son los que deciden qué quieren consumir, cuándo y dónde, por lo que resulta necesario identificar las necesidades y la dimensión de una demanda que incrementa progresivamente el consumo de contenidos. Pero que, sin embargo, no encuentran los procesos que les dan la libertad de consumirlos a su manera, y otra peculiaridad es que muchas de las veces, el consumidor no dispone de toda la información para saber cómo localizar ese contenido. "El periodismo transmedia es aquel que desarrolla un nuevo tipo de lenguaje periodístico, consistente en la formulación simultánea de narrativas diferenciadas para plataformas distintas, destinadas a usuarios también diferenciados y siempre apoyadas en la interactividad del mensaje y el hipertexto" (Arrobo, et al. 2017, p. 97).

Dentro de las diferentes alternativas que podemos encontrar a través de estos nuevos lenguajes y las narrativas transmedia podemos mencionar algunas; el periodismo inmersivo, el periodismo dron, el cómic periodístico, el *webdoc*. Estos diversos tipos de periodismo se ampliarán en el siguiente tema.

2.4 El periodismo como narrativa transmedia

En su libro Periodismo Transmedia, Denis Reno y Jesús Flores (2018) lo definen como una nueva forma de lenguaje periodístico, que agrupa al mismo tiempo distintos medios y varios lenguajes y narrativas a partir de diversos medios para llegar a una infinidad de usuarios. Esta nueva forma de distribuir la información ha llevado a que adoptemos nuevos recursos audiovisuales, nuevas plataformas web, incluso ha llevado al uso de las redes sociales; permitiendo así ampliar la circulación del contenido. Al plantear una diferencia entre el periodismo transmedia y las otras formas de periodismo, Reno y Flores (2018) lo definen así:

> con la narrativa transmedia es posible aprovechar las posibilidades comunicacionales presentes en la sociedad postmoderna, donde la movilidad y la liquidez de estructuras, o sea, la interactividad, asumen papeles importantes en el campo de la comunicación, como la de involucrar y atraer al receptor para la interpretación participativa del mensaje (p.53).

En la actualidad el periodismo transmedia es un lenguaje de comunicación capaz de unificar al mismo tiempo diversos medios, varios lenguajes y nuevas narrativas para una infinidad de usuarios. "Son adoptados recursos audiovisuales, de comunicación móvil y de interactividad en la difusión del contenido, incluso a partir de la blogosfera y de las redes sociales, lo que amplía de forma considerable la circulación de contenido" (Reno y Flores, 2018, p.53). A través del periodismo transmedia es posible aprovechar las posibilidades comunicacionales que existen en la sociedad postmoderna. La diferencia es que la comunicación tradicional se ha englobado en una comunicación lineal.

Para desarrollar un adecuado periodismo narrativo habría que considerar varias características con el fin de comprender el entorno del espacio digital. A continuación, mencionaremos las 10 características básicas que propone José Luis Orihuela (2004):

- El usuario es parte del proceso, y no sólo una audiencia pasiva
- Los medios venden contenido y no soporte
- El lenguaje es multimediático, con numerosos canales
- El contenido es producido en tiempo real y no diario o semanal
- El espacio de datos es ilimitado, sin limitaciones de tiempo o espacio
- El medio es autónomo y dispensa el gatekeeper y la agenda setting
- El proceso comunicacional es de muchos para uno y de muchos para muchos y no de uno para muchos
- Utiliza el hipertexto y no el lenguaje lineal
- Ofrece interactividad al usuario (antes receptor) en la organización y obtención de información
- Ofrece información sobre la información

Las características que nos propone Orihuela son amplias, no nos enfocamos en muchas de ellas en el propio periodismo transmedia, se profundiza más en el *Transmedia Storytelling*. La narrativa transmedia se define como una comunicación multimedia e hipertextual que basa en la transmisión de uno o varios contenidos, estos pueden ser una historia o piezas periodísticas a través de diversos medios (imagen, audio, video) respetando las fórmulas de expresión de cada uno de ellos (Irala, 2014).

En el periodismo actual no sólo está enmarcada la presencia de medios tradicionales que hoy podemos tener a nuestro alcance, sino que también se enmarca una presencia de los nuevos lenguajes y narrativas que están al alcance de los periodistas y usuarios que acceden hoy en día (Said, Römer & Valencia, 2014). Para el periodista actual el desarrollo de su trabajo implica la utilización de varios lenguajes, desarrollar nuevas habilidades y destrezas. El periodista es ahora un trabajador "multiusos" es decir alguien polivalente, capaz de desarrollar diversas funciones al mismo tiempo. Desde el descubrimiento de Gutenberg la forma de hacer comunicación cambio, pasamos a la masividad del texto y de la información. El periodismo pasó a la fotografía, luego al cine, a la radio, a la televisión y en lo que va de finales del siglo XX a la Internet. Terminamos conviviendo en la actualidad con la comunicación a través de un solo dispositivo, el móvil. Flores lo define así:

Estos nuevos formatos con contenidos periodísticos específicos para terminales móviles requieren una fórmula periodística, ya que no es suficiente importar contenidos desde otros soportes (prensa, radio o televisión) (Flores citado por Renó, 2012, p.85).

Antonio López (2016) señala tres tipos de periodismo que van cambiando el futuro de la información, el periodismo inmersivo, el periodismo dron y el cómic periodístico.

2.4.1 Periodismo inmersivo.

El periodismo inmersivo es una técnica que se utiliza especialmente en el ámbito anglosajón, que busca que el periodista de investigación pase un tiempo conociendo la realidad que va a relatar.

En este caso el periodista es quien se introduce como protagonista de la información, en el sentido que llega a experimentar en carne propia las vivencias que un día contará. "Interactúa con los habitantes de ese microespacio y después narra desde una perspectiva personal y empática aquellos trozos de existencia que nadie le contó, sino que él mismo protagonizó" (López, 2016, p.246). En este contexto el periodista se vuelve un narrador de su propia historia, sin embargo, para el lector es imaginaria.

La tecnología se vuelve un aliado para el nuevo profesional del periodismo. López (2016) lo señala "la cámara web, a través de la imagen remota en directo; el interactivo e inmersivo a través de una calidad sonora más rica; y, por último, el video y el audio en 360 grados, por su capacidad para explorar una imagen sin estar delimitada por un encuadre" (p. 247). La utilización de cada una de estas alternativas permite que el ciudadano viva y sienta las experiencias del periodista. Hernández (2015) señala "los periodistas tienen que adaptarse a la tecnología de su público, te gusto o no" (p.102).

Para algunos periodistas estudiosos de este tipo de prácticas, tal como el premio Paulitzer Edward Humes, manifiesta que lo que hace al periodismo de inmersión distinto de la práctica de un periodismo común o habitual es el tiempo que ha de dedicar el periodista al tema en el que va a trabajar.

> It seems to me that the actual process of this thing we`re calling inmersión journalism isn`t so different frm any other sort of reporting. I Come from a background in newspaper, where you have days or hours to find and assemble a story, not months or years. And, while the writing process is necessarily very different because of those time constraints. I can tell you that the best news reporters are indeed immersed in yheir subjects they know it or not (Humes, 2001).

El periodista como señala Humes es quien convive un tiempo con la realidad social que quiere plasmar. Domínguez (2013) señala que "los precedentes norteamericanos de este estilo de periodismo tienen raíces en algunos de los trabajos de los *muckakers* de principios del siglo XX" (p. 86).

Los *muckakers* eran reporteros que investigaban y denunciaban la corrupción de los imperios más poderosos de la época, así como del Estado. Chillón citado por Domínguez (2013) hace la traducción de este tipo de periodistas denominándoles como "rastrilladores de cieno" o "escarbadores de vidas ajenas" (p.87). Un ejemplo más claro es la denuncia de *La Gente del abismo,* de Jack London quien en su prólogo señala la inmersión de esta forma:

> Lo que relato en este volumen me sucedió en el verano de 1902. Descendí al submundo londinense con una actitud mental semejante a la de un explorador. Estaba predispuesto a dejarme convencer por mis propios ojos más que por las enseñanzas de aquellos que nada habían visto, o por las palabras de los que fueron y vieron antes que yo (London, 2001, p.2).

Martín y Amurrio (2003) señalan que los periodistas de este nuevo tiempo son extraordinariamente críticos con la actual actividad periodística de su entorno. "La mayoría afirma que el periodismo está influyendo y creando opinión, ejerciendo de portavoz de una corriente de opinión o grupo de presión y funcionando como un mecanismo de transmisión del poder" (p.3). En su investigación Martín y Amurrio (2003) determinan por respuesta de los mismos periodistas que en su mayoría aseguran que no se informa con rigor, objetividad e imparcialidad.

España no se queda atrás en el desarrollo de la experimentación de un nuevo periodismo. Actualmente ya se puede participar de una realidad aumentada gracias a múltiples avances realizados en los últimos tiempos, ejemplo de ello son las gafas y guantes con sensores que permiten al usuario experimentar un ambiente distinto a su realidad, puede ser desde un hermoso atardecer, pasar a una isla o sentirse de lo más cómodo en un hotel de lujo.

López (2016) señala que *Inmersive Journalisme Lab* ha sido el primer laboratorio de periodismo inmersivo creado en España. "El laboratorio está impulsado por The App Date y cuenta con la participación de doce medios españoles: TVE, Cadena Ser, Vocento y ABC, El País, La Sexta, Cuatro, El Mundo, Grupo Zeta y Diario Sport, ElDiario.es y Yorokobu" (p.248). La experimentación que vivirán lo periodistas de estos medios será diferente entre un rodaje con este tipo de realidad virtual a uno de forma tradicional.

Así lo manifiesta López (2016) "el ciudadano puede disfrutar de estas historias inmersivas directamente desde el teléfono móvil o bien con un dispositivo de realidad virtual con el que aumentar la sensación de inmersión" (p.248). Estos formatos dan la posibilidad de narrar historias de una forma muy simple.

> El periodista inmersivo llevará al espectador al centro de la noticia, lo ubicará en mitad del conflicto elegido, le proporcionará una visión medida y exacta de los hechos e incluso podrá optar por conocer lugares y momentos que nunca hubiera soñado vivir, y todo gracias a su campo de visión de 360 grados (López, 2016, p.249).

Es así como el nuevo periodismo está transformando las salas de redacciones y los contenidos que llegan al receptor final. Hay que considerar que la evolución del periodismo

en la actualidad va de la mano de la convergencia digital, los medios no se pueden quedar exentos de estas transformaciones.

2.4.2 El periodismo dron

La nueva tendencia en la producción de información y relatos inmersivos es la utilización de drones. "El periodismo dron da sus primeros pasos aletazos, pero las imágenes que muestra y mostrará dibujan un paisaje hasta ahora nuevo y desconocido" (López, 2016, p.249). El uso de este nuevo formato se empieza a ver con un sentido de mayor importancia al momento de cubrir eventos distan mucho fuera de lo común.

La presencia de estos equipos como herramienta de cobertura ha permitido que el usuario pueda captar imágenes de ciudades devastadas por la guerra, desastres naturales, cubrir conflictos bélicos o atentados terroristas; y no se puede dejar fuera al deporte y sus diferentes competencias (López, 2016). El surgimiento de nuevas herramientas para un mejor trabajo periodístico también lleva al periodista a desarrollar una nueva retórica narrativa que permita que el ciudadano pueda ser capaz de asimilar y aceptar esa nueva manera de contar desde un punto de vista que no se ha podido grabar antes.

"Los drones permiten captar imágenes allá donde la tecnología tradicional no alcanzaba a llegar, desde zonas remotas o inaccesibles o peligrosas de conseguir de otra manera" (López, 2016, p.250). La tendencia de un tráfico digital a través del uso de robots y el periodismo asistido por ordenadores es lo que en un futuro muy cercano viven las distintas empresas periodísticas alrededor del mundo. Samanta Golberg citada por Campos (2014) destaca que:

> En 2013 varias empresas periodísticas han incrementado el uso de la inteligencia artificial para investigar, analizar y traducir datos a informaciones, poniendo como ejemplo las estadísticas deportivas, el periodismo financiero, la selección de despachos informativos, la segmentación de perfiles y otras magnitudes (Campos, 2014 p.357).

Los nuevos medios y las redes sociales digitales han empezado a usar la inteligencia artificial y el uso de robots y drones para la generación de contenidos y la interacción de las relaciones sociales. "Los drones informativos representan, sin duda, un reto inquietante para los periodistas y los investigadores en el presente continuo o futuro inmediato" (Campos, 2014, p.358). Los drones nos permiten obtener imágenes en sitios donde quizá con el uso de una tecnología tradicional no se podría alcanzar.

El uso de estos equipos sofisticados en tecnología, como los drones se empieza a hacer para cuestiones como la captura de imágenes en algunos medios a lo largo de América Latina, medios la Prensa Gráfica Salvadoreña, medios en México, Perú y Brasil han usado drones para la cobertura informativa. Lo mismo ha hecho Argentina en medios como el Clarín, Telefé, la Voz del interior y Los Andes. Con el paso del tiempo la utilización del dron no sólo se limitará a fines informativos, sino que además será un recurso muy bien utilizado

para otros fines; los rodajes de películas, el rescate de personas, la demostración de devastadas zonas naturales por efectos naturales o la mano del hombre (López, 2016).

Por su parte Eva Domínguez (2015) manifiesta que el periodismo inmersivo no ha sido ajeno al ámbito de la comunicación, ya en la década de los 90 (siglo XX), y en la primera década del siglo XXI. En Estados Unidos se comenzaron a dar los primeros seminarios organizados por la *University of Minnesota* en el 2001 y 2002. Así Domínguez señala:

> El audio interactivo e inmersivo, el vídeo y la fotografía en 360 grados, las cámaras web, y el vídeo y la fotografía en tres dimensiones o la realidad aumentada ofrecían caminos de exploración para el relato periodístico y aumentaban la sensación de exploración de un lugar (2015, p.414).

Es los últimos años de este nuevo siglo las plataformas digitales de comunicación y las redes sociales han expandido exponencialmente el entretenimiento, la conversación, la hibridación, la viralidad y gamificación lúdica, esto ha generado lo que Campos llama una *información light* (Campos, 2014).

2.4.3 El cómic periodístico

Figura 5. Caricatura periodística

Fuente: Diario el Universo, 11 de mayo de 2017

A lo largo de la historia el dibujo y el periodismo se han relacionado a través de la caricatura y la tira cómica. Sin embargo, en los últimos años ha surgido una nueva forma de hacer comunicación mediante el dibujo: el cómic periodístico. En Ecuador por ejemplo un

vivo ejemplo de este tipo de periodismo es el caricaturista Bonil, quien a través de sus dibujos ha representado a una sociedad que está en desacuerdo con las políticas y actuaciones del gobierno.

Debido a su trabajo Bonil, ha tenido que enfrentar algunos juicios y persecuciones políticas por parte de la desaparecida Superintendencia de Comunicación (SUPERCOM), ente regulador y ejecutor de la Ley de Comunicación (LOC-2013) en el país.

Thomas Nast (1840-1902) es reconocido como quien introdujo el dibujo en la labor periodística a través de sus colaboraciones en *Harper´s Weekly*. Es considerado como el padre de la caricatura política. "Los cómics, tal como los entendemos hoy, inician su desarrollo artístico y editorial a partir de los años 30 del siglo XX y tienen lugar en los Estados Unidos en la época de la Gran Depresión" (López, 2016, p.252). El periodismo de viñetas ha transformado la manera de contar y narrar el reportaje o la crónica de inmersión además de la entrevista, permitiendo así tener una alternativa diferente de informar a la gente.

Melero (2011) realiza una sinopsis de algunos de los principales medios y ejemplos de periodismo cómic, incluyendo trabajos como *Cartoline da Roma* (Postales de Roma) del autor Marco Lodoli y Lorenzo Mattoti. *XXI/Virgtetun* reportajes de investigación a través de las tiras cómicas. Los cómics, usados en cualquier tipo de formato no son más que combinaciones de palabras e imágenes en una determinada secuencia con el objetivo de comunicar historias e ideas.

Eisner (1998) habla de un *comic book* que muy bien se puede extrapolar su definición así:

> El comic-book consiste en un montaje de palabras e imagen, y por tanto exige del lector el ejercicio de sus facultades visuales y verbales. En realidad, las particularidades del dibujo (perspectiva, simetría, pincelada) y las particularidades de la literatura (gramática, argumento, sintaxis) se superponen unas con otras. La lectura del comic book es un acto de doble vertiente: percepción estética y recreación intelectual (p. 10).

De igual forma Gubern (1972) añade otro matiz específico, entendiendo al cómic periodístico como "una estructura narrativa formada por la secuencia progresiva de pictogramas, en los cuales puede integrarse elementos de escritura fonética" (p.107). Con el aporte de varios de estos autores los cómics no pasan a ser un simple entretenimiento de representación de las más grandiosas historias de los súper héroes que surgieron durante los años de la Segunda Guerra Mundial, donde los soldados se entretenían leyendo al Capitán América.

El cómic tal como es concebido en la actualidad se puede definir como un medio de comunicación a través del cual se transmiten ideas. Mediante el cual se narran historias

personales o ajenas, en las que el autor busca transmitir a través de un sistema narrativo de imágenes y textos configurando el lenguaje del cómic propiamente dicho (Matos, 2015).

Uno de los casos más emblemáticos de tiras cómicas en Latinoamérica es Mafalda, personaje creado por Quino, escritor y caricaturista argentino, que supo dar vida a una niña rebelde capaz de cuestionar al mundo. A lo largo de más de 30 años de vida con Mafalda muchas generaciones aprendieron a conocer y ver el mundo desde otra perspectiva.

La crítica social, el desempleo, la rebeldía, el campo periodístico, todos y cada uno de los temas diversos de una sociedad conflictiva por los diferentes hechos que han aquejado a cada país hizo que Mafalda pudiera a través de sus viñetas narrar historias y pensamientos que impulsaran un mejor convivir entre las personas.

Figura 6. Caricatura periodística basada en historias contadas por Mafalda

Fuente: Censurado: Cero (20 de enero de 2020) https://bit.ly/3d4MbKT

Los años treinta constituyen sin duda la mejor época para el desarrollo de las tiras cómicas en la prensa norteamericana. Se empiezan a incluir dibujos más realistas y varios a

tener una saga más larga de sus personajes fijos. “Nacen los grandes cómics de prensa con las aventuras de Dick Tracy (1931), Terry y los piratas (1934), Flash Gorman (1934), el Hombre Enmascarado (1934) o el Príncipe Valiente (1937)” entre los más relevantes (Matos, 2015, p.55).

Román Gubern (1972) habla de los cómics en sus inicios como forma de expresión periodística que se transforma en un arma publicitaria. “La prensa buscaba estimular a los lectores para atraerlos a sus páginas y el crecimiento de la masa lectora, de público, se traducía en un mayor poder de control de la opinión pública” (Matos, 2015, p.53).

Con el paso de los años este medio de comunicación el cómic fue evolucionando en su formato de difusión: aparecen los *Cómic Book*, publicaciones periódicas que en sus inicios representaban varias historietas de personajes fijos. Este tipo de publicaciones tenían mayor acceso entre un público más popular, por su bajo costo y su calidad de impresión de formatos pequeños.

En la época de 1930 a 1960, aparecen en Estados Unidos las historietas de los héroes y superhéroes, empezando con Superman de Joe Shurter y Jerry Siegal, quienes vendieron su obra a Harry Donenfeld, editor de Detective Comics Incorporated; y es él quien en 1938 saca a la luz a Superman.

Después aparecerán otros héroes como Batman, creado por Bill Finger y Bob Kane. Luego del Cómic-Book, aparecería el Cómic Western de la mano de Stan Lee; Martin Goodman propietario de Marvel, encarga a Lee crear un nuevo formato de tiras cómicas que haga frente a los súper héroes que ya habían surgido para velar por el bienestar y la justicia. Es así como Stan Lee crea un universo propio de ficción, naciendo así Los 4 fantásticos, Spiderman, Hulk, Los Vengadores o la Patrulla-X, “Posiblemente el gran acierto de este guionista fue la condición humana de sus héroes: los protagonistas era seres irascibles, pendencieros, imperfectos, psicológicamente abrumados por su condición de superhéroes” (Guiral, citado por Matos, 2016, p.57).

2.4.4 El webdoc

El *webdoc* es la forma más común e interactiva que expresa el periodismo transmedia. Eva Domínguez de la Universidad Pompeu Fabra de Barcelona, explica que el *webdoc* es un documental o reportaje pensado y creado para la web. “Este género híbrido que atrae profesionales de ámbitos diversos y planteamientos narrativos de estructuras y recursos digitales novedosos se alinearía con lo que Alfredo Cramerotti llama periodismo estético” (Domínguez, 2015, p.420).

Este nuevo recurso informativo, el *webdoc* es un documental interactivo, multiformato, es decir que nace pensado para ser difundido a través de la Internet; está enriquecido a través de múltiples recursos audiovisuales. Es una herramienta multimedia que va combinada con texto, foto, vídeo, audio y animación de forma interactiva, didáctica e incluso educativa. García define al *webdoc* en la siguiente forma:

En la frontera entre el reportaje multimedia y el documental, el *webdoc* es un formato

de realidad creado para Internet. En un *webdoc*, la interactividad, la multimedia y la

> hipertextualidad son elementos clave; además, la diversidad de recursos narrativos y la implicación del usuario aportan una experiencia inmensa (García, 2014).

Hay que recordar que la intención de todo recurso narrativo tiene una intención fundamental la de difundir información y captar el interés de las personas que tal vez no tienen un hábito de la lectura pero que sin embargo se sienten a gusto informándose a través de Internet. "El *webdoc* puede definirse, de manera resumida, como un documental interactivo, que se difunde a través de Internet, y que se vale de todas las posibilidades del entorno digital y de la web 2.0" (Subires, 2019, p.88). A través de este recurso se busca mostrar la realidad de una forma complemente distinta, no es necesario llevar una linealidad en el relato, puede estar la historia fragmentada, es el público el que decido que camino recorrer, es él quien da el relato final.

> El webdoc, en su versión interactiva, accesible a través de Internet, tal y como se conoce hoy día, comienza a desarrollarse, por tanto, a partir de la década del 2000, coincidiendo con la consolidación del uso de Internet entre los usuarios, el aumento del ancho de banda y la irrupción de la denominada web 2.0 (Subires, 2019, p.89).

Desde el año 2002, después del Festival de Cine Real del parisino Centro Pompidou, el *webdoc* empezó a tener mayor acogida entre las diferentes productoras a nivel mundial, así como una aceptación por parte del público. Entre el 2005 y 2011, surgen un sinnúmero de proyectos interactivos, cada uno con un objetivo diferente, pero con un punto en común, difundir casos, situaciones o hecho de interés común para las personas. Es así que surgen *La cite des mortes*, *Ciudad Juárez*, como los primeros documentales desde una perspectiva actual producidos por Alexandre Brachet. Luego en el 2007 aparecería *Thanatorama.*

En el 2008, aparece *Gaza-Sderot*, un documental que busca representar la vida que viven las personas entre la Franja de Gaza e Israel. Para el 2010 surge *Prision Valley*, fue el primer *webdoc* en conquistar a un gran público. En ocho meses después de su lanzamiento alcanzó hasta 600.000 visitas.

Figura 7. Portal del proyecto *Webdoc*

Fuente: http://www.doclab.org/2008/gaza-sderot/

La gran capacidad profesional se pone de manifiesto con las constantes apariciones de trabajos que se autoclasifican como *webdoc*. Eva Domínguez expresa que el *webdoc* es considerado tanto un género que se circunscribe a la tradición del documental audiovisual como una forma híbrida y terreno común en el que confluyen profesionales y aportaciones de distintos ámbitos. Gaudenzi (2012), define al documental interactivo como un "documental en vivo, una forma que es interactiva, puede verse como un ensamblaje y tiene posibles niveles de comportamientos autopoéticos". La producción de los documentales a nivel mundial ha sido variada, sin embargo, hay que destacar las aportaciones que han realizado en este campo Francia y Canadá.

El apoyo del canal Arte en Europa y de la National Film Board of Canada son quienes han nutrido buena parte de las producciones innovadoras en ambos países. El inglés y el francés son los idiomas predominantes en los contenidos de *webdoc*. Lo que le hace novedoso y potente a este formato visual, así lo reconoce Caspar Sonnen en su interfaz cinemática. El *webdoc* se concibe como un medio visual, donde su capacidad inmersiva se debe en buena parte al aporte que hace a la historia (Domínguez, 2013).

2.5 Narrativas audiovisuales para televisión

Las narrativas transmedia están de moda. Hace algunos años todos hablábamos de multimedia e interactividad, ahora las palabras son convergencia y transmedia. Como se ha dicho antes, el término transmedia fue acuñado en el 2003 por Henry Jenkins en su artículo "*Transmedia Storylling*" publicado en Technology Review.

La transmedialidad se ha vuelto tema de investigación por autores de distintas disciplinas (Media Studies, Narratología, Artes Visuales, marketing, Literatura Comparada, Semiótica, Estudios teatrales y de la Perfomance, Game Studies, Sociología, entre otros) (Sánchez y otros, 2016).

Scolari (2013) hace una reflexión muy acertada con relación al desarrollo de la humanidad y el mundo actual; el que estamos atravesando en estos tiempos. Si bien empieza manifestando que las narrativas siempre han existido y que son estas las que han permitido que el hombre pueda sobrevivir hasta la actualidad. El hombre por su mismo instinto es un

ser capaz de crear, ficcionar, imaginar escenarios futuros y hasta es capaz de prever situaciones, construir hipótesis y prepararse de antemano.

En palabras de Scolari (2013) más que Homo sapiens somos Homo fabulators, es decir nos encanta escuchar, ver o vivir buenos relatos. “En el caso de la narrativa, no importa tanto que sea verdad, sino que sea verosímil. Un relato creíble. Las narrativas nos rodean, pero también deambulan por los recovecos de nuestra mente” (Scolari, 2013, p.17).

Varios autores señalan los cambios que están marcando los nuevos medios con relación a los medios antiguos, por ejemplo, Galán y Herrero (2011) señalan que los nuevos medios no han sustituido a los anteriores, sino que más bien han aportado nuevas formas de complementariedad.

> Estas nuevas “ventanas” complementarias a los canales tradicionales, resultan más atractivas para el sector de público juvenil, acostumbrado a una información más fragmentada y dinámica, a lo que se suman ventajas como la posibilidad de elegir cuándo y dónde desean ver el producto de ficción, opinar sobre el mismo a través de las redes sociales e integrarse en colectivos de seguidores de sus programas o series favoritas (Galán & Herrero, 2011, p.400).

Por su parte Dwyer, Tabernero y Tubella (2008) expresan que no es el fin de la televisión como medio de comunicación, sino que es el fin de una determinada forma de cómo veníamos usando el medio, ahora hay nuevas formas de consumir que nos obligan a estudiar a nuevos usuarios y por ende los nuevos usos.

Jenkins (2008) nos habla que la nueva cultura participativa se está configurando en la intersección de tres tendencias:

> 1.- Las nuevas tecnologías y herramientas permiten a los consumidores archivar, comentar, apropiarse y volver a poner en circulación los contenidos mediáticos.
>
> 2.- Una gama de subculturas promueve la producción mediática del “hazlo tú mismo” un discurso que condiciona el uso de esas tecnologías por parte de los consumidores.
>
> 3.- Las tendencias económicas que favorecen los conglomerados mediáticos horizontalmente integrados fomentan el flujo de imágenes, ideas y narraciones a través de múltiples canales mediáticos y demandan tipos más activos de espectadores (p.141).

El nuevo consumidor de medios ya no es un espectador de la televisión, ahora tiene una visión más amplia de contenidos, y por ende puede navegar a través de diferentes soportes. Es así que el nuevo consumidor audiovisual ya no depende de un horario de programación que lo daban las grandes cadenas. Ahora la parrilla de programación la puede armar el mismo espectador, este se ha vuelto como un *prosumidor*, como lo define Scolari (2013). Es decir, se ha vuelto un creador de contenidos que contribuye con experiencias y nuevas propuestas.

Bellón (2012) en su artículo *Nuevos Modelos Narrativos: Ficción Televisiva y Transmedia*, propone una clasificación acerca de las diferentes extensiones transmediáticas en las series de televisión. Cada una de ellas busca responder a la función que cumplen respecto al relato principal de la serie de televisión, expondremos algunas. O en otro sentido lo manifiesta Bellón, busca demostrar en qué sentido complementar la experiencia del consumidor.

1. Multiplican las oportunidades del receptor

Las diversas cadenas de televisión han empezado a ofrecer sus contenidos en sus *websites*, con el afán de no perder a las audiencias residuales. Se trata de la estrategia *Catch up TV*.

> Este tipo de televisión no canibaliza ingresos, pues se emite con la misma publicidad.
>
> Además, permite a los canales de televisión segmentar su oferta de programas y construir una marca en la red. Por el contrario, a los espectadores les aporta una gran flexibilidad al no depender de horarios fijos (Álvarez, 2011, p.96).

Algunos de los casos de la estrategia *Catch up TV*, los podemos ver actualmente en cadenas como la NBC, quienes para el 2005 comenzaron con la emisión de los capítulos de *The Office* a través de iTunes. Así mismo la serie española *El Internado* (Antena 3, 2007-2010) ha sido difundida a través de la web, teniendo producción propia para la web del canal que la produce.

Figura 8. El internado transmitido por la cadena de Antena 3

Fuente: basado en el Website el Internado, Antena 3. https://goo.gl/o9o77Q

Las tv-movies o telefilms, miniseries y la ficción histórica son los formatos y géneros que han proliferado, sobre todo, a partir del 2009. Recordemos que en los años ochenta es cuando inicio el género de ficción histórica, no será hasta la década del 2000 cuando se desarrollen ficciones basadas en la historia española más reciente, casos como la Dictadura de Primo de Rivera (*La Señora*, TVE, 2008-2010), la II República, la Guerra Civil (*Amar en tiempos revueltos*, TVE, 2005-2012) (Sánchez, 2012). En febrero de 2008, Antena 3 fue el primero en emitir el episodio de Física o Química (36 horas antes de su estreno en la televisión), a través de los teléfonos móviles; lo que demostró que el anticipar su presentación a través de la web y dispositivos móviles no restaba espectadores, más bien al contrario, fidelizaba al público.

2. Profundizan en el universo narrativo

En este punto se hace énfasis en lo señalado por Carlos Scolari (2013) quien dice que se debe comenzar a desarrollar estrategias cross-media desde la primera fase de desarrollo del personaje o mundo narrativo.

El mundo narrativo consiste en permitir que la historia se expanda a través de varios medios, esto debe realizarse de forma progresiva, de acuerdo con el *feedback* que se va generando en la historia.

Scolari (2013) afirma al describir el universo narrativo señala que "lo importante, en todo caso, es que los productores/guionistas piensen en transmedia desde el primer momento en que se crea un universo narrativo" (p.43). Se puede considerar como antecedente de la expansión del mundo narrativo a *Twin Peaks* (ABC, 1990-1991), cuya plataforma *Alt.tv.twinpeaks* consiguió congregar un elevado número de fans para compartir la información y tratar de desvelar entre todos el misterio del asesinato de Laura Palmer

(Jenkins, 2010). El éxito fue para los espectadores al conseguir expandir el relato a través de la web.

En la actualidad el caso más paradigmático que ha marcado un antes y un después, debido a que la Internet ha logrado un mayor alcance entre los usuarios ha sido *Lost* (ABC 2004-2010). Los millones de fans interactúan a través de Internet con la finalidad de compartir y recopilar pistas para poder descubrir los diferentes misterios que se plantean en la serie. Esto es posible gracias a que los creadores aportan varias pistas en la red, permitiendo así que los espectadores vayan más allá.

En la temporada final de la serie los creadores permitieron que los espectadores desarrollaran una pieza publicitaria de aproximadamente 40 segundos, con el propósito que fueran ellos quienes anunciaran el final de la serie.

3. Justifican la trama del relato principal

En la tercera clasificación que hace Bellón (2012) permite que el espectador comprenda el por qué (s) de la historia. A través de las narrativas transmedia tratar de solventar los diferentes inconvenientes derivados de la producción. Para comprender esta afirmación, vale citar la serie *Misfits* (E4 2009), "El inconveniente se produjo cuando al finalizar la segunda temporada, el actor que encaraba al protagonista más popular de todos, Robeth Sheehan abandona la serie" (Bellón, 2012, p.24). Los productores, para solventar este inconveniente para la futura temporada, deciden producir un *webisodio* de doce minutos, donde señalaban la justificación de la desaparición del personaje.

4. Convierten el universo narrativo en infinito

En este caso, la idea es permitir que el espectador a pesar de haber concluido la serie puede seguir siendo parte de ella. Por ejemplo, para la serie *Lost* desarrollaron varios juegos: *The Lost Experience, Find 815 o Dharma Initiative Recruting Project.* Todos estos juegos de realidad alternativa permitían que el espectador tuviera la oportunidad de interactuar en el entorno mismo de la serie. Otro caso, en la serie *Breaking Bad*, ofrecía al espectador en su sitio web una serie de novelas gráficas con temas alternativos, donde el fan encarnaba a uno de los protagonistas y esté podría decidir respecto a algunos de los pasos que dar, influyendo así en el resultado final (Bellón, 2012).

5. Traspasan el pacto de ficción del relato principal

La característica principal de este punto es permitir que el fan o espectador, forme parte de la serie, fomentando así una mayor interacción con los creadores y los personajes "un diálogo cómplice", permitiendo así jugar con la ficción y la realidad que puede ver el espectador.

Varias series han permitido dar este paso con sus fans, entre ellas podemos destacar a *How I met your mother*, en cuyos capítulos Barney se hace pasar por uno de los personajes principales con la finalidad de realizar varias conquistas. Otro caso en *Breaking Bad*, en cuyo caso el hijo del protagonista logró crear una web para recoger fondos y aportar a la cura de la enfermedad de su padre. Los espectadores para permitirse comprender mejor la serie y los diferentes momentos que pasan, pueden acudir a estos recursos alternativos y así ayudan a la expansión del relato de la historia.

6. Aumenta el beneficio económico

En la actualidad la expansión del mundo narrativo ha llevado a los creadores de las diferentes series y producción a generar diversos ingresos por la venda de sus productos. Muchos lo denominan a esto como un *merchandising* que se relaciona con la serie en cuestión. Por ejemplo:

> EI rico universo narrativo de la saga de La guerra de las galaxias ofrecía incontables imágenes, iconos y artefactos susceptibles de reproducción en una amplia variedad de formas. Pese al largo intervalo entre las fechas de estreno de El retorno del Jedi (1983) y La amenaza fantasma (1999), Lucasfilm continuó generando beneficios de su franquicia de La guerra de las galaxias mediante la creación de novelas y cómics originales, la distribución de cintas de vídeo y de audio, la continua comercialización de juguetes y artículos de La guerra de las galaxias, y el mantenimiento de un sofisticado aparato publicitario que incluía un lujoso boletín mensual para los fans de La guerra de las galaxias (Jenkins, 2008, p.150).

En fin, toda producción ahora posee a través de la Internet una página web, mediante la cual incluso puede comercializar cada uno de sus productos, permitiendo así expandir su narrativa.

2.6 Las Redes Sociales

Todos hemos oído hablar de las redes sociales, llámese estas *Facebook*, *Twitter*, *Instagram*, *Tuenti*, *Tik Tok* entre otras. Las redes sociales han existido desde los inicios de la civilización humana, "cuando el hombre establecía lazos familiares y amistosos para sobrevivir en un entorno amenazante, en los albores de la humanidad; y para compartir experiencias, deseos y expectativas con sus allegados, posteriormente" (Mancinas-Chávez y Nogales Bocio, 2011, p. 668). Para las nuevas generaciones son un nuevo espacio y campo de interacción y comunicación con su entorno. No así para las generaciones mayores, para ellas son un mundo nuevo por descubrir. Siempre la red social va a estar conformada por los sujetos o individuos que son significativos cercanos al individuo, constituyendo así su ambiente social primario. Está puede estar constituida por los miembros de la familia nuclear, amigos, vecinos, compañeros de trabajo y conocidos de su contexto (Abello, 1999).

Mancinas y Nogales (2011), definen a las redes sociales como:

> Sitios en Internet diseñados para facilitar al usuario el contacto personal a través de la publicación de un perfil, una herramienta que le permitirá compartir información

> personal y profesional, además de contenidos audiovisuales con usuarios que pertenecen a su círculo o con toda la comunidad (p. 668).

En la actualidad el contexto social se mueve alrededor de las redes sociales, las personas están más presentes a través de una de estas plataformas. Redes que han permitido expandir la zona de confort de los usuarios, esto sin la necesidad de movilizarse de la comodidad de su hogar.

Una vez que se ha concedido al futuro usuario el acceso a un sitio web de redes sociales desde este mismo instante esté puede comenzar a relacionarse. Esta relación puede incluir la lectura de las páginas de perfil de otros miembros y, posiblemente, incluso ponerse en contacto con ellos; puede organizar y combinar todos sus perfiles (Hermoso, 2010). Algunos de los beneficios que podemos encontrar al utilizar una red social es el poder hacer amigos, mantener una diversidad que la Internet nos permite conocer de diversas partes del mundo. Esto significa que podríamos entablar amistad con otras personas de cualquier sitio y que estén conectadas a una red social.

"Las redes sociales permiten a1 usuario la creaci6n de una identidad virtual y con ello apelan a las pulsiones más ególatras o narcisistas de los seres humanos, facilitando la proyecci6n del propio yo a través de la Red" (Mancinas y Nogales, 2011, p.670). El usuario pasa a crear una personalidad completamente digital, proyectando una imagen digital de su propia personalidad o en algunos casos una identidad inventada, un yo inventado (Mancinas & Nogales, 2011).

2.6.1 El fenómeno de las redes sociales

El fenómeno de las redes sociales se da con el aparecimiento y la futura expansión de la Internet, en la conocida web 1.0 no se sintió el mayor crecimiento de las redes, más si ya con el aparecimiento de la web 2.0; misma que se basa en una mayor interacción e interconexión entre varias personas en una misma plataforma.

Las redes sociales son aquel conjunto de vínculos que unen tanto a miembros individuales como a colectivos de una sociedad en distintos momentos sin necesidad de manejar un mismo lenguaje (Oltra, 2003). La función principal de estas plataformas digitales es la interacción, los miembros ingresan para interactuar con los demás; se debería de pensar en las redes sociales como algo colectivo más no algo individual.

Las redes sociales han llegado a adoptar formas, costumbres y comportamientos de la relación de las personas en la vida real. Si bien desde sus inicios las interacciones y la comunicación entre las sociedades se han dado de acuerdo con los intereses comunes de cada miembro.

> Este tipo de herramientas comunicativas nos ofrecen, pues, una nueva realidad. Se trata de una hibridación de dos modalidades: plataformas para crear, editar y compartir contenidos generados por el usuario (User Generated Content), dando lugar

> a las redes sociales denominadas "de contenido", y, por otro lado, sitios enfocados a generar servicios on line para favorecer las relaciones sociales (Online Social Networking) (Mancinas & Nogales, 2011, p. 671).

Esta nueva forma de comunicación ha permitido que se rompa el sentido físico de podernos comunicar, se han roto las limitaciones físicas.

> Las redes sociales gracias a su evolución se han convertido en un espacio de contenidos multimedia en donde los usuarios pueden gestar contenidos como: video, texto, audio, imágenes. Además, estas páginas se preocupan por la sociabilización de las personas, así crean grupos, foros, mini blogs, *fanpage* en donde los usuarios pueden participar activamente (Hermoso, 2010, p. 15).

En definitiva, las redes sociales se han convertido en un espacio en la Internet, a través de las cuales los usuarios se unen mediante vínculos conforme a sus intereses; con estos espacios ellos pueden participar libremente y convertirse en gestores de contenidos en los diferentes formatos.

2.6.2 Aplicabilidad y usos de las redes sociales

Las redes sociales se han convertido en un fenómeno social que desde su aparición en la web han ido desarrollando sus servicios, que son plataformas que ofrecen un conjunto de herramientas, por la popularidad y uso masivo que han llegado a tener se las ha denominado redes sociales (García, et al, 2015).

Una de las principales características que poseen las redes sociales es su capacidad y adaptabilidad para que las personas puedan trabajar en grupo dentro de estas; permitiendo así expandir el círculo de relaciones que mantienen los usuarios con otras personas, pudiendo así a través de las redes sociales comprender uno o varios de los siguientes elementos (Hermoso, 2010):

- Soporte a la interacción conversacional.
- Soporte a la retroalimentación social.
- Soporte a las redes sociales.

Las redes sociales a este tiempo se han posesionado como un claro mecanismo de interacción, relación y comunicación. Diversas son las ofertas de páginas web que nos permiten potenciar estos elementos, entre las que podemos encontrar blogs, *YouTube*, redes sociales, wikis. Galán afirma "Estas nuevas aplicaciones y servicios permiten a las

organizaciones y a los individuos, nuevas formas de comunicarse, interactuar entre ellos y, en definitiva, generar un aprendizaje colectivo" (2011, p.7).

Las redes sociales son un soporte que no sólo se la está utilizando de forma individual, también ha sido blanco de las empresas, instituciones públicas, privadas, gubernamentales e incluso centros educativos, quienes ven en estas plataformas una oportunidad para mantener a sus usuarios informados gracias a las facilidades y mecanismos que estas poseen. Lo fundamental de destacar en esta parte es el rol activo que tiene el usuario, en donde con plena libertad se siente en la capacidad de poder interactuar, generar contenido y crear opinión acerca de un tema determinado.

A continuación, se señala los diferentes tipos de redes sociales que podemos encontrar:

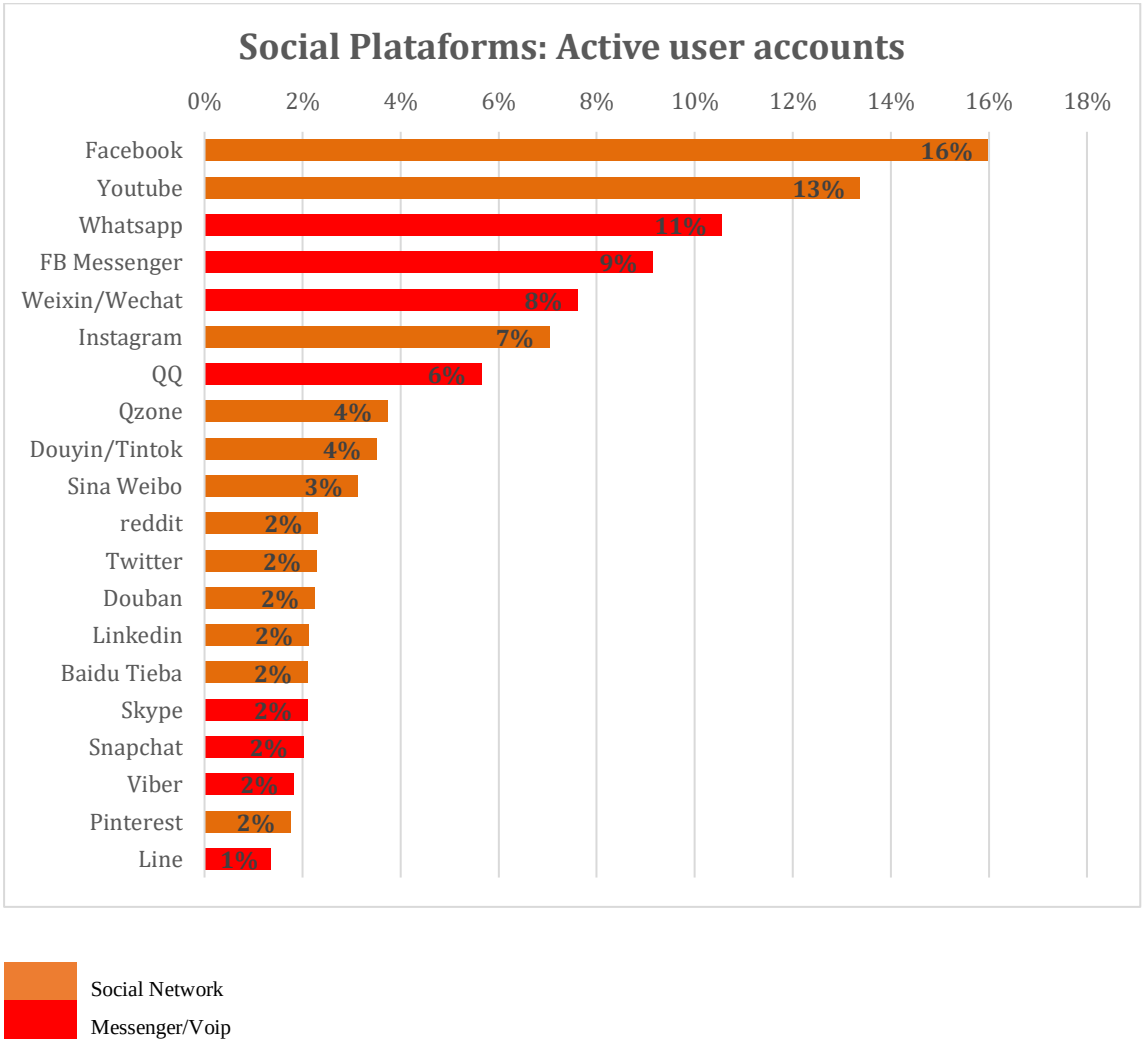
Tabla 2. *Diferentes tipos de redes sociales*

Tipos de Redes Sociales	Nombre
Redes sociales generales	*Facebook, Twitter, Google+, Netlog*
Redes sociales profesionales	*LinkedIn, Xing, Viadeo, Academia.edu*
Redes sociales personalizadas	*Ning, Group.ps, Socialgo*
Plataformas educativas sociales	*Edmodo, Schoology*
Las redes sociales instalables	*Elgg, Buddie Press, Dolphin*

Fuente: García, et al, 2015

Las redes sociales más populares como: *Facebook*, *Twitter*, *Google Plus*, *Linkedin*, *Instagram*, *Tik Tok*, han conseguido que la comunidad estudiantil y universitaria se aventure a utilizarlas sin ninguna necesidad de capacitación debido a su fácil manejo, poseen un entorno intuitivo y permiten experimentar las fases de ensayo y error (García, Navarrete, Medina, y Ruiz, 2015). Esta actitud a hecho se considere a los nacidos a partir de los años 80 (siglo XX) como los nativos digitales, debido a que poseen capacidades tecnológicas propias de su generación y las utilizan como parte de su cultura y vida diaria, en tanto que son pocos los docentes que utilizan las redes sociales, esto debido a factores como: según los detalla García, Navarrete, Medina, y Ruiz, (2015), falta de competencias en TICs, falta de habilidades autodidactas de aprendizaje, percepciones limitadas, riesgos y peligros (adicción, contenidos inapropiados, ciberbullying, grooming, sexting, etc.) o simplemente las consideran como herramientas de ocio, diversión o un simple medio de comunicación (García, Navarrete, Medina, & Ruiz, 2015).

Figura 9. Porcentaje de usuarios que usan redes sociales a nivel mundial



Fuente: Digital 2019, We Are Social y Hootsuite https://bit.ly/2BjvBpX

Desde el aparecimiento de las redes sociales, la información se ha vuelto más pública y de mayor divulgación entre las personas. Valenzuela (2013) afirma "Las redes sociales favorecen la publicación de información, el aprendizaje autónomo, el trabajo en equipo, la comunicación, la realimentación, el acceso a otras redes afines y el contacto con otros expertos, entre los elementos" (p.9). Las redes sociales se han convertido en una pizarra de aprendizaje para los usuarios, consumen contenido de canales afines a sus intereses en el ámbito educativo o de redes especializadas en áreas de trabajo, información, entretenimiento, deportes, ocio, etc.

2.6.3 Facebook

Facebook es la red social con mayor aceptación en la actualidad. Para finales del año 2016 contaba ya con cerca de 1860 millones de usuarios activos en todo el mundo. Para el año 2020 la red social cuenta con 2449 millones de usuarios. Mark Zuckerberg, en el 2004, junto con Eduardo Saverin, Chis Hughes y Dustin Moskovitz crean la red social.

Empezó en Harvard como un proyecto piloto, broma que nacía de un estudiante de Ciencias de la Computación, convirtiéndose así en la red que dominaría los siguientes años de la segunda década del siglo XXI (Redondo, 2010).

Para octubre del 2003, el joven universitario Mark Zuckerberg lanzaba lo que conoceríamos como la primera versión de la red más popular *Facemash*, según Redondo (2010) "esta red venía a ser la versión de Harvard de la web <HotOrNot.com>, donde se valoraba el atractivo físico de distintas personas y que había realizado en un tiempo record: una semana" (p.36). Lo que llamó la atención de este joven para crear esta web fue el interés por la programación y los algoritmos que hacían que este sitio funcionara.

Figura 10. Apariencia de Facebook en sus inicios

Fuente: Imagen del primer *Facebook*, publicada por IHODI (20 de septiembre, 2016) https://bit.ly/2Idm5Lk

Es así, que el 4 de febrero de 2004 y de uso exclusivo para estudiantes de la universidad Harvard, nacía <therfacebook.com>. "Una vez online, pronto captó la atención de la comunidad estudiantil y más de dos tercios de los alumnos se inscribieron en la página en apenas dos semanas" (Redondo, 2010, p.37). Para octubre del mismo año, *Facebook* había ya superado la cifra de medio millón de usuarios, dato que para el día de hoy nos parecería ridícula, en su momento concertaba a toda la élite de la comunidad universitaria de estados Unidos.

Facebook, terminaría el año 2005 con cerca de 5.5 millones de usuarios y una funcionalidad parecida a la que conocemos actualmente. En el 2006 se incrementan algunas funcionalidades sobre todo para empezar a compartir datos (por ejemplo, vídeos de *YouTube*), además la posibilidad de poder crear post. "En definitiva, se integró con el resto de las herramientas de la denominada <<Web 2.0>>, que han pasado a dominar junto con

Google, la Internet de hoy en día" (Redondo, 2010, p. 43). Esta red social ha dejado muy en claro sus funcionalidades, las misma que han ido mejorando con el paso de los años, permitiendo a los usuarios:

- Buscar personas de su facultad
- Conocer a los compañeros de clase
- Ver quiénes son los amigos de sus amigos
- Ver una representación visual de su red social

En el 2007, comienza a expandirse con otros recursos para sus usuarios, surgiendo así herramientas exitosas como el juego *Farmville*, además de crear una versión adaptada para el móvil. Es así, en tan sólo tres años de funcionamiento *Facebook* alcanzaba los 50 millones de usuarios, superando a su competencia que para aquella entonces era *MySpace*.

2.6.4 Twitter

Twitter es una red social diferentes a sus antecesoras, algunos han dudado en llamarla una verdadera red social. Esta red de transmisión de mensajes cortos surgió allá por el año 2006, de mano de un grupo de jóvenes emprendedores quienes trabajaban para una empresa de podcasts. Jack Dorsey, Biz, Stone y Evan William, intervinieron en la creación de esta revolucionaria herramienta. "El primer mensaje enviado por *Twitter* fue de Dorsey a las 12:50 de un día de marzo de ese mismo año y decía: Just setting up my twttr (sólo ajustando mi twttr" (Redondo, 2010, p. 45). La característica principal de esta red social, es permitir una comunicación a través de mensajes cortos de una duración de tan sólo 140 caracteres por mensaje, sin embargo, en septiembre del 2017 *Twitter* anunciado que aumentará el número de caracteres de sus mensajes a 280 caracteres, cambiando así su objetivo principal, el de informar de una forma rápida y directa. Algunos estudiosos y fieles seguidores de *Twitter* como Albertina Navas (consultora en comunicación estratégica) y José Luis Orihuela (docente de la universidad de Navarra), señalan que con este cambio *Twitter* lo que busca es tratar de mantenerse con una mayor presencia, dado que ha perdido la hegemonía de hace algunos años.

Figura 11. Apariencia de Twitter en sus inicios

Fuente: Daniel Espla, (2020) el output. https://bit.ly/35cldj7

España junto con México y Chile son los países de habla hispana donde más popularidad ha tenido *Twitter*. Así lo señala Redondo indicando que "uno de los ejemplos más claros de utilidad ha sido en algunas crisis: el trágico terremoto de Chile multiplicó por más de diez las inscripciones en *Twitter*" (2010, p.48).

Desde el punto de vista personal, *Twitter* posee varias utilidades tanto como seguidor y seguido:

Tabla 3. Utilidades de Twitter

Como seguidor	Como seguido
Información en tiempo real de noticias relevantes, tanto generales como de las áreas que más nos interesen, y en especial si son sobre nuevas tecnologías.	Compartir información relevante y contar con una propia voz o medio de expresión, una posibilidad que se comparte con otros blogueros.
Acceso a enlaces destacados, generalmente bastante recientes y útiles	Capacidad para establecer recomendaciones de enlaces, de utilidad para otros usuarios.
Formación informal: la posibilidad de seguir a expertos importantes a los que de un modo habitual se tendría acceso en momentos muy puntuales, congresos, seminarios, etcétera.	Posibilidad de conectarse con otros colegas y amigos a los que habitualmente, por cuestiones de tiempo o geográfica, no tenemos acceso.

Fuente: "*Socialnets*", Redondo, J. 2010

2.6.5 Videos (YouTube)

YouTube Inc. fue fundada por Chad Hurley, Steve Chen y Jawed Karin en febrero de 2005 en San Bruno-California. Todos ellos se conocieron cuando trabajaban para la plataforma de pagos en línea *PayPal*.

La idea fundamental de cómo realmente surgió esta red social aún es una incógnita, dado que entre sus propios fundadores se reconoce dos o tres versiones de como inicio la idea, se habla que sucedió en una fiesta, otra versión se dice que fue como una idea para compartir videos inspirándose por un sitio de citas denominado *HotorNot.com*, lo que sí está claro es que la idea tuvo su evolución y éxito una vez que fue creado el proyecto en el año 2005, y se consolidó cuando fue adquirida por *Google* en 2006.

Para subir tus videos debes de contar con una cuenta en *YouTube*, sin embargo, no se requiere una para ver los vídeos compartidos por otra persona. Es común encontrar vídeos en *YouTube* como parte de otras páginas Web gracias a las facilidades que otorga para ese fin.

Figura 12. Primer video subido a YouTube

Fuente: Diario *El País*, 23 de abril de 2018. *YouTube* cumple 13 años. https://bit.ly/2K7LVxZ

El dominio fue activado el 15 de febrero de 2005 y el 23 de abril fue cargado el primer video, *Me at the Zoo* (Yo en el zoológico). Este video considerado el primero en publicarse a través de la nueva plataforma tuvo una duración de 19 segundos.

Se trato de un video simple y doméstico que fue grabado por un amigo de los creadores de *YouTube*. "El tráfico se disparó cuando la gente empezó a colocar enlaces de *YouTube* en sus páginas de MySpace" (Antolín, 2012, p. 28). Para diciembre de 2005, la página ya contaba con alrededor de 50 millones de visitas al día. Para el 2006 Antolín señala

que de acuerdo con *Alexa.com*, *YouTube* ya alcanzaba los dos mil millones de visualizaciones diarias.

Para el año 2020, la plataforma de videos más visitada a nivel mundial, de acuerdo con el reporte de *Digital 2020* cuenta con cerca de 2000 millones de usuarios inscritos en *YouTube.*

Existe mucha discusión alrededor del tema de derechos de autor, debido a que no sólo se agregan videos personales, sino también videos musicales, programas de televisión y fragmentos de películas o películas completas. Actualmente algunas compañías de televisión usan a *YouTube* como parte de su estrategia de promoción. El material que infringe derechos de autor es eliminado de la página cuando se hace un reclamo por parte del propietario de los derechos de autor.

YouTube es una de las páginas web más populares e influyentes en la evolución de la Internet, permitiendo que el compartir videos fuera una parte importante de la cultura en línea. En octubre del 2006 *YouTube* fue adquirida por *Google* en una transacción de 1.650 millones de dólares.

2.6.6 Prosumidores: Contenido generado por usuarios

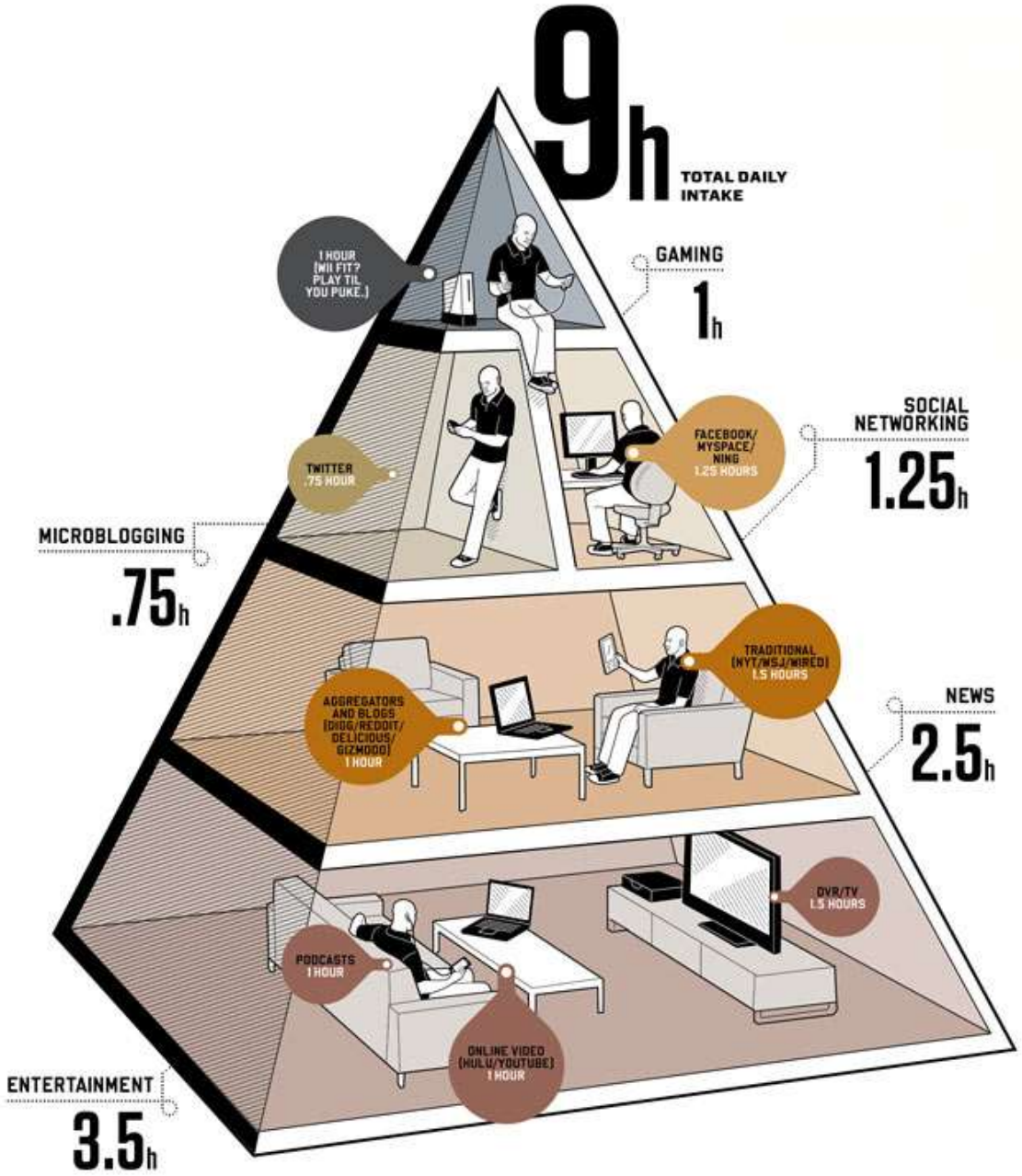
La web 2.0 y las redes sociales han abierto un abanico de comunicación entre los individual, ampliando su presencia online, quienes haciendo uso de la interacción que estas le brindan buscan alimentar sus diferentes perfiles con información personal y contenido que comparten de otras personas.

Las audiencias ya no están donde solían estar en las épocas del *broadcasting*. Scolari, nos afirma que las audiencias se han visto fragmentadas a partir de la década de 1970 y 1980 con la difusión del cable y la televisión vía satélite. “La llegada de la *World Wide Web* y la explosión de nuevas experiencias de comunicación descentralizadas no hizo más que profundizar ese proceso de fragmentación de los consumidores” (Scolari, 2013, p.220). Las audiencias se han vuelto líquidas. Aquellas audiencias que permanecían frente al televisor, observando el mismo programa a la vez, ahora ya son un fenómeno en extinción.

Ahora las nuevas generaciones tienden a observar las cosas de forma diferente, en distintos medios y con diferentes modalidades de consumo (en vivo, *streaming*, descargas, etc) (Scolari, 2013). Con el pasar del tiempo la televisión ha dejado de ser la atracción en el núcleo familiar, un proceso en el cual se destaca también la presencia de pantallas múltiples.

Las audiencias se han vuelto fluidas y cada vez son más difíciles de organizarlas alrededor de un mismo medio. Siendo este punto el fundamental para la participación de las narrativas transmedia, quienes se perfilan como un recurso ideal para volver a reconstruir esas audiencias a partir de un relato y ya no alrededor de un único medio. “A grandes rasgos, podemos decir que las narrativas transmedia deben poner sobre la mesa contenidos textuales pensados tanto para el fan del producto como para el consumidor” (Scolari, 2013, p.222). A este tiempo resulta imposible producir contenidos sin considerar primero a los fans, como tampoco se puede gestionar un mundo narrativo sin tomar en cuenta la producción a cargo de los usuarios.

Figura 13. Consumo de contenidos desde la World Wide Web



Fuente: *Hipermediaciones*, Carlos Scolari. https://bit.ly/39Eu9g1

2.7 Las narrativas transmedia en España y Latinoamérica

La evolución tecnológica ha abierto un campo a la transformación de la industria audiovisual, a partir de la década de los 90 y la primera década del nuevo siglo se vive un proceso de reconversión industrial. Surge así una nueva forma de narración generada para contar historias por medio de numerosas plataformas y formatos (Jenkins, 2009). Las Narrativas Transmedia se han convertido en los últimos años en un término que ha generado numerosas puntualizaciones (Scolari, 2009; Bernardo, 2011; Davidson, 2010; Phillips, 2012). Los espectadores han pasado de ser unos simples espectadores a ser multiplicadores

que se encargan de incrementar y asumen un papel activo en el proceso de expansión de los contenidos (Scolari, 2012).

España, es al igual que EEUU, uno de los países que está generando producciones transmedia desde hace ya algún tiempo. Una de las grandes producciones y que tuvo una repercusión internacional es el caso de *Las Tres Mellizas* una de las producciones catalanas de carácter transmedia más difundidas a nivel internacional. Los personajes de esta obra que comenzó bajo la forma de libro, empezaron su expansión en el año de 1983 y fueron creados por Roser Capdevila. En 1995 la producción de *Las Tres Mellizas* da un salto a la pantalla televisiva con la colaboración de la Televisión de Catalunya y la productora Cromosoma. La serie televisiva contó con 104 capítulos, los mismos que han sido traducidos a más de 35 idiomas y se ha difundido en más de 150 países (Scolari, 2013). El gran éxito de esta serie se debió quizá a que sus capítulos eran de una corta duración aproximadamente 26 minutos de duración. Esta serie también dio cabida a que se creará largometrajes y obras de teatro, es el caso de Gaudí (2002) y el Quijote (2005).

El avance de las producciones en España Scolari (2014) señala que más allá de los debates semánticos, el desarrollo de las narrativas transmedia en España depende en gran medida de la vitalidad y capacidad de innovación de sus grandes y pequeños actores. Paco Rodríguez, director de *Media Training & Consulting*, alerta de que las reducidas dimensiones del mercado español son un límite a la hora de embarcarse en proyectos transmedia de perfil internacional:

> En España, tanto en cine como en televisión, tenemos un menor nivel y jugamos en un mercado de menor valor. Intentaremos siempre ir de lo sencillo a lo complejo y de menor a mayor. Por ejemplo, podemos hacer un transmedia de ámbito local o nacional y quedarnos ahí, dentro de nuestro entorno o mercado, sin pretensiones de ir más allá. Pero si queremos trascender fuera de nuestras fronteras, en este caso entra la reflexión siguiente: ¿desde el inicio quiero desarrollar un transmedia mundial? ¿O lo hago a nivel local y luego intentó extrapolarlo y venderlo adaptándolo a través de unos socios internacionales? Son premisas que desde el principio debes plantearte acorde con el tamaño y dimensión de tu empresa (Rodríguez, citado por Scolari, 2014, p.182).

A menudo las obras se presentan como adaptaciones y pocas veces se apuesta por expansiones narrativas que incorporen nuevos personajes o situaciones (Scolari, 2013). Sin embargo, la situación comienza a tener su desarrollo a lo largo de España. Entre las obras más destacadas se puede mencionar *Águila Roja* (*RTVE-Globomedia*). Según Francisco Asensi–Director de Desarrollo Interactivo de RTVE–, *Águila Roja* fue el primer gran universo extendido completo generado desde RTVE:

> Comenzamos creando una web con todos los episodios de la serie que se pueden visualizar cuando los usuarios lo deseen. Posteriormente fuimos creando junto a Globomedia nuevos elementos. De este modo se empieza a construir una comunidad de fans [...] En el mundo de las redes sociales aparecen foros, páginas oficiales de Facebook y otras comunidades independientes a las páginas oficiales; se pierde, en cierto sentido, el control de la historia y los espectadores crean sus propios productos. Un usuario incluso llegó a crear el madelman de Águila Roja, que muchos piensan que es un producto oficial (Asensi, 2013, p.162).

A nivel de Latinoamérica consideramos la entrevista que le hace Carlos Scolari a Gustavo Gortijo, hablando sobre la producción transmedia en Brasil. Gortijo es coordinador del área de Nuevos Formatos de la Central Globo de Desarrollo Artístico desde el 2008. Brasil no solo es uno de los países más exuberantes del Latinoamérica por su gastronomía, o los grandes futbolistas; por su industria cultural es una de las más potentes del planeta.

Junto a México, Brasil es el paradigma del gran conglomerado multimedia latinoamericano, con las cadenas de Televisa y Globo respectivamente. Entre las producciones que podemos destacar a nivel de Brasil, señala Gortijo a la telenovela *Malhação* (2009), en el 2010 se destaca la telenovela *Passione* y *Astro* en el (2011). Estas telenovelas se expandieron a través de diferentes plataformas (blogs, videos virales, perfiles en redes sociales, webserie) permitiendo de esta forma una interacción con los consumidores. "Globo ha estado produciendo transmedia de manera planificada y organizada desde enero de 2009 con la telenovela *Malhação.en* ese momento probamos un modelo operativo integrado que más tarde adoptamos para todas nuestras propuestas dramatúrgicas" (Scolari, 20013).

2.8 Algunos casos de narrativa transmedia

2.8.1 Caso Antena 3 y Águila Roja

El estudio de las producciones televisivas y de ciencia ficción se presenta interesante en lo que va de los últimos años, dado el cambio de escritura narrativa debido a la hibridación que ha sufrido con otros géneros como la soap opera, el thriller o el terror.

> La ciencia ficción en televisión ha dejado de ser un fenómeno exclusivo de los seguidores de este género para acercarse a un público más amplio en edad y sexo, y por tanto, se ha conseguido ampliar su nicho comercial y aumentar de esta manera sus ganancias (Hernández y Grandío, 2011, p.3).

La Televisión Española a través de *Globomedia* ha podido disfrutar de una de las experiencias narrativas transmediáticas más ricas creadas en España *Águila Roja* (2009), pudiendo establecerse como un primer modelo significativo en las producciones transmedia.

Varias producciones catalanas han experimentado el territorio narrativo, entre ellas por ejemplo se menciona a *Arnau* (1994), *Carles, Príncep de Viana*, 2001; *Via Augusta*, 2007. Estas producciones son un fecundo terreno para la realización de expansiones transmediáticas. Esto se da esencialmente por dos motivos: 1. Su componente folletinesco y 2. Las imbricaciones y concomitaciones que la novela histórica consolida con otros géneros. (Scolari, 2012). Con la consolidación de estos motivos se puede ampliar y experimentar de una mejor manera una producción audiovisual con contenidos transmediáticos.

Antena 3 con el afán de trascender la estructura de miniseries como *Los gozos y las sombras* (1982) o *Blasco Ibañez* (1997), desarrollo *Águila Roja* como una propuesta narrativa. Scolari (2012) afirma "*Águila Roja* está ambientada en el declive económico del Siglo de Oro español, no hace apelación a los mitos y héroes literarios de aquella época, ni goza de referentes concretos, al margen de ciertos guiños" (p.155). El personaje principal de la serie es Gonzalo de Montalvo, quien se desenvuelve en dos polos, por un lado, el de la venganza personal y por otro el de justiciero social. Afronta éstas dos vértices de la historia armado únicamente con sus técnicas de lucha oriental típicas de un guerrero ninja. La narrativa de la historia presenta la génesis de un héroe histórico, sin una historia que le cobije, sino que su historia en narrada en el siglo XXI, que sin embargo la lleva a un pasado del cual es deudor.

> El relato revisita la comedia, la novela picaresca, el relato fantástico, el género de capa y espada, y el cine de samuráis. Esta pluralidad de género facilita la expansión transmediática de la serie, permitiendo una ampliación no sólo de los personajes, sino también de los registros, que cubren un espectro de consumidores muy amplio (Scolari & Jiménez, 2012, p.156).

El éxito de la serie es el hecho de haber captado diferentes públicos a través de los diversos temas propuestos, con la ayuda de un bagaje de personajes que incluyen cada uno de los temas. Scolari en su portal *Hipermediaciones* señala que "uno de los rasgos distintivos de las narrativas transmediáticas es precisamente la expansión del relato por medio de la incorporación de nuevas situaciones y personajes" (2011). En este contexto es el prosumidor (usuario) quien amplia la historia y va expandiendo el relato a través de diversas narrativas.

2.8.2 El caso Matrix

Quizás para comprender las narrativas transmedia y su expansión debemos analizar primero a *Matrix*. Cómo lo dice Henry Jenkins, *The Matrix* es uno de los mejores ejemplos de narrativa transmedia contemporánea. Los inicios se dieron en 1999 con la película realizada por los hermanos Larry y Andy Wachowski. El éxito de la película se da al haberse convertido en la máxima expresión visual del ciberpunk y creo un estilo especial con sus efectos especiales.

En el 2003, el 7 de mayo se estrena en Estados Unidos la segunda parte del largometraje *The Matrix Reloaded.* Este mes y los siguientes fueron de estrenos y éxitos para los hermanos Wachowski, el 15 de mayo sale a la venta el juego *Enter The Matrix*, el 3 de junio se comercializa *Animatrix,* una serie animada. Y para noviembre del mismo año se estrenó *Matrix Revolutions.*

Scolari, citando a Jenkins afirma "ninguna franquicia cinematográfica ha sido tan exigente con sus consumidores, *The Matrix* es un entretenimiento para la era de la convergencia mediática que integra múltiples textos, para crear una narración de tales dimensiones que no puede confinarse a un único medio" (Scolari, 2013, p.28).

Figura 14. Ilustración de Matrix

Fuente: Perry York. (01 de marzo 2019) Matrix https://bit.ly/3gU2Xiu

2.8.3 El Caso Lost

La serie *Lost*, fue creada por J.J. Abrams, Carlton Cuse, Jeffrey Lieber y Damon Lindelof; la serie en un trabajo mediático en el que podemos encontrar dentro de su trama nudo de reflexión filosóficas, género de la cultura de masas, teorías científicas e intrincados laberintos narrativos.

La cadena BBC, presentó por primera vez a *Lost* el 22 de septiembre de 2004. 25 episodios formaron parte de la primera temporada. Con los años el número de episodios fue disminuyendo (24 en la segunda temporada, 23 en la tercera, 14 en la cuarta, 17 en la quinta y 18 en la sexta y última temporada) (Scolari, 2013).

La serie durante un buen tiempo se mantuvo entre el ranking de las 20 mejores series estadounidense con las cuatro primeras temporadas. "En sus dos primeras temporadas *Lost* tuvo algo más de 18 millones de espectadores, cayó a 13 millones en la tercera, a 12 en la

cuarta, y se mantuvo en unos 10 millones de espectadores en las dos últimas" (Scolari, 2013, p.160).

Lost nació como una obra televisiva pero rápidamente logró expandir su universo narrativo a través de otros medios y espacios de comunicación, hasta convertirse en uno de los ejemplos más interesantes de las narrativas transmedia.

Varias novelas se crearon basándose en la vida de algunos sobrevivientes del trágico accidente 815 que debía cubrir la ruta de Sídney hacía los Ángeles. Novelas como: *Endangered Species* (Cathy Hapka, 2005), *Secret Identity (*Cathy Hapka, 2006), *Signs of Life* (Frank Thompson, 2006) y *Bat Twin* (Gary Troup, 2006). Como lo señala Scolari, estos textos lograron mantener el *flashback típico* de la serie televisiva a la hora de contar la vida anterior de los personajes (Scolari, 2013).

La serie también expandió su universo a través de los juegos de realidad aumentada, generando gran interés por parte de los fans y seguidores, quienes a través de los dos juegos que existían lograban interactuar con los personajes ya vistos en la pequeña pantalla. "El juego incluía spots publicitarios, información escondida en las páginas oficiales, vídeos, códigos secretos y hasta barras de chocolate Apollo" (Scolari, 2013, p.161).

La serie fue una de las primeras en estar disponible en el *Itunes Store* para su descarga legal y de pago, en la Internet ha sido una de las series más vistas por los usuarios. A través de los dispositivos móviles y videojuegos también expandió su experiencia narrativa. *Lost*: *Missing Pieces* es una serie de trece breves vídeos, los mismos que no tienen una duración más allá de entre uno y cuatro minutos, difundidos en los años del 2007 y 2008.

Figura 15. Ilustraciones personajes de Lost

Fuente: La República. 22 de mayo de 2020 "Lost" y el estigma de los finales controvertidos.
https://bit.ly/2z1YU2r

2.9 Comunicación, periodismo y desastres naturales

En un momento de emergencia o desastre es la información el elemento más preciado e importante. "Es aquello que todos buscan y necesitan para tomar decisiones, para ganar o perder visibilidad y credibilidad" (OPS, 2009, p. 16). Una oportuna información va a permitir una rápida y eficaz respuesta, siendo así, un aliado en un momento de desastre o emergencia. En un proceso de valoración de los desastres es la información la facilitadora que permite coordinar la ayuda, prevenir posibles consecuencias y afectaciones a grupos vulnerables (OPS, 2009). Por su parte Lozano señala "Las rutinas periodísticas en situaciones de catástrofe imponen sus narrativas y construyen socialmente las versiones oficiales de lo ocurrido" (2009, p.7).

Luego que se dan los hechos, los mass medios, los medios digitales y las redes sociales entran en acción. Aquí los medios de comunicación juegan un papel importante para mantener informada a la ciudadanía de lo que está sucediendo para salvar vidas, y evitar más desastres como respuesta al fenómeno natural ya dado.

> Las coberturas informativas de riesgos y catástrofes en los medios de comunicación, por lo general, están más pendientes de informar sobre la destrucción que sobre la previsión de los desastres, prefieren utilizar esquemas narrativos de simplificación (espectaculares) frente a esquemas narrativos más complejos (rigor y comprobación) (Lozano & Amaral, 2018, p.8-9).

En algunos países como es el caso de Ecuador, al darse un fenómeno de esta naturaleza ha sido el gobierno quien ha solicitado a los medios de comunicación mantener informada a la ciudadanía con información dada sólo desde los estamentos gubernamentales, buscando así el evitar la especulación de la información o manipulación de esta.

Newson Doug (1998, p.55), expone cinco constantes que se debe de tener en un momento de crisis:

1. La gente conoce de la crisis a través de las redes interpersonales.

   En el caso Ecuador las personas se informaron en los primeros instantes por medios como la radio, y principalmente por medios digitales como el Twitter. "A través de Twitter, el Hashtag #Temblor se convirtió en tendencia en menos de cinco minutos y los usuarios reportaron que se sintió en varias zonas de Guayaquil y Loja" (*El Comercio*, 16 de abril de 2016).

2. La gente tiende a basar la seriedad de la crisis en términos de riesgo y está a su vez depende de la opinión oficial y pública sobre lo que es un riesgo.

3. Las fuentes más confiables ante los fenómenos naturales.

4. La cobertura de los medios indica al público la importancia de la crisis.

5. La facilidad de obtener información en un sistema de comunicación abierta reduce los rumores y aumenta la exactitud.

Acotando lo que manifiesta Newson, debemos entender también que es la gestión de riesgo, Monzón citado por Enríquez (2016) señala "un conjunto de políticas, decisiones administrativas y actividades operativas que, aplicadas antes, durante y después de los desastres, tienen por finalidad evitar la ocurrencia de estos o bien reducir sus consecuencias" (p. 11). Los periodistas y demás actores son un ente activo en la planificación de estrategias de gestión de riesgo frente a los desastres naturales, aquí la información que generan los periodistas, así como las entidades autorizadas por el gobierno sirven para un mejor manejo y planificación de las acciones antes y después de los eventos catastróficos (Enríquez, 2016). Los medios ayudan afianzar la relación entre la población y las autoridades de gobierno.

La Internet se ha convertido en la plataforma trascendental en la difusión de información en lo que va del siglo XXI, debido a su instantaneidad con relación a otros medios. La actualización y constante fluidez de la información permiten que en cuestión de segundos la población esté enterada de los últimos hechos. Así mismo las diversas plataformas se han convertido en fuentes de información para otros medios quienes en base a lo difundido en la web en muchos casos arman o desarrollan su nota sobre el acontecimiento.

Hay que considerar que el periodismo ha sido una pieza clave a lo largo de la historia para entender al mundo. A través del periodismo y los medios de comunicación hemos sido testigos de la evolución de la humanidad con el pasar de los siglos, pero también con la ayuda de los medios hemos podido ser testigos de las grandes catástrofes y fenómenos que se han dado en el planeta.

El sábado 1 de noviembre de 1755, Portugal y el Sur de España fue azotado por un fuerte terremoto que duró 120 segundos, destruyendo gran parte de la ciudad de Lisboa, dejando un saldo aproximado de 50.000 víctimas. En tanto, al sur de España en ciudades como Sevilla y Cádiz hubo daños materiales y un aproximado de 9 víctimas. Carmen Espejo (2005) citando a Quenet señala "el terremoto de Lisboa puede tal vez ser considerado como el primer acontecimiento mediático de la historia de Europa" (p. 157). La cantidad de público al que podía llegar la información en aquel momento, a pesar de que aún la población era poca en comparación a la actual, hacía que la información fuera mediática. Europa, había venido viviendo una oleada sísmica durante la década de 1750. Estos movimientos dieron origen al gran terremoto de 1755 (Espejo, 2005).

El terremoto de Lisboa daría paso a una nueva sección en los periódicos y Gacetas desde aquel momento. Tal como dice Quenet, citado por Espejo (2005), "los registros de los movimientos se hacen tan frecuentes a partir de 1755, que puede hablarse del nacimiento de un nuevo género, el de las *tablas de acontecimiento telúricos"* (p.156). Este nuevo género se difundía a través de los diarios europeos por medio de corresponsales conformada por eruditos, académicos, filósofos y científicos.

El primer estudio sobre el actuar de la prensa en informar acerca de un acontecimiento telúrico lo realizó André Belo. Le debemos a él el tratamiento que dio a la cobertura del terremoto de Lisboa de 1755, por parte de la *Gazete de Lisboa*, único periódico oficial de la corona portuguesa de aquel entonces. "O dia 1.° do corrente ficará memorável a todos os séculos pelos ter- ramotos e incêndios que arruinaram uma grande parte desta cidade; mas

tem havido a felicidade de se acharem na ruína os cofres da fazenda real e da maior parte dos particulares" (Belo, 2000, p.620). Así sería una de las primeras publicaciones que difundió la Gazete portuguesa, el viernes siguiente al día del terremoto. La periodicidad del diario era una difusión semanal de lo que acontecía en el país y en la corona portuguesa. En los números posteriores el detalle de la tragedia se iba ampliando con relación a daños en las infraestructuras de la ciudad, la cantidad de muertos y heridos que habían quedado, además que la costa europea sufrió después del terremoto un sunami que también causaría daños en las ciudades y puertos costeros.

Lo señala Hans-Jürgen, que alrededor de 50 noticias se difundieron entre noviembre de 1755 y septiembre de 1756 en medios franceses y alemanes. Después de ocurrido el terremoto, los meses siguientes varios periódicos y gacetas le dieron breves espacios para informar a otras partes de Europa lo que había sucedido, es así qué tardo en llegar la información a Europa central cerca de un mes. Esto debido al colapso de las comunicaciones, como suele suceder en estos acontecimientos. Para diciembre del mismo año, los medios y revistas europeas ya había dado a conocer la verdadera magnitud del desastre.

La prensa española, jugó un papel importante en la difusión de la información sobre el terremoto de Lisboa, a los 4 días la *Gaceta de Madrid* [3]los publicaba así:

> Madrid. 4 de noviembre de 1755.
>
> Los Reyes nuestros Señores consiguen la más perfecta salud en su Real Palacio del Buen Retiro, adonde se restituyeron de el de S. Lorenzo el Sabado primero de este mes por la tarde con motivo de un considerable Temblòr de Tierra, que el mismo dia à las diez, y diez minutos de la mañana se experimentò en aquel Real Sitio, haviendo durado por espacio de cinco à seis minutos; pero felizmente no ha causado novedad en la importante salud de sus Magestades, ni ocasionado daño alguno. El que casi à la misma hora se sintiò en esta Capital, ha sido mucho mas violento, no haviendo memoria de haverse jamàs experimentado en ella otro igual: Durò por espacio de ocho minutos, poco mas, ò menos, y puso à todos los habitantes de este Pueblo en la mas espantosa consternacion; pero la Divina Providencia se ha dignado preservarlos de los terribles estragos de que se vieron amenazados, de modo, que este Terremoto, que tambien se ha experimentado en todos los Pueblos de las cercanìas de esta Villa,

[3] Transcripción textual de la *Gaceta de Madrid* publicado el 4 de noviembre de 1755

> no ha causado daño alguno considerable; y en acción de gracias ha mandado el Rey nuestro Señor se cante el Te Deum en la Iglesia del Monasterio de San Geronymo, con assistencia de los Reales Tribunales.
>
> Ayer assistieron sus Magestades desde la Tribuna al Oficio de Difuntos, que se celebrò en la referida Iglesia.

Los medios españoles como los medios europeos mantuvieron la misma tónica durante los próximos días, se informaba de forma esporádica lo acontecido aquel 1 de noviembre. La diarios y revistas "pusieron más énfasis en la interpretación que en la información, los diarios del siglo XVIII adoptan la mentalidad crítica contra las supercherías pseudocientíficas y exigían un estudio basado en la observación" (Espejo, 2005, p. 165). Lo sucedido en Lisboa, no está distante de la cobertura que dieron los medios a los terremotos de este siglo, en el 2010 y 2011 ocurrieron dos de los más grandes terremotos registrados hasta ese momento en países como Chile y Japón. Los terremotos y los posteriores tsunamis fueron devastadores para las poblaciones de ambos países "causaron miles de muertos, desaparecidos, daños colosales y lo más terrible, un ambiente de desesperanza política y cívica, desconfianza, incertidumbre y dudas sobre el manejo comunicacional en ambas catástrofes" (Gómez, 2011, p.50).

Todo evento de gran magnitud que afecta a una población entera, a un país, o una empresa trae consigo una crisis de por medio, y es aquí donde los medios de comunicación deben de actuar de una forma acertada para encontrar los mecanismos óptimos para el manejo de la crisis a la que se enfrenta a partir del mismo momento en que sucede una catástrofe.

En un momento así la información que persiste es la exageración de los efectos de la tragedia, en varios casos la morbosidad, el conflicto, el suspenso y el drama humano. El enfoque en estás temáticas los medios las manejan con el fin de captar la atención de la audiencia. "Los medios de comunicación no siempre tienen protocolos específicos de cómo enfrentar las catástrofes, menos aún de como prevenirlas, no es parte de su esencia del día a día" (Gómez, 2011, p.58).

En el terremoto ocurrido el 16 de abril del 2016 en Ecuador, los medios nacionales demoraron más de dos horas para emitir información de lo que acababa de suceder en la costa ecuatoriana. Suing citando a Rivera y Rodríguez señala: los medios de comunicación en particular la televisión, tuvieron "una reacción tardía frente a la emisión de información. Su justificación se ampara en la Ley Orgánica de Comunicación, que señala que los medios de comunicación verán suprimido su derecho a la libre expresión en casos de emergencia nacional" (Suing, 2018, p.376).

Pellegrini (2015), en su análisis sobre la cobertura de la televisión chilena con relación al terremoto del 27 F ocurrido en Chile en el 2010, manifiesta que los periodistas en este tipo de situaciones están forzados a trabajar bajo fuerte presión, incertidumbre y vulnerabilidad personal. "Como estos hechos suelen ser imprevistos y afectan a amplios sectores de la sociedad, presentan una serie de dificultades para que los medios accedan,

desde su comienzo, a los datos necesarios para informar con exactitud, veracidad y a tiempo" (p.250). Así mismo la autora citando a otros estudiosos como Potter, Brusi, Noguera sobre la cobertura de la prensa y medios en desastres naturales, manifiesta que en el momento de una cobertura de este tipo se presentan problemas de cobertura que van desde la improvisación de las primeras horas, el escaso rigor científico, el poco tratamiento, el tratamiento de la información sobre las víctimas y un exceso en las historias de drama humano (Pellegrini, 2015). Este tipo de situaciones hace que los medios se centren y transmitan una información con una concepción más dramática de los acontecimientos, según Chouliaraki citado por Pellegrini, dice que se mezcla lo objetivo con lo testimonial.

En un análisis tras lo expuesto por los autores señalados líneas atrás, los medios de comunicación siempre han mantenido ese sesgo al dar un tratamiento adecuado de la información frente a una crisis, si bien intervienen muchos factores para que esto ocurra, desde factores sociales, de comunicación y sobre todo políticos; los medios a lo largo de la historia no han podido ser independientes en su manejo de la información.

Lo que hace, que esto suceda quizá es la poca preparación que tienen los periodistas para actuar en la cobertura de este tipo de eventos. En entrevista realizada a varios periodistas de Ecuador y Perú que cubrieron los terremotos del 2016 y 2007, claramente lo señalan. Los medios no dan la suficiente capacitación a su personal para actuar en un momento de crisis, Andrea Samaniego, reportera de Teleamazonas, televisora ecuatoriana lo señala así: "Yo creo no estamos preparados a un cien por ciento, sobre todo en el sentido ya que nadie te enseña cómo reaccionar frente al dolor humano, uno siempre reacciona como lo mejor que puede, tampoco estamos preparados por ejemplo con los equipos, las gorras, mascarillas, mascaras. Estar listo yo creo que ninguno estuvo cien por ciento listo en esos momentos, se hizo lo mejor que se pudo hacer". Por su parte Gisela Guerrero de diario *El Universo* también lo expresa así: "No estamos preparados, yo en mi caso cuando estaba haciendo la cobertura no sabía que preguntar, que se dice en estos casos, que preguntas plantear, no sabíamos a quién acudir como fuente principal". Esta es una tarea pendiente que mantienen los medios con la ciudadanía con el fin de poder responder con veracidad y prontitud en el momento de una emergencia, ayudando así a salvaguardar más vidas y alertar a las personas ante una posible amenaza.

2.9.1 Los desastres a través de las redes sociales

Desde el aparecimiento de las redes sociales con el Internet, y su alcance de los últimos años, le ha hecho ser una pieza fundamental al momento de informar y generar comunicación entre los ciudadanos e internautas. El mundo ha vivido fenómenos de grandes proporciones en diversos países, por poner algunos ejemplos, Japón, Chile, Haití, Perú, Ecuador, guerras en países de medio Oriente por mencionar algunos casos. Desastres que han tenido como principal actor a la naturaleza o la mano propia del hombre; terremotos, tsunamis, inundaciones, guerras.

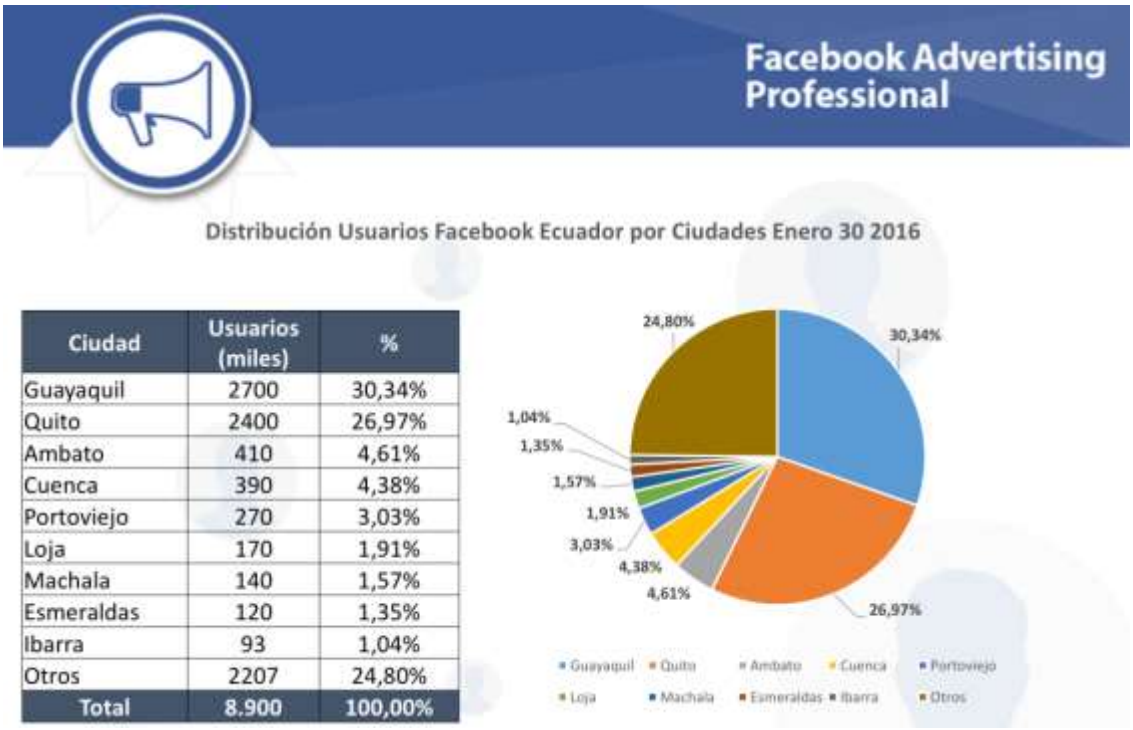
Es así que las redes sociales y sus diferentes herramientas se prestan para que la sociedad se pronuncie (Enríquez, 2016). La web y el periodismo 2.0 han permitido que el usuario no solo lea las noticias, sino que éstas invitan a que el usuario genere su propio contenido, Scolari los denomina *prosumidores,* aquellas personas que no sólo consumen, sino que generan contenido a través de sus distintas plataformas. Los internautas poseen voz propia y los medios de comunicación denominados 2.0, comprenden esto.

Diego Toala y Byron Camino (2017) en su investigación sobre las reacciones de los nodos de una red social luego del Terremoto de Ecuador, manifiestan que la red social *Facebook* jugo un papel importante en la difusión de la información al momento de difundir y compartir los hechos sobre el terremoto. "Los usuarios de las redes sociales actúan como sensores sociales que permiten identificar y difundir rápidamente la ocurrencia de un desastre" (Toala y Camino, 2017, p.1038). Además, señalan los autores como conclusión de su investigación que "el análisis de los nodos de las publicaciones realizadas por Manta-Online, permitió identificar mediante la aplicación de métricas, grupos de nodos que tuvieron una o más reacciones con alguna de las publicaciones sobre el terremoto del 16A" (Toala y Camino, 2017, p.1046). Las redes sociales han llegado a consolidarse como un soporte de comunicación entre sus millones de usuarios, llegando a generar grandes flujos de información, a través de las relaciones interpersonales, convirtiéndose en un símbolo de la comunicación 2.0 (Túñez, 2012).

Las redes sociales son un espacio de intercomunicación personal basada en la interactividad multidireccional entre sus miembros, estas han creado y desarrollado sus códigos y sus pautas de uso. "Las empresas (los medios entre ellos) y algunas organizaciones han visto en los tráficos millonarios de usuario un nuevo escenario la difusión de ideas productos y servicios" (Túñez, 2012, p.238).

En los últimos diez años, las redes sociales principalmente *Facebook*, *Twitter*, *Intagram*, *Tuenti*, se han convertido en fuentes de información para las audiencias y medios de comunicación. La rápida expansión que tiene entre sus usuarios ha hecho que medios de comunicación las acojan como plataforma de difusión y expansión de información. Tal es el caso que conmociono a España, la desaparición y posible asesinato de Marta del Castillo, una joven de 17 desaparecida y presuntamente asesinada en febrero de 2009. "En *Facebook* se contabilizaron más de 150 perfiles relacionados con Marta del Castillo y un video realizado por sus amigos y colgado en Tuenti, recibió hasta 10.000 visitas" (Fernández, 2010, p. 11).

Figura 16. Distribución de usuarios de Facebook en ecuador año 2016



Ciudad	Usuarios (miles)	%
Guayaquil	2700	30,34%
Quito	2400	26,97%
Ambato	410	4,61%
Cuenca	390	4,38%
Portoviejo	270	3,03%
Loja	170	1,91%
Machala	140	1,57%
Esmeraldas	120	1,35%
Ibarra	93	1,04%
Otros	2207	24,80%
Total	8.900	100,00%

Fuente: Del Alcazar, J. (20 de agosto, 2020) https://bit.ly/2FNodbX

Para enero del 2016 de acuerdo con los datos de Del Alcazar, había cerca de un millón seiscientos mil usuarios en *Facebook* siendo Guayaquil y Quito las ciudades con más usuarios a nivel del país. Para el año 2020 *Facebook* en conjunto con sus marcas como *Instagram, Messenger y WhatsApp* alcanzan los trece millones de usuarios.

En el caso del terremoto del 2016 en Ecuador, las redes sociales se activaron con rapidez, *Facebook* fue una de las redes más visitadas por la ciudadanía y los ecuatorianos que vivían fuera del país. De acuerdo con diario *El Comercio* de Ecuador, la red social para las 20h00 del 16 de abril activo una función para que las personas pudieran dar a conocer su estado de salud en ese momento y conocer como se encontraban sus familiares. *Safety Check* fue creado en el 2014 y es activado ante cualquier desastre natural o ataque terrorista. *Google* por ejemplo activo su herramienta personal de Finder permitiendo buscar a las personas que están indexadas a la misma red (Islas, 2016).

Figura 17. Usuarios de redes sociales en Ecuador 2020

Fuente: Del Alcazar, J. (20 de agosto, 2020) https://bit.ly/2G0ssk1

Al igual que *Facebook*, *Twitter* jugo un papel importante, las comunicaciones se empezaron a dar utilizando los hasthag #DesaparecidosEc y #EncontradosEc. Así la plataforma se convirtió en fuente informativa para medios naciones e internacionales dada la magnitud de información que se iba publicando con el pasar de los minutos, después del terremoto. En bagaje y utilización de las diversas redes sociales como primeras fuentes de información y espacios para publicar se debió a la expansión de la brecha digital que ya existía en el país en aquel momento; además este hecho también tuvo su repercusión por cuanto los medios oficiales produjeron sus primeras informaciones a las 22:30.

2.10 Los terremotos

Los terremotos son fenómenos naturales que pasan una vez cada cierto tiempo, se presentan de forma instantánea y sacuden una gran área, generando serios daños; esto lo ubica entre uno de los fenómenos naturales más destructores y temidos. Los resultados como producto de este tipo de fenómenos son devastadores. Vidal (1994) divide las consecuencias en dos aspectos, las directas e indirectas. Considerando las consecuencias directas como aquellas que provoca muertes, heridos, destrucción de viviendas, instalaciones públicas e industrias; y por otro lado están las indirectas provocando deslizamientos de tierras, fuegos, inundaciones, tsunamis, epidemias y en su mayoría la ruina económica de una región.

2.10.1 Concepto de terremoto

Un terremoto es movimiento o vibración repentina causada por la relajación y súbita de energía, acumulada por deformación de la litosfera. Vidal (1994) afirma que los terremotos "en su mayoría son de origen tectónico; debido a que la fricción en las fallas es a menudo inestable, ocurren desplazamientos muy rápidos como una ruptura que se propaga dinámicamente sobre la superficie de la falla" (p.18). Por otro lado, Trujillo (2010) define al terremoto como "un movimiento brusco de la Tierra que libera cierta energía acumulada" (p.

304). Considerando las apreciaciones de los autores el terremoto es la consecuencia de un movimiento de la tierra que necesita liberar la energía acumulado y esto provoca el choche entre las diferentes placas, provocando así el terremoto y por ende las consecuencias devastadoras cuando su grado de magnitud es alto.

2.10.2 Tipos de terremotos:

De acuerdo con el modo de generarse el terremoto este puede clasificarse, aquí consideramos la clasificación que realiza Vidal (1994).

Tabla 4. Tipos de terremotos que pueden suceder de acuerdo con la erupción o impacto que se provoque en la corteza terrestre

Tipo de terremoto	Descripción
Terremotos tectónicos:	Se genera por la ruptura que existe de las rocas, expulsando la energía que poseen acumulada en el medio. Las placas van sufriendo una deformación debido a la energía y una vez superada la resistencia de materias, es cuando se genera el rompimiento. Está energía puede acumularse por varios años, pero en pocos segundos puede ser expulsada y provocar grandes daños en el lugar del impacto.
Terremotos Volcánicos:	Estos se generan en zonas afectadas por los fenómenos o la actividad volcánica debido a la fuerza y el magma que guardan en su interior. Suelen ser de tipo tectónico o de tipo explosivo.
Terremotos de colapso:	Esto se provocan por hundimientos de zonas en su estado natural, debido a la existencia de cavidades o áreas de baja densidad. También pueden ser causados por movimientos bruscos de masas de roca o de tierra, por la caída de grandes bloques o desplazamiento de rápido de laderas.
Terremotos por impacto de meteoritos:	Son fenómenos poco probables en esta época, pero no impensables. Cuando han ocurrido han provocado sacudidas violentas cuando el meteorito ha tocado el sueño. Por ejemplo, uno ocurrido es el cráter meteorítico de Arizona con un diámetro de 1.2 km y 100m de profundidad.

Fuente: Trujillo, Ospina y Parra, 2010.

2.10.3 Magnitud e intensidad sísmicas

La intensidad y consecuencias que pueda generar un terremoto, antes, durante o después de haber ocurrido depende de una serie de factores: “La magnitud, su profundidad, la distancia a centros poblados, el tipo de terreno, el tipo de construcciones, la duración, la cantidad de réplicas” (Trujillo, 2010, p.305). Varios de estos factores son determinantes de acuerdo con la escala de medición que se aplique para conocer la intensidad o magnitud del fenómeno ocurrido.

Existen dos escalas famosas, que ayudan a determinar la magnitud y la intensidad de un terremoto: la de Richter y la de Mercalli.

La escala de Richter, establecida en 1935, lo que busca es medir la cantidad de energía liberada. Por otro lado, está la escala que creó el italiano Giuseppe Mercalli en 1902, y que fue modificada por otros sismólogos en 1931. Está escala se basa en los efectos del terremoto para determinar el grado de daño que ha generado. Está escala Mercalli la dividió en XII niveles expresados en números romanos. El nivel I significa "sacudida sentida por muy pocas personas", en tanto que el nivel mayor o XII significa "destrucción total, ondas visibles sobre el terreno" (Trujillo, 2010). Simplificando estas dos escalas tenemos que la de Richter mide la Magnitud igual a la causa. En tanto que la escala de Mercalli mide la intensidad ósea el efecto que provocó el terremoto.

Tabla 5. Magnitud en escala de Richter de los terremotos

Escala	Efectos del terremoto
Menor de 3.5	Generalmente no se siente, pero es registrado.
3.5 – 5.4	A menudo se siente, pero sólo causa daños menores
5.5 – 6.0	Ocasiona daños ligeros a edificios
6.1 – 6.9	Puede ocasionar daños severos en áreas muy pobladas
7.0 – 7.9	Terremoto mayor. Causa graves daños
8 o mayor	Gran terremoto. Destrucción total a comunidades cercanas

Fuente: Trujillo, Ospina y Parra, 2010

Tabla 6. Intensidad de los terremotos de acuerdo con Mercalli

Grado	Efectos del terremoto
Grado I	Sacudida sentida por muy pocas personas
Grado II	Sacudida sentida sólo por pocas personas en reposo, especialmente en los pisos altos de los edificios.
Grado III	Sacudida sentida claramente en los interiores, especialmente en los pisos altos de los edificios, muchas personas no lo asocian con un temblor.
Grado IV	Sacudida sentida durante el día por muchas personas en los interiores, por pocas en el exterior. Por la noche algunas despiertan.
Grado V	Sacudida sentida casi por todo el mundo; muchos despiertan.
Grado VI	Sacudida sentida por todo el mundo; muchas personas atemorizadas huyen hacia fuera. Algunos muebles pesados cambian de sitio; daños ligeros.
Grado VII	Advertido por todos. La gente huye al exterior. Daños sin importancia en edificios de buen diseño y construcción. Daños ligeros en estructuras ordinarias bien construidas, daños considerables en las débiles o mal planteadas.
Grado VIII	Daños ligeros en estructuras de diseño especialmente bueno; considerable en edificios ordinarios con derrumbe parcial; grande en estructuras débilmente construidas.
Grado IX	Daño considerable en las estructuras de diseño bueno; las armaduras de las estructuras bien planteadas se desploman; grandes daños en los edificios sólidos con derrumbe parcial. El terreno se agrieta. Las tuberías subterráneas se rompen.

Grado X	La mayor parte de las estructuras de mampostería y armaduras se destruyen; agrietamiento considerable del terreno. Considerables deslizamientos.
Grado XI	Casi ninguna estructura de mampostería queda en pie. Puentes destruidos. Anchas grietas en el terreno. Hundimientos y derrumbes en terreno suave. Gran torsión de vías férreas.
Grado XII	Destrucción total. Ondas visibles sobre el terreno. Perturbaciones de las cotas de nivel (ríos, lagos y mares). Objetos lanzados en el aire hacia arriba.

Fuente: Trujillo, Ospina y Parra, 2010

2.10.4 Daños producidos por Terremotos

Los efectos y daños que acarrea el haber sufrido un terremoto son de considerable repercusión en edificaciones, carreteras, ciudades y servicios básicos. Entre los distintos daños que puede generar un terremoto y los más comunes, se considerará la clasificación que hace Mercedes Fernández (1994).

Daños en las edificaciones: este tipo de daños se los mide de acuerdo con la intensidad macrosísmica que genera la intensidad del movimiento del suelo.

Tabla 7. Tipos de daños en edificaciones por movimientos sísmicos

	Daños tras un terremoto
Daños ligeros	Son las fisuras provocadas en los revestimientos, o a su vez caídas de pequeños trozos de revestimiento.
Daños moderados	Se considera ya a las fisuras de mayor intensidad en los muros, caída de grandes trozos de revestimiento, caída de tejas, caída de pretiles, grietas en las chimeneas, e incluso derrumbamiento parcial en las mismas.
Daños graves	Son los daños ya generados a mayor escala como grietas en los muros, caída de chimeneas de fábricas o de otros elementos exteriores.
Destrucción	Consiste ya en el derrumbamiento parcial, pérdida del enlace entre distintas partes de la construcción, destrucción de tabiques y muros de cerramientos.
Colapso	Destrucción por completo de la construcción, edificaciones o casas.

Fuente: Fernández, M., 1994

Las características sísmicas de una región y el tipo de construcción base, son la causa principal de los daños producidos por los sistemas, pero existen otros factores que pueden agravar estos daños. En el momento que se da el sismo las estructuras de los edificios pueden llegar a perder los pilotes y sufrir fallos en la cimentación de los edificios. En ocasiones estos daños en los pilotes también se pueden producir por golpes entre edificios vecinos, sobre todo cuando el nivel de las losas en uno y otro edificio es diferente (Fernández, 1994). Otro factor que incide en los daños en sobre carga que puede existir en la construcción de acuerdo con la distribución de los elementos estructurales y no estructurales, así como la acumulación de cargas puntuales, llámese estos archivos, acumulación de materiales, sobre todo cuando son edificaciones que pertenecen a oficinas públicas.

Daños en puentes y viaductos: los movimientos y deformaciones que sufre el terreno a causa de las grandes sacudidas por el terremoto o sismo, pueden provocar daños serios en el sistema vial. Esto debido a la debilidad que puede existir en el terreno al ser un suelo blando que incluso con sacudidas no muy fuertes pueden llegar a provocar el deslizamiento del terreno y eso causar que colapsen redes viales.

Daños en servicios vitales: además de los daños que pueda provocar un fenómeno natural como el terremoto en los terrenos y suelos por donde atraviesa la onda expansiva del mismo, también podemos encontrar daños significativos en servicios vitales de atención a las personas como son el servicio de agua y de luz. Debido a los movimientos telúricos las líneas de agua pueden sufrir rompimiento en sus cañerías, así como el movimiento de los postes de alumbrado público y transformadores que alimentan la energía eléctrica de los hogares pueden llegar a explotar y por ende se suspende el servicio de iluminación en los lugares donde el terremoto ha provocado más daños.

De igual forma los sistemas de comunicaciones también pueden verse afectadas; por un lado, las líneas telefónicas reciben sobrecargas, y esto dificulta las comunicaciones tanto locales como internacionales. Los servicios de telefonía móvil también sienten las consecuencias de un terremoto o sismo, la perdida de energía provoca que las comunicaciones igualmente se caigan y los usuarios de las diferentes compañías no pueden tener contacto; y por la sobresaturación de llamadas y mensajes en el momento mismo del siniestro provoca la saturación de las comunicaciones.

2.11 Terremoto en América del Sur

2.11.1 Terremoto de Perú 2007

Perú se encuentra ubicado en la región central de América del Sur, limitando su costa con el Océano Pacífico, al norte con la República de Ecuador, al este con Brasil y Bolivia, y al sur con Chile. Al ser un país costero y rodeado por aguas del Pacífico se encuentra dentro del conocido círculo de fuero del Pacífico, lugar "donde se produce el 80% de los terremotos y más de la mitad de los tsunamis del mundo" (OPS, 2010, p.9). Por su ubicación geográfica Perú ha tenido que sufrir devastadores terremotos. El 15 de agosto del 2007 siendo las 18:40 horas la localidad de Pisco al sur del país empezó a temblar. El epicentro se localizó a 60 kilómetros de la ciudad de Pisco, según Bambarén (2009) "tuvo una duración de 3 minutos con 30 segundos en una magnitud de 7,0 Richter, 7,9 Momento y VIII en la escala de Mercalli" (p.90). El movimiento se sintió en casi todo el país. Tras lo ocurrido la noche del 15 de agosto, Perú quedó con enormes pérdidas económicas, ciudades incomunicadas y más de un centenar de fallecidos.

Figura 18. Mapa de la república del Perú

Fuente: Organización Panamericana de la Salud, Terremoto Pisco-Perú

En la siguiente Tabla 8 se puede analizar los diferentes terremotos que ha sufrido el Perú desde el siglo XVI hasta el siglo XXI.

Tabla 8. Terremotos ocurridos en Perú

Fecha	Lugar	Magnitud	Intensidad	Muertos
22-01-1582	Arequipa	8.1	X	30
24-11-1604	Moquegua	8.4	IX	23
14-02-1619	Trujillo	7.8	VIII	
31-03-1650	Cuzco	7.2	VII	
28-10-1746	Lima	8.4	X-XI	6.000
13-05-1784	Arequipa	8.4	VII	54
10-07-1821	Arequipa	7.9	VII	162
13-08-1868	Arica	8.6	XI	493
06-08-1913	Arequipa	7.7	X	
24-05-1940	Lima	8.2	VII-VIII	200
24-08-1942	Nazca (Ica)	8.4	IX	30
10-11-1946	Ancash	8.4	IX	
01-11-1947	Satipo (Junín)	7.5	VIII-IX	
16-01-1958	Arequipa	7.3	VIII	28
19-07-1959	Arequipa	7.0	VII	
19-01-1960	Arequipa	7.5	IX	
24-09-1963	Ancash	7.0	VII	
11-10-1966	Lima	7.5	VIII	
19-06-1968	Moyobamba (San Martín)	7.0	VII	
31-05-1970	Chimbote (Ancash)	7.8	VII-VIII	70.000
03-10-1974	Lima	7.5	VII	
12-11-1996	Nazca (Ica)	7.5	VII-VIII	14
01-10-2005	Moquegua	7.0	VII	
15-08-2007	Pisco	8.1	VIII	519

Fuente: (OPS, 2010, p.23)

2.11.2 El terremoto de Pisco y sus efectos

El terremoto del 15 de agosto de 2007, ocurrido a las 18:40 horas con una magnitud de 8,1 grados en la escala de Richter a 60 kilómetros al sur de la ciudad de Pisco. "Según el Instituto Geofísico del Perú fue el sismo de mayor duración y el más intenso ocurrido en el Perú en los últimos cien años" (Bambarén, 2009, p.90). Las localidades más afectadas por el terremoto fueron las ciudades de Cañete, Chincha, Ica, Mala y Pisco. El movimiento telúrico dejo más de 1 500 heridos y 519 fallecidos. El terremoto fue producto de los choques de las placas oceánicas de Nazca y la placa continental Sudamericana.

Los daños causados por el terremoto a nivel humano y material fueron de consideración para el país. La Región de Ica, Lima y Huancavelica fueron las más afectadas, en un grado menor las regiones de Ayacucho y Junín. Al haberse sentido el movimiento en casi todo el país y algunos países vecinos, dejo 21 provincias de cinco regiones fueron las más afectadas. El número total de damnificados de acuerdo con los índices recogidos por el INDECI y el Instituto Nacional de Estadísticas e informática (INEI) del Perú fueron 464, 314 damnificados (OPS, 2010).

Debido al terremoto se registraron daños en 192 492 viviendas de siete distritos ubicadas en las regiones de Ica, Lima y Huancavelica. Un terremoto de la magnitud como el

ocurrido en la región de Ica, dejó un total de 367,99 kilómetros de vía destruida, afectando así a las comunicaciones entre las comunidades.

Según el Fondo de Reconstrucción del Sur (FONSUR):

> Se estimó que la reconstrucción ascenderá a 179 millones de dólares: para vivienda, 53 millones para agua y saneamiento, 55 millones para salud, 116 para educación, 50 para urbanismos y 8 millones para producción. En total, se requiere de 461 millones de dólares (Bambarén, 2009, p.91).

Países latinoamericanos como Chile, Ecuador y Colombia brindaron apoyo al Perú tras el terremoto con diferentes ayudas humanitarias, países como Cuba, Alemania, Corea, España, México y Estados Unidos también se hicieron presentes con su ayuda internacional.

La información emitida por los medios de comunicación en un momento de caos es fundamental para mantener la calma y bien informada a la población de los acontecimientos que se van dando con el paso de los minutos y las horas. Una vez más fue la radio a través de las diferentes cadenas del país que brindaron una adecuada información a la población. En tanto que los medios televisivos continuaron con su programación regular después del terremoto. Sin embargo, medios internacionales como CNN en español a pocos minutos del sismo ya estaba brindando a detalle aspectos fundamentales de lo sucedido, lugares afectados, detalles del epicentro o magnitud del terremoto (OPS, 2010).

2.11.3 Terremoto de Chile 2010

Chile es un territorio netamente sísmico, al encontrarse en el cordón de fuego del pacífico. “En este territorio y en su historia, desde su descubrimiento y aparición como nación, las catástrofes como consecuencia de sismos son y han sido de mayor impacto en cuanto a vidas humanas y costos se refiere” (Tapia, 2015, p.31). En Chile durante el siglo XX, los movimientos sísmicos de mayor magnitud han sido 9; sumando un total de 11.855 muertos, 86.506 heridos y cerca de 3.335.165 damnificados. Cada uno de estos eventos han generado daños materiales y humanos de alcance nacional, teniendo que decretar la emergencia en todo el país. El terremoto de febrero de 2010, con una magnitud de 8.8 en la escala de Richter ha sido el más crítico de los últimos tiempos.

El epicentro del terremoto se ubicó en la provincia de Ñuble, Región del Bio Bio, a doce kilómetros bajo el mar de la costa de Cobquecura y su fuerza se sintió en gran parte de Sudamérica. “Seis regiones chilenas fueron afectadas, zonas donde se concentra el 80 por ciento de la población nacional” (Gómez, 2011, p.158). Chile sufrió el corte de varios sectores viéndose afectadas las comunicaciones viales y telecomunicaciones, quedando las zonas afectadas en una completa oscuridad y un caos y silencio absoluto.

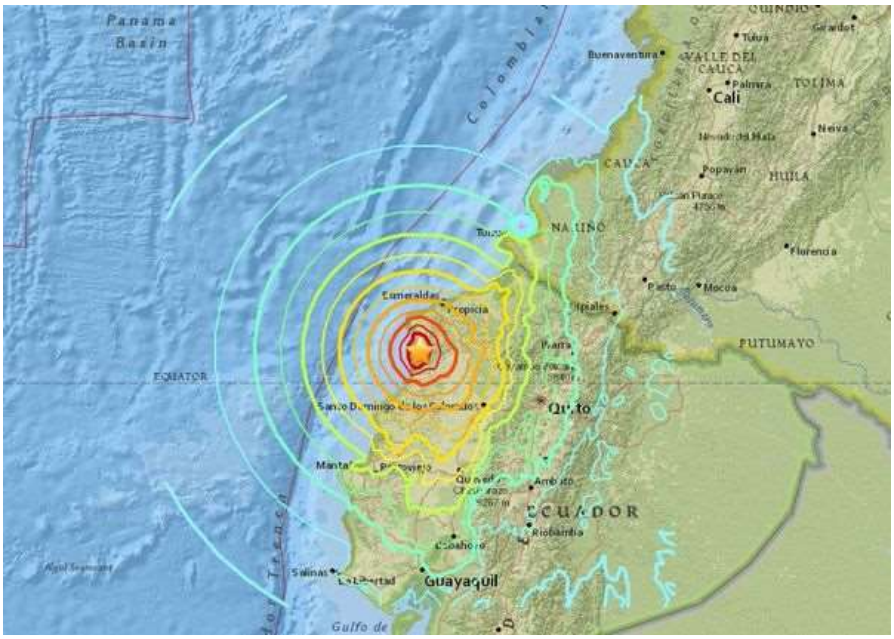
Las afectaciones que se dieron en Chile por el terremoto del 27 de febrero de 2010 son de alrededor de 550 muertos, de los cuales 160 fueron causados por el efecto del tsunami. La cifra de damnificados es una aproximación de 800.000 personas; lo que ha significado unos daños estimados en 30.000 millones de dólares (Gómez, 2011). Científicos como Raúl

Madariaga, sostiene que Chile sufrió dos fuertes sismos la noche del 27 de febrero, ambos sismos fueron de una magnitud considerables, lo que provocó una mayor destrucción de varias regiones a lo largo de 500 kilómetros. El primer sismo habría alcanzado la magnitud de 8.8 en escala de Richter con una duración de dos minutos y 45 segundos; y casi al mismo tiempo se generó otro sismo de una magnitud de 8.4 grados en las zonas más al norte de Constitución y Pichilemu. Estos dos movimientos provocaron que se generan las olas gigantescas que tomaron cursos insospechados a lo largo de la costa chilena, provocando destrucción y muerte entre las poblaciones chilenas.

En la cobertura de desastres, los medios de comunicación juegan un papel importante en el afán de mantener a las personas informadas de los hechos que van sucediendo en el preciso momento, y luego de lo ocurrido. Así, en el caso de los medios de comunicación chilenos publicaron las diversas repercusiones del desastre, apoyándose en testimonios de las víctimas, así como en la opinión de expertos, la cantidad de información provoco que se diera una competencia entre medios por informar, "los que compitieron en innumerables ocasiones a tratamientos de especularidad creciente e incluso, de grados de morbosidad innecesaria" (Gómez, 2011, p.160). En estos momentos de angustia y caos el acceso a la información y mantener informada a la ciudadanía en imprescindible con el afán de mantener la calma en la población, aportando así desde los medios a una información elocuente y verás. De allí que se requiere que haya periodistas y profesionales de la comunicación que cuenten con las herramientas necesarias, y que no actúen por reacciones, emociones o en busca del mayor rating, generando un morbo y desinformación en la audiencia, aprovechando la ocasión tras algún desastre.

2.12 Terremoto en Ecuador 2016

Figura 19. Epicentro del terremoto del 2016 en Ecuador



Fuente: Caracol.com (24 de abril, 2017) https://bit.ly/3cY4CQD

El terremoto de Ecuador de 2016 ocurrió el 16 de abril a las 18h58, con una duración de 55 segundos; el epicentro fue entre Muisne de la provincia de Esmeraldas, Pedernales y Cojimíes de la provincia de Manabí, con una magnitud de 7,8 en escala de Richter. El movimiento telúrico ha sido el sismo más fuerte sentido en el país desde el terremoto de Colombia de 1979, y ha sido el más fatal desde los terremotos de Ecuador de 1987. Por la intensidad del efecto natural, fue sentido en diversas ciudades de los países vecinos, por ejemplo, en Colombia lo sintieron habitantes de las ciudades como Cali, Pasto, Popayán y Neiva, en cambio en el Perú se sintió en ciudades como Tumbes, Piura, Cajamarca, Lambayeque y Amazonas. Al momento del terremoto el presidente de Ecuador Rafael Correa se encontraba en la ciudad de Roma, desde donde declaró el estado de excepción en el país y el estado de emergencia en seis provincias costeras.

> Desde comienzos del siglo XX, en Ecuador se han registrado siete terremotos de gran magnitud en esta zona, con epicentros ubicados a muy pocos kilómetros de este terremoto, como el ocurrido en 1906 y el de 1942. El mayor de ellos es el de 1906 e involucró una zona total de ruptura que se estima en unos 400-500 km y fue acompañado de un tsunami, provocando muchos centenares de muertes. El evento de 2016 se ubica en el límite sur de la zona de ruptura del terremoto de 1906 (Layza, 2016, p.5).

Al estar Ecuador ubicado en el cinturón de fuego del pacífico, es un país vulnerable a los movimientos sísmicos, razón por la que cada cierto tiempo atraviesa por fuertes terremotos debido al choque de las placas tectónicas que se encuentran atravesando su espacio territorial.

2.12.1 Sucesos

El sismo de magnitud 7.8 en escala de Richter que sacudió la costa pacífica ecuatoriana a las 18h58 horas del sábado 16 de abril de 2016, se sintió con fuerza en localidades cercanas a su epicentro (Pedernales) en provincias como Esmeraldas y Manabí, y con una intensidad menor se sintió en otras regiones del país, en la Costa (provincias de Guayas, Santa Elena, Los Ríos, Santo Domingo de los Tsáchilas y el Oro), en la Sierra Norte (Carchi, Imbabura, Pichincha), así como en la Sierra Central y Sur (Chimborazo, Cañar, Azuay y Loja), además de las ciudades fronterizas de Colombia y Perú que limitan con Ecuador como Nariño, Cauca y Valle del Cauca, Tumbes y Piura.

a) Esmeraldas

La provincia de Esmeraldas fue una de las afectadas en el hecho del 16A, a esta provincia se atribuye en primera instancia el epicentro del terremoto en la localidad de Muisne, sin embargo, el Instituto Geológico de Estados Unidos confirmó que el punto de terremoto se encontraba más al sur cerca al Cantón de Pedernales en la Provincia de Manabí. Los daños en la provincia Verde fueron cuantiosos, debido a que se evidenciaron

desprendimientos y más de un centenar de edificios colapsados, así como el daño de varias vías que unen a la provincia con otras localidades. Al ser una provincia costera, las autoridades decidieron evacuar a la población que vivía cerca de las orillas del mar por un eventual tsunami, alerta que más tarde fue desactivada por el Instituto Geofísico del Ecuador.

b) Manabí

La provincia de Manabí fue la más afectada tras el terremoto, siendo el cantón Pedernales el epicentro; localidad que fue afectada en un 90% de toda su estructura; quedando por algunas horas aislada por completo del resto del país por el severo daño que sufrieron sus carreteras, la falta de energía y acceso a los servicios básicos. Pedernales fue declarado en estado de emergencia ya que la destrucción de su zona turística y habitacional casi en un 100% se vino al suelo, concentrándose el mayor número de fallecidos en esta zona, 649 muertos a causa del terremoto.

c) Guayas

La ciudad de Guayaquil también se vio afectada tras el movimiento telúrico sufriendo graves daños en algunas de sus estructuras y centros comerciales de la ciudad, en la Av. De las Américas el puente que servía como intercambiador de tráfico colapsó cayendo sobre un vehículo que en ese momento estaba atravesando el lugar; registrándose aquí una víctima fatal. Algunos centros comerciales y edificaciones de la ciudad se vieron afectadas por el colapso de los techos, así como fisuras en las paredes y algunos incendios por problemas en el suministro de energía. De acuerdo con diario *El Comercio* fueron 243 edificios y viviendas las afectadas en la ciudad de Guayaquil.

Figura 20. Auto aplastado tras caída de puente

Fuente: Chicagotribune.com (17 de abril de 2017) https://bit.ly/2UF17Ze

2.12.2 Víctimas:

Las pérdidas a causa del terremoto fueron 671 vidas humanas, la cifra de heridos fue cerca de 17.674 de acuerdo con datos de la Secretaria de Gestión de Riesgos de Ecuador. El

número de fallecidos superó al sismo de Perú de 2007, convirtiendo al de Ecuador en el más mortal de Sudamérica desde el de Colombia de 1999 que mató a más de 1000 personas (Layza, 2016). Las personas rescatadas con vida de diversas edificaciones y sitios declarados en emergencia fueron 113 personas.

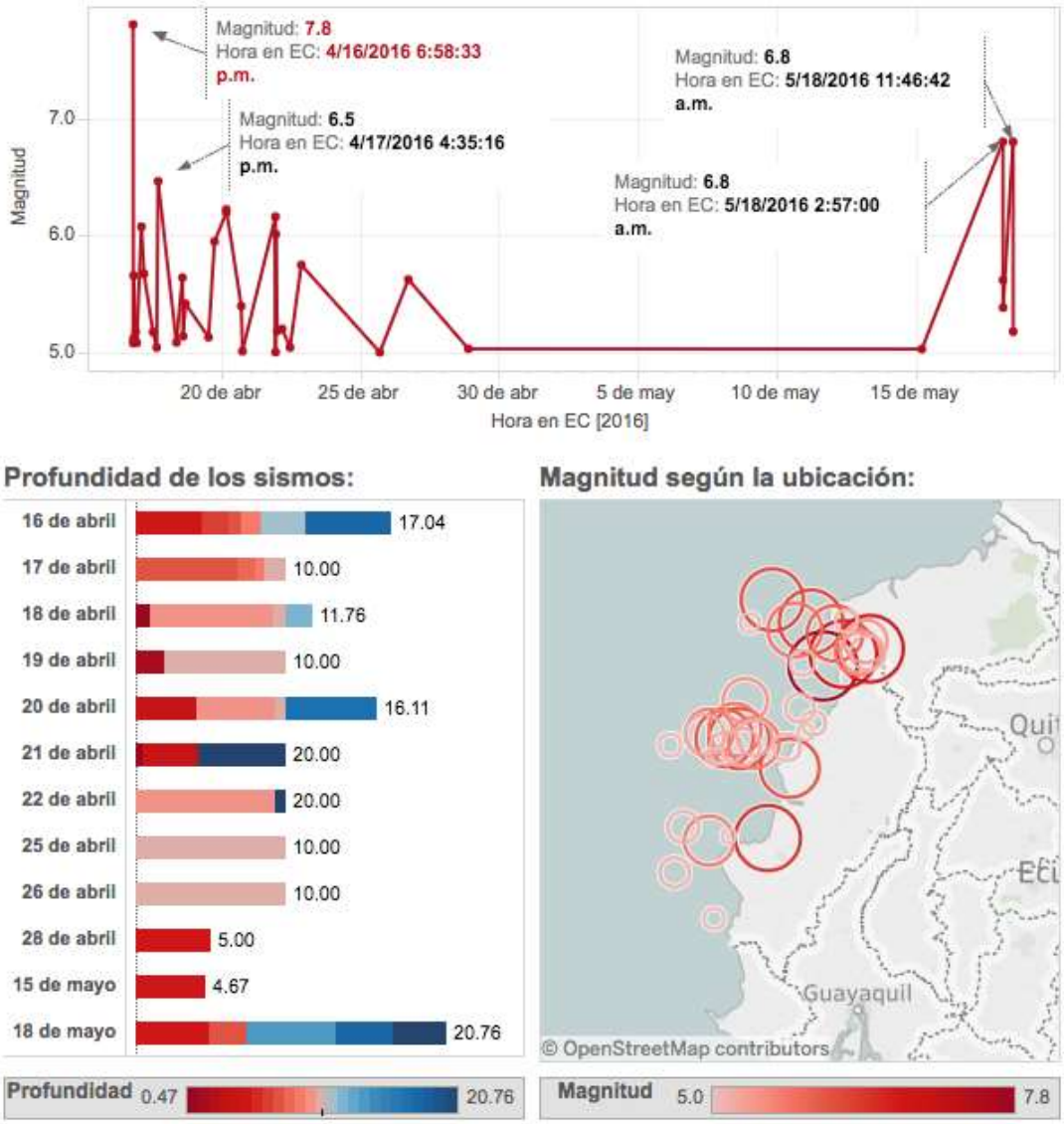
Figura 21**.** Terremoto de magnitud 7.8 con epicentro en la ciudad de Pedernales-Ecuador

Fuente: USGS https://www.usgs.gov/

2.12.3 Réplicas

El sismo de 7.8 grados del 16 de abril de 2016 de Ecuador ha dejado al momento más de 3700 réplicas de entre 3.5 y 6.8 grados en la escala de Richter. La réplica de mayor intensidad desde el año pasado se registró el 30 de junio de 2017 con una magnitud de 6.3 en la escala de Richter.

Figura 22. Réplicas a partir del sismo de 7.8 grados en Ecuador



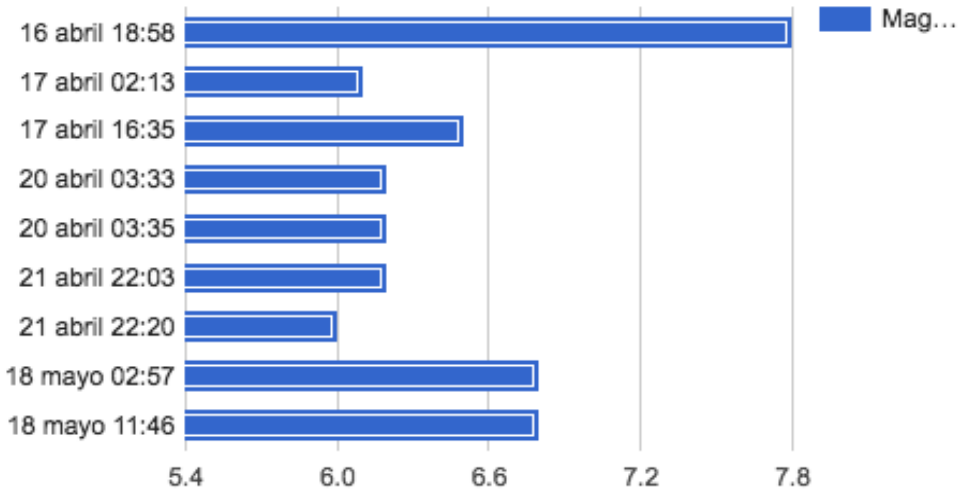
Fuente: Diario *El Comercio*, (20 de mayo de 2016). https://bit.ly/2BXuTlf

De acuerdo con diario *El Comercio* en su publicación del 20 de mayo del 2016 señala que se han registrado ocho réplicas de más de 6 grados, a partir del terremoto de 7.8 de Pedernales del 16 de abril del 2016, replicas que han sido sentidas en mayor parte de Ecuador.

La información de cantidad de réplicas analizadas por el Instituto Geofísico de la Politécnica Nacional indica que cada vez que se registra un sismo de más de 6 grados se produjo una réplica similar durante el mismo día. Las primeras réplicas de esa magnitud ocurrieron un día después del terremoto, el 17 de abril; entonces, los sismógrafos del Geofísico documentaron una réplica de 6.1 grados a las 02:13 y otra

de 6.5 grados a las 16:35, el mismo día. Algo similar ocurrió el 20 de abril, un sismo de 6.2 ocurrió a las 03:33 y otro de 6.2 a las 03:35. El 21 de abril, en cambio, hubo uno de 6.2 a las 22:03 y otro de 6.012 a las 22:20 (diario El Comercio, 20 de mayo de 2016).

Figura 23**.** Sismos de más de 6 grados después del terremoto del 2016



Fuente: Diario *El Comercio*, (16 de mayo de 2016). https://bit.ly/2BXuTlf

Las réplicas de mayor intensidad fueron las dos últimas de 6.8 grados en la escala de Richter, registradas una a las 02:57 y otra a las 11:46, también el mismo día, el pasado miércoles 18 de mayo. Según diario *El Comercio* "La profundidad de estos movimientos osciló entre los 4 kilómetros y los 20 kilómetros. El último sismo de 6.8, el miércoles a las 11:46, tuvo la mayor profundidad, pero fue lo suficientemente intenso como para provocar pánico en Esmeraldas y en Manabí, y la evacuación de edificios y de establecimientos educativos en Quito, Guayaquil, Ambato, etc.". El Instituto Geofísico registró en el transcurso de esos mismos días otras 28 réplicas de más de 5 grados (hasta 5.9). El mismo 16 de abril se produjeron varias réplicas a las 19:11, a las 19:16, a las a las 19:29, a las 21:17 y a las 22:05. A estos sismos de intensidad media se contabilizaron más de mil réplicas menores a 5 grados en la escala de Richter. En total, hasta las 12:30 de este viernes 20 de mayo de 2016 el Instituto Geofísico había documentado 1 575 réplicas del terremoto del 16 de abril último, así lo señala *El Comercio*.

Los medios internacionales también tuvieron su óptica con relación a la situación que pasaba el Ecuador tras haber sido afectado por un fenómeno natural de tal magnitud. El 20 de abril la *BBC* nos muestra una panorámica de las afectaciones que dejo el terremoto de 7.8 grados que tuvo su epicentro en la ciudad de Pedernales, costa ecuatoriana. La *BBC* destaca en su nota las acciones que tomo el gobierno ecuatoriano a partir de la declaratoria de Estado de Excepción con la finalidad de mantener el orden y calma en la población. "La mayor tragedia de los últimos 67 años", lo decía el presidente Correa a su arribo a Ecuador tras haber interrumpido una gira diplomática por Europa.

2.12.4 Fallas en las edificaciones

La noche del 16 de abril de 2016 la población ecuatoriana fue sorprendida por un fuerte sismo, el mismo que alarmó a todo un país. Las primeras informaciones de parte del Instituto Geofísico mencionan que se trataba de un terremoto de magnitud 7.8 con epicentro en la costa ecuatoriana entre las provincias de Esmeraldas y Manabí.

Determinar las causas por las que hubo una catástrofe mayor en las construcciones en los lugares donde se sintió con más fuerza el movimiento sísmico no ha sido una tarea fácil. Andrade (2010) en su estudio realizado sobre el terremoto de Ecuador plantea las siguientes fallas estructurales que se pudieron determinar tras el terremoto de 7.8 del 2016.

a) Falla por inadecuada resistencia al cortante, debido a la escasez de elementos que aporten a la rigidez

Debido a la falta de elementos que aporten a la resistencia de carga lateral, es que las columnas fallaron. Se debió aportar a la rigidez con muros estructurales o placas, que aporten a la rigidez en el sentido de la carga aplicada por el sismo.

Figura 24. Fallas estructurales en las columnas

Fuente: Radio Caracol (17 de mayo de 2017) https://bit.ly/30xYADU

b) Fallas por licuefacción

En el instante del terremoto de Ecuador el movimiento del terreno causó una pérdida de la firmeza o rigidez del suelo, lo que provocó la destrucción de algunas carreteras ecuatorianas, daños en las tuberías, entre otros factores.

La licuación del suelo ecuatoriano se pudo producir por tener un suelo saturado poco cohesivo, produciendo deformaciones debido al constante movimiento que originó el terremoto.

Figura 25. Fallas en las vías tras el terremoto

Fuente: Tweet Quake (21 de abril de 2017) https://bit.ly/3fkTOhb y https://bit.ly/2VF1K4O

En ambas imágenes se puede notar la destrucción que causó el movimiento en las vías, produciéndose una separación entre las calzadas en algunos casos provocando el descenso de una de las calzadas, y en otros casos la destrucción total de la vía causando hundimientos y atrapamiento de vehículos que al momento transitaban por el lugar.

c) Falla por deslave

Al producirse los diversos movimientos tras el terremoto en Ecuador se generaron vibraciones, teniendo en cuenta que el terreno se encontraba saturado por agua (terreno cenal al agua). El agua prácticamente lavó el terreno con el tiempo y al unirse las ondas sísmicas se dio el deslizamiento del terreno.

Figura 26. Fallas por deslizamiento

Fuente: Impactomundial.org (24 de octubre de 2017) https://bit.ly/3hoBchY

d) Falla por excentricidad-torsión asimetría en elevación

Este tipo de colapsos se da al existir una mala configuración en la simetría del terreno al momento de la construcción, existiendo partes de la construcción que sobresalen de la misma, y al momento que se da un movimiento sísmico esta viene a ceder y provoca la ruptura y colapso de la edificación.

Figura 27. Vivienda colapsada tras el terremoto

Fuente: Impactomundial.org (24 de octubre de 2017) https://bit.ly/3hoBchY

e) Falla por impacto

Al producirse el movimiento telúrico las construcciones empiezan a oscilas de un lado a otro lo que origina la falla por impacto. Cuando se da este tipo de falla las edificaciones que más sufren los daños son aquellas que al momento del golpeteo no coinciden unas con otras debido a la variación de niveles de pisos. En algunos casos los diversos niveles se desploman y se apilan uno sobre otro.

Figura 28. Vivienda colapsada por el movimiento de golpeteo tras el terremoto

Fuente: RTVE Noticias (24 de octubre de 2017) (https://bit.ly/2XZv8VD

Figura 29. Vivienda colapsada por el movimiento de golpeteo tras el terremoto

Fuente: El Comercio (17 de abril de 2017) https://bit.ly/2ztUPUV

f) Falla por efecto de piso blando

Este suceso se da por el tipo de construcción desde su estructura, con frecuencia se construyen los primeros pisos o plantas bajas de los edificios con el mayor espacio posible con la finalidad de aprovechar espacios para estacionamientos, sin colocar paredes que proporcionen una mayor rigidez a la construcción.

En el momento que ocurre una catástrofe natural como el terremoto que azoto a Ecuador el 16 de abril del 2016, provoca que estos pisos que no cuentan con la suficiente fuerza y resistencia desaparezcan tras el movimiento al venirse sobre ellos el resto de pisos superiores.

Figura 30. Edificación colapsada tras el terremoto

Fuente*:* Impactomundial.org (24 de octubre de 2017) https://bit.ly/3hoBchY

g) Falla por esfuerzo de tensión o compresión en muros estructurales

La manifestación de este tipo de fallas en la deformación de las estructuras en un ángulo de 45º debido a la tensión y movimiento que provoca el sismo en el momento que este se produce.

Figura 31. Edificación colapsada tras el terremoto

ANTES DESPUÉS

Fuente: Spanish.china.org.cn (17 de abril de 2017) https://on.china.cn/2zxfW8Q

Figura 32. Falla en las paredes por movimientos del terremoto

Fuente: Edificacionesdecalidad.com (17 de abril de 2017) https://bit.ly/2UEZAlW

h) Falla de elementos no estructurales

Este tipo de fallas se produce cuando las edificaciones no han sido construidas de una forma técnica, produciéndose el efecto de las tabiquerías causando lesiones a la población

por el desprendimiento de las paredes quedando en pie únicamente las vigas que sostenían la construcción.

Figura 33. Vivienda colapsada por el efecto tabiquería tras el terremoto

Fuente: Impactomundial.org (24 de octubre de 2017) https://bit.ly/3hoBchY

Figura 34. Vivienda colapsada por el efecto tabiquería tras el terremoto

Fuente: Eldiario.ec (29 de agosto de 2017) https://bit.ly/3d5GeNj

i) Colapso de infraestructura urbana

Las zonas urbanas de las ciudades son en algunos casos las partes más afectadas tras un suceso de esta magnitud, llegando a destruir todo tipo de construcciones existente como postes, puentes, vías; provocando colapsos y atascamientos en la circulación vehicular.

Figura 35**.** Vehículo atrapado tras la caída del puente avenida de las américas en Guayaquil después del terremoto

Fuente: Chicagotribune.com (17 de abril de 2017) https://bit.ly/2UF17Ze

Figura 36. Caída del puente avenida de las américas en Guayaquil tras el terremoto

Fuente: El Universo.com (17 de abril de 2017) https://bit.ly/2MRovhT

2.12.5 Historia de los terremotos en Ecuador

Desde 1906, Ecuador ha sufrido cerca de una decena de movimientos **sí**smicos de gran relevancia. La situación del país en una zona de alto riesgo es una de las causas de la importante actividad telúrica de la nación iberoamericana. Los sismos del 31 enero 1906 (Magnitud 8.7), frente a las cotas de Esmeraldas, se considera a este sismo como uno de los más grande registrado en Ecuador y el sexto más grande a escala mundial. Otros hechos telúricos que también han ocurrido en las costas ecuatorianas han sido el del 14 mayo 1942 (Magnitud 7.8); 11 de marzo de 1955 (Magnitud 6.8), 19 enero de 1958 (Magnitud 7.8) y del 12 diciembre de 1979 (Magnitud 7.8). Uno de los más letales se registra el del 16 de agosto de 1868 cuya magnitud más probable fue de 7.8 dejando un saldo de 15.000 a 20.000 víctimas. El último terremoto que ha sufrido el país fue el del pasado 16 de abril de 2016, con una magnitud de 7.8 en la escala de Richter, dejando un saldo de 700 víctimas aproximadamente. A partir del momento del sismo que dio paso al terremoto se ha registrado gran cantidad de sismos.

Espinoza (1992) señala algunas de las causas que hacen vulnerable a las costas ecuatorianas frente a este tipo de fenómenos de la naturaleza:

> La vulnerabilidad de las playas del Ecuador frente a un tsunami, es progresivamente creciente como consecuencia del acelerado desarrollo de la zona costera. En la actualidad, a lo largo de la costa continental, existen cuatro Puertos Comerciales; tres terminales Petroleros; 57 lugares clasificados como Puertos Pesqueros Artesanales, con asentamiento humanos importantes; el 40% de la población urbana del Ecuador, se concentra en las principales ciudades de la costa, 66 playas, de 107 con atractivos turísticos tiene algún grado de explotación (Espinoza, 1992, p. 22).

Ecuador al encontrarse ubicado en el cinturón de fuego del pacífico está expuesto al sinnúmero de movimientos tectónicos que se pudieran producir, estos movimientos son producidos por la placa oceánica de Nazca que atraviesa desde Colombia hasta Chile, y la plaza Continental Sudamericana. La placa de nazca se constituye en parte del piso oceánico, ubicada al occidente del continente sudamericano, está mantiene un constante movimiento lo que produce el hundimiento de la Placa de Nazca bajo la Plaza Sudamericana. Espinoza (1992) afirma que "Frente al Ecuador, además del consumo de la corteza oceánica, se produce la colisión y consumo de la Cordillera Carnegie frente a las costas de la Provincia de Manabí; está cordillera es uno de los principales elementos tectónicos del Ecuador" (p. 22).

Figura 37**.** Placas tectónicas que atraviesan el Ecuador continental

Fuente: El mercurio.com (28 de agosto de 2017) https://bit.ly/37oHIko

2.12.6 Marco Sismológico

En Ecuador según Jorge Espinoza, citando a Lomnitz se distinguen dos ambientes generadores de epicentros. “El primero de ellos está formado por el borde de consumo de la

placa Nazca con la Sudamericana y por el posible contacto con la Placa Cocos al norte del Ecuador. El segundo ambiente generador de los sismos en el interior del país, en especial en la región sub e interandina, se debe a las fallas tectónicas activas en este sector" (Espinoza, 1992, p.23).

A través de un análisis registrado en los catálogos CERESIS, desde los años de 1901 hasta 1981, se ha podido determinar que el 65% de los hipocentros, corresponden a sismos superficiales, es decir que no has superado las profundidades de los 70km, ubicándose estos sismos a lo largo de la costa o de la cordillera. En cambio, las profundidades menores que van hasta los 50km, se ubican principalmente en la región de la plataforma submarina. A estas profundidades las magnitudes de los sismos varia de entre 6.5 y 8.0 grados en la escala de Richter (Espinoza, 1992). A lo largo de la historia en Ecuador se han registrado un sinnúmero de sismos de poca intensidad y otros de fuertes magnitudes, que han provocado fuertes catástrofes en la población cercana a los epicentros, durante el siglo XX Ecuador por lo menos registra unos tres fuertes sismos en sus costas y en la cordillera andina.

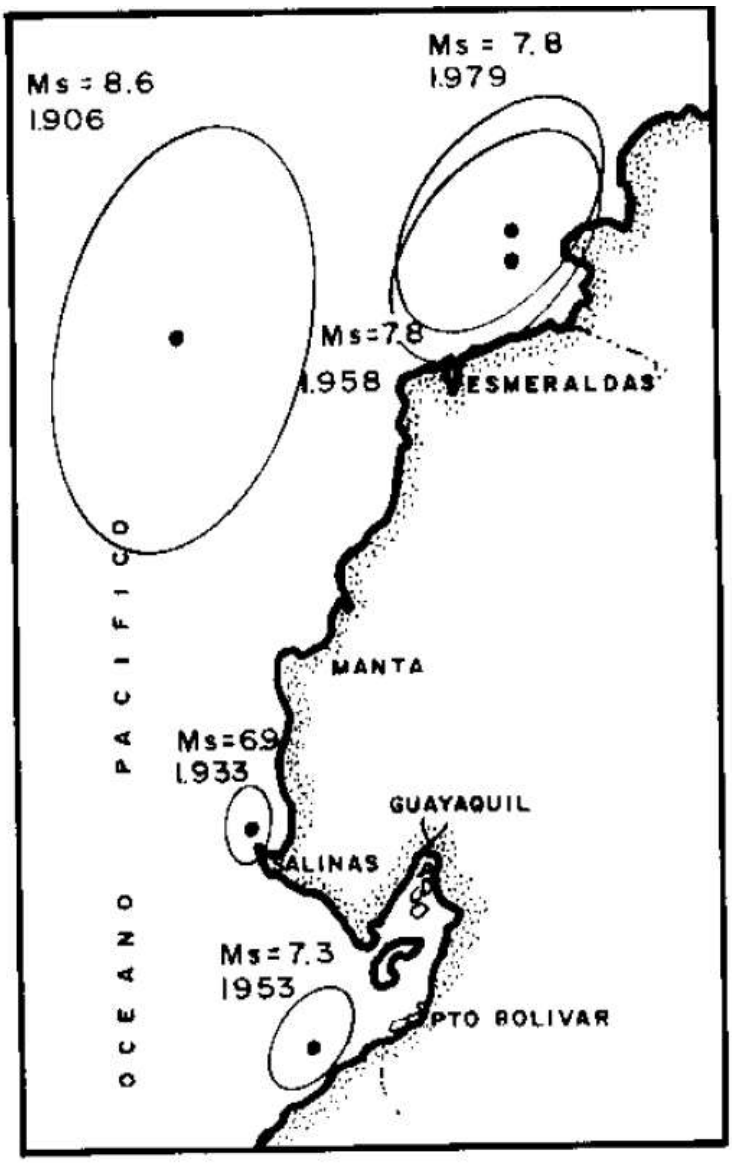
Tabla 9. Sismos con magnitud superior a los 6 grados ocurridos entre 1901 a 1981

Fecha	Hora	Localización	Magnitud	Tsunami
01/31/1906	15:36	01.ON 081.5W	8.7	TSUNAMI
02/07/1906	---	01.ON 081.0W	----	----
03/11/1924	22:44	04.5S 082.0W	6.8	No se reporta
10/18/1924	23:05	02.5N 0.80.0W	6.7	No se reporta
10/02/1933	15:29	02.0S 0.81.0W	6.9	TSUNAMI
10/03/1933	10:21	01.7S 0.80.7W	6.3	No se reporta
10/03/1933	14:22	01.7S 0.80.7W	6.0	No se reporta
05/14/1942	02:13	00.3S 0.80.0W	7.9	No se reporta
10/23/1944	23:40	00.5N 0.80.0W	6.9	No se reporta
12/12/1953	17:31	03.5N 0.81.0W	7.3	TSUNAMI
01/19/1958	14:07	01.3N 079.0W	7.8	TSUNAMI
02/09/1967	15:25	02.9N 0.79.9W	6.3	No se reporta
12/10/1970	04:35	04.0S 0.80.7W	7.6	No se reporta
12/12/1979	07:59	01.6N 079.4W	7.9	TSUNAMI

Fuente: INFOCAR, Ecuador. 1992

Al interior del país han ocurrido fuertes terremotos. Por ejemplo, Espinoza (1992), señala el del 5 de marzo de 1987 que tuvo una magnitud de 6.5 grados en la escala Richter, el mismo que causó la muerte de unas 1.000 personas y daños para el país por un monto de más de 3.000 millones de sucres para aquel entonces. El sismo de mayor impacto y que provocó uno de los tsunamis de mayor magnitud fue el terremoto del 31 de enero de 1906 de 8.7 en la escala de Richter (Espinoza, 1992). Las zonas de mayor actividad tsunamigénica es la región fronteriza de Ecuador-Colombia, en donde se han dado tres maremotos en los años de 1906, 1958 y 1979; las otras regiones que igual registran sunamis son Santa Elena en 1933 y la frontera de Ecuador-Perú en 1953. Esmeraldas en la zona de donde se producen los sismos más fuertes a diferencia de las anteriores, 8.6 (1906); 7.8 (1958) y 7.9 (1979).

Figura 38**.** Tsunamis ocurridos en o cerca de la costa ecuatoriana entre 1906 a 1981



Fuente: INFOCAR, Ecuador. 1992

El último terremoto ocurrido en Ecuador el 16 de abril de 2016, que tuvo una magnitud de 7.8 grados en la escala de Richter, causo tal impacto que fue sentido en casi todo el territorio ecuatoriano, ubicando su epicentro en la costa ecuatoriana específicamente en la zona de Pedernales. En las primeras horas luego del movimiento telúrico hubo alerta de sunami en las costas de Esmeraldas, misma que fue desactivada varias horas después dado que no se llegó a formar ningún sunami.

III. Diseño y desarrollo de la Investigación

3 INVESTIGACIÓN

3.1 Justificación de la investigación

La necesidad de educar e informar a los ciudadanos en el ámbito de la prevención y cuidado ante los desastres naturales, la forma de transmitir esa información entre la población, y el tratamiento que le dan los medios tradicionales y medios digitales de comunicación justifica el análisis e implementación de la presente investigación, por lo que el estudio sobre el terremoto en Ecuador, representa una alternativa a la participación de la población en conocer cómo vivió, y cómo se informó desde las diferentes plataformas de comunicación. Sin embargo, no es la única razón que hace posible este estudio, también existen razones más profundas y personales que motivaron a emprenderlo.

Esta investigación está contextualizada en lo que conocemos como "narrativas transmedia", "sociedad de la información". En este trabajo juegan un papel fundamental los medios de comunicación de masas, por un lado, la prensa como medio tradicional de comunicación, y la Internet a través de las redes sociales (*Facebook*); medio de comunicación masivo que ha expandido su presencia en tan poco tiempo en pleno siglo XXI a millares de personas en los distintos continentes.

> La prensa como narración social es un formato comprensible y próximo a todos los ciudadanos. Gracias a su cometido divulgativo, cultural y actualizador es un medio de fácil uso para la formación por su carácter contextualizado, lenguaje coloquial, familiaridad y proximidad (Montoya y Zuluaga, 2014, p.3).

En este sentido, la prensa es el medio de comunicación tradicional que, a lo largo de la historia ha sido la principal fuente de información de los ciudadanos, que le permitía conocer los acontecimientos que ocurrían alrededor del mundo. A través de la prensa se genera información y opinión pública a cualquier ciudadano. Es por esto que la cobertura sobre sucesos o fenómenos naturales de impacto nacional o internacional, como es el caso del terremoto, marca una importancia en las agendas de los medios, la prensa dedica varios apartados a través de sus páginas con la finalidad de mantener informado a su público, desde

el mismo instante en que sucedió el hecho, hasta un momento determinado en el tiempo, cuando la información ya va perdiendo vigencia. Esto genera opinión, pero también genera alarma e incertidumbre en la sociedad. La prensa tiene el poder de captar y llegar a las personas de una forma más directa, dando la oportunidad al usuario de que pueda leer y releer los contenidos que transmite el medio, para que cree su propia opinión de lo sucedido.

Por otro lado, están los nuevos medios o medios digitales que han logrado posicionarse de una manera tan rápida y vertiginosa entre los ciudadanos, recordemos que a la radio le llevó 38 años conseguir 50 millones de usuarios, a la televisión 13, a *Facebook* le llevo sólo 2 años y a la Internet en sí 2 años para alcanzar ese nivel de usuarios. Es el caso de *Facebook* y *Twitter*, dos redes sociales que surgieron en la década del 2000. No llegan a tener dos años de diferencia entre la aparición de la primera y la segunda. El uso multidimensional de la red que existe en los últimos años ha hecho que cualquier persona se convierta fácilmente en un emisor de la información y no únicamente en un consumidor.

3.1.1 Antecedentes de la investigación

Los terremotos son fenómenos naturales que se presentan de forma instantánea provocando destrucciones y daños de gran magnitud; esto los convierte en uno de los fenómenos más destructores y temidos. Los efectos en las personas y sus actividades pueden ser de forma directa o indirecta. De forma directa causan muertes, heridos, destrucción de viviendas, instalaciones públicas e industriales, etc. Y de manera indirecta provoca deslizamientos, fuego, inundaciones, tsunamis, epidemias y lo más grave la ruina económica de una región (Vidal, 1994). El Ecuador ha sido azotado por este tipo de fenómenos naturales hace poco más de un año, dejando devastación y pérdidas económicas en todo el país, principalmente en las zonas afectadas en las provincias de Manabí y Esmeraldas.

Para tener una idea de la magnitud y fuerza de destrucción de los terremotos, podemos analizar algunas cifras por ejemplo el terremoto del 27 de julio de 1976 dejó en China al menos unos 650.000 muertos y unos 780.000 heridos aproximadamente; el sismo del 19 de septiembre de 1985 de México provocó unos 9.500 muertos y unos 300.00 heridos; el 15 de agosto del 2007 en Perú se contabilizaron más de 500 fallecidos tras un terremoto de 8.0 grados, el 12 de enero de 2010 en Haití un terremoto de 7 grados dejó cerca de 316.000 muertos y 1,6 millones de personas sin hogar; en el mismo año el 27 de febrero en Chile un terremoto de 8.8 grados dejó 26 muertos; el 11 de marzo de 2011 en Japón, un terremoto de 9 grados y posterior tsunami dejó un saldo de 15.880 muertos y 2.698 desaparecidos; en Ecuador el terremoto del 16 de abril de 2016 con una magnitud de 7.8 grados dejó 671 muertos, y uno de los últimos terremotos, el 19 de septiembre de 2017 en México, deja cerca de 318 muertos.

La importancia de contar con medidas de prevención y una adecuada información ante los terremotos, hacen de esta investigación un aporte para la ciudadanía.

3.2 Objetivos de la investigación

a) Objetivo General:

El objetivo general de la Tesis Doctoral consiste en comparar el contenido informativo generado a partir del terremoto del 16A en Ecuador en el año 2016 mediante el uso de las herramientas transmedia en los diarios digitales de *El Comercio* (Ecuador) y *El*

País (España), además de la red social *Facebook*. Se pretende al mismo tiempo conocer el rol de la audiencia como prosumidores de información.

b) Objetivos específicos:

Para la obtención de una culminación exitosa de la investigación se han planteado los siguientes objetivos específicos, dando cumplimiento así al objetivo general.

Objetivo 1. Examinar las piezas periodísticas publicadas mediante el uso de las narrativas digitales en los portales web de los diarios *El Comercio y el País* acerca del terremoto del 16 de abril.

Objetivo 2. Identificar los recursos periodísticos más utilizados mediante los cuales se difundió la mayor cantidad de información durante el primer mes después de ocurrido el terremoto.

Objetivo 3. Analizar la interacción de los prosumidores a través de las publicaciones que realizaron sobre el terremoto entre abril y mayo del 2016 mediante *Facebook.*

Objetivo 4. Determinar las condiciones de producción de piezas periodísticas en una coyuntura como el terremoto a través de entrevistas perfil a periodistas latinoamericanos que cubrieron el hecho de terremotos pasados y actuales.

Para atender a los objetivos propuestos, se plantea las siguientes preguntas de investigación:

PI 1. ¿Cuál es la importancia que le dan los medios digitales a la cobertura de un fenómeno natural en un contexto nacional e internacional?

PI 2. ¿Existe una similitud de uso de recursos periodísticos entre los medios al momento de informar sobre un hecho de alcance mundial?

PI 3. ¿Qué nivel de alcance tienen las redes sociales a través del papel de los usuarios en calidad de prosumidores al momento de informar un desastre natural?

PI 4. ¿Están los periodistas de América Latina preparados para realizar su trabajo en terrenos hostiles, por guerras o desastres naturales?

3.3 Hipótesis

Para dar respuesta a las preguntas de investigación se plantean las siguientes hipótesis:

Respecto a la PI 1, las hipótesis son:

H1. El tratamiento de la información de un fenómeno natural llega a tener una mayor inmediatez por el uso de las plataformas digitales.

H2. El peso informativo en las piezas periodísticas puede llegar a ser mayor en un medio internacional que en un medio nacional, por el tratamiento de la información.

H3. Al ser un hecho que afecta a todo un país, pueden las fuentes gubernamentales ser las más confiables al momento de informar.

H4. Es la fotografía el elemento gráfico más usado en los medios digitales.

Respecto a la PI 2, las hipótesis son:

H5. En los medios digitales es el género Informativo el más usado al momento de emitir la información.

Respecto a la PI 3, las hipótesis son:

H6. ¿Qué uso le dan las personas a la Red Social *Facebook* al momento de transmitir información relacionada a un desastre natural?

H7. Pueden llegar a tener un mayor alcance los comentarios, los compartidos o los emoticones como reacciones de los prosumidores mediante las redes sociales.

Respecto a la PI 4, las hipótesis son:

H8. Los periodistas latinoamericanos están preparados para cubrir afectaciones por los fenómenos naturales como terremotos, sunamis, erupciones volcánicas, guerras.

H9. El periodismo cuenta con herramientas como redes sociales y plataformas digitales para contar historias en el siglo XXI.

H10. El periodista se ve afectado emocionalmente en la cobertura de situaciones de riesgo o catástrofes al realizar su trabajo.

3.4 Metodología

3.4.1 Enfoque de la investigación

La presente investigación es exploratoria y de carácter descriptivo. La búsqueda de la literatura científica nos centra en las variables para orientar el estudio. Se define el estudio a través de variables de medición, análisis estadístico y de datos. Es decir, con un enfoque cuantitativo.

Frente al cambio en los hábitos de consumo de la información en base a la participación de los medios y de la población como tal, en la actualidad las opciones de acceso a una información determinada son variadas, el usuario dispone de los medios tradicionales y ahora los llamados medios digitales básicamente las redes sociales. La investigación cualitativa nos ayudará a indagar sobre el sujeto de estudio para así determinar los modos de comunicación de los informadores y los receptores.

Se comenzará planteando los objetivos de la investigación, centrándonos en la recolección de datos y en el análisis de los mismos. De esta forma determinaremos el material en bruto, de modo que los datos vayan tomando sentido y para poder luego categorizarlos de acuerdo con el nivel de incidencia que han tenido en cada medio de comunicación y red social analizada. Según Rodríguez y otros (1999, p.73) citado por Casas (2016) señala que la

finalidad de la investigación cualitativa es comprender e interpretar la realidad tal y como es entendida por los sujetos participantes en los contextos estudiados.

Entre las varias técnicas de analizar los contenidos se utilizará la técnica de observación. Este instrumento va a permitir que se tenga una participación más activa en el fenómeno analizado, comprendiendo de forma más directa cada una de las publicaciones de los medios y redes sociales. Además, hay que considerar la práctica de una forma directa, dado que somos testigos por haber vivido el mismo momento del terremoto al igual que la mayoría de la población ecuatoriana. Así mismo por otro lado seremos testigos indirectos por la forma en cómo se trató la información a través de los diversos medios, dado que la información es recibida de la prensa tradicional en su formato digital y de las plataformas digitales en este caso de redes sociales como *Facebook*.

Por otro lado, la técnica de análisis del discurso nos va a permitir interpretar los diversos patrones y modos de comunicación que usan los medios para llegar con la información a la ciudadanía común y al cibernauta.

En el análisis cualitativo se realizará un estudio de validación de las herramientas aplicadas para la obtención de la información. La configuración del instrumento tiene un enfoque cualitativo, considerando en primer lugar la validez del contenido y la pertinencia de las interrogantes de acuerdo con la estructura que se le dio a cada área temática. Posteriormente se realizará la validación del instrumento con expertos en las áreas afines al estudio.

Por tanto, se analizará la cantidad de piezas periodísticas que se publicaron a través de diario *El Comercio* de Ecuador y *El País* de España durante el primer mes después del terremoto del 16 de abril del 2016. El rango de estudio se da en las fechas del 16 de abril al 17 de mayo del 2016. Así mismo, se analizará la cantidad de publicaciones que se hicieron con relación al terremoto en las mismas fechas usando las plataformas de *Facebook*. El análisis se centrará en la comparación de la cantidad de piezas periodísticas que se fue dando conforme iban pasando los días después del terremoto, con el fin de determinar el tipo de información, el modo, el aumento y disminución de la información, así como el lenguaje aplicado para informar. De la misma forma se hará con la plataforma de *Facebook*, que nos permitirá establecer la participación de las personas en la manera de informar un hecho de trascendencia como lo fue el terremoto, para así determinar la influencia que estos tuvieron, el modo de comunicarse, el lenguaje utilizado, horas y días de mayor publicación, se determinará también a través del género que personas son las que más informaron, hombres o mujeres; además de poder determinar los diferentes patrones de comunicación que utilizaron durante ese mes.

Así mismo se realizará una entrevista de profundidad con periodistas participantes de la cobertura del terremoto, al menos serán entrevistados 8 periodistas que cubrieron los primeros instantes después de lo ocurrido en el terremoto.

3.4.2 Fases del proceso de investigación

La investigación científica es el resultado del cumplimiento de un conjunto de procesos estructurados a través de diversas fases. Cada fase cumple un objetivo específico cumpliendo funciones particulares. Para el presente trabajo en el proceso cuantitativo de la investigación se plantea ejecutar cuatro fases en secuencia (Briones, citado por Romero 2014, p.213):

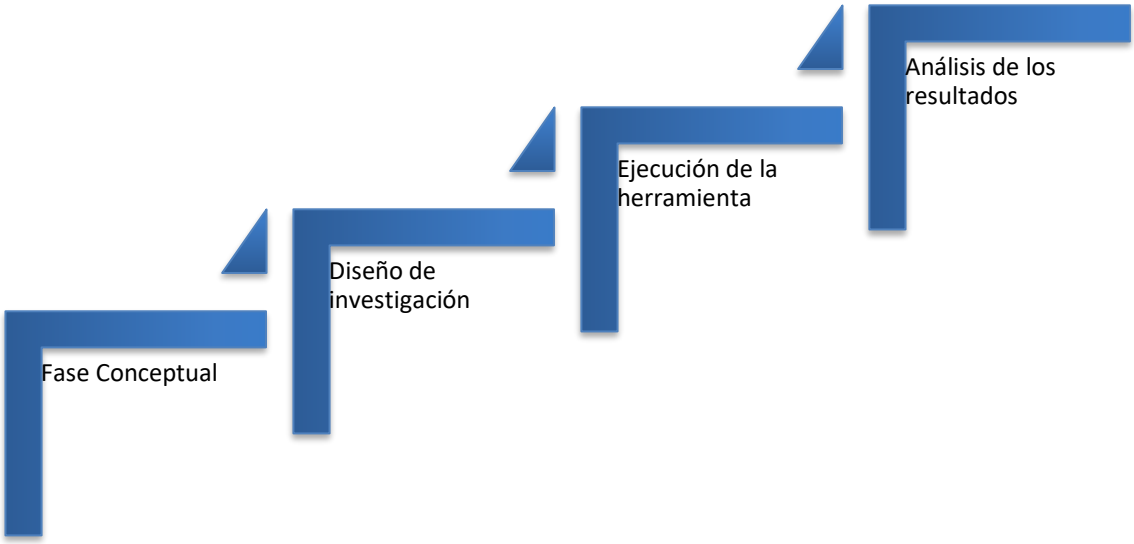
1. Fase conceptual o teórica: En esta etapa se desarrolla, delimita y formaliza el problema a estudiar, su revisión literaria-académica y el desarrollo del marco teórico.

2. Fase del diseño de investigación: En esta etapa se define el método y estrategias que se utilizarán para la recolección y el análisis de los datos, la formulación de la hipótesis, especificaciones de la población de estudio, determinar y segmentar la muestra y finalmente efectuar un estudio piloto para revisar el funcionamiento del cuestionario o sistema de recolección de datos.

3. Fase de ejecución de la herramienta: En esta etapa se pretende ejecutar el cuestionario a la muestra seleccionada para la recolección de datos y la tabulación y codificación para los métodos analíticos.

4. Fase de análisis de los resultados: En esta etapa el investigador estudia los resultados de la aplicación de los cuestionarios y su tabulación.

Figura 39. Fases de investigación

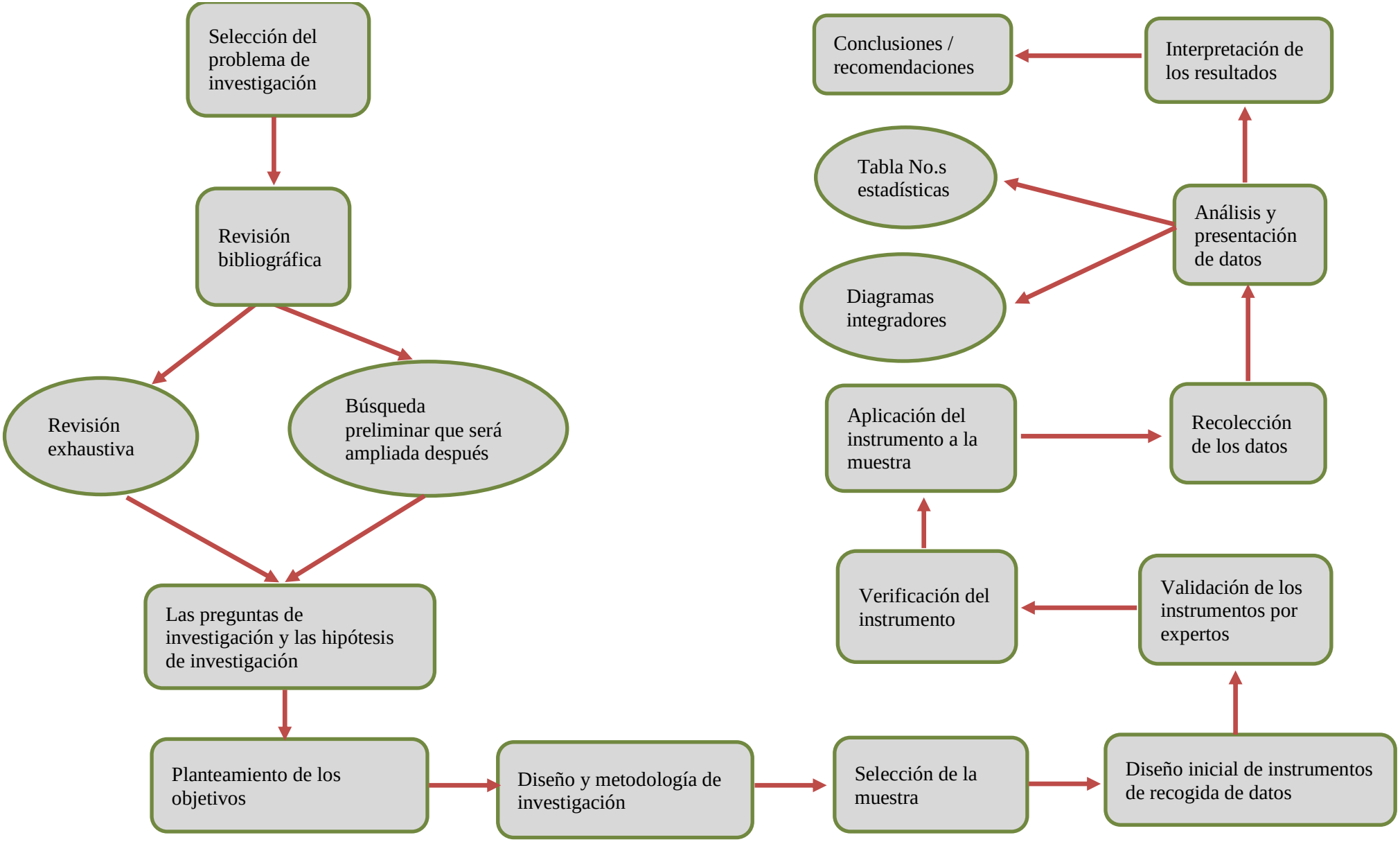


Fuente: Elaboración propia (2020)

3.4.3 Procedimiento de investigación

Las fases de investigación planteadas en el apartado anterior se concentrarán en el caso de estudio de la siguiente forma:

Figura 40. Procedimiento de investigación



3.4.4 Revisión literaria

Para el cumplimiento del marco teórico y estado de la cuestión que permita una aproximación al objeto de estudio, fue oportuno realizar una revisión literaria a partir de las principales bases de datos – JCR, Scopus, Dialnet, Scielo, así como de la revista de científica Comunicar, siendo referencias académicas y científicas que abordan la temática de la narrativa transmedia y la comunicación. Se tomó principal atención en el campo de la comunicación, las narrativas transmedia, el periodismo transmedia, las redes sociales, el terremoto y los modos de prevención y comunicación en desastres naturales.

3.4.5 Planteamiento de los objetivos

Una vez elaborado el marco teórico, comprendiendo los puntos fundamentales de la comunicación a través de las narrativas transmedia y su incursión en la información en casos de desastres naturales, se procedió al planteamiento del objetivo general y los objetivos específicos.

3.4.6 Diseño metodológico de la investigación

Con el fin de presentar un adecuado análisis de la información publicada sobre el fenómeno en investigación, se ha escogido un método mixto cuali-cuantitativo, permitiendo así controlar las variables de la investigación, a través de la interpretación de Tablas y gráficas y su respectivo análisis.

3.4.7 Selección de la Muestra

La delimitación de la muestra se da seleccionando un periodo de estudio que nos permita obtener la información suficiente para cumplir con los objetivos planteados, aplicando los instrumentos y posterior análisis. En los siguientes apartados se detallarán cada uno de los criterios que se han considerado para la presente investigación.

3.4.8 Elaboración de la metodología para el análisis

3.4.8.1 Selección de los instrumentos de análisis.

La finalidad de la presente investigación a través de su diseño metodológico es conocer las distintas formas de comunicación que han utilizado los medios, así como las personas en las redes sociales, a través del análisis de la información difundida sobre el terremoto de Ecuador en diario *El Comercio* de Ecuador, *El País* de España y la red social *Facebook*. Con esta investigación se pretende construir un instrumento de análisis que puedan ser utilizados en otros campos de la comunicación y periodismo a futuro.

3.4.8.2 Entrevista de profundidad.

La herramienta de entrevista a profundidad en una investigación con metodología de tipo cualitativo tiene como finalidad la de recabar información de interés para el investigador. Este tipo de entrevista de ser realizada de una forma flexible, abierta, dinámica, persistente y ahondar en los temas de nuestra investigación (Casas, 2014). A este tipo de metodología Chicharro lo define así:

> La entrevista en profundidad es una forma poco estructurada a través de la que hacer acopio de una amplia información y registrar variables no esperadas. Desde la interacción que proporciona la entrevista se pueden obtener gran cantidad de datos sobre materias sobre las que los entrevistados tienen un conocimiento directo. (Chicharro, 2003, p. 5)

Según Tójar-Hurtado citado por Casas (2014, p.283) señala que existen tres elementos que diferencian a las entrevistas:

- *Propósito explícito:* El entrevistado debe saber cuál es el objeto de nuestro estudio con la entrevista y qué resultados pretendemos conseguir con sus declaraciones. Esto se lo debe de plantear antes de la realización de cualquier entrevista.

- *Presentación de explicaciones:* El entrevistado debe conocer los propósitos de la investigación, así como su fundamentación teórica, evitando influir en nuestro informante.

- *Formulación de cuestiones al entrevistado:* Se trata de establecer un diálogo asimétrico, donde el investigador pregunta y el informante responde, persistiendo en aquellas preguntas de interés para nuestro estudio.

Así mismo Casas, citando a Sanmartín (2014, p. 283) señala que para un desarrollo exitoso de la entrevista se debe considerar ciertas pautas:

- La planificación o preentrevista (quién, qué y cuándo): Debemos decidir a quién entrevistar y preparar un guion con las preguntas más relevantes.

- El encuentro o desarrollo de la entrevista: Se realizan las presentaciones personales, explicando el objetivo de la entrevista y se procede a su realización.

- La transcripción e interpretación: Todas aquellas declaraciones deben ser plasmadas en papel para poder analizarlas correctamente.

Tomando a consideración las citas de los autores antes mencionados, para la elaboración de la entrevista a profundidad se ha realizado un banco de 15 preguntas enmarcadas en los objetivos planteados en la presente investigación, interrogantes que han sido validadas por expertos en el campo de la comunicación y periodismo. La muestra seleccionada, está comprendida por tres expertos de dos países (Ecuador y Perú).

Con el fin de fundamentar los aportes de la investigación se ha planteado realizar 8 entrevistas, a tres medios importantes de Ecuador y uno de Perú. Esto permitirá contrastar con la información levantada de los diarios desde su plataforma digital, con relación a todo lo que publicaron durante el primer mes después de ocurrido el terremoto. Las opiniones de los periodistas, nos dará una perspectiva desde la parte humana, la cobertura y trabajo periodístico en una catástrofe natural.

Tabla 10. Periodistas[4] de Ecuador y Perú entrevistados

Entrevista	Medio	País
Lic. Álvaro Gastañadui	Agencia de noticias/ *Diario El Comercio*	Perú
Sr. Ricardo León	*Diario El Comercio*	Perú
Lcda. Nolka Peralta	*Diario El Comercio*	Perú
Lcda. Ma. Victoria Espinoza	*Diario El Comercio*	Ecuador
Lic. Bolívar Velasco	*Diario El Comercio*	Ecuador
Srta. Gisela Guerrero	Diario el Universo	Ecuador
Mg. Freddy Paredes	Teleamazonas	Ecuador
Mg. Andrea Samaniego	Teleamazonas	Ecuador

Fuente: Elaboración propia (2020)

3.4.8.3 Observación y análisis de contenido

La observación como lo señala Mar (2010), fue desarrollada como estrategia para reunir datos entre los antropólogos que estudiaban culturas extrañas a principios del siglo XX (p. 2). En la actualidad se continúa utilizando esta técnica de investigación en los diversos campos de las ciencias con el fin de dar respuesta a las diversas interrogantes que han surgido tras la evolución y comportamiento de la naturaleza y del hombre en la sociedad.

En la actualidad existen diversidad de programas informáticos que facilitar en cierta medida el levantamiento y ordenamiento de la información, para luego poder ser presentada de una forma dinámica de acuerdo con los resultados esperados. Dada la cantidad de información obtenida en estos casos es preferible apoyarse en el uso de una computadora, para tener una mejor mecánica de la información.

Para el tratamiento de los datos mediante la ficha de análisis se ha procedido a introducir los datos de una forma manual. Para ello se ha ido observando una a una las piezas periodísticas obtenidas de cada medio. Luego con la ayuda del programa Excel, en el que previamente se construyó una ficha de introducción de datos con dos plantillas, la plantilla de registro y la plantilla de datos. En esta segunda se fue levantando la base de datos con cada una de las preguntas y variables que se plantearon en la ficha de análisis de contenido.

3.4.8.4 Diseño inicial de los instrumentos de recogida de datos

En este apartado el investigador estructurará el modelo de análisis de los contenidos publicados desde los diarios *El Comercio* y el País acerca del Terremoto de Ecuador del año 2016. Se propone analizar las siguientes variables:

- Número de piezas periodísticas publicadas por día.

[4] Nota: Los periodistas fueron entrevistados en Lima-Perú, en d*iario El Comercio* y en las ciudades de Santo Domingo y Quito los periodistas de los medios *El Comercio*, El Universo y Teleamazonas.

- Ubicación de las piezas periodísticas
- Peso informativo
- Uso y diversidad de fuentes
- Diversidad temática.
- Género
- Estilo
- Énfasis
- Aspectos Hipertextualidad. Multimediales e Interactividad

De la misma forma se hará con las plataformas de *Facebook*, red social que nos permitirá determinar la participación de los cibernautas en la información de un hecho de trascendencia como lo fue el terremoto, para así determinar la influencia que estos tuvieron, el modo de comunicarse, el lenguaje utilizado, además de poder determinar los diferentes patrones y estereotipos de comunicación que utilizaron durante ese primer mes. Se trabajará en base a las siguientes variables:

- Cantidad de publicaciones compartidas por día a través de las redes sociales
- Cantidad de comentarios acerca de las publicaciones
- Participación por género, hombres y mujeres
- Participación de los medios de comunicación a través de la red social
- Tipo de publicación que tuvo mayor alcance
- Cantidad de clic (me gusta o estado de ánimo) por publicación
- Patrones de comunicación que más se usó a través de las redes sociales
- Hashtags más usados para informar sobre el terremoto
- Alcance que tuvieron las menciones y los usuarios con relación a las publicaciones.
- Lugares desde donde hubo un mayor número de publicaciones.

3.4.9 Validación del instrumento por expertos

Una vez desarrollado el instrumento de análisis para medir la información sobre el Terremoto de Ecuador del año 2016 de los diarios *El Comercio* y *El País*, se procedió a realizar una selección de expertos para que pudieran validar el instrumento para su posterior análisis. Para la validación se propuso un comité de 6 expertos, relacionados en el ámbito académico de la comunicación, el periodismo y la investigación. Los expertos validadores son de diversas nacionalidades pertenecientes a universidades de alto prestigio a nivel

internacional como la Universidad Técnica Particular de Loja-Ecuador, Universidad de Lima-Perú y Universidad de Huelva-España.

3.4.10 Aplicación del instrumento a la muestra

Tras la corrección del instrumento considerando las observaciones hechas por parte de los expertos, se procedió a dar inicio con el análisis de la información de los diarios de los diarios *El Comercio* y *El País*.

3.4.11 Análisis y reflexión de los resultados

Completado el análisis de las piezas periodísticas de ambos diarios y de la red social *Facebook*, se procede a evaluar y analizar los datos mediante el cotejo de estos, de acuerdo con los objetivos planteados en la investigación, con el fin de poder llegar a los resultados esperados y determinar así el contenido informativo que se ha generado después del terremoto.

3.4.12 Conclusiones, limitaciones y futuras líneas

Una vez concluido el análisis se pueda desarrollar las conclusiones a las que hemos llegado en la investigación, pudiendo determinar también las limitaciones que se nos presentaron en la investigación. Así plantear futuras propuestas de investigación enmarcadas en el tema de estudio.

3.5 Selección de la muestra

La presente investigación se realizará tomando muestras de medios digitales de Ecuador (diario *El Comercio*) y de España (diario *El País*); así como el levantamiento de información de lo compartido a través de la red social de *Facebook*.

Por las características del contexto del universo en estudio, se ha optado por seleccionar una muestra no probabilística o aleatoria, es decir, se realizará un muestreo intencional, debido a la cantidad de información que se difundió sobre el terremoto de Ecuador a través de los diversos medios tradicionales como digitales, además de las redes sociales.

De esta forma se han elegido dos medios de comunicación digitales y una red social de mayor impacto.

1. Diario *El Comercio* de Ecuador
2. Diario *El País* de España
3. Rede social *Facebook*

Se considera como muestra de estudio la información publicada entre el 16 de abril al 16 de mayo de 2016.

Tabla 11. Muestra[5] diario El Comercio de Ecuador

Mes	Semana	Número de publicaciones
Abril 2016	1º semana del 16 al 24	645
	2º semana del 25 al 30	246
Mayo 2016	1º semana del 1 al 8	132
	2º semana del 9 al 15	78
	3º semana 16	25
TOTAL		1126

Fuente: Elaboración propia (2020)

Tabla 12**.** Muestra[6] diario El País de España

Mes	Semana	Número de publicaciones
Abril 2016	1º semana del 17 al 24	33
	2º semana del 25 al 30	7
Mayo 2016	1º semana del 1 al 8	1
	2º semana del 9 al 15	1
	3º semana 16	2
TOTAL		44

Fuente: Elaboración propia (2020)

Tabla 13. Muestra[7] red social Facebook

Mes	Rede Social	Número de publicaciones
Abril y mayo 2016	*Facebook*	1155
TOTAL		**1155**

Fuente: Elaboración propia (2020)

3.6 Diseño inicial del instrumento

Los diferentes instrumentos que se utilizarán en la presente investigación serán:

- **Entrevista en profundidad:** Este instrumento será aplicado a periodistas que hayan cubierto acontecimientos de desastres naturales con la finalidad de conocer su experiencia ante este tipo de trabajo, así como para conocer la preparación en el presente y futuro después de haber atravesado por un desastre natural.

- **Ficha de análisis de contenido:** Este instrumento nos permitirá conocer de primera mano el impacto en la cantidad de información publicada en los medios digitales seleccionados con relación al terremoto. Además, podremos valorar el nivel de cobertura, dado que va perdiendo importancia el hecho con el paso de los días, disminuyendo así el número de publicaciones diarias. Volviendo a tener importancia el tema cuando se producía alguna réplica fuerte por sobre los 5 grados en la escala de Richter.

[5] Nota: Muestra total de las piezas periodísticas de diario *El Comercio* de Ecuador a ser analizadas.

[6] Nota: Muestra total de las piezas periodísticas de d*iario el País* de España.

[7] Nota: Muestra total de análisis de publicaciones de la plataforma de *Facebook*.

- **Análisis de redes sociales**: No se puede dejar de lado a las plataformas digitales en este caso las redes sociales. Estás fueron quizá el aliado más próximo para conocer de último momento lo que pasaba en cada uno de los sitios afectados por el terremoto. Se analizará el impacto que tuvieron estos medios, la cantidad de información que generaron durante y después del terremoto.

3.7 Validación del instrumento por los expertos

Cada uno de los instrumentos que se utilizará en la investigación será validado por expertos, antes, durante y después de su aplicación. Se buscará contar con el apoyo de expertos nacionales e internacionales de Ecuador, Perú y España.

Romero, citando a Cabrero (2014, p.229) señala a la consulta a expertos como "una de las estrategias de evaluación de medios más tradicional y también la más cotidianamente utilizada", para una correcta efectividad en el aporte de los expertos hay que considerar una adecuada selección y la validez de sus aportaciones.

De igual forma Romero (2014) recomienda considerar algunas afirmaciones para seleccionar el equipo evaluador, en este caso se considerará profesionales en el campo de la comunicación, el periodismo y la investigación que tengan las siguientes cualificaciones:

- Prestigio profesional y/o académico
- Paridad geográfica (Ecuador, Perú y España)
- Perfil académico de comunicación, periodistas, doctores en ciencias de la información, comunicación o carreras afines.

Para la validación de la ficha se ha seleccionado un total de seis profesionales del campo de la comunicación, el periodismo y la investigación.

Tabla 14. Lista de expertos validadores del instrumento de análisis

EXPERTO	RAMA PROFESIONAL	CIUDAD/PAÍS
PhD. María Isabel Punín	Periodismo	Loja (Ecuador)
PhD. Diana Rivera Rogel	Comunicación	Loja (Ecuador)
PhD. Abel Suing Romero	Investigación	Loja (Ecuador)
PhD. Isidro Marín Gutiérrez	Investigación	Huelva (España)
PhD. María Luján González	Periodismo	Roma (Italia)
PhD. María Teresa Quiroz	Periodismo	Lima (Perú)

Una vez elaborada la ficha, se envió a cada evaluador la carta y el instrumento con las indicaciones y modelo de validación, para que una vez analizada la ficha nos dieran las correcciones o aprobación para poder aplicar el instrumento en la investigación.

3.7.1 Ficha para la validación del instrumento

Para la elaboración del instrumento se consideró los aportes de la Mgtr. María del Carmen Mendoza Michilot, de la Universidad de Lima y del Valor Agregado Periodístico

"VAP" de la Universidad Católica de Chile, estudio realizado por la profesora Silvia Pellegrini, Soledad Puente, Wiliam Porath y otros autores.

La ficha de análisis de las piezas periodísticas está compuesta por un número de 12 preguntas, divididas en diferentes categorías y con sus distintas variables cada una. A continuación, se muestra la ficha que fue presentada a los expertos para su validación.

Tabla 15. Primera versión de ficha para ser validada por expertos

FICHA DE ANÁLISIS DE PIEZAS PERIODÍSTICAS	
Código correlativo	0000
Fecha:	
Hora:	
Medio:	
Se completará la ficha llenando cada interrogante con una "x" **UBICACIÓN**	
P1: Ubicación (Tema)	
1. Nacionales	
2. Internacionales	
3. Mundo	
4. Seguridad	
5. Economía	
6. Cultura	
7. Actualidad	
8. Data	
9. Ciencia	
10. Cartas	
11. Salud	
12. Justicia	
13. La Silla Vacía	
14. Tendencias	
15. Opinión	
16. País	
17. Construir	
18. Fútbol	
19. Otros	
P2: Sección	
1. Actualidad	
2. Tendencias	
3. Política	
4. Data	
5. Deportes	
6. Opinión	
7. Servicios	
8. Multimedia	
9. Otros	
PESO INFORMATIVO	
P3: Tipo	
1. Actual	
2. Atemporal	
P4: Origen de la información	
1. Indefinida	
2. Reproducción	

3. Iniciativa de la fuente	
4. Iniciativa del medio	
5. Otros.	
USO Y DIVERSIDAD DE FUENTES	
P5: Diversidad de puntos de vista	
1. Sólo un punto de vista	
2. Un punto de vista con referencia superficial a otra	
3. Mezcla de puntos de vista	
P6: Tipos de fuentes	
1. Gubernamental	
2. Oficiales públicas	
3. Oficiales privadas	
4. Expertas	
5. Testimoniales	
6. Documentación	
7. Medios citados	
8. No identificadas	
DIVERSIDAD TEMÁTICA	
P7: Pauta informativa	
1. Eventos culturales	
2. Comunicación y medios	
3. Deportes	
4. Desastres naturales y epidemias	
5. Empresa, comercio, industria	
6. Trabajo y gremios	
7. Política	
8. Congreso y partidos políticos	
9. Política exterior	
10. Militar y defensa	
11. Gobierno y actividades municipales	
12. Historias de interés humano	
13. Internacional	
14. Educación	
15. Salud y bienestar	
16. Vivienda	
17. Iglesia y religión	
18. Transporte	
19. Medio ambiente y energía	
20. Economía	
GÉNERO	
P8: Tipo de género	
1. Informativo	
2. Crónica	
3. Entrevista	
4. Reportaje	
5. Columna editorial	
6. Artículo firmado	
7. Géneros Gráficos	
8. Otros	
ESTILO	
P9: Estructura	

1. Pirámide invertida	
2. Opinión	
3. Cronológica	
4. Mixta.	
5. Entrevista	
6. Otros	
P10: Nivel narrativo	
1. Transcripción	
2. Procesamiento	
P11: Elementos Gráficos	
1. Fotografía	
2. Infografía	
3. Gráficos	
4. Otros/Ninguno	
ÉNFASIS	
P12: Enfoque	
1. Asignación de responsabilidad	
2. Conflicto	
3. Costo/beneficio	
4. Descriptivo informativo	
5. Interés humano	
6. Otros	

Fuente. Elaboración propia (2020)

3.7.2 Cambios generados a partir de las aportaciones de los expertos

Una vez recibidas las observaciones por parte de los expertos validadores se procedió a corregir las preguntas en los puntos en observación. Las sugerencias fueron mejorar las preguntas 4, 9 y 10. Se procedió a buscar más información sobre fichas de validación y se complementó una segunda ficha considerando nuevos aportes de investigadores como Guillermo Franco, Juan Ramón Fernández, Xosé Soengas, complementando los aportes ya dados por Mendoza y Pellegrini. Además, se incluyeron 3 nuevas preguntas a la ficha, quedando una ficha de validación de 15 preguntas.

3.8 Diseño final del cuestionario para la recogida de información

A continuación, se presenta la ficha final con la que se empezaría a realizar el análisis de la información recogida de los diarios una vez validada por los expertos.

Tabla 16. Versión final de la ficha de análisis tras validación de expertos

FICHA DE ANÁLISIS DE PIEZAS PERIODÍSTICAS	
Código correlativo	0000
Fecha:	
Hora:	
Medio:	
Titular de las piezas periodísticas:	
Se completará la ficha llenando cada interrogante con una "x" **UBICACIÓN**	
P1: Sección	
1. Actualidad	
2. Tendencias	
3. Política	
4. Data	
5. Deportes	
6. Opinión	
7. Servicios	
8. Video	
9. Fotogalerías	
P2: Ubicación (Tema)	
1. Nacionales	
2. Internacionales	
3. Mundo	
4. Seguridad	
5. Economía	
6. Cultura	
7. Actualidad	
8 Data	
9. Fotogalerías	
10. Ciencia	
11. Cartas	
12. Salud	
13. Justicia	
14. La Silla Vacía	
15. Tendencias	
16. Opinión	
17. País	
18. Construir	
19. Deportes	
20. Otros	
PESO INFORMATIVO	
P3: Tipo	
1. Actual	
2. Atemporal	
P4: Origen de la información	
1. Indefinida	
2. Gubernamentales	
3. ONG	
4. Otros medios/Agencias	
5. Documentación	
6. Declaraciones de las partes o personajes implicados	

7. Iniciativa del medio	
8. Fotográficas	
9. Gráficas	
10. Audio/video	
P5: Autoría	
1. Directa del medio	
2. Reportero del medio	
3. Otros medios/Agencia	
4. Editor	
5. Artículo de opinión	
6. Otro	
USO Y DIVERSIDAD DE FUENTES	
P6: Diversidad de puntos de vista	
1. Sólo un punto de vista	
2. Un punto de vista con referencia superficial a otra	
3. Mezcla de puntos de vista	
P7: Tipos de fuentes	
1. Gubernamental	
2. Oficiales públicas	
3. Oficiales privadas	
4. Expertas	
5. Testimoniales	
6. Documentación	
7. Medios citados	
8. No identificadas	
DIVERSIDAD TEMÁTICA	
P8: Pauta informativa	
1. Eventos culturales	
2. Comunicación y medios	
3. Deportes	
4. Desastres naturales y epidemias	
5. Empresa, comercio, industria	
6. Trabajo y gremios	
7. Política	
8. Congreso y partidos políticos	
9. Política exterior	
10. Militar y defensa	
11. Gobierno y actividades municipales	
12. Historias de interés humano	
13. Internacional	
14. Educación	
15. Salud y bienestar	
16. Vivienda	
17. Iglesia y religión	
18. Transporte	
19. Medio ambiente y energía	
20. Economía	
GÉNERO	
P9: Tipo de género	
1. Informativo	
2. Crónica	
3. Entrevista	
4. Reportaje	

5. Género de opinión	
5. Columna editorial	
6. Artículo firmado	
7. Géneros Gráficos	
8. Otros	
ESTILO	
10: Estructura	
1. Pirámide invertida	
2. Nota interpretativa	
3. Opinión	
4. Cronológica	
5. Entrevista	
6. Otros	
P11: Nivel narrativo	
1. Transcripción	
2. Procesamiento	
P12: Elementos Gráficos	
1. Fotografía	
2. Infografía	
3. Gráficos	
4. Otros	
5. Ninguno	
6. Video	
ÉNFASIS	
P13: Enfoque	
1. Asignación de responsabilidad	
2. Conflicto	
3. Costo/beneficio	
4. Descriptivo informativo	
5. Interés humano	
6. Otros	
ASPECTOS HIPERTEXTUALES, MULTIMEDIALES E INTERACTIVIDAD	
P14: Enlaces	
1. Nota relacionada	
2. Nota de archivo	
3. Texto	
4. Video	
5. Audio	
6. Fotos	
7. Infografía	
8. Animaciones	
9. A *Twitter*/ A *Facebook*	
10. A Instituciones gubernamentales	
11. A Instituciones privadas	
12. Ninguno	
13. Enlaces internos	
14. Enlaces externos	
15. Número de enlaces	
P15: Valoración del artículo (participación ciudadana)	
1. Indignado	

2. Triste	
3. Indiferente	
4. Sorprendido	
5. Contento	

Fuente. Elaboración propia (2020)

3.9 Procedimiento de recogida de datos

Para la obtención de los datos a ser analizados, una vez determinado el periodo de estudio se lo hizo de la siguiente manera. Se procedió a investigar en el portal web de diario *El Comercio*, la posibilidad de acceder a las publicaciones referente al terremoto del 16A durante el primer mes después de ocurrido el suceso. Se pudo evidenciar que el portal si contaba con opción de buscador, así como la selección de fecha de inicio y fin, hecho que facilitó poder acceder a las piezas periodísticas directamente utilizando la palabra #Terremoto Ecuador. En ese muestreo se determinó un total de 1328 piezas periodísticas a ser analizadas https://goo.gl/AgV2XR

Figura 41. Portal web de diario El Comercio

Fuente: Diario *El Comercio*

Una vez obtenida la ficha de análisis la muestra de investigación quedo en 1126, algunas fueron eliminadas bajo el criterio del investigador, por cuanto eran publicaciones que no guardaban relación con el tema que está siendo investigado.

Con diario *el País* de España, se procedió de la misma forma. Se navego en el portal web del diario y a través de la opción de búsqueda se pudo determinar utilizando la palabra #Terremoto Ecuador. El portal no permite seleccionar por fecha. Como resultado de la búsqueda saltan todas las piezas periodísticas que puedan llevan la palabra #Terremoto independientemente de la fecha que está sea. Con un banco de 1948 piezas periodísticas, se segmentaron el rango de análisis del 16 de abril al 16 de mayo del 2016. Realizada está selección la muestra quedo en 44 noticias publicadas sobre el fenómeno natural ocurrido en el País Sudamericano.

Figura 42. Portal de diario El País-España

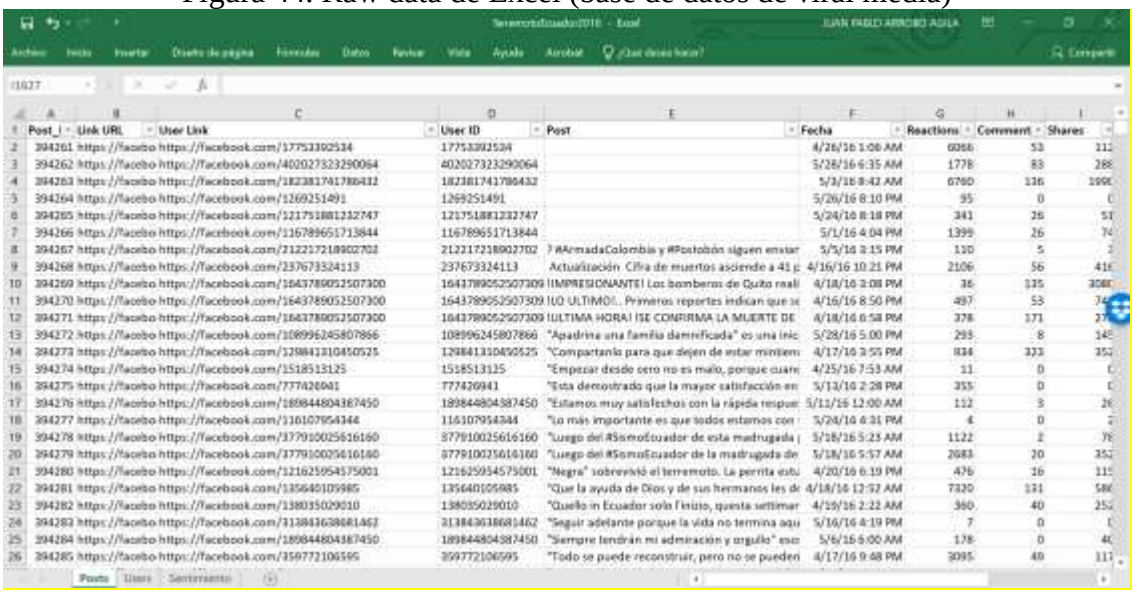
Fuente: Diario *El País*

Una vez concluida la selección de la muestra de los medios digitales tanto de Ecuador como de España, se trabajó en el levantamiento de la Data de *Facebook*, con la ayuda de la empresa Viral Media de Guatemala se obtuvo el acceso directo al dashboard para visualizar los datos, además del levantamiento de un Raw Data a través de Excel. Con las dos fuentes de información se pudo trabajar en la tabulación de los datos, quedando la muestra de publicaciones de *Facebook* en 1220 menciones.

Figura 43**.** Visualización de datos a través de Power Bi (viral media)

Fuente: Viral Media

Figura 44. Raw data de Excel (base de datos de viral media)



Post_I	Link URL	User Link	User ID	Post	Fecha	Reactions	Comment	Shares
394261	https://facebo	https://facebook.com/17753392534	17753392534		4/26/16 1:08 AM	6066	53	112
394262	https://facebo	https://facebook.com/402027323290064	402027323290064		5/28/16 6:35 AM	1778	83	288
394263	https://facebo	https://facebook.com/1823817417864	1823817417864		5/3/16 8:42 AM	6760	136	1990
394264	https://facebo	https://facebook.com/1269251491	1269251491		5/26/16 8:10 PM	95	0	0
394265	https://facebo	https://facebook.com/1217518812327	1217518812327		5/24/16 8:18 PM	341	26	51
394266	https://facebo	https://facebook.com/1167896517138	1167896517138		5/1/16 4:04 PM	1399	26	74
394267	https://facebo	https://facebook.com/2122172189027	2122172189027	? #ArmadaColombia y #Pastobón siguen enviar	5/5/16 3:15 PM	110	5	2
394268	https://facebo	https://facebook.com/237673324113	237673324113	Actualización: Cifra de muertos asciende a 41 p	4/16/16 10:21 PM	2106	56	416
394269	https://facebo	https://facebook.com/1643789052507309	1643789052507309	!IMPRESIONANTE! Los bomberos de Quito reali	4/18/16 2:08 PM	36	135	3080
394270	https://facebo	https://facebook.com/1643789052507309	1643789052507309	!UO ULTIMO!.. Primeros reportes indican que se	4/16/16 8:50 PM	497	53	74
394271	https://facebo	https://facebook.com/1643789052507309	1643789052507309	!ULTIMA HORA! ISE CONFIRMA LA MUERTE DE	4/18/16 6:58 PM	378	171	27
394272	https://facebo	https://facebook.com/1089962458078	1089962458078	"Apadrina una familia damnificada" es una inic	5/28/16 5:00 PM	293	8	145
394273	https://facebo	https://facebook.com/1298413104505	1298413104505	"Compartanlo para que dejen de estar minitem	4/17/16 3:55 PM	834	323	352
394274	https://facebo	https://facebook.com/1518513125	1518513125	"Empezar desde cero no es malo, porque cuant	4/25/16 7:53 AM	11	0	0
394275	https://facebo	https://facebook.com/777426941	777426941	"Esta demostrado que la mayor satisfacción en	5/13/16 2:28 PM	355	0	0
394276	https://facebo	https://facebook.com/1898448043874	1898448043874	"Estamos muy satisfechos con la rápida respue	5/11/16 12:00 AM	112	3	26
394277	https://facebo	https://facebook.com/116107954344	116107954344	"Lo más importante es que todos estamos con	5/24/16 4:31 PM	4	0	2
394278	https://facebo	https://facebook.com/377910025616160	377910025616160	"Luego del #SismoEcuador de esta madrugada	5/18/16 5:23 AM	1122	2	76
394279	https://facebo	https://facebook.com/377910025616160	377910025616160	"Luego del #SismoEcuador de la madrugada de	5/18/16 5:57 AM	2683	20	352
394280	https://facebo	https://facebook.com/121625954575001	121625954575001	"Negra" sobrevivió el terremoto. La perrita estu	4/20/16 6:19 PM	476	16	115
394281	https://facebo	https://facebook.com/135640105985	135640105985	"Que la ayuda de Dios y de sus hermanos les de	4/18/16 12:52 AM	7320	131	586
394282	https://facebo	https://facebook.com/138035029010	138035029010	"Duello in Ecuador solo l'inizio, questa settimar	4/19/16 2:22 AM	360	40	252
394283	https://facebo	https://facebook.com/313843638681462	313843638681462	"Seguir adelante porque la vida no termina aqu	5/16/16 4:19 PM	7	0	0
394284	https://facebo	https://facebook.com/1898448043874	1898448043874	"Siempre tendrán mi admiración y orgullo" esto	5/6/16 6:00 AM	178	0	40
394285	https://facebo	https://facebook.com/359772106595	359772106595	"Todo se puede reconstruir, pero no se pueden	4/17/16 9:48 PM	3095	49	111

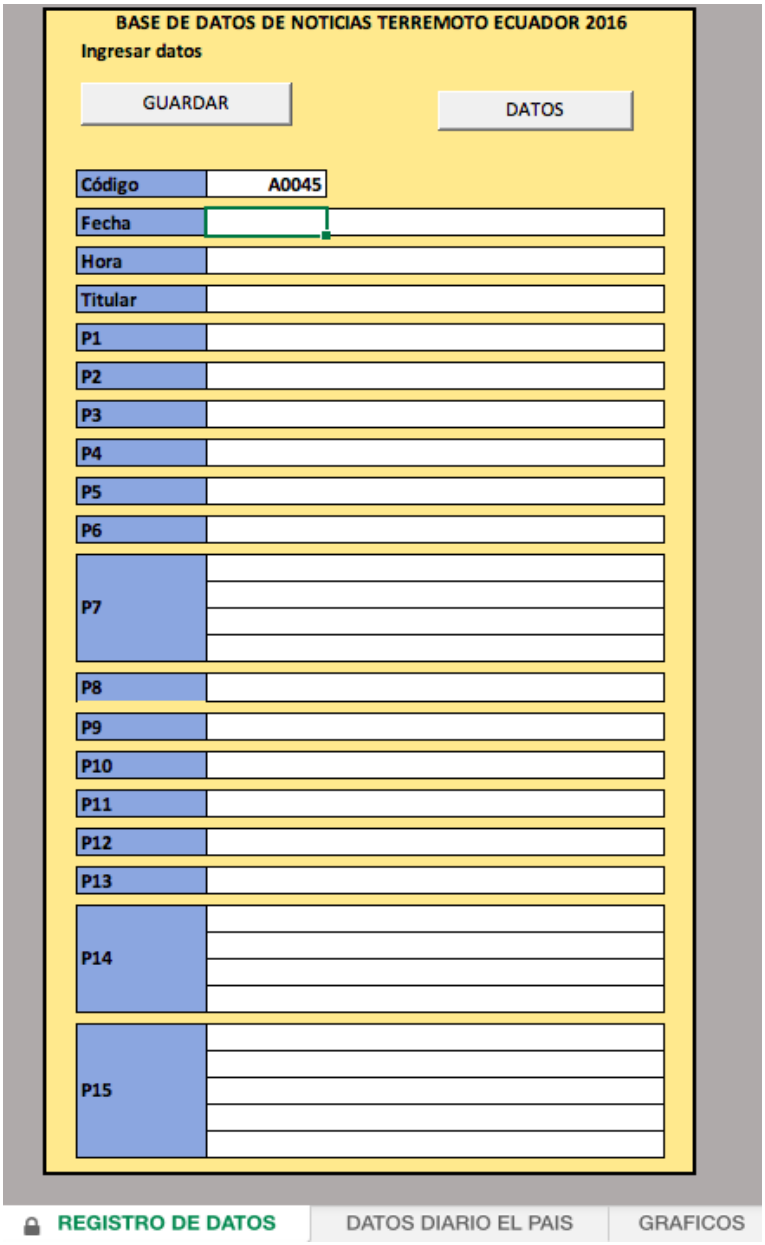
Fuente: Elaboración propia (2020).

Una vez realizado el análisis, la muestra quedó en 1155 menciones, la cifra varió por cuanto el investigador creó necesario eliminar algunas publicaciones que no guardaban relación directa con el tema investigado.

3.10 La sistematización de los datos

Una vez sistematizado el instrumento de recogida de datos, se procedió hacer el levantamiento de la información de los portales webs de d*iario El Comercio* y *El País*. Se levantó una ficha de ingreso de datos a través del programa de Excel de acuerdo con las preguntas planteadas en el instrumento. A cada variable de la pregunta se le asignó un número para que se pudiera sistematizar con una mayor precisión en el momento del análisis.

Figura 45**.** Ficha en Excel con macros para el registro de datos



Fuente: Elaboración propia (2020)

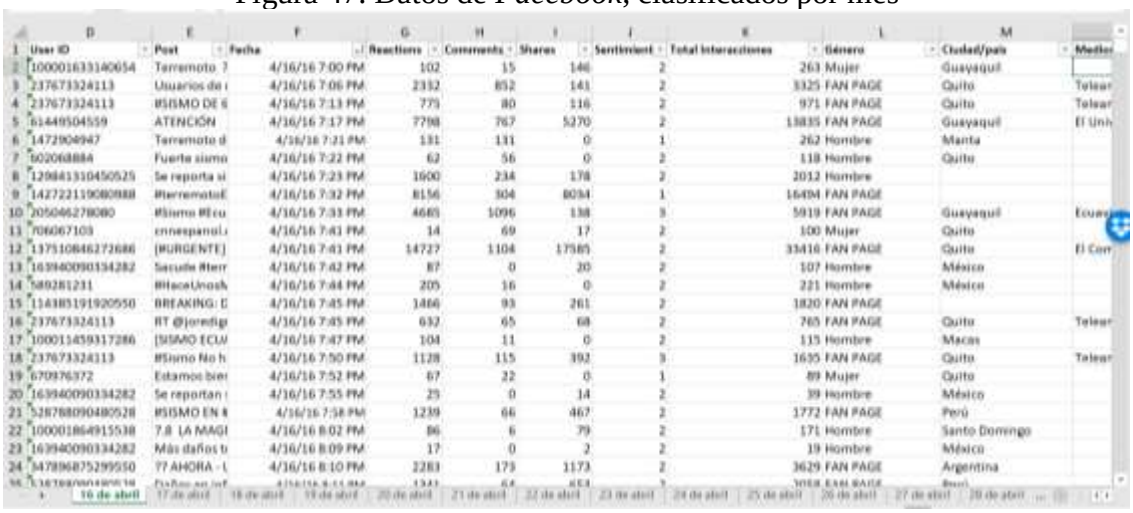
La ficha de registro se la utilizó para ingresar las 1126 piezas periodísticas de diario *El Comercio* y las 44 de *El País* de España. A continuación, se presenta una gráfica del registro de la información.

Figura 46. Matriz de datos en Excel de diario *El Comercio* y diario *El País*

Fuente: Elaboración propia (2020)

Con la data de *Facebook*, se procedió a trabajar en la clasificación de la información por día y por mes, para tener así una mejor visualización de todas y cada una de las categorías a ser analizadas, determinando los días de publicación, el número de reacciones, comentarios, las veces compartidos, el género, ciudad o país de publicación, se determinó el medio de comunicación, así como el tipo de publicación. Se realizó el filtro de datos a una sola matriz. A continuación, se indica mediante una gráfica la matriz de *Facebook*.

Figura 47. Datos de *Facebook*, clasificados por mes



Fuente: Elaboración propia (2020)

Luego, se procedió a ingresar los datos obtenidos en cada una de las matrices al programa de SPSS Statistics V21. Y así obtener las tablas y gráficas de frecuencia con los valores atribuidos por cada variable.

Tabla 17. Datos representados a través del programa de SPSS v21

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Actualidad	814	72,3	72,3	72,3
	Tendencias	84	7,5	7,5	79,8
	Política	2	,2	,2	79,9
	Data	3	,3	,3	80,2
	Deportes	47	4,2	4,2	84,4
	Opinión	14	1,2	1,2	85,6
	Video	121	10,7	10,7	96,4
	Fotogalerías	41	3,6	3,6	100,0
	Total	1126	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia (2020)

Además, una vez obtenidos los resultados se procedió a sacar tablas de contingencia a través del análisis del Chi-Cuadrado con el programa del SPSS para determinar la relación con el planteamiento de las hipótesis nula e hipótesis alternativa de cada una de las variables y así comprobar la valides del análisis.

IV. Resultados

4 RESULTADOS

A través del siguiente capítulo se presenta la sistematización y análisis mediante la utilización de los instrumentos seleccionados para la investigación respondiendo a cada uno de los objetivos.

En el apartado 4.1 se responde al objetivo uno: Examinar los contenidos para determinar la publicación de las piezas periodísticas mediante el uso de las narrativas digitales. A través de este objetivo se busca determinar las formas que han utilizado los medios y las personas para comunicarse en un momento de emergencia. En primer lugar, se realiza un análisis estadístico de cada uno de los patrones utilizados, por día, por hora, por género periodístico, ubicación, tipo, tipo de narrativas, tipo de usuario, medios de comunicación entre otras variables que fueron consideradas de importancia para obtener la mayor cantidad de datos en la investigación. Posterior al análisis estadístico se realiza un análisis descriptivo de cada gráfica.

En el apartado 4.2 se da respuesta al objetivo dos: Identificar los recursos periodísticos más utilizados durante el primer mes después del terremoto. Tras el cumplimiento de este objetivo, se puede señalar cuál fue el recurso que más aplicaron los periodistas, reporteros y comunicadores al momento de transmitir una información relacionada con el sismo.

En el apartado 4.3 se responde al objetivo tres: Analizar desde perfiles públicos las diferentes publicaciones sobre el terremoto de Ecuador del 16A realizadas en la plataforma de *Facebook*. El presente análisis va a permitir obtener información sobre el número de menciones por día, reacciones, influenciadores, palabras más mencionadas, género, menciones por ciudades, tipo de publicaciones. Para obtener la información detallada se realizará una matriz de datos. En segundo lugar, se tabulará y se hará un análisis descriptivo de cada una de las categorías con sus respectivas variables.

En el último apartado 4.4 se da respuesta al cuarto objetivo: Determinar las condiciones de producción de piezas periodísticas en una coyuntura del terremoto a través de entrevistas perfil a periodistas que cubrieron el hecho. Se cumplirá con esta actividad realizando entrevistas perfil a periodistas y reporteros que cubrieron las primeras horas, los primeros días o instantes durante el primer mes después de ocurrido el terremoto.

4.1 Análisis descriptivo de los contenidos sobre el Terremoto del 16A

4.1.1 Análisis de frecuencia y porcentaje

A través del presente análisis lo que se busca es dar a conocer el trabajo que desarrolló el medio de comunicación a través de su página web, así como la participación de la audiencia digital. Las interrogantes que se consideró en la muestra fueron: Ubicación de las piezas periodísticas según la sección y según el tema, tipo de piezas periodísticas, origen de la información, autoría, diversidad de puntos de vista, tipos de fuente, pauta informativa, tipo de género periodístico, estructura de la pieza periodística, nivel narrativo, elementos gráficos dentro de las piezas periodísticas, enfoque, enlaces dentro de las piezas periodística y valoración por parte del lector.

4.1.1.1 Identificación de la muestra

La muestra de estudio estuvo compuesta por 1170 piezas periodísticas de los diarios *El Comercio* de Ecuador y *El País* de España. Además de 1155 publicaciones obtenidas de la plataforma de *Facebook*. Teniendo un total de 2325 piezas periodísticas analizadas sobre el Terremoto del 16A, ocurrido en Ecuador en el año 2016.

A continuación, se van presentando cada uno de los resultados obtenidos de cada medio y plataforma digital.

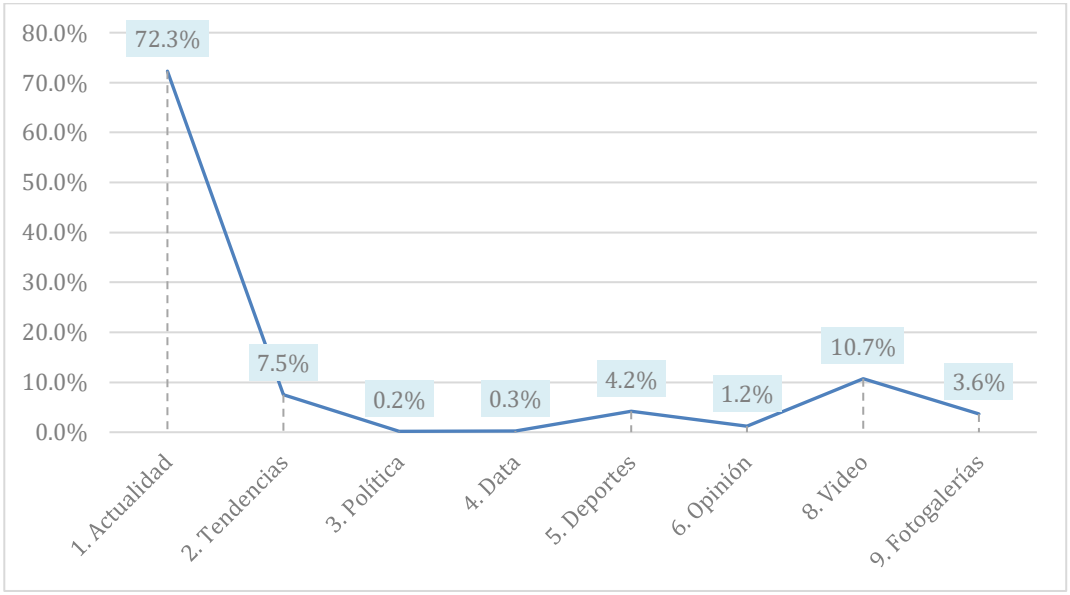
La muestra analizada del diario digital *El Comercio* fue de 1126 piezas periodísticas del 16 de abril 19:00 al 16 de mayo 23:59 del 2016. A continuación, se detallan los resultados señalando la ubicación de la pieza periodística en la sección digital del periódico.

Tabla 18. Ubicación de acuerdo con la sección de las piezas periodísticas

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Actualidad	814	72,3	72,3	72,3
	Tendencias	84	7,5	7,5	79,8
	Política	2	,2	,2	79,9
	Data	3	,3	,3	80,2
	Deportes	47	4,2	4,2	84,4
	Opinión	14	1,2	1,2	85,6
	Video	121	10,7	10,7	96,4
	Fotogalerías	41	3,6	3,6	100,0
	Total	1126	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia (2020)

Figura 48. Ubicación de acuerdo con la sección de las piezas periodísticas



Fuente. Elaboración propia (2020)

A través de la Tabla 18 y Figura 48 correspondiente a la ubicación de la información de acuerdo con la sección dentro del periódico digital, se detalla los siguientes porcentajes. Se pudo determinar que de las 1126 piezas periodísticas analizadas el 72,3% (814) se encuentran en la sección de Actualidad. Dada la magnitud del evento la información a través de la sección de Video representaba el segundo porcentaje más alto con el 10,7%. La sección de Tendencias el 7,5%, Deportes el 4,2%, la Fotogalería el 3,6%, la sección de Opinión el 1,2%, en tanto que menos del 1% pertenecen a la sección de Data y Política.

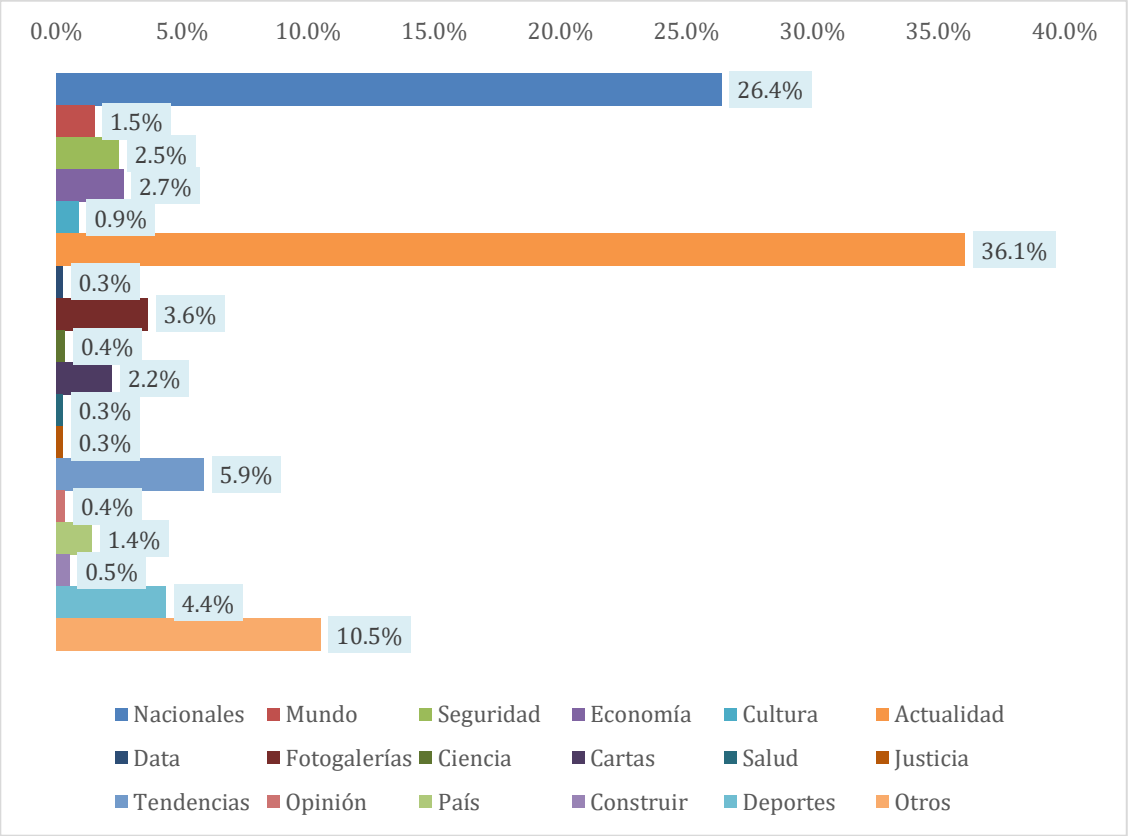
Con relación a la ubicación de las piezas periodísticas de acuerdo con el tema, la identificación de la muestra se presenta a continuación en la Tabla 19 y Figura 49:

Tabla 19. Ubicación de las piezas periodísticas de acuerdo con el tema

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Nacionales	297	20,9	26,4	26,4
	Mundo	17	1,2	1,5	27,9
	Seguridad	28	2,0	2,5	30,4
	Economía	30	2,1	2,7	33,0
	Cultura	10	,7	,9	33,9
	Actualidad	406	28,6	36,1	70,0
	Data	3	,2	,3	70,2
	Fotogalerías	41	2,9	3,6	73,9
	Ciencia	4	,3	,4	74,2
	Cartas	25	1,8	2,2	76,5
	Salud	3	,2	,3	76,7
	Justicia	3	,2	,3	77,0
	Tendencias	66	4,6	5,9	82,9
	Opinión	4	,3	,4	83,2
	País	16	1,1	1,4	84,6
	Construir	6	,4	,5	85,2
	Deportes	49	3,4	4,4	89,5
	Otros	118	8,3	10,5	100,0
	Total	1126	79,2	100,0	

Fuente: Elaboración propia (2020)

Figura 49. Ubicación de las piezas periodísticas de acuerdo con el tema



Fuente. Elaboración propia (2020)

La distribución de las piezas periodísticas de acuerdo con la determinación del tema, predomina la temática de Actualidad con un total de 406 piezas equivalente al (36,1%). Las secciones temáticas con menor presencia son las de Internacionales, Construir, Opinión, La Silla Vacía, Justicia, Salud, Ciencia, Data y Cultura con menos del 1%. El resto de los temas están distribuidos de la siguiente manera: Nacionales 297 (26,4%), Otros 118 (10,5%), Tendencias 66 (5,9%), Deportes 49 (4,4%), Fotogalerías 41 (3,6%), Economía 30 (2,7%), Seguridad 28 (2,5%), Cartas 25 (2,2%), Mundo 17 (1,5%), y País 16 (1,4%).

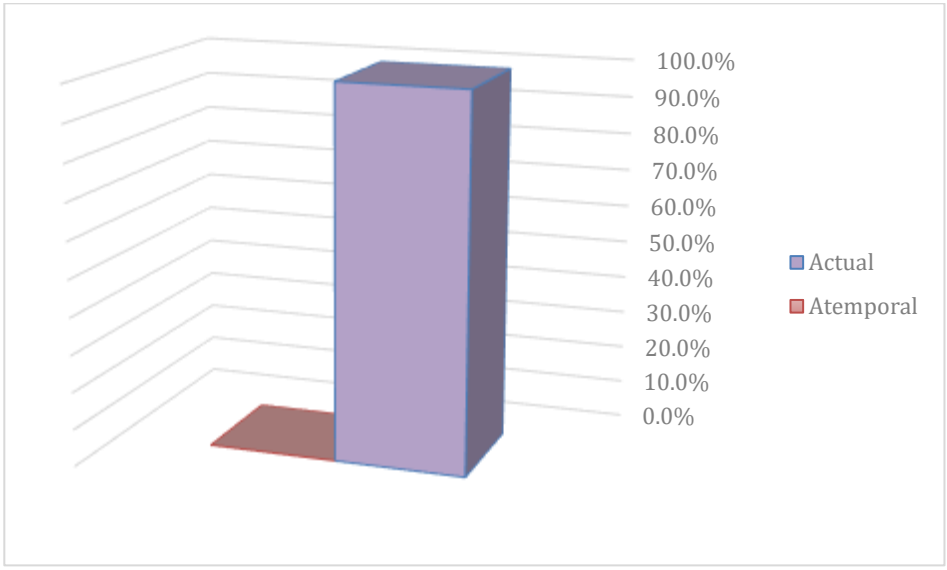
En cuanto a la cantidad de piezas periodísticas según el tiempo en que se publicó se presenta a continuación:

Tabla 20. De acuerdo con el tiempo de publicación

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Actual	1126	79,2	100,0	100,0
Total		1126	100,0		

Fuente. Elaboración propia (2020)

Figura 50**.** De acuerdo con el tiempo de publicación



Fuente. Elaboración propia (2020)

En la Tabla 20 y Figura 50 se puede determinar que para el momento del análisis las muestras tomadas fueron piezas periodísticas actuales, del 16 de abril al 16 de mayo del 2016, siendo un total de 1126 piezas periodísticas, es decir el 100%.

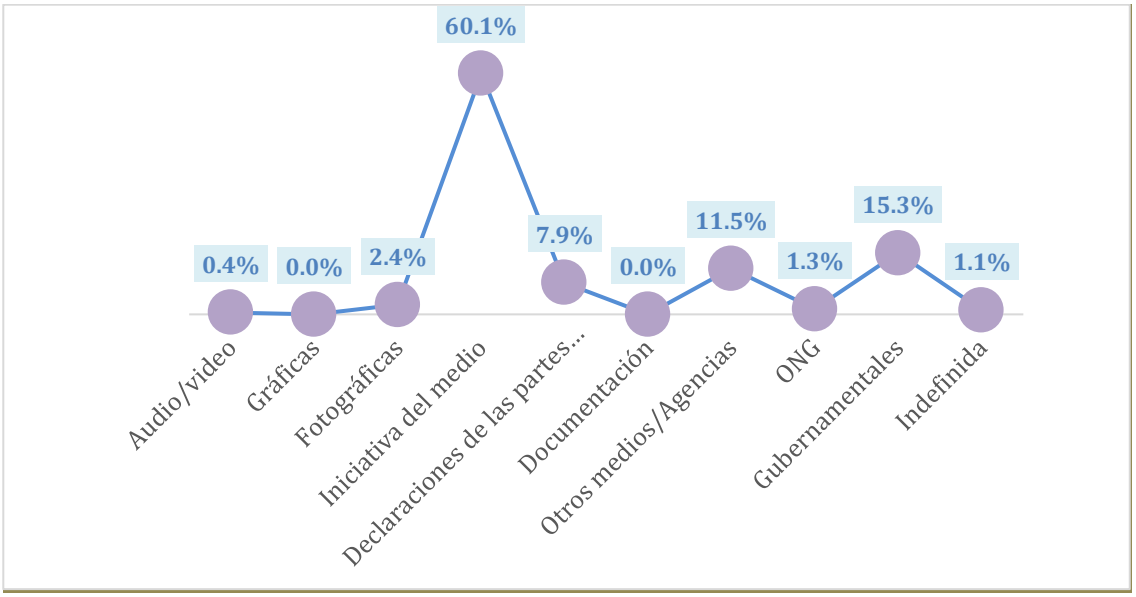
Con relación al origen de la información que se difundió desde diario *El Comercio* de Ecuador, se presenta la Tabla 21 y Figura 51:

Tabla 21. Origen de la información

		Frecuencia	**Porcentaje**	**Porcentaje válido**	**Porcentaje acumulado**
Válidos	Indefinida	12	,8	1,1	1,1
	Gubernamentales	172	12,1	15,3	16,3
	ONG	15	1,1	1,3	17,7
	Otros Medios/agencias	129	9,1	11,5	29,1
	Declaración de las partes o personajes implicados	89	6,3	7,9	37,0
	Iniciativa del medio	677	47,6	60,1	97,2
	Fotográficas	27	1,9	2,4	99,6
	Audio/video	5	,4	,4	100,0
	Total	1126	79,2	100,0	

Fuente. Elaboración propia (2020)

Figura 51. Origen de la información



Fuente. Elaboración propia (2020)

Como se puede observar en la Tabla 21 y Figura 51, los datos obtenidos de acuerdo con el origen de la información son 677 (60,1%) piezas periodísticas fueron iniciativa propia del medio de comunicación, en tanto que 172 (15,3%), son originarias de áreas gubernamentales. Un importante aporte de 129 (11,5%) piezas periodísticas son de otros medios o agencias nacionales o internacionales. La información obtenida de declaraciones de las partes o personas implicadas fueron 89 (7,9%); en tanto que el resto de las piezas periodísticas no supera el 3%, las mismas que estuvieron distribuidas así. Fotogalerías 27 (2,4%), ONG 15 (1,3%), Indefinidas 12 (1,1%), Audio y Video 5 (0,4%).

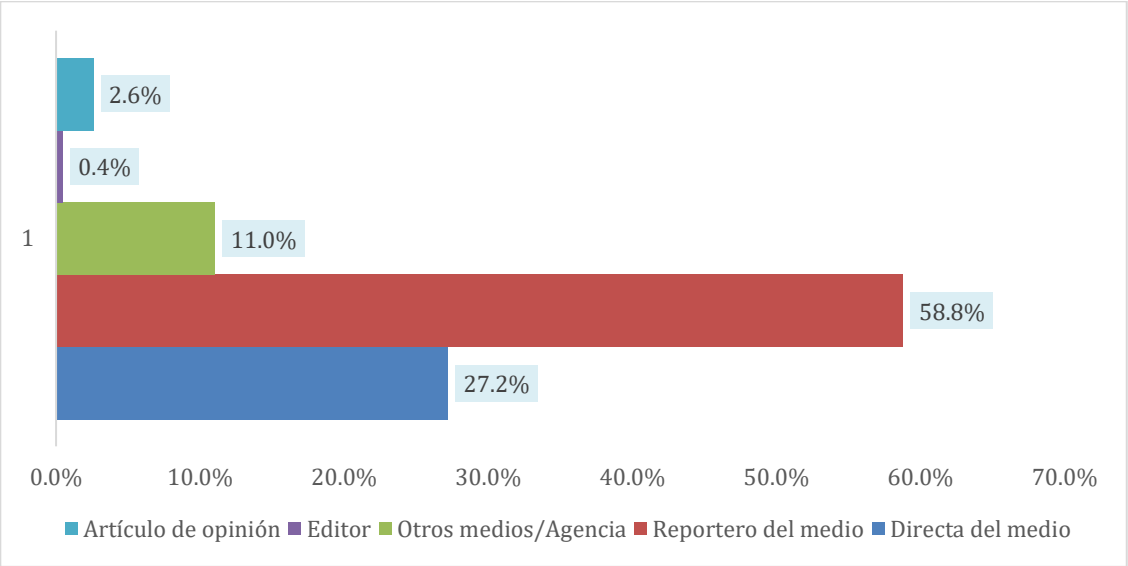
Con relación al análisis de la autoría de las piezas periodísticas acerca del terremoto en Ecuador del 16A, se muestra los datos en la siguiente Tabla 22 y Figura 52.

Tabla 22. Autoría de las piezas periodísticas

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Directa del medio	306	21,5	27,2	27,2
	Reportero del medio	662	46,6	58,8	86,0
	Otros medios/agencia	124	8,7	11,0	97,0
	Editor	5	,4	,4	97,4
	Artículo de opinión	29	2,0	2,6	100,0
	Total	1126	79,2	100,0	

Fuente. Elaboración propia (2020)

Figura 52**.** Autoría de las piezas periodísticas



Fuente. Elaboración propia (2020)

Cómo se puede observar de la muestra de 1126 piezas periodísticas analizadas, el mayor número fue de autoría de los Reporteros del medio de comunicación 662 (58,8%). En tanto que directas del medio fueron 306 (27,2%); el resto corresponde a otros medios o Agencias con 124 (11%), Artículos de Opinión 29 (2,6%) y de autoría de un Editor fueron 5 (0,4%).

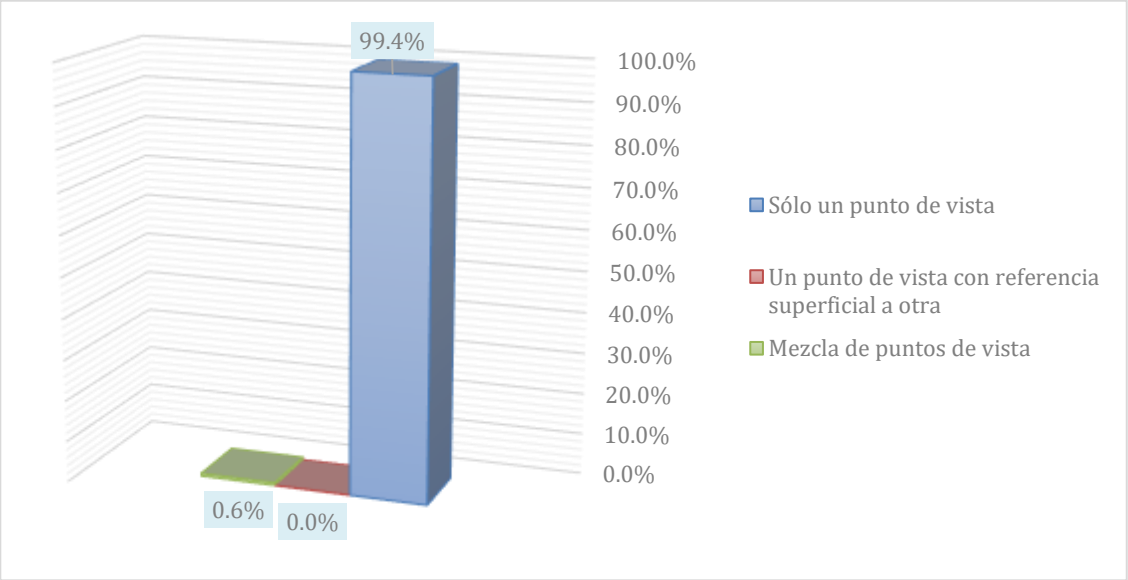
En el análisis se consideró otro parámetro como la diversidad de puntos de la información, en la Tabla 23 y Figura 53, a continuación se detalla la información obtenida.

Tabla 23. Diversidad de puntos de vista de las piezas periodísticas

		Frecuencia	**Porcentaje**	**Porcentaje válido**	**Porcentaje acumulado**
Válidos	Sólo un punto de vista	1119	78,7	99,4	99,4
	Mezcla de puntos de vista	7	,5	0,6	100,0
	Total	1126	79,2	100,0	

Fuente. Elaboración propia (2020)

Figura 53. Diversidad de puntos de vista de las piezas periodísticas



Fuente. Elaboración propia (2020)

Tras el análisis de las 1126 piezas periodísticas obtenidas de d*iario El Comercio* sobre el terremoto del 16A en Ecuador, se pudo determinar que 1119 (99,4%) corresponden a un solo punto de vista. En tanto que 7 (0,6%) piezas periodísticas corresponde a una mezcla de puntos de vista.

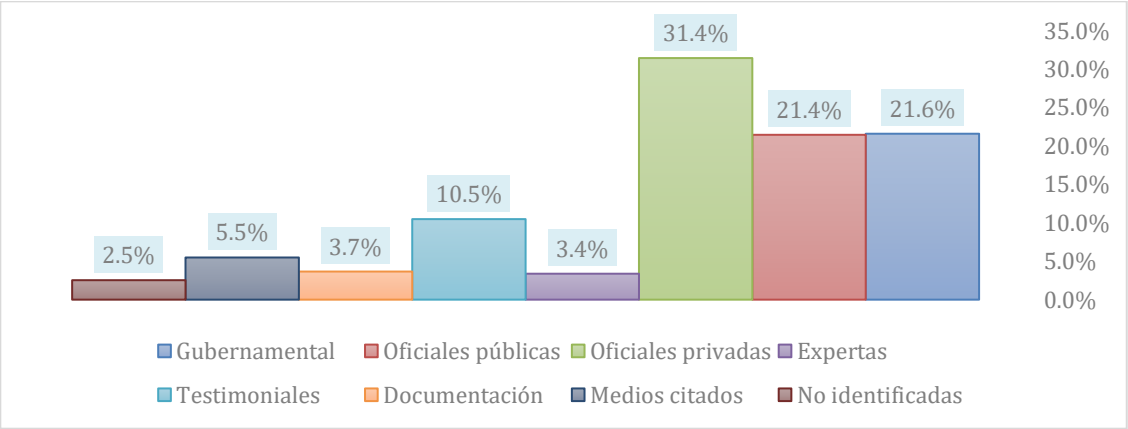
De acuerdo con el tipo de fuente de donde se obtuvo la información se presenta el análisis en la siguiente Tabla 24 y Figura 54

Tabla 24. Tipos de fuentes

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Gubernamental	307	21,6	21,6	21,6
	Oficiales públicas	305	21,4	21,4	43,0
	Oficiales privadas	447	31,4	31,4	74,5
	Expertas	48	3,4	3,4	77,8
	Testimoniales	149	10,5	10,5	88,3
	Documentación	52	3,7	3,7	92,0
	Medios citados	78	5,5	5,5	97,5
	No identificadas	36	2,5	2,5	100,0
	Total	1422	100,0	100,0	

Fuente. Elaboración propia (2020)

Figura 54. Tipos de fuentes



Fuente. Elaboración propia (2020)

Como se puede visualizar en la Figura 54 y Tabla 24, de acuerdo con la muestra obtenida las piezas periodísticas que contaron con Fuentes Oficiales Privadas fueron 447 (31,4%). Fuentes Gubernamentales se pudo determinar 307 (21,4%), en tanto que las Fuentes Oficiales Públicas son 305 (21,4%). El resto corresponde a fuentes Testimoniales 149 (10,5%), Medios citados 78 (5,5%), Documentación 52 (3,7%), fuentes expertas 48 (3,4%), y fuentes no identificadas se determinaron a 36 (2,5%) piezas periodísticas.

La pauta informativa que primó en el terremoto de acuerdo con el análisis se presenta a continuación:

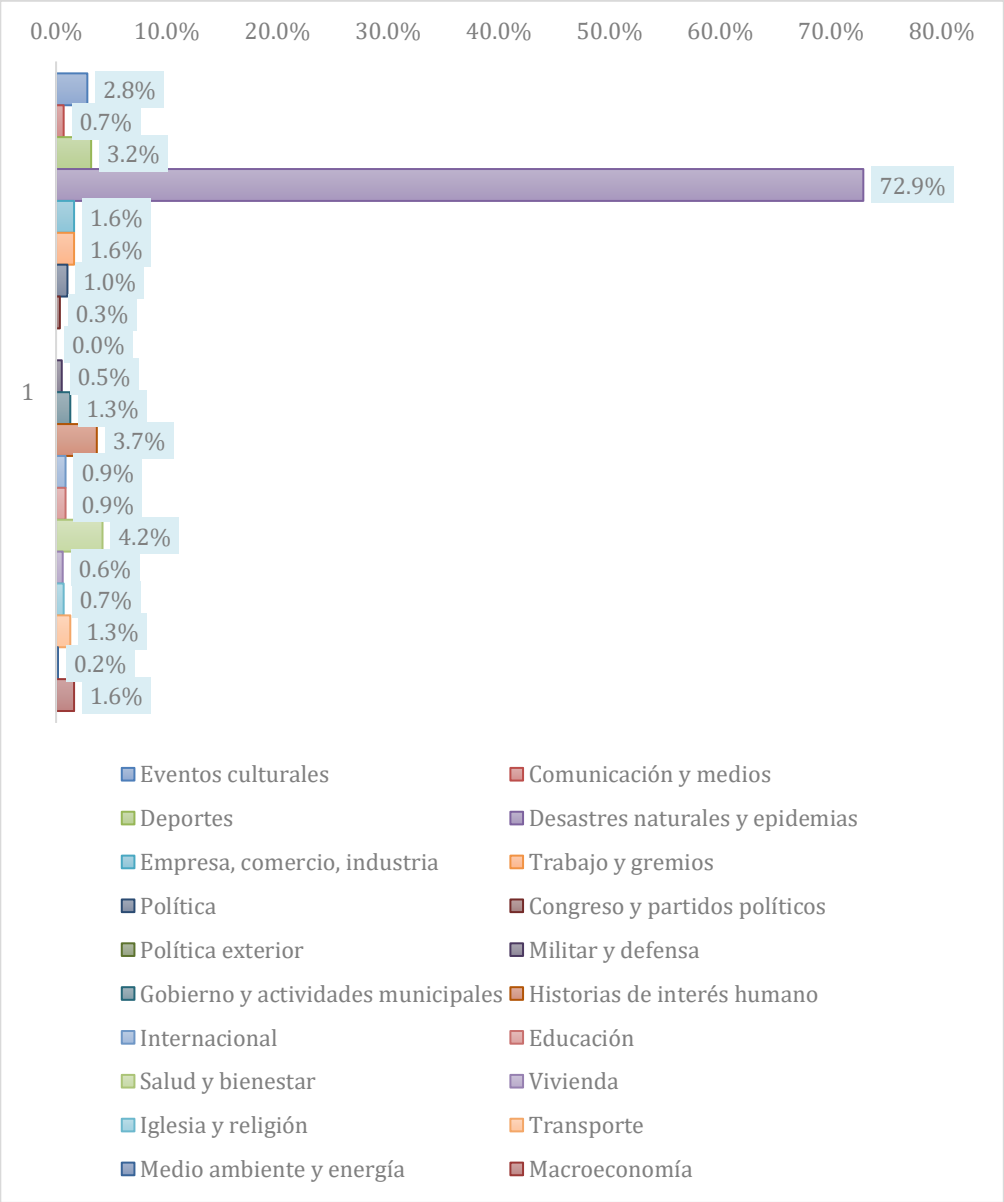
Tabla 25. Pauta informativa

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Eventos culturales	33	,1	2,9	2,9
	Comunicación y medios	8	,0	,7	3,6
	Deportes	37	,1	3,3	6,9
	Desastres naturales y epidemias	810	1,9	71,9	78,9
	Empresa, comercio, industria	19	,0	1,7	80,6
	Trabajo y gremios	19	,0	1,7	82,2
	Política	12	,0	1,1	83,3
	Congreso y partidos políticos	4	,0	,4	83,7
	Militar y defensa	6	,0	,5	84,2
	Gobierno y actividades municipales	15	,0	1,3	85,5
	Historia de interés humano	43	,1	3,8	89,3
	Internacional	10	,0	,9	90,2
	Educación	10	,0	,9	91,1
	Salud y bienestar	49	,1	4,4	95,5
	Vivienda	7	,0	,6	96,1
	Iglesia y religión	8	,0	,7	96,8
	Transporte	15	,0	1,3	98,1
	Medio ambiente y energía	2	,0	,2	98,3
	Economía	19	,0	1,7	100,0

	Total	1126	2,6	100,0	

Fuente: Elaboración propia (2020)

Figura 55. Pauta informativa



Fuente: Elaboración propia (2020)

Como se puede observar en la Tabla 25 y Figura 55 el análisis de la pauta informativa de Desastres Naturales y Epidemias fue la de mayor relevancia con 810 (71,9%) piezas periodísticas publicadas. Con datos inferiores al 5% se contabilizó a Salud y Bienestar 49 (4,4%), Historias de Interés Humano 43 (3,8%), Deportes 37 (3,3%), Eventos culturales 33 (2,9%), igualando en porcentajes están Empresa, Comercio, Industria; Trabajo y Gremios, Economía con 19 (1,7%). El porcentaje restante está repartido con datos inferiores al 1,5% y al 1%.

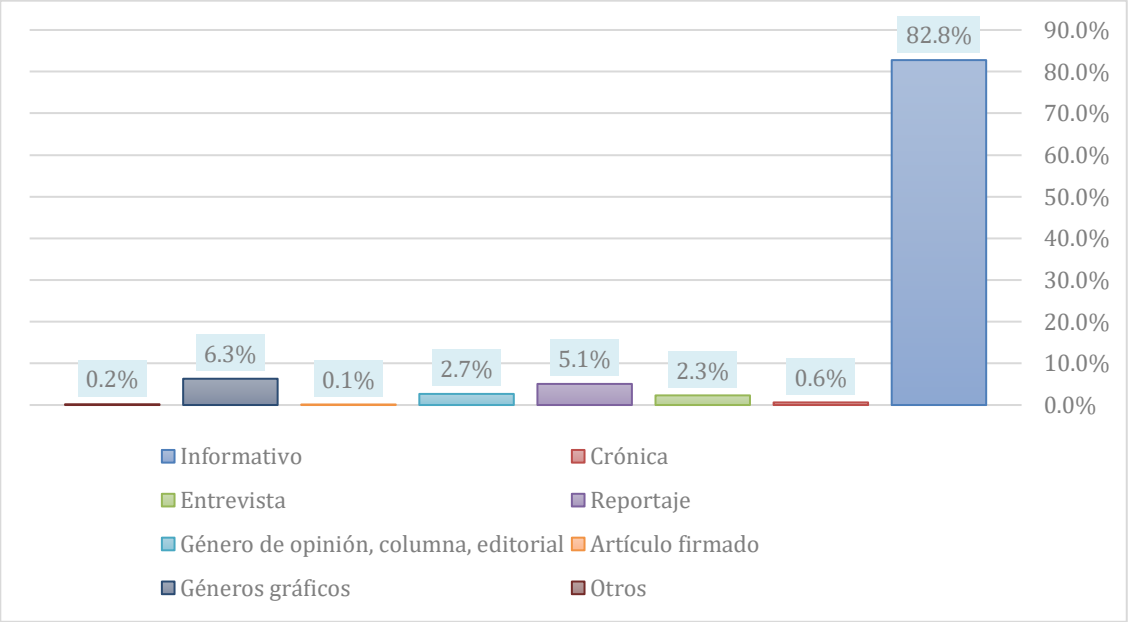
Con el fin de determinar el tipo de género periodístico utilizado durante el primer mes de publicación, los datos obtenidos se visualizan a continuación en la Tabla 26 y Figura 56:

Tabla 26. Tipo de género periodístico

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Informativo	932	65,5	82,8	82,8
	Crónica	7	,5	,6	83,4
	Entrevista	26	1,8	2,3	85,7
	Reportaje	57	4,0	5,1	90,8
	Género de opinión, columna editorial	30	2,1	2,7	93,4
	Artículo firmado	1	,1	,1	93,5
	Géneros gráficos	71	5,0	6,3	99,8
	Otros	2	,1	,2	100,0
	Total	1126	79,2	100,0	

Fuente. Elaboración propia (2020)

Figura 56. Tipo de género periodístico



Fuente. Elaboración propia (2020)

En la presente Figura 56 y Tabla 26 se observa que el género periodístico más utilizado en la publicación de las piezas periodísticas del terremoto fue el género Informativo con 932 (82,8%). El resto de los datos analizados estuvo repartido con porcentajes inferiores al 10%, los Géneros gráficos 71 (6,3%), Reportajes 57 (5,1%), Género de opinión, Columna o Editorial 30 (2,7%), Entrevistas 26 (2,3%), Crónica 7 (0,6%), Artículo firmado 1 (0,1%) y Otros o no Identificadas 2 (0,2%).

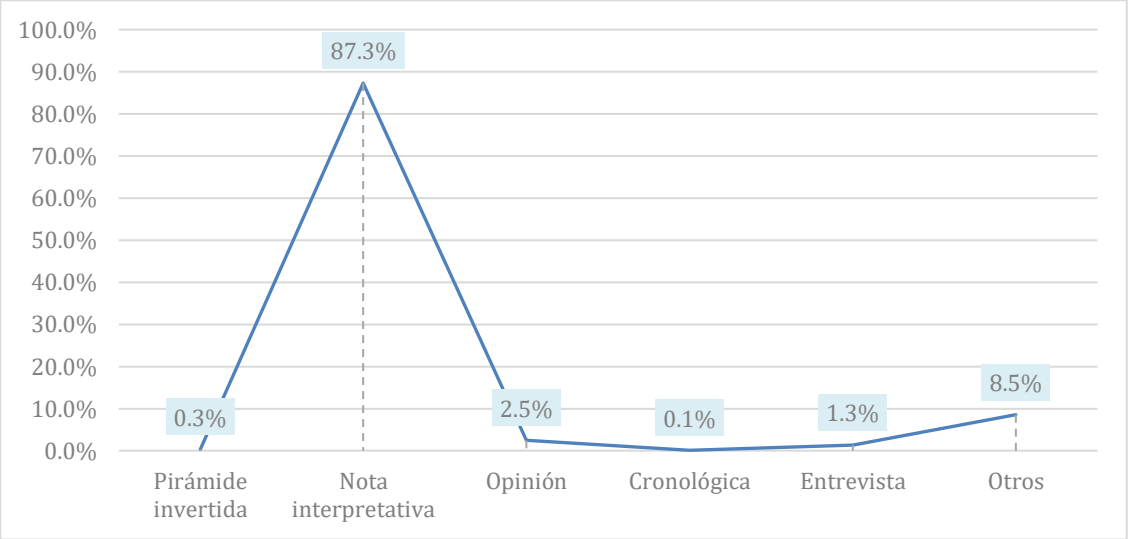
La estructura de las piezas periodísticas también fue un punto importante dentro del análisis, a continuación, se presentan los datos obtenidos.

Tabla 27. Estructura de las piezas periodísticas

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Pirámide invertida	3	,0	,3	,3
	Nota interpretativa	983	2,2	87,3	87,6
	Opinión	28	,1	2,5	90,1
	Cronológica	1	,0	,1	90,1
	Entrevista	15	,0	1,3	91,5
	Otros	96	,2	8,5	100,0
	Total	1126	2,6	100,0	

Fuente. Elaboración propia (2020)

Figura 57**.** Estructura de las piezas periodísticas



Fuente. Elaboración propia (2020)

La estructura de las piezas periodísticas de acuerdo con la muestra analizada se determina en la Tabla 27 y Figura 57 que el ítem de la Nota Interpretativa con 983 (87.3%) representa el porcentaje más alto. Las piezas periodísticas restantes se reparten la valoración entre las notas de Opinión con 28 (2,5%), Entrevista 15 (1,3%), Pirámide Invertida 3 (0,3%), Notas Cronológicas 1 (0,1%). Un total de 96 (8,5%) se consideran como Otros ya que no se identifican con ninguno de los estilos periodísticos señaladas.

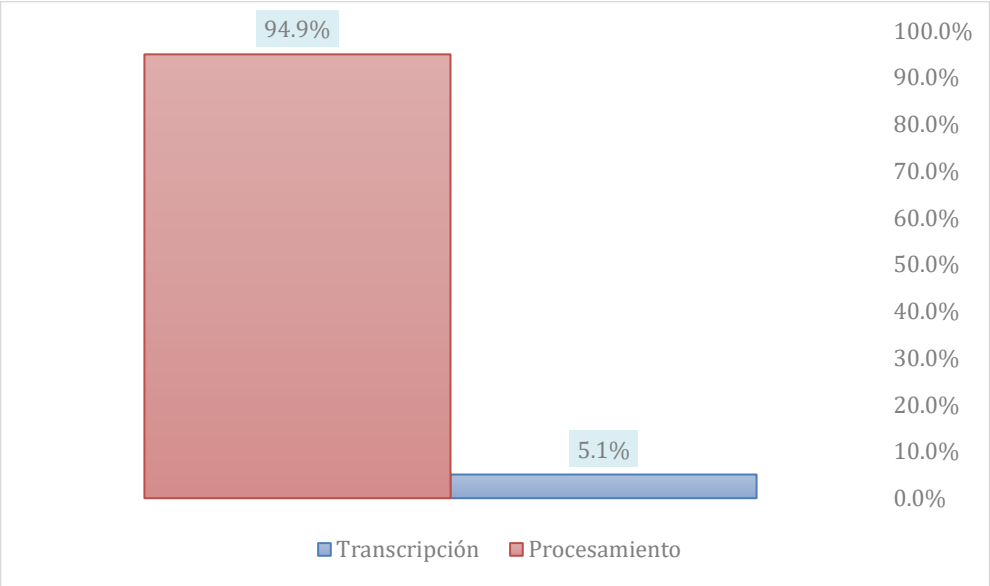
A continuación, se detallan los datos del análisis narrativo que se realizó de las piezas periodísticas de d*iario El Comercio*.

Tabla 28. Nivel narrativo de las piezas periodísticas

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Transcripción	57	4,0	5,1	5,1
	Procesamiento	1069	75,2	94,9	100,0
	Total	1126	79,2	100,0	

Fuente. Elaboración propia (2020)

Figura 58**.** Nivel narrativo de las piezas periodísticas



Fuente. Elaboración propia (2020)

Como se observa en la Figura 58 y Tabla 28 el nivel narrativo de la información se encuentra en el Procesamiento de la información 1069 (94,9%), en tanto que sólo la Transcripción de las piezas periodísticas representa el 57 (5,1%).

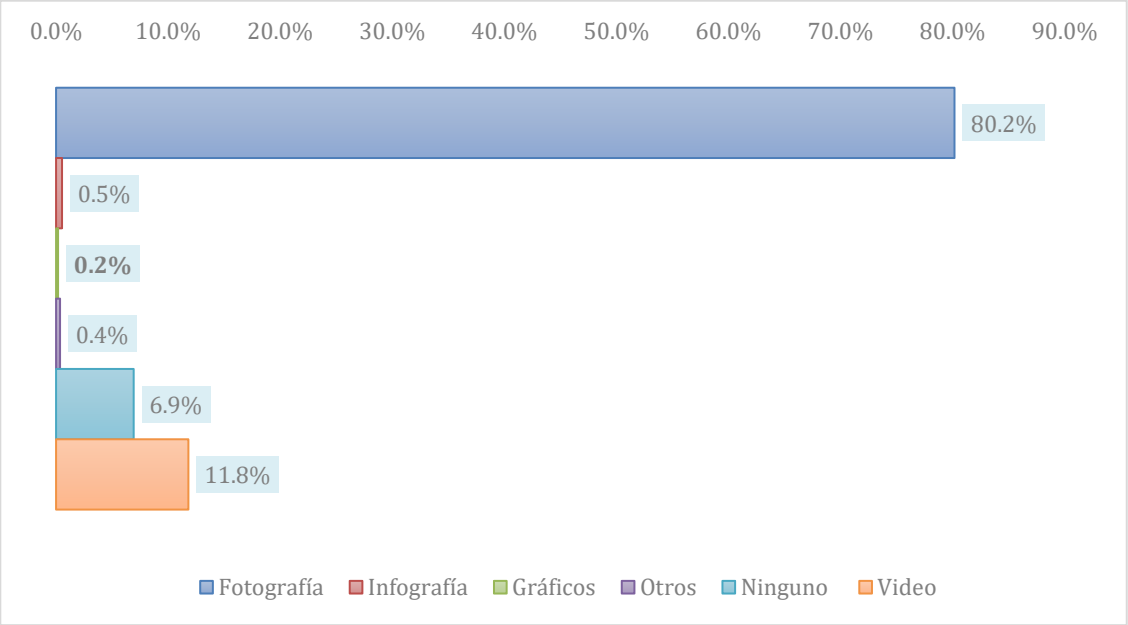
Al analizar los elementos Gráficos utilizados en las piezas periodísticas publicadas durante los primeros 30 días del terremoto se presentan en la siguiente Tabla 29 y Figura 59.

Tabla 29. Elementos gráficos dentro de las piezas periodísticas

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Fotografía	903	63,5	80,2	80,2
	Infografía	6	,4	,5	80,7
	Gráficos	2	,1	,2	80,9
	Otros	4	,3	,4	81,3
	Ninguno	78	5,5	6,9	88,2
	Video	133	9,4	11,8	100,0
	Total	1126	79,2	100,0	

Fuente. Elaboración propia (2020)

Figura 59. Elementos gráficos dentro de las piezas periodísticas



Fuente. Elaboración propia (2020)

Cómo podemos observar el Elemento Gráfico más usado dentro de las piezas periodísticas fue la Fotografía 903 (80,2%), el siguiente elemento utilizado es el Video 133 (11,8%), en porcentajes menores se usó la Infografía 6 (0,5%), los Gráficos 2 (0,2%), Otros elementos 4 (0,4%), en tanto que un total de 78 piezas periodísticas no uso ningún Elemento Gráfico en la redacción.

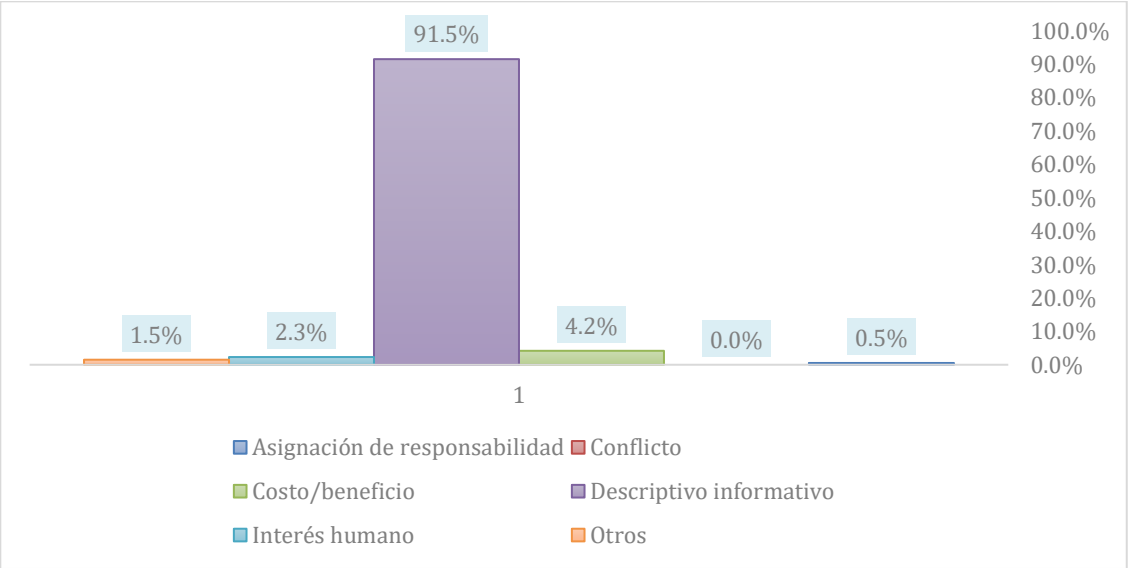
Continuando con el análisis de la muestro recabada se consideró otro elemento como el enfoque, a continuación, a través de la siguiente Tabla 30 y Figura 60 se detalla la información obtenida:

Tabla 30. Enfoque de las piezas periodísticas

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Asignación de responsabilidades	6	,4	,5	,5
	Costo/beneficio	47	3,3	4,2	4,7
	Descriptivo informativo	1030	72,4	91,5	96,2
	Interés humano	26	1,8	2,3	98,5
	Otros	17	1,2	1,5	100,0
	Total	1126	79,2	100,0	

Fuente. Elaboración propia (2020)

Figura 60. Enfoque de las piezas periodísticas



Fuente. Elaboración propia (2020)

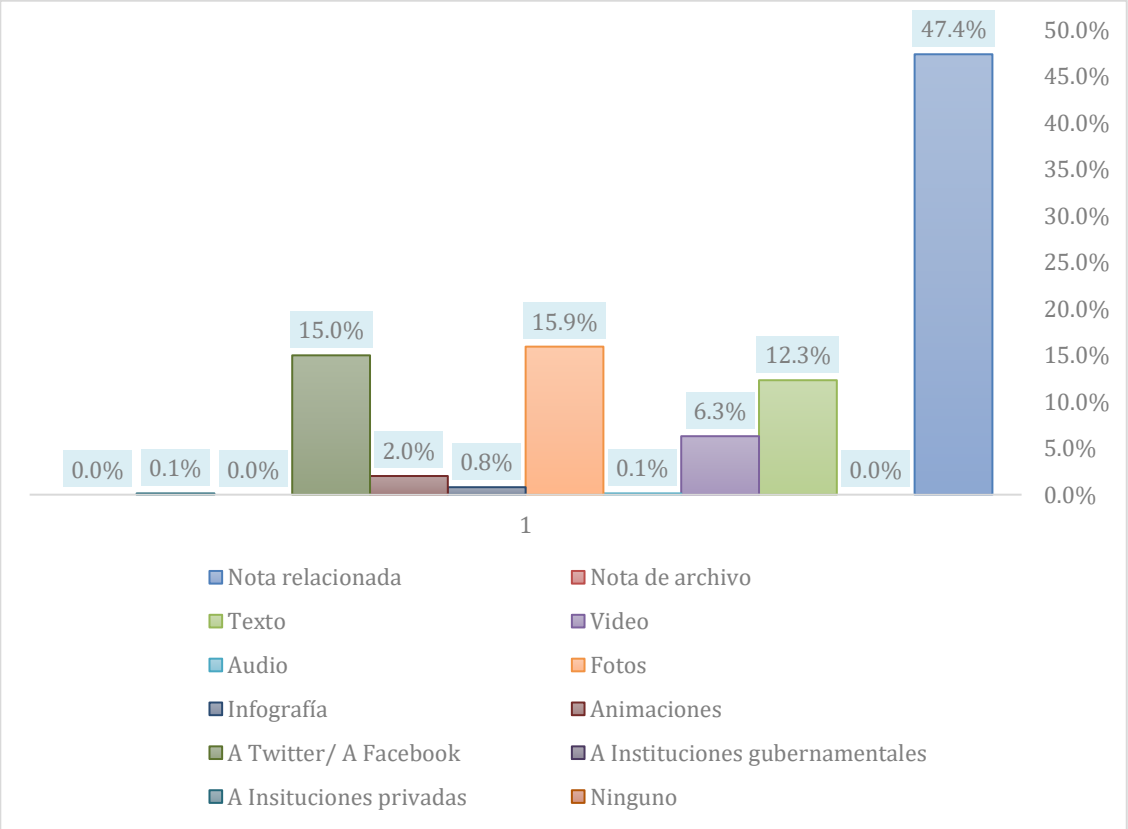
Considerando el enfoque de cada una de las piezas periodísticas analizadas acerca del terremoto se puede evidenciar en la Tabla 30 y Figura 60 que el enfoque Descriptivo Informativo es el de mayor representatividad, esté posee 1030 (91,5%), el resto de los enfoques poseen valores inferiores al 5%, siendo así: Costo/Beneficio 47 (4,2%), Interés Humano 26 (2,3%), Asignación de Responsabilidades 6 (0,5%), se consideró así mismo la categoría Otros obteniendo un total de 17 (1,5%).

Tabla 31. Tipo de enlace dentro de las piezas periodísticas

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Nota relacionada	353	24,8	47,3	47,3
	Texto	92	6,5	12,3	59,6
	Video	47	3,3	6,3	65,9
	Audio	1	,1	,1	66,0
	Fotos	119	8,4	15,9	81,9
	Infografía	6	,4	,8	82,7
	Animaciones	15	1,1	2,0	84,7
	A *Twitter*/*Facebook*	112	7,9	15,0	99,7
	A instituciones privadas	2	,1	,3	100,0
	Total	747	52,5	100,0	

Fuente. Elaboración propia (2020)

Figura 61. Tipo de enlace dentro de las piezas periodísticas



Fuente. Elaboración propia (2020)

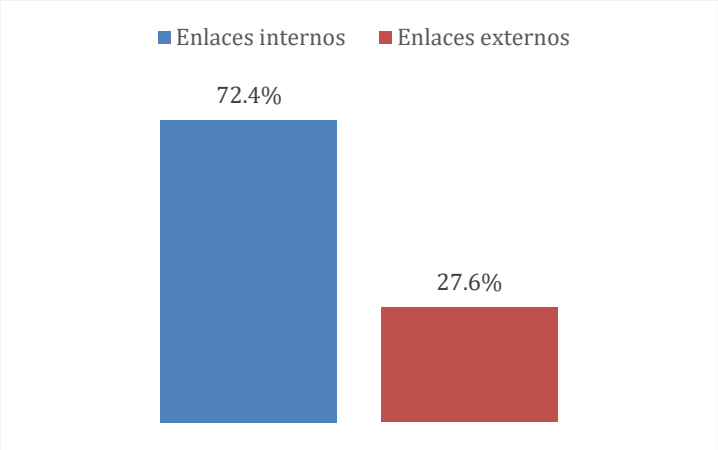
Un aspecto significativo dentro del análisis fue considerar los tipos de enlaces usados por el medio de comunicación en su versión digital. La Tabla 31 y la Figura 61 muestran que la Nota Relacionada fue la más utilizada como un enlace para ampliar la noticia con 353 (47,3%), en tanto que los enlaces a Fotografías se usó en 119 (15,9%), enlaces hacia cuentas de *Twitter* o *Facebook*, se usaron en 112 (15%), enlaces con el texto se usó en 92 (12,3%); y con datos inferiores al 10% se usó enlaces en Video 47 (6,3%), Audio 1 (0,1%), e Infografías 6 (0,6%).

Tabla 32. Cantidad de enlaces dentro de las piezas periodísticas

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Enlaces internos	1011	71,1	72,4	72,4
	Enlaces externos	385	27,1	27,6	100,0
	Total	1396	98,2	100,0	

Fuente. Elaboración propia (2020)

Figura 62. Cantidad de enlaces dentro de las piezas periodísticas



Fuente. Elaboración propia (2020)

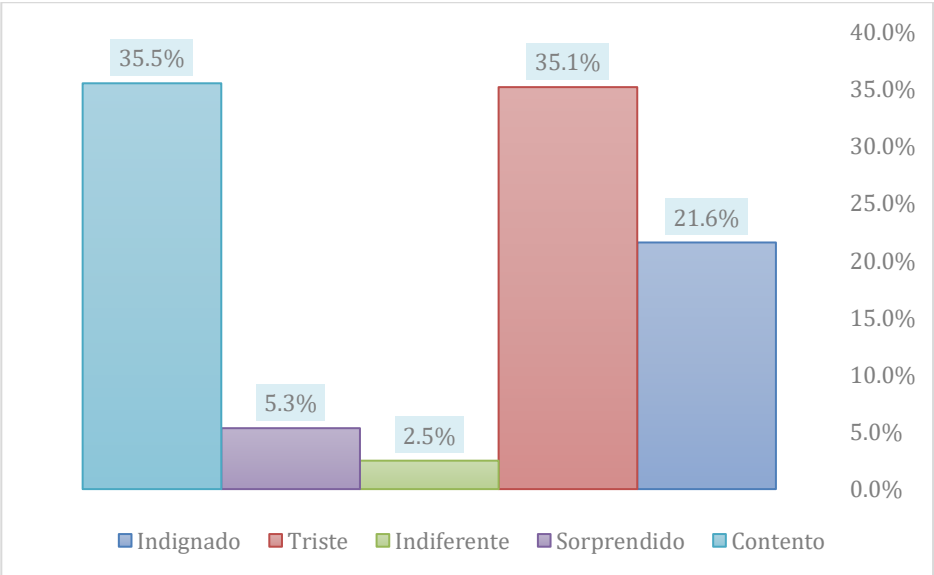
En la Tabla 32 y Figura 62 se representa la cantidad de enlaces que se encontró tras el análisis de la muestra recogida. La cantidad del uso de Enlaces Internos hacía el mismo medio de comunicación fueron 1011 (72,4%), en tanto que los Enlaces Externos hacia otros sitios de navegación fueron 385 (27,6%).

Tabla 33. Valoración de las piezas periodísticas

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Indignado	9428	21,6	21,6	21,6
	Triste	15366	35,1	35,1	56,7
	Indiferente	1087	2,5	2,5	59,2
	Sorprendido	2329	5,3	5,3	64,5
	Contento	15513	35,5	35,5	100,0
	Total	43723	100,0	100,0	

Fuente. Elaboración propia (2020)

Figura 63**.** Valoración de las piezas periodísticas



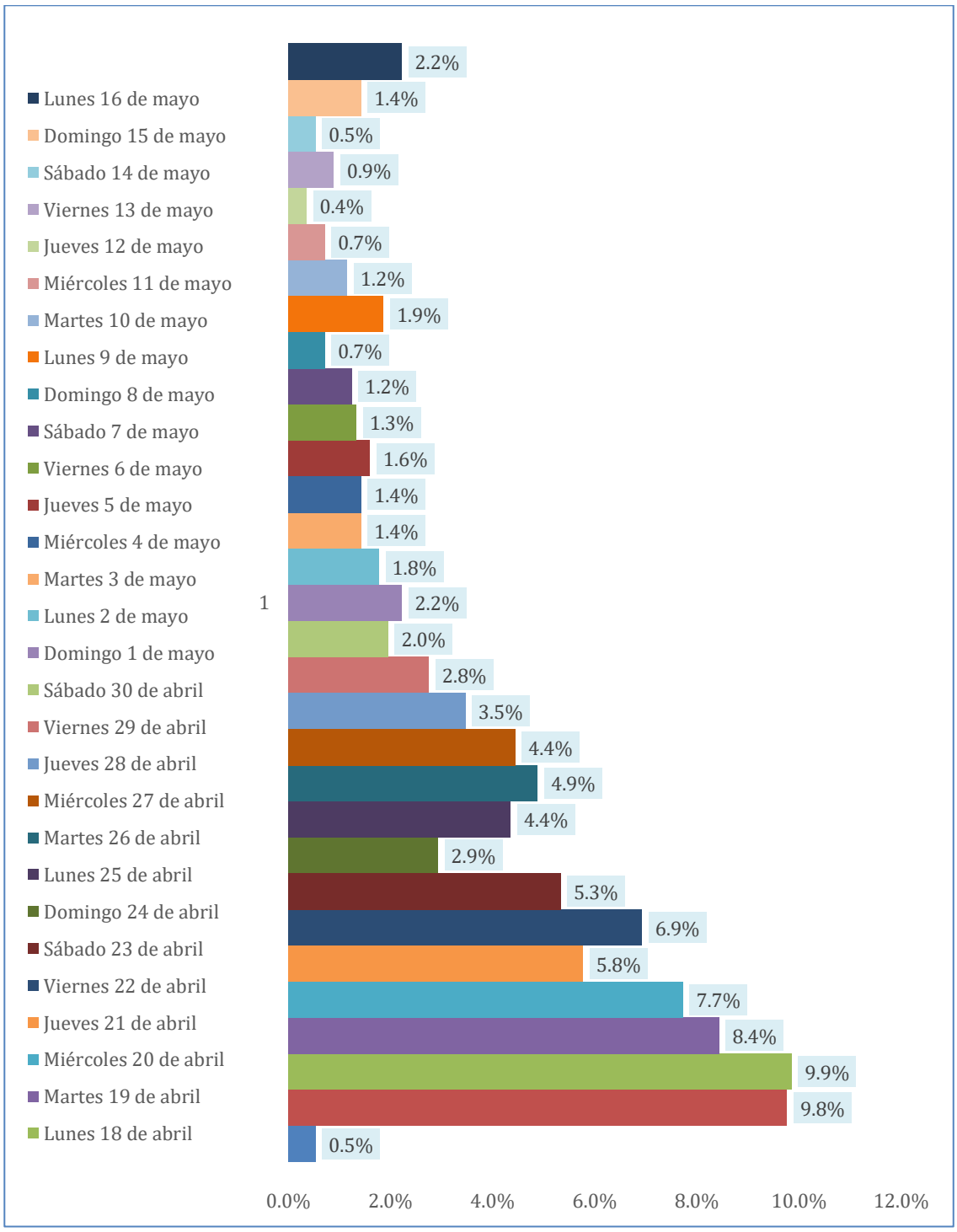
Fuente. Elaboración propia (2020)

En la Tabla 33 y Figura 63 se condensa la cantidad de reacciones que tuvieron los internautas al momento de leer las piezas periodísticas del diario a través de la versión online. La categoría que más representación tuvo fue la valoración de Contento 15513 (35,5%), esto demuestra que las personas que leían se sentían contentas frente a la atención y respuesta que se estaba dando por la magnitud del terremoto que dejó decenas de muertos en el país. En segundo lugar y no muy distante de la anterior existe un porcentaje representativo en que demuestran su Tristeza 15366 (35,1%) por lo acontecido en el país. En tanto que la Indignación estuvo representada por 9428 (21,6%) lectores que sentían cierta indignación por el actuar de la comunidad, autoridades y ciudadanía ante los estragos del terremoto. Con una representación inferior al 6% se encuentran quienes reaccionan de manera Sorprendida 2329 (5,3%), y de manera Indiferente 1087 (2,5%).

Tabla 34. Cantidad de piezas periodísticas publicadas por día

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sábado 16 de abril	6	,0	,5	,5
	Domingo 17 de abril	110	,3	9,8	10,3
	Lunes 18 de abril	111	,3	9,9	20,2
	Martes 19 de abril	95	,2	8,4	28,6
	Miércoles 20 de abril	87	,2	7,7	36,3
	Jueves 21 de abril	65	,1	5,8	42,1
	Viernes 22 de abril	78	,2	6,9	49,0
	Sábado 23 de abril	60	,1	5,3	54,4
	Domingo 24 de abril	33	,1	2,9	57,3
	Lunes 25 de abril	49	,1	4,4	61,6
	Martes 26 de abril	55	,1	4,9	66,5
	Miércoles 27 de abril	50	,1	4,4	71,0
	Jueves 28 de abril	39	,1	3,5	74,4
	Viernes 29 de abril	31	,1	2,8	77,2
	Sábado 30 de abril	22	,1	2,0	79,1
	Domingo 1 de mayo	25	,1	2,2	81,3
	Lunes 2 de mayo	20	,0	1,8	83,1
	Martes 3 de mayo	16	,0	1,4	84,5
	Miércoles 4 de mayo	16	,0	1,4	86,0
	Jueves 5 de mayo	18	,0	1,6	87,6
	Viernes 6 de mayo	15	,0	1,3	88,9
	Sábado 7 de mayo	14	,0	1,2	90,1
	Domingo 8 de mayo	8	,0	,7	90,9
	Lunes 9 de mayo	21	,0	1,9	92,7
	Martes 10 de mayo	13	,0	1,2	93,9
	Miércoles 11 de mayo	8	,0	,7	94,6
	Jueves 12 de mayo	4	,0	,4	94,9
	Viernes 13 de mayo	10	,0	,9	95,8
	Sábado 14 de mayo	6	,0	,5	96,4
	Domingo 15 de mayo	16	,0	1,4	97,8
	Lunes 16 de mayo	25	,1	2,2	100,0
	Total	1126	2,6	100,0	

Figura 64. Cantidad de piezas periodísticas publicadas por día



Fuente. Elaboración propia (2020)

A través de la Tabla 34 y Figura 64 se representa la cantidad de piezas periodísticas que se publicaron por día después de sucedido el Terremoto el 16 de abril. Así se determinó que el 16 de abril día que ocurrió el terremoto se publicó únicamente 6 (0,6%) notas informativas. Los días de mayor publicación fue la primera semana posterior a ocurrido el fenómeno con porcentajes entre el 5% y 10% del total de publicaciones del mes. Así, el día 17 de abril se publicó 110 (9,8%), el 18 de abril 111 (9,8%), el 19 de abril 95 (8,4%), el 20

de abril 87 (7,7%), el 21 de abril 65 (5,8%), y el 22 de abril 78 (6,9%) y el 23 de abril 60 (5,3). Durante los siguientes días a partir del 24 de abril, la publicación de contenido acerca del terremoto fue bajando en intensidad según iban pasando los días. Entre el 24 y 28 de abril el número de publicaciones fue de 33 y 55 publicaciones. Así el 24 de abril se publicaron 33 (2,9%), el 25 de abril hubo una subida en las publicaciones 49 (4,4%), en tanto que el 26 de abril se dieron 55 (4,9%), el 27 de abril 50 (4,4%), y el 28 de abril fue de 39 (3,5%) notas publicadas. El mes de abril concluyó con 31 (2,8%) publicaciones el 29 de abril, y el 30 de abril con 22 (2,0%). Durante el mes de mayo no hubo una variación elevada en el número de publicaciones, durante la primera semana del 1 de mayo al 7 de mayo las publicaciones fueron entre 25 y 14. Los días con mayores publicaciones fueron el 1 de mayo 25 (2,2%), 2 de mayo 20 (1,8%), 3 y 4 mayo se dieron por igual 16 (1,4%) publicaciones, en tanto que el 5 de mayo de dieron 18 (1,6%) publicaciones, el 6 de mayo 15 (1,3%), el 7 de mayo 14 (1,2) y el 8 de mayo hubo 8 (0,7%) publicaciones. En los días posteriores el número de publicaciones fueron, el 9 de mayo 21 (1,9%), el 10 de mayo 13 (1,2%), el 11 de mayo 8 (0,7%), el 12 de mayo es quizá el día que menor publicaciones hubo con relación a todo el mes, se dieron 4 (0,4%), el 13 de mayo 10 (0,9%), el 14 de mayo 6 (0,5%), en tanto que los dos día siguientes a cumplirse el primer mes de ocurrido el terremoto se publicaron el 15 de mayo 16 notas (1,4%), y el propio día al cumplirse el mes, el 16 de mayo hasta as 23h59 minutos se publicaron 25 (2,2%).

4.1.2 Análisis de diario El País-España

La muestra analizada de diario *El País* fue de 44 piezas periodísticas del 16 de abril de 19:00 al 16 de mayo 23:59 minutos.

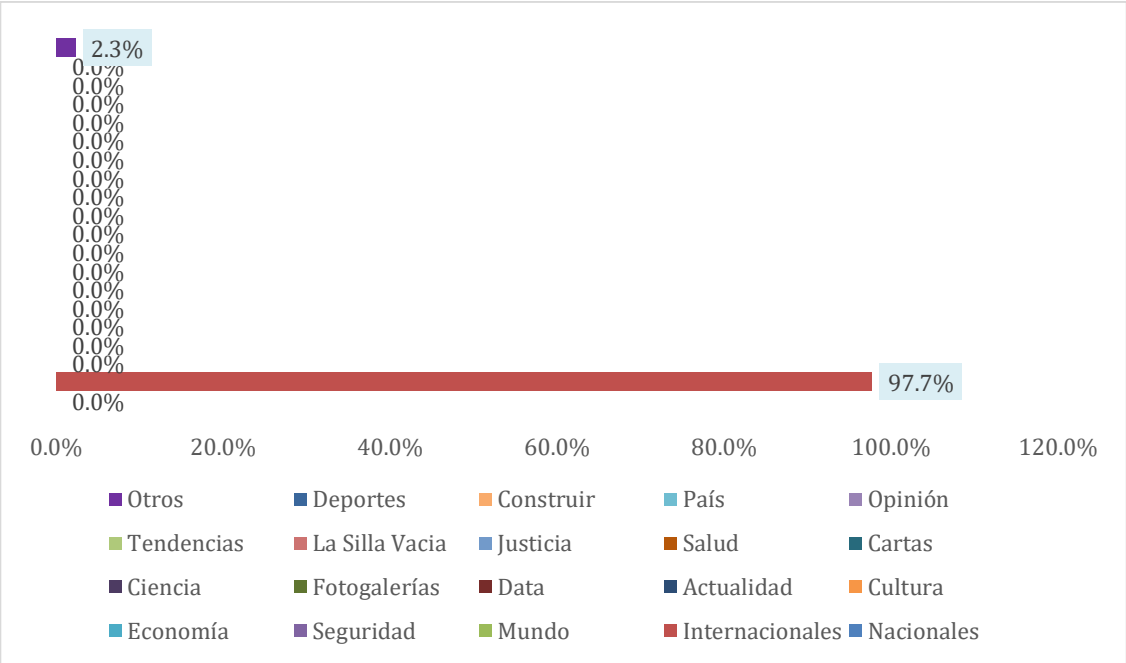
A continuación, se va detallando cada resultado obtenido en la investigación tras el análisis de la información recabada.

Tabla 35. Ubicación de las piezas periodísticas según el tema

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Internacionales	43	14,6	97,7	97,7
	Otros	1	,3	2,3	100,0
	Total	44	14,9	100,0	

Fuente. Elaboración propia (2020)

Figura 65. Ubicación de las piezas periodísticas según el tema



Fuente. Elaboración propia (2020)

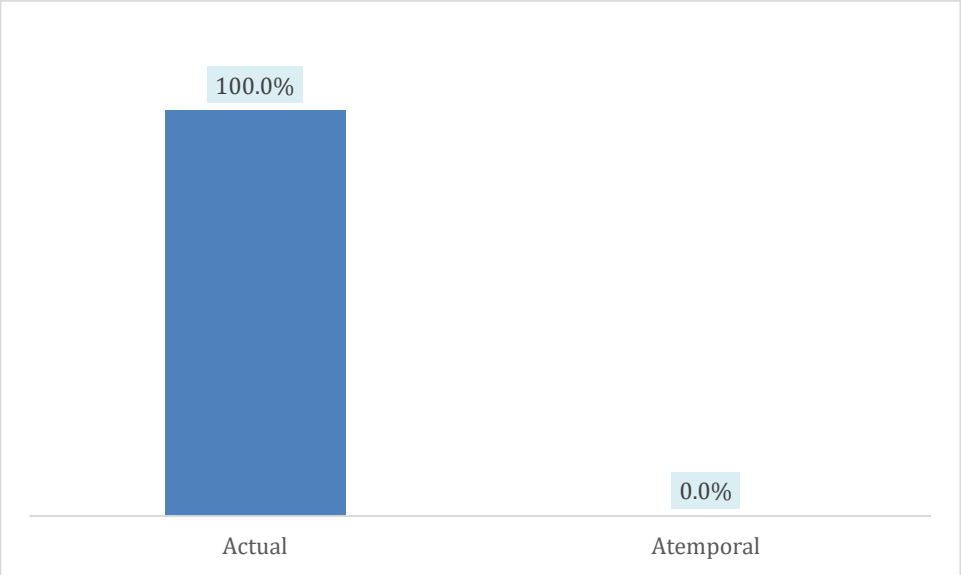
Tras el análisis de acuerdo con la ubicación de las piezas periodísticas según el tema, como se detalla en la Tabla 35 y Figura 65, la mayor cantidad se ubicaron en la sección Internacionales 43 (97,7%), en el apartado Otros, se contabilizó una pieza periodística (2,3%).

Tabla 36. Tipo de piezas periodísticas

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Actual	44	14,9	100,0	100,0
Total		44	100,0		

Fuente. Elaboración propia (2020)

Figura 66. Tipo de piezas periodísticas



Fuente. Elaboración propia (2020)

Cómo se puede observar en la Figura 66 y Tabla 36 el total de las piezas periodísticas analizadas fue 44 (100%) Actualidad, de acuerdo con el momento en que sucedieron los hechos del terremoto.

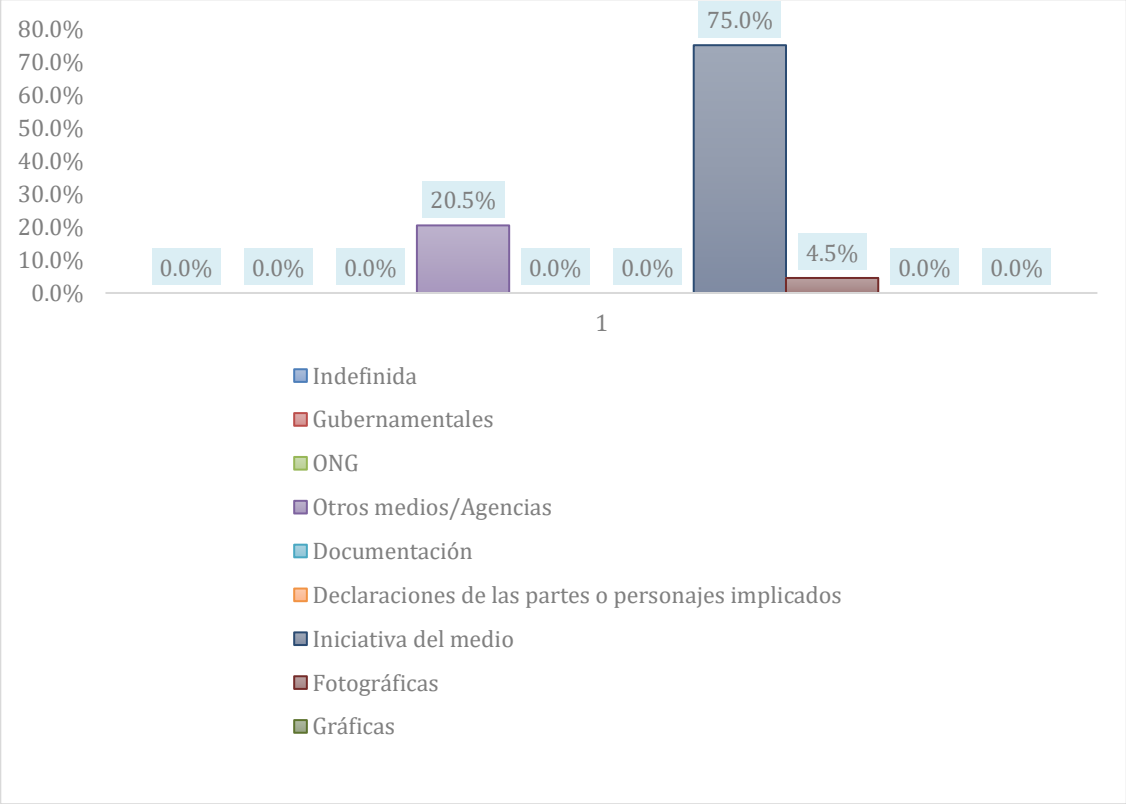
De conformidad al origen de la información que publicó diario *El País* a continuación, se indica los datos obtenidos a través de la Tabla 37 y Figura 67.

Tabla 37. Origen de la información

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Otros Medios/Agencias	9	3,1	20,5	20,5
	Iniciativa del medio	33	11,2	75,0	95,5
	Fotográficas	2	,7	4,5	100,0
	Total	44	14,9	100,0	

Fuente. Elaboración propia (2020)

Figura 67. Origen de la información



Fuente. Elaboración propia (2020)

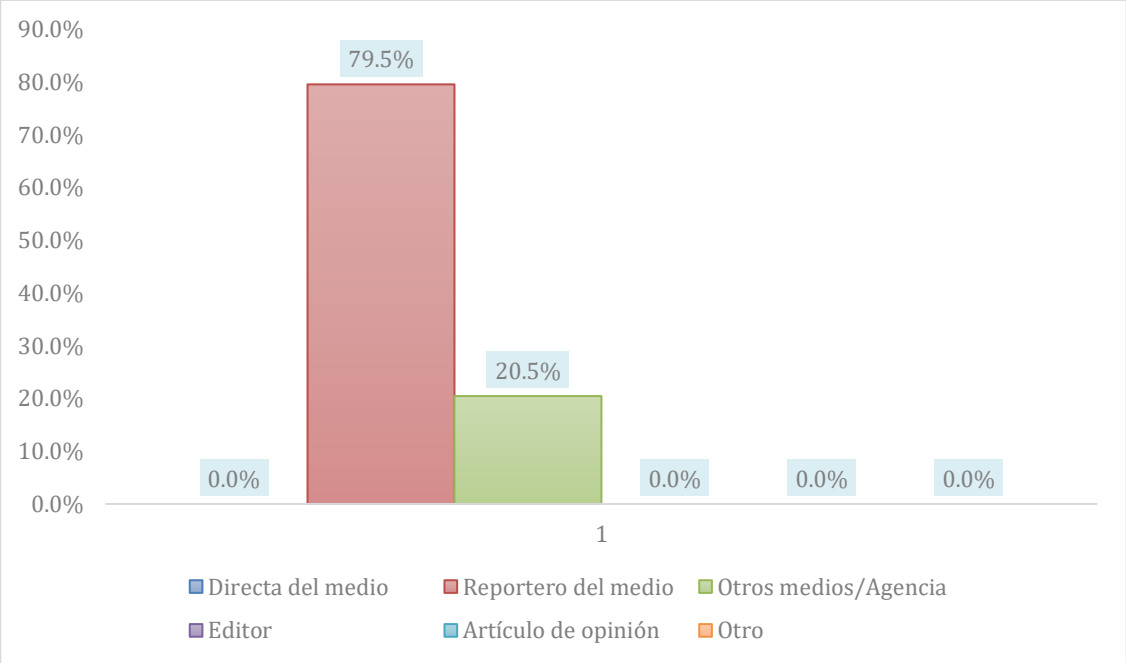
Cómo se indica en la Tabla 37 y Figura 67, podemos indicar que el mayor número de información que fue publicada por el diario europeo, parte de la iniciativa del propio medio 33 (75%), otros Medios o Agencias 9 (20,5%), y Fotográficas sólo 2 (4,5%).

Tabla 38. Autoría de las piezas periodísticas

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Reportero del medio	35	11,9	79,5	79,5
	Otros medios/agencia	9	3,1	20,5	100,0
	Total	44	14,9	100,0	

Fuente. Elaboración propia (2020)

Figura 68. Autoría de las piezas periodísticas



Fuente. Elaboración propia (2020)

A través de la Tabla 38 y Figura 68 se hacen representaciones concernientes a la autoría de la información, siendo la misma en su mayoría información publicada por los Reporteros del medio 35 (79,5%), en tanto que de otros Medios de Comunicación o Agencias se publicaron 9 (20,5%) piezas periodísticas.

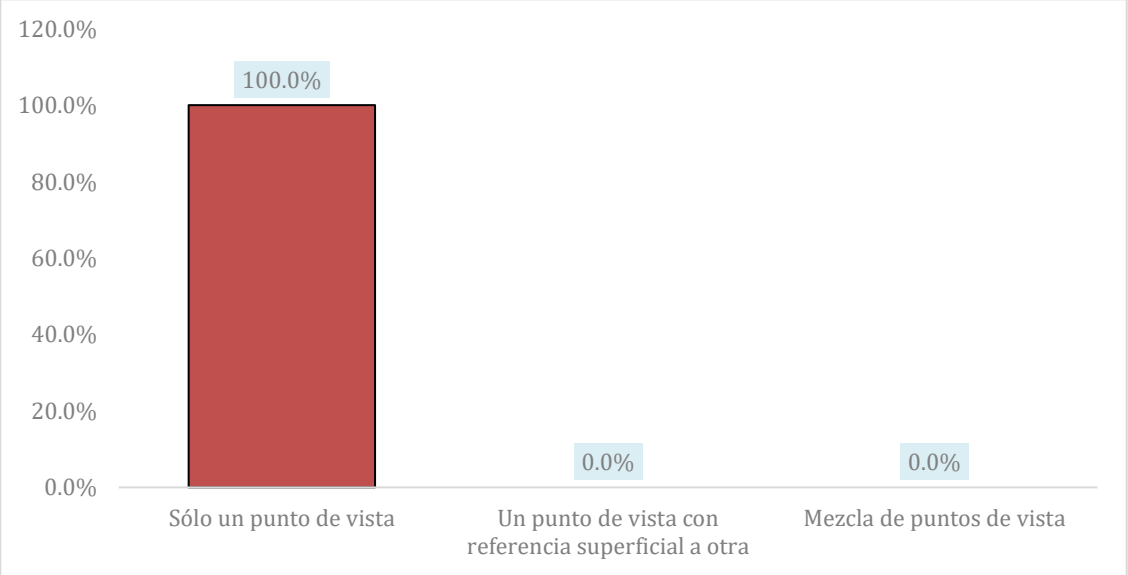
Continuando con el análisis de la información sobre el terremoto de Ecuador del 16 de abril del 2016, a continuación, se presenta los datos de acuerdo con el punto de vista de la información.

Tabla 39. Diversidad de puntos de vista

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sólo un punto de vista	44	14,9	100,0	100,0
Total		44	100,0		

Fuente. Elaboración propia (2020)

Figura 69. Diversidad de puntos de vista



Fuente. Elaboración propia (2020)

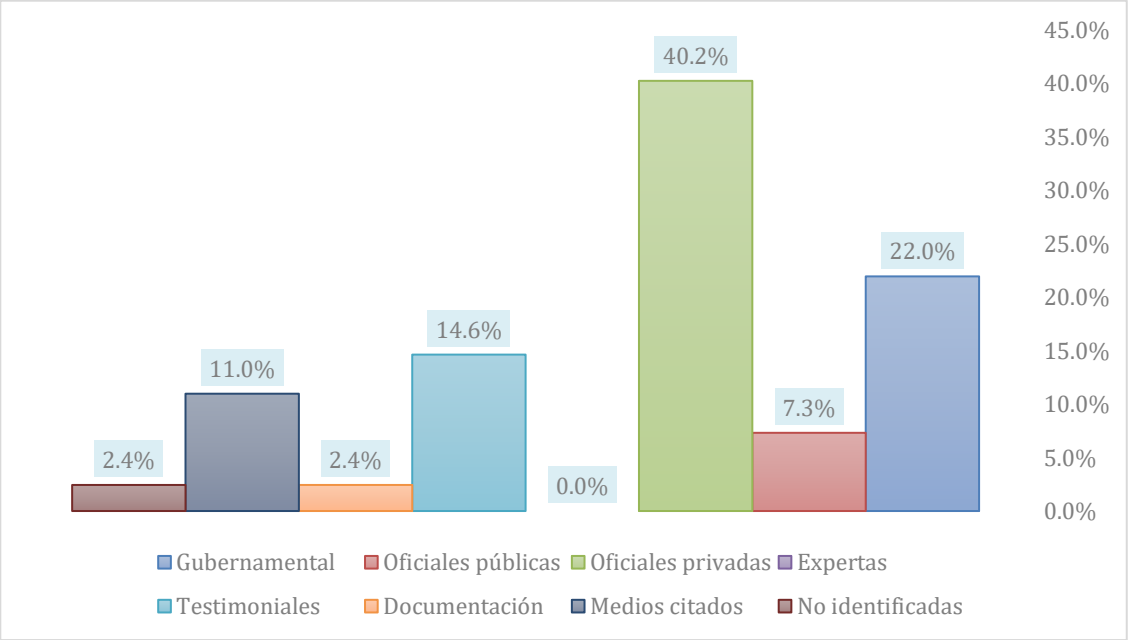
En la Tabla 39 y Figura 69 se puede visualizar que el total de la muestra analizada 44 (100%) representa a un solo punto de vista.

Tabla 40. Tipo de fuentes

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Gubernamentales	18	6,1	22,0	22,0
	Oficiales públicas	6	2,0	7,3	29,3
	Oficiales privadas	33	11,2	40,2	69,5
	Testimoniales	12	4,1	14,6	84,1
	Documentación	2	,7	2,4	86,6
	Medios citados	9	3,1	11,0	97,6
	No identificadas	2	,7	2,4	100,0
	Total	82	27,8	100,0	

Fuente. Elaboración propia (2020)

Figura 70. Tipo de fuentes



Fuente. Elaboración propia (2020)

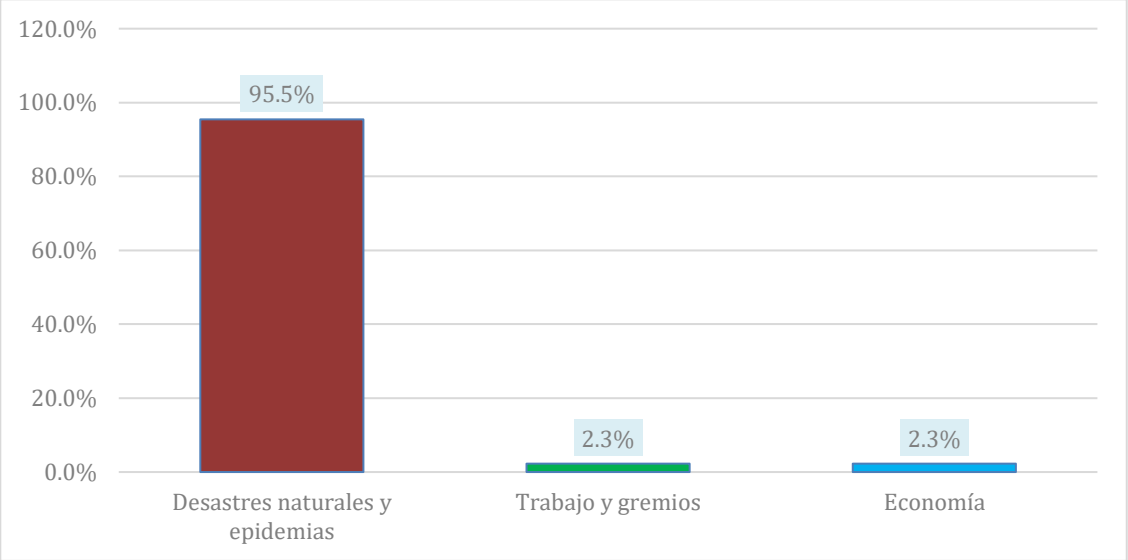
En el análisis de la Tabla 40 y Figura 70 se representa la valoración realizada de acuerdo con el tipo de fuente de donde se obtuvo la información publicada en el portal web de diario *El País*, teniendo un predominio las fuentes Oficiales Privadas 33 (40,2%), sobre las Gubernamentales 18 (22%). Hay que destacar que las fuentes Testimoniales 12 (14,6%) son representativas dado el contexto del tipo de información que se cubría. Con representatividad inferior están las fuentes de Medios Citados 9 (11%), fuentes Oficiales Públicas 6 (7,3%), las fuentes Documentales 2 (2,4%) y las No Identificadas 2 (2,4%) son la menor valoración.

Tabla 41. Pauta informativa

		Frecuencia	**Porcentaje**	**Porcentaje válido**	**Porcentaje acumulado**
Válidos	Desastres naturales y epidemia	42	14,2	95,5	95,5
	Trabajo y gremios	1	,3	2,3	97,7
	Economía	1	,3	2,3	100,0
	Total	44	14,9	100,0	

Fuente. Elaboración propia (2020)

Figura 71. Pauta informativa



Fuente. Elaboración propia (2020)

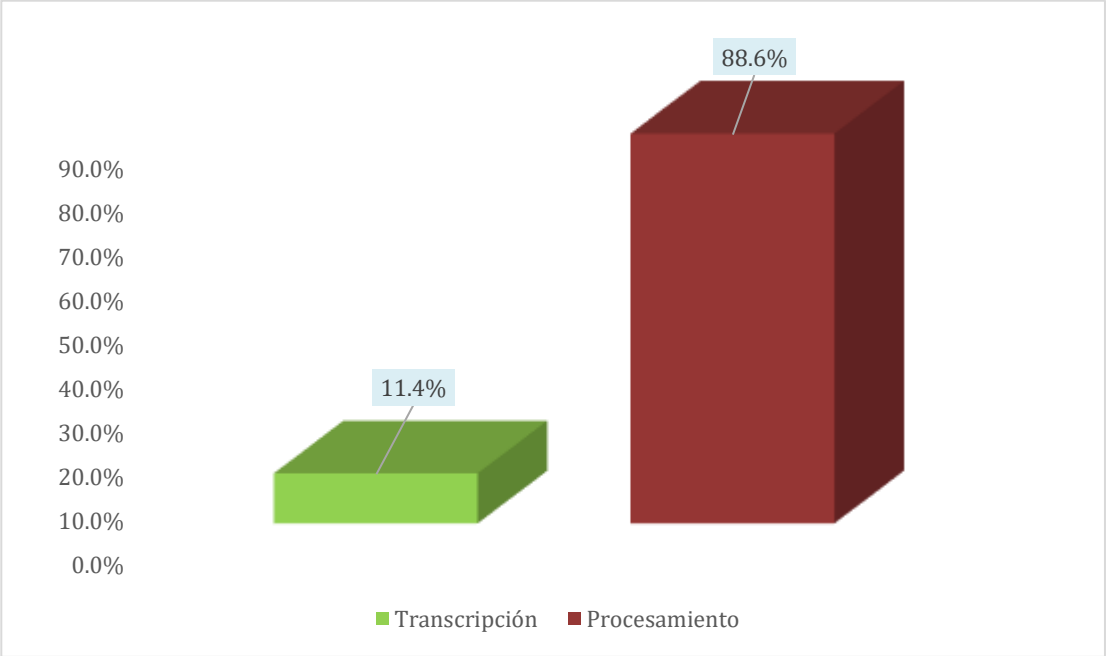
En la Tabla 41 y Figura 71 se representa los ítems sobre la pauta informativa. El ítem que sobresale en la muestra analizada es la de Desastres Naturales y Epidemias 42 (95,5%), por otro lado, el Trabajo y Gremios 1 (2,3%), así como el de Economía 1 (2,3%) complementan el total del análisis.

Tabla 42. Nivel narrativo

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Transcripción	5	1,7	11,4	11,4
	Procesamiento	39	13,2	88,6	100,0
	Total	44	14,9	100,0	

Fuente. Elaboración propia (2020)

Figura 72. Nivel narrativo



Fuente. Elaboración propia (2020)

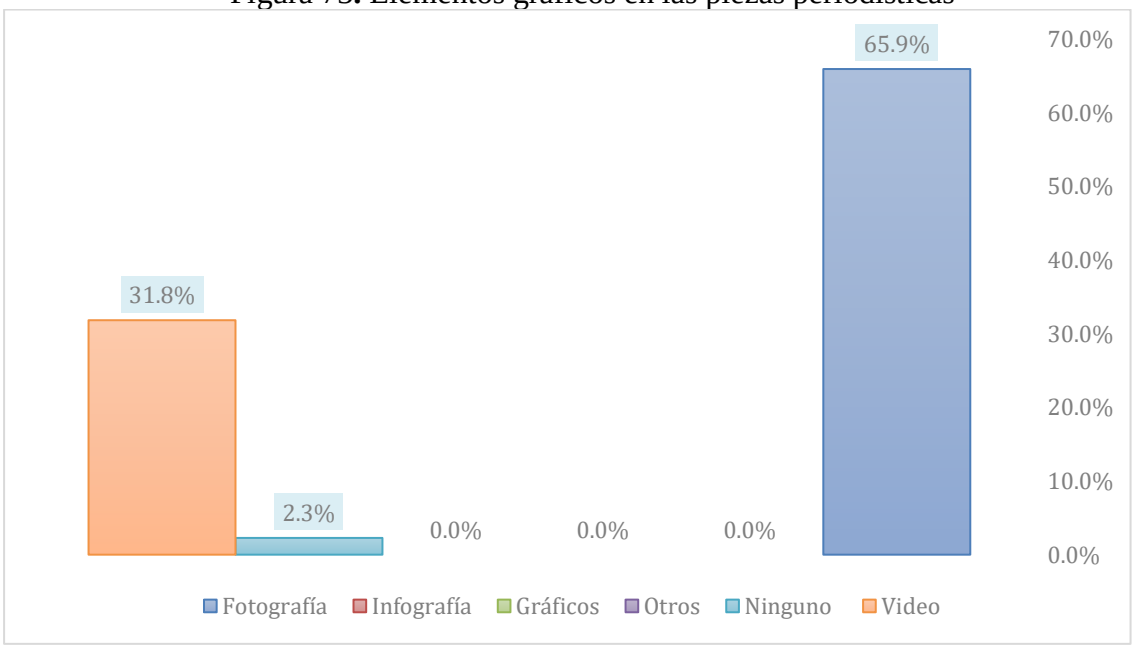
Conforme a la estructura narrativa de las piezas periodísticas, como se observa en la Figura 72 y Tabla 42 la forma de narrar la información con mayor representación ha sido el Procesamiento de la información 39 (88,6%), a diferencia de la transcripción de la información que representa un valor mínimo 5 (11,4%).

Tabla 43. Elementos gráficos en las piezas periodísticas

		Frecuencia	**Porcentaje**	**Porcentaje válido**	**Porcentaje acumulado**
Válidos	Fotografía	29	9,8	65,9	65,9
	Ninguno	1	,3	2,3	68,2
	Video	14	4,7	31,8	100,0
	Total	44	14,9	100,0	

Fuente. Elaboración propia (2020)

Figura 73**.** Elementos gráficos en las piezas periodísticas



Fuente. Elaboración propia (2020)

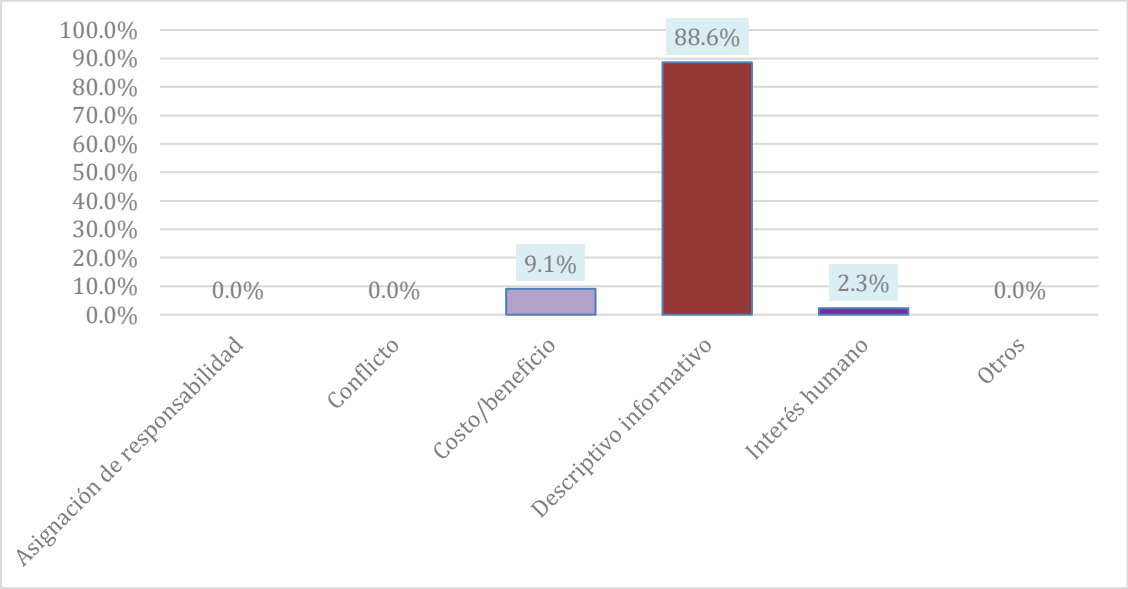
De acuerdo, como se representa en la Tabla 43 y Figura 73, la fotografía 29 (65,9%), ha sido el elemento gráfico más utilizado para ilustrar la información sobre el terremoto desde el medio internacional. En tanto que el video se usó únicamente en 14 (31,8%) piezas periodísticas, y quedando una pieza periodística sin haber utilizado ningún elemento para ilustrar su información, representando así el (2,3%).

Tabla 44. Enfoque de las piezas periodísticas

		Frecuencia	**Porcentaje**	**Porcentaje válido**	**Porcentaje acumulado**
Válidos	Costo/beneficio	4	,0	9,1	9,1
	Descriptivo informativo	39	,1	88,6	97,7
	Interés humano	1	,0	2,3	100,0
	Total	44	,1	100,0	

Fuente. Elaboración propia (2020)

Figura 74. Enfoque de las piezas periodísticas



Fuente. Elaboración propia (2020)

Conforme el análisis de la Tabla 44 y Figura 74 la Descriptivo Informativa 39 (88.6%), es la más utilizada, mediante la cual los reporteros narraban los hechos que iban observando e investigando en su día a día, por otro lado el enfoque hacia los Costos o Beneficios 4 (9,1%) que dejo el terremoto, fue considerado en un porcentaje inferior, y de una forma mínima se encontró piezas periodísticas con un enfoque de Interés Humano 1 (2,3%), quizá esto se da porque los medios nacionales fueron los que cubrían más este tipo de enfoque noticioso.

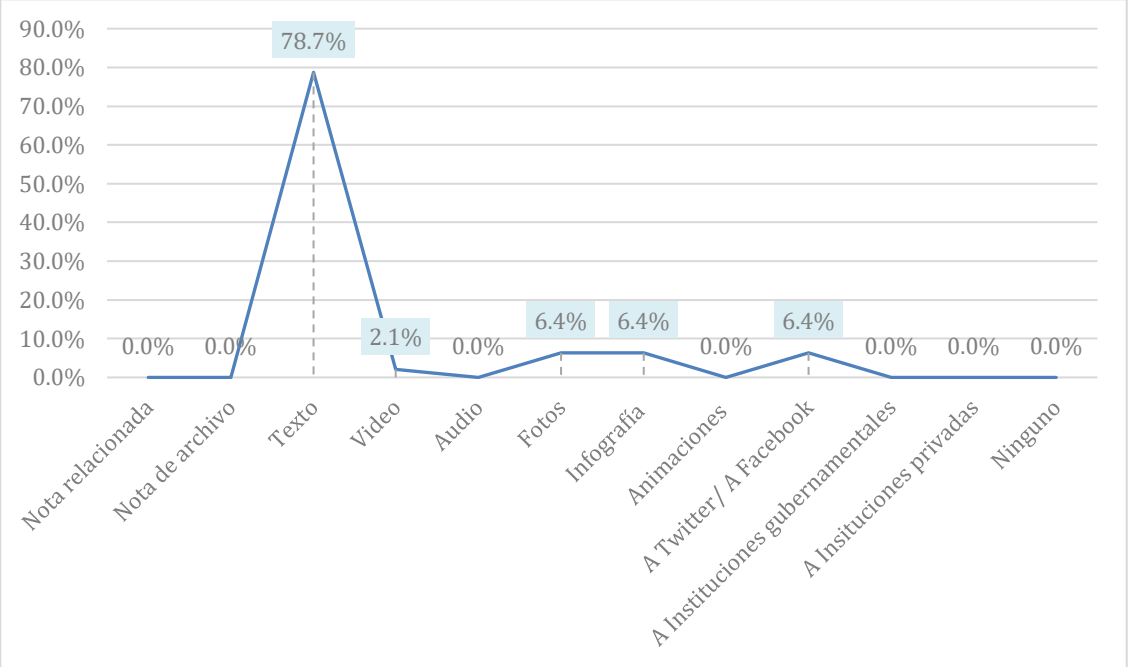
Continuando con el análisis realizado, otro de los ítems que se analizó fue los diferentes elementos hipertextuales que utilizó el medio a través de su portal web para informar a la ciudadanía y al mundo lo que había ocurrido tras el terremoto, estos datos se los representa a continuación en las siguiente Tabla 45 y Figura 75.

Tabla 45. Elemento dentro de las piezas periodísticas

		Frecuencia	**Porcentaje**	**Porcentaje válido**	**Porcentaje acumulado**
Válidos	Texto	37	12,5	78,7	78,7
	Video	1	,3	2,1	80,9
	Fotos	3	1,0	6,4	87,2
	Infografía	3	1,0	6,4	93,6
	A *Twitter*/ A *Facebook*	3	1,0	6,4	100,0
	Total	47	15,9	100,0	

Fuente. Elaboración propia (2020)

Figura 75. Elemento dentro de las piezas periodísticas



Fuente. Elaboración propia (2020)

Como lo representa la Figura 75 y Tabla 45, por parte de diario *El País* de España, en la muestra analizada sobre las piezas periodísticas publicadas acerca del terremoto en Ecuador, el medio de comunicación utilizó con mayor frecuencia el Texto 37 (78,7%) como elemento de enlace hipertextual para permitir al lector acceder otro tipo de contenido relacionado con la información que está leyendo. Las categorías de Fotos, Infografías y Enlaces a Redes Sociales como *Twitter* y *Facebook*, se utilizó únicamente en 3 (6,4%) piezas periodísticas del total de la muestra, y la categoría del Video en 1 (2,1%).

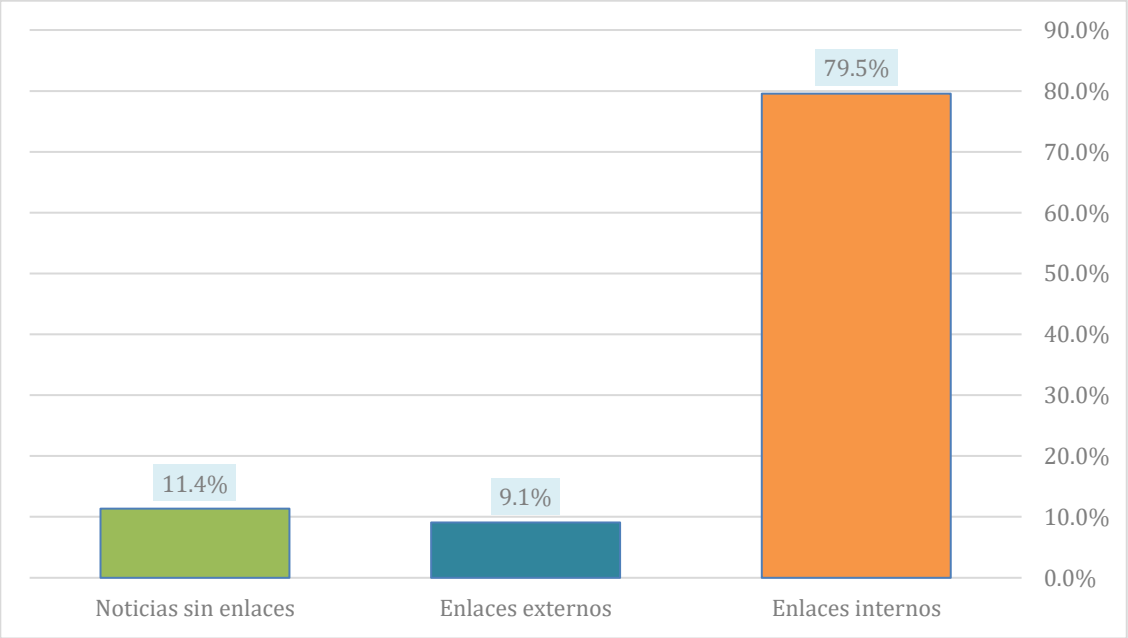
Haciendo relación al análisis anterior, se analizó de igual forma la cantidad de enlaces internos y externos usados en la muestra, datos presentados a continuación:

Tabla 46. Número de piezas periodísticas con enlaces interno o externo

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Enlaces internos	35	11,9	79,5	79,5
	Enlaces externos	4	1,4	9,1	88,6
	Sin enlaces	5	1,7	11,4	100,0
	Total	44	14,9	100,0	

Fuente. Elaboración propia (2020)

Figura 76**.** Número de piezas periodísticas con enlaces interno o externo



Fuente. Elaboración propia (2020)

En la Tabla 46 y Figura 76 nos representa que hubo un mayor número de piezas periodísticas 35 (79,5%) con Enlaces Internos, los mismo que llevaban a páginas o contenidos dentro del mismo portal del diario. Y las piezas periodísticas que llevaban a Enlaces Externos fueron 4 (9,1%), en tanto que 5 (11,4%) no tuvieron Ningún tipo de enlace en su narración informativa.

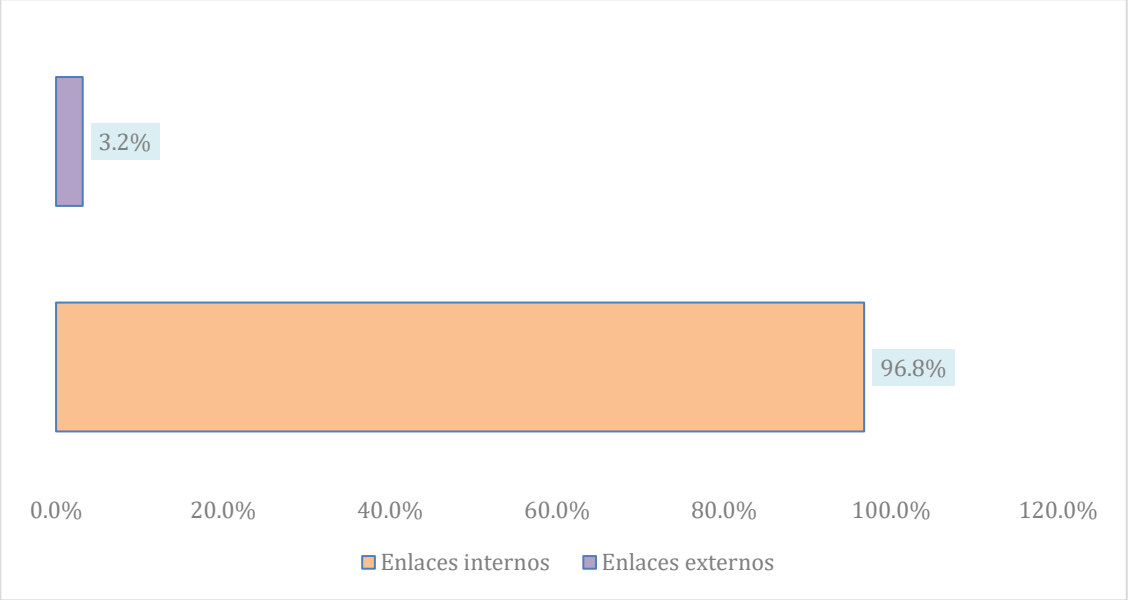
Para conocer la importancia que le dan los medios al lenguaje hipertextual, se contabilizó la cantidad de enlaces tanto internos como externos del total de la muestra, resultados que se detallan a continuación:

Tabla 47. Cantidad de enlaces

		Frecuencia	**Porcentaje**	**Porcentaje válido**	**Porcentaje acumulado**
Válidos	Enlaces internos	182	61,7	96,8	96,8
	Enlaces externos	6	2,0	3,2	100,0
	Total	188	63,7	100,0	

Fuente. Elaboración propia (2020)

Figura 77. Cantidad de enlaces



Fuente. Elaboración propia (2020)

Tras el análisis realizado en la Tabla 47 y Figura 77 se muestra la cantidad de Enlaces Internos usado en la muestra representan 182 (96,8%), mientras que los Externos 6 (3,2%). Observando así que el medio de comunicación da un realce significativo a sus contenidos manteniéndolos en la memoria del lector a invitarle a visitar aportes que ya fueron publicados en otro momento.

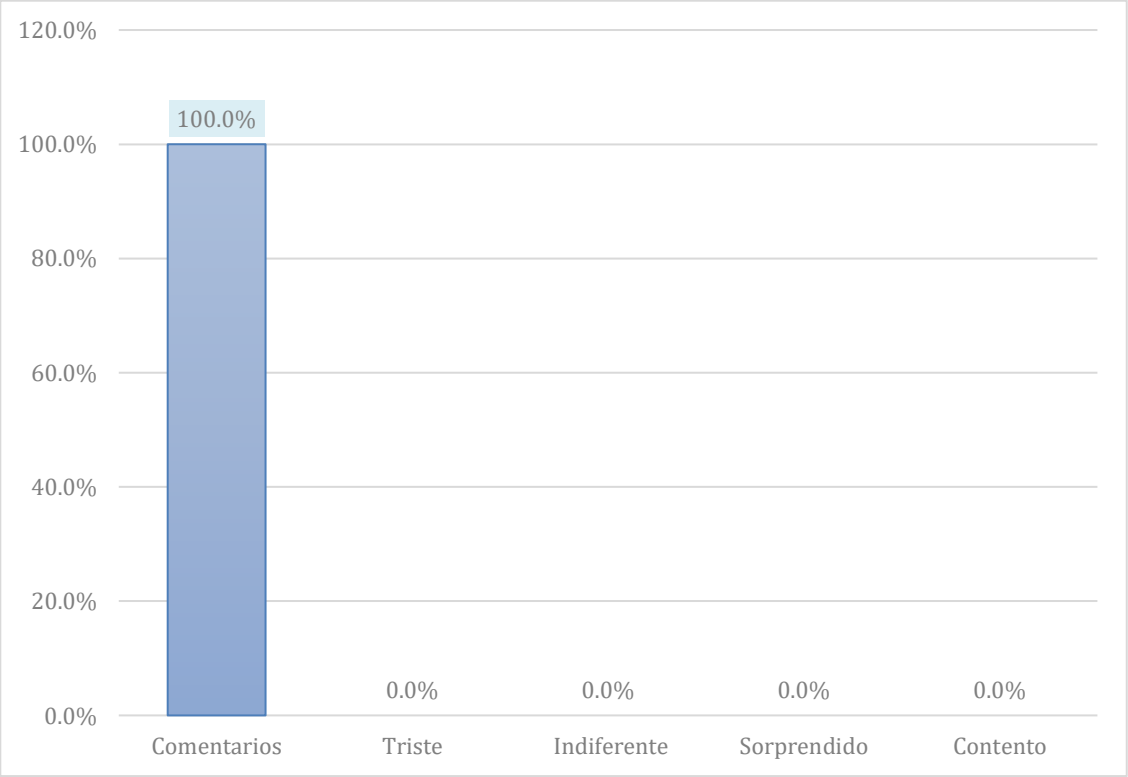
Al considerar la valoración de las piezas periodísticas, el medio de comunicación El País a diferencia de diario *El Comercio*, no cuenta con una opción donde el lector valore su reacción o sentimiento ante la noticia, cuenta únicamente con el apartado Comentarios, a continuación, se detalla la Tabla 48 y Figura 78.

Tabla 48. Reacción ante las piezas periodísticas

		Frecuencia	**Porcentaje**	**Porcentaje válido**	**Porcentaje acumulado**
Válidos	Comentarios	295	100,0	100,0	100,0
	Total	295	100,0	100,0	

Fuente. Elaboración propia (2020)

Figura 78. Reacción ante las piezas periodísticas



Fuente. Elaboración propia (2020)

Diario El País de España, permite únicamente a los lectores realizar comentarios en las piezas periodísticas, más no tiene un apartado donde se dé una valoración diferente por parte del lector, pudiendo ser esta, triste, contento, indiferente o sorprendido. El total de comentarios realizados en la muestra analizada fueron de 295 representando el 100%.

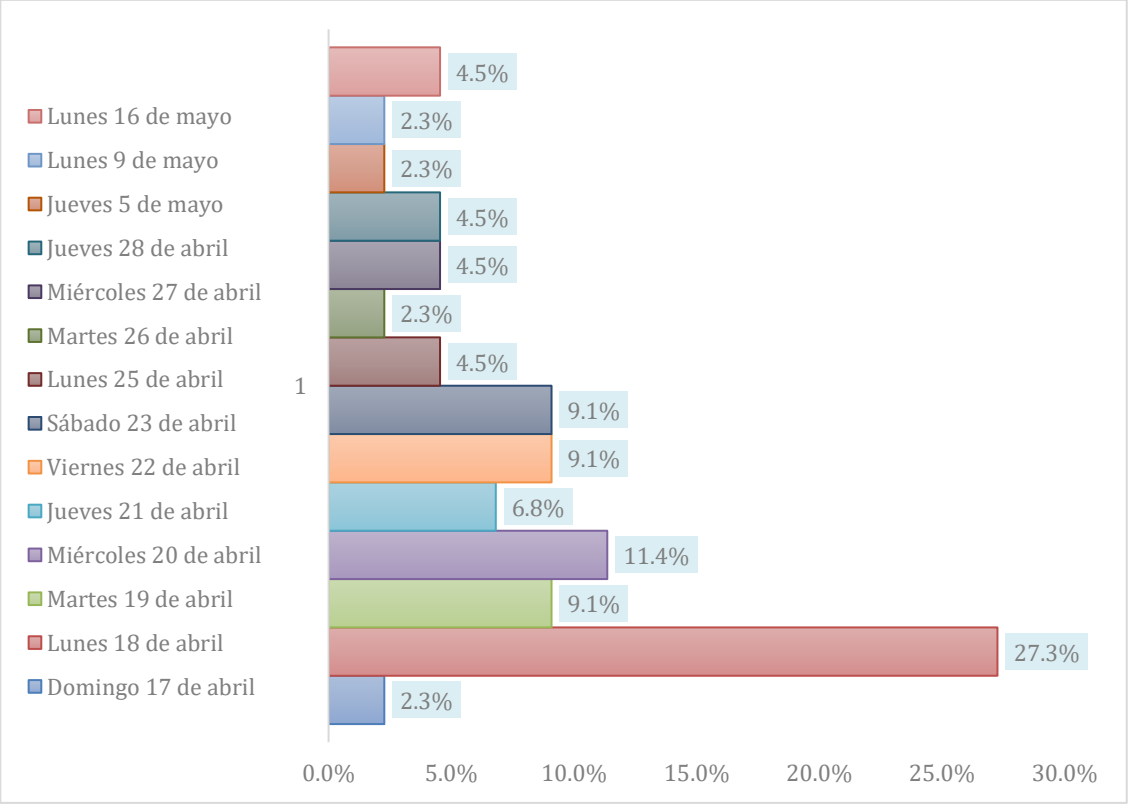
Tabla 49. Número de piezas periodísticas publicadas por día

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Domingo 17 de abril	1	,3	2,3	2,3
	Lunes 18 de abril	12	4,1	27,3	29,5
	Martes 19 de abril	4	1,4	9,1	38,6
	Miércoles 20 de abril	5	1,7	11,4	50,0
	Jueves 21 de abril	3	1,0	6,8	56,8
	Viernes 22 de abril	4	1,4	9,1	65,9
	Sábado 23 de abril	4	1,4	9,1	75,0
	Lunes 25 de abril	2	,7	4,5	79,5
	Martes 26 de abril	1	,3	2,3	81,8
	Miércoles 27 de abril	2	,7	4,5	86,4
	Jueves 28 de abril	2	,7	4,5	90,9
	Jueves 5 de mayo	1	,3	2,3	93,2
	Lunes 9 de mayo	1	,3	2,3	95,5

	Lunes 16 de mayo	2	,7	4,5	100,0
	Total	44	14,9	100,0	

Fuente: Elaboración propia (2020)

Figura 79. Número de piezas periodísticas publicadas por día



Fuente. Elaboración propia (2020)

En la Tabla 49 y Figura 79 se presenta el número de publicaciones en el diario del viejo continente no tuvo mayor interés el mismo día de lo ocurrido, hay que considerar que por la diferencia horaria en el momento del terremoto en España ya era el 17 de abril. Ese día el medio sacó a través de su página web 1 nota (2,3%). El día que mayor publicación de información referente a lo que acababa de ocurrir en Ecuador se dio el 18 de abril 12 notas publicadas (27,3%). Posterior a esa fecha el promedio de publicaciones se mantuvo con número inferiores a 5 publicaciones. Es así que el 20 de abril se publicaron 5 (11,14%), en los días del 19, 22 y 23 abril se publicaron 4 (9,1%) por día. El 25, 27, 28 de abril únicamente 2 (4,5%) notas por día. El 26 de abril, el 5 y 9 de mayo se publicaron 1 (2,3) nota por día. El día mismo que se cumplió el mes del terremoto el 16 de mayo el medio publicó 2 (4,5%) notas haciendo relación al fenómeno natural que destrozó varias ciudades de la costa ecuatoriana y que dejó centenares de fallecidos y desaparecidos.

4.2 Identificación de los recursos periodísticos más utilizados durante el primer mes después del terremoto

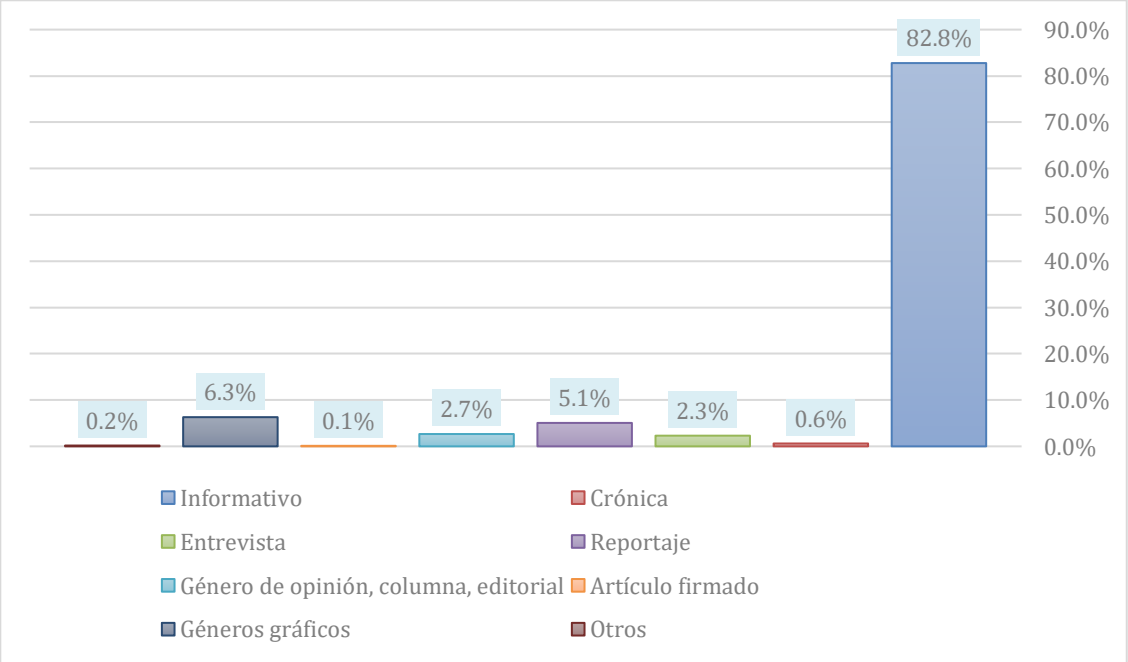
Una vez analizado la cantidad de información por cada uno de los medios seleccionados, a continuación, se describe la identificación de los recursos periodísticos utilizados por parte del medio.

Tabla 50. Tipo de género más utilizado por diario *El Comercio*, Ecuador

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Informativo	932	2,1	82,8	82,8
	Crónica	7	,0	,6	83,4
	Entrevista	26	,1	2,3	85,7
	Reportaje	57	,1	5,1	90,8
	Género de opinión, columna editorial	30	,1	2,7	93,4
	Artículo firmado	1	,0	,1	93,5
	Género gráfico	71	,2	6,3	99,8
	Otros	2	,0	,2	100,0
	Total	1126	2,6	100,0	

Fuente. Elaboración propia (2020)

Figura 80. Tipo de género más utilizado por diario *El Comercio*, Ecuador



Fuente. Elaboración propia (2020)

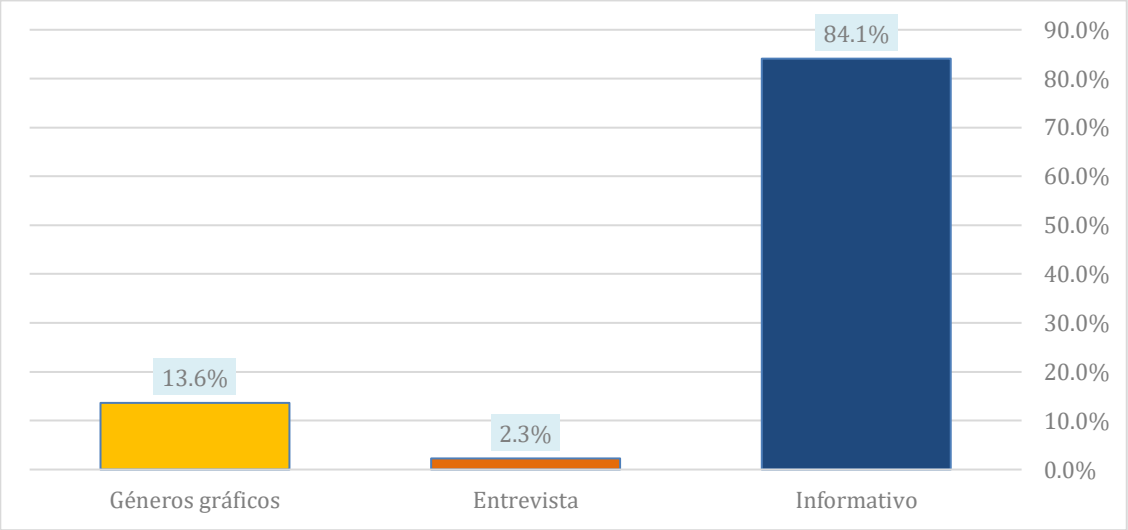
Con relación al tipo de Recurso Periodístico utilizado dentro de las piezas periodísticas de diario *El Comercio* de Ecuador, el Género informativo con 932 (82,8%), es el predominante entre la información difundida, por otra parte, el Género Gráfico 71 (6,3%) y el Reportaje 57 (5,1%) con un porcentaje inferior en la difusión de notas sobre el terremoto de Ecuador a través de un medio nacional.

Tabla 51. Tipo de género más utilizado por diario *El País*-España

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Informativo	37	,1	84,1	84,1
	Entrevista	1	,0	2,3	86,4
	Géneros gráficos	6	,0	13,6	100,0
	Total	44	,1	100,0	

Fuente. Elaboración propia (2020)

Figura 81. Tipo de género más utilizado por diario El País, España



Fuente. Elaboración propia (2020)

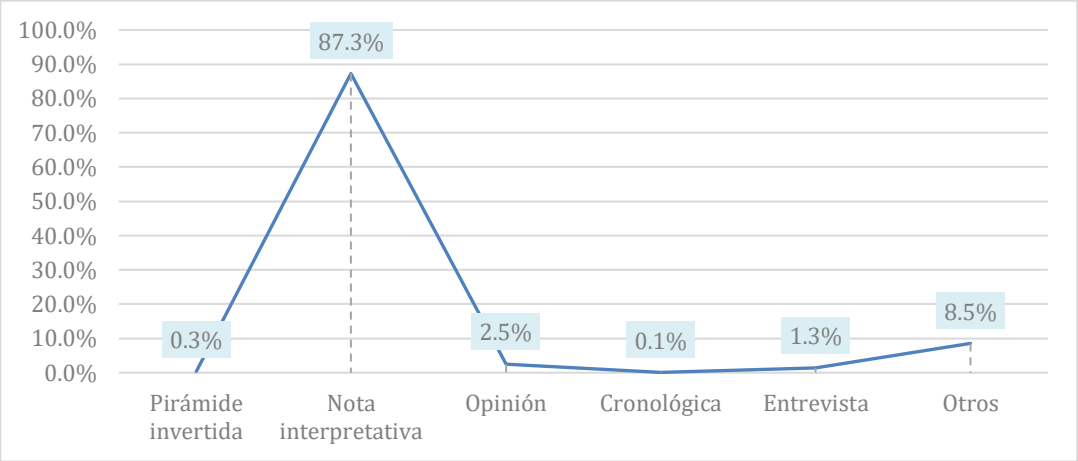
Con relación al tipo de género periodístico utilizado dentro de las piezas periodísticas de d*iario El País* de España, se presente en la Tabla 51 y Figura 81, así el Género Informativo con 37 (84,1%), es el predominante entre la información difundida, el Género Gráfico 6 (13,6%) es el segundo más utilizado, y finalmente la Entrevista 1 pieza periodística (2,3%) aunque con un porcentaje inferior tiene presencia entre los géneros usados en la difusión de notas sobre el terremoto de Ecuador a través de un medio internacional.

Tabla 52. Estructura de las piezas periodísticas, diario *El Comercio*-Ecuador

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Pirámide invertida	3	,0	,3	,3
	Nota interpretativa	983	2,2	87,3	87,6
	Opinión	28	,1	2,5	90,1
	Cronológica	1	,0	,1	90,1
	Entrevista	15	,0	1,3	91,5
	Otros	96	,2	8,5	100,0
	Total	1126	2,6	100,0	

Fuente. Elaboración propia (2020)

Figura 82**.** Estructura de las piezas periodísticas, diario *El Comercio*, Ecuador



Fuente. Elaboración propia (2020)

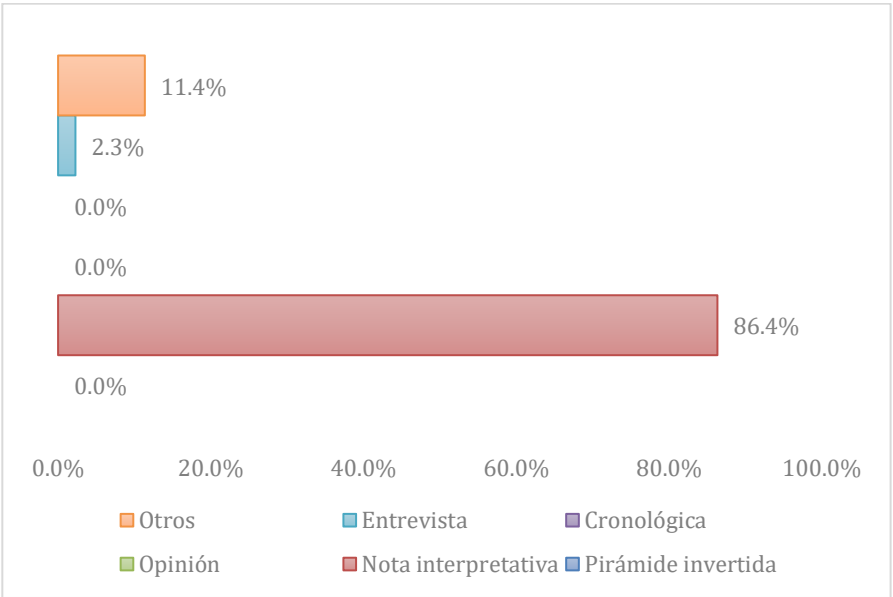
La estructura de las piezas periodísticas de acuerdo con la muestra analizada se representa en la Tabla 52 y Figura 82, se determina que el ítem de la Nota Interpretativa con 983 (87,3%) representa el porcentaje más alto. Las piezas periodísticas restantes se reparten la valoración entre las notas de Opinión con 28 (2,5%), Entrevista 15 (1,3%), Pirámide Invertida 3 (0,3%), Notas Cronológicas 1 (0,1%). Un total de 96 (8,5%) se consideran como Otros ya que no se identifican con ninguno de los estilos periodísticos señaladas.

Tabla 53. Estructura de las piezas periodísticas, diario *El País*-España

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Nota interpretativa	38	12,9	86,4	86,4
	Entrevista	1	,3	2,3	88,6
	Otros	5	1,7	11,4	100,0
	Total	44	14,9	100,0	

Fuente. Elaboración propia (2020)

Figura 83. Estructura de las piezas periodísticas, diario El País, España



Fuente. Elaboración propia (2020)

Mediante la Figura 83 y Tabla 53, se visualiza que la nota interpretativa 38 (86,4%) es la forma de redacción más utilizado dentro de las piezas periodísticas, en tanto que la entrevista representa 1 (2,3%). Y el (11,4%) representa a Otros con 5 piezas periodísticas.

4.3 Análisis de las publicaciones en la plataforma de *Facebook*.

La muestra analizada de la plataforma de *Facebook* del 16 de abril 19:00 al 16 de mayo 23:59 fue de 1155 publicaciones públicas que los usuarios compartieron o difundieron luego de ocurrido el terremoto.

A continuación, se describen los resultados obtenidos tras el análisis realizado de la información recabada.

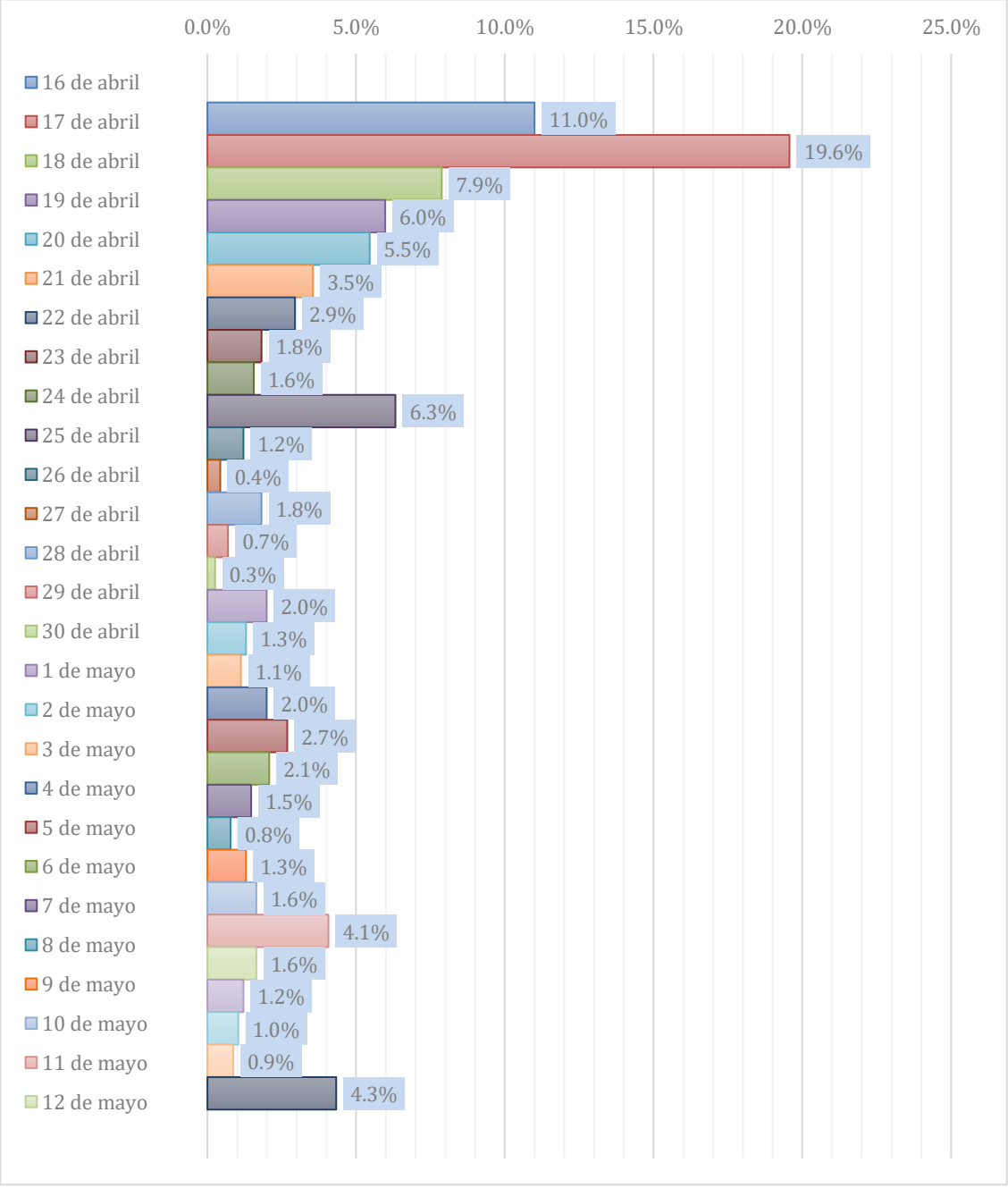
Tabla 54. Publicaciones por día

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sábado 16 de abril	127	,3	11,0	11,0
	Domingo 17 de abril	226	,5	19,6	30,6
	Lunes 18 de abril	91	,2	7,9	38,4
	Martes 19 de abril	69	,2	6,0	44,4
	Miércoles 20 de abril	63	,1	5,5	49,9
	Jueves 21 de abril	41	,1	3,5	53,4
	Viernes 22 de abril	34	,1	2,9	56,4
	Sábado 23 de abril	21	,0	1,8	58,2
	Domingo 24 de abril	18	,0	1,6	59,7
	Lunes 25 de abril	73	,2	6,3	66,1
	Martes 26 de abril	14	,0	1,2	67,3
	Miércoles 27 de abril	5	,0	,4	67,7
	Jueves 28 de abril	21	,0	1,8	69,5
	Viernes 29 de abril	8	,0	,7	70,2
	Sábado 30 de abril	3	,0	,3	70,5
	Domingo 1 de mayo	23	,1	2,0	72,5
	Lunes 2 de mayo	15	,0	1,3	73,8
	Martes 3 de mayo	13	,0	1,1	74,9
	Miércoles 4 de mayo	23	,1	2,0	76,9
	Jueves 5 de mayo	31	,1	2,7	79,6
	Viernes 6 de mayo	24	,1	2,1	81,6
	Sábado 7 de mayo	17	,0	1,5	83,1
	Domingo 8 de mayo	9	,0	,8	83,9
	Lunes 9 de mayo	15	,0	1,3	85,2
	Martes 10 de mayo	19	,0	1,6	86,8
	Miércoles 11 de mayo	47	,1	4,1	90,9
	Jueves 12 de mayo	19	,0	1,6	92,6

	Viernes 13 de mayo	14	,0	1,2	93,8
	Sábado 14 de mayo	12	,0	1,0	94,8
	Domingo 15 de mayo	10	,0	,9	95,7
	Lunes 16 de mayo	50	,1	4,3	100,0
	Total	1155	2,6	100,0	

Fuente. Elaboración propia (2020)

Figura 84. Publicaciones por día



Fuente. Elaboración propia (2020)

A través de la Tabla 54 y Figura 84, se visualiza que la cantidad de publicaciones por día en la red social *Facebook*, el 17 de abril un día después del terremoto se publicaron 226 (19,6%), en tanto que el mismo día de ocurrido el evento natural hubieron 127 (11%)

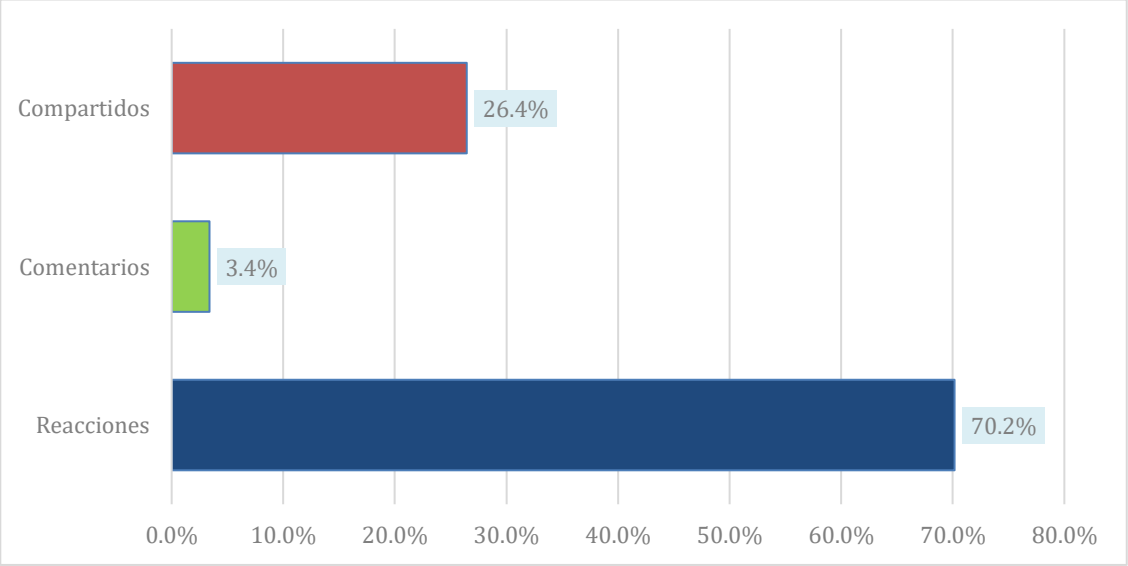
publicaciones. En los días siguientes a partir del 18 al 24 de abril la cantidad de publicaciones fue variando en porcentajes el 18 de abril (7.9%) 91 piezas y el 24 de abril fue (1.6%) total 18piezas. Debido a la cantidad de réplicas (889) que se produjeron hasta el 25 de abril desde el 16 de abril, ese día se contabilizaron 73 publicaciones (6,3%). A partir del 26 de abril hasta el 16 de mayo la cantidad de publicaciones fue 14 (1,2%) y 50 (4,3%) publicaciones por día.

Tabla 55. Interacción de los usuarios

	Frecuencia	Porcentaje
Reacciones	2777016	70,2%
Comentarios	134215	3,4%
Compartidos	1046688	26,4%
Total	3957919	100%

Fuente. Elaboración propia (2020)

Figura 85. Interacción de los usuarios



Fuente. Elaboración propia (2020)

La interacción por parte de los usuarios en las publicaciones de la red social *Facebook* fueron de 2.777,016 (70,16%) de Reacciones, Comentarios hubieron 134.215 (3,39%) y la cantidad de publicaciones Compartidas fueron de 1.046,688 (26,4%). La participación de los internautas a través de las reacciones, sean estas positivas o negativas de acuerdo con las posibilidades que brinda la plataforma llego más allá de los dos millones y medio de reacciones.

La publicación con la mayor cantidad de reacciones (90119) fue la publicación de la cuenta de Tercer Cielo, que compartió un video el 22 de abril del instante en que ocurrió el terremoto. El video es grabado en una Iglesia Evangélica donde se ve a la asamblea que siguen alabando y adorando a Dios, mientras va ocurriendo el movimiento.

Figura 86. Publicación con mayor cantidad de reacciones

Fuente. Tercer Cielo, *Facebook*.

La publicación con mayor cantidad de Comentarios (4406) fue realizada el 17 de abril por el futbolista Ronaldinho Gaúcho, y tuvo gran aceptación por parte de los usuarios de la plataforma social, quienes reaccionaron positivamente ante el mensaje publicado por el astro brasileño.

Figura 87. Publicación con el mayor número de comentarios

Fuente. Ronaldinho Gaúcho, *Facebook*.

Por su parte la publicación con el mayor número de compartidos fue una canción realizada por un joven migrante desde Italia, quien la compartió a través de la red social *Facebook*, y rápidamente se viralizó a nivel mundial.

Figura 88**.** Publicación con mayor número de compartidos

Fuente. Ecuavisa, *Facebook.*

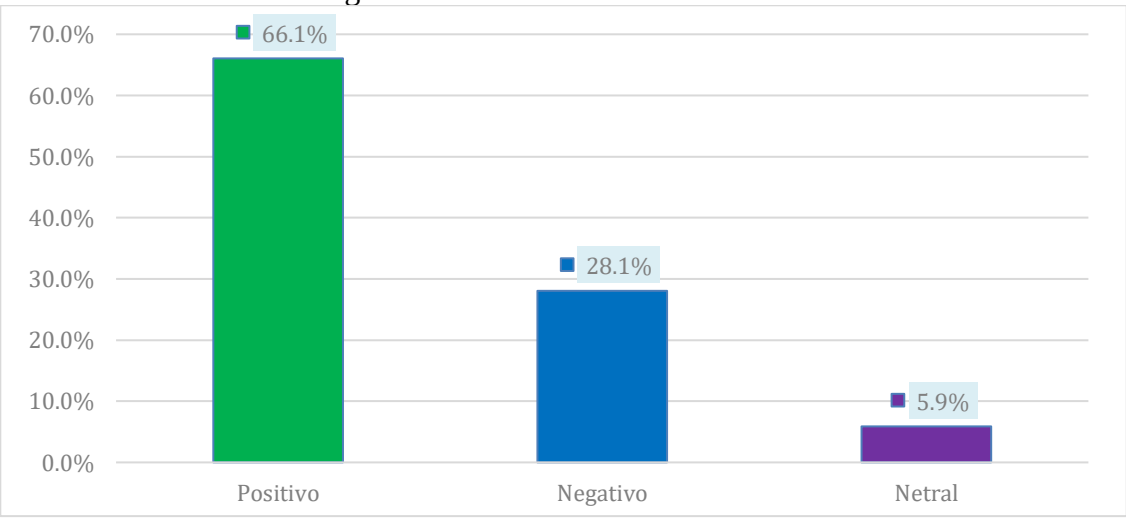
A continuación, se presenta la Tabla 56 con la Figura 89, se analiza el nivel de reacción que tuvieron los usuarios a través de la Red Social frente a su posición, positiva, negativa o neutra de las piezas periodísticas que se publicaron en el primer mes después del terremoto.

Tabla 56. Sentimiento de los usuarios

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Positivo	763	1,7	66,1	66,1
	Negativo	324	,7	28,1	94,1
	Neutro	68	,2	5,9	100,0
	Total	1155	2,6	100,0	

Fuente. Elaboración propia (2020)

Figura 89. Sentimiento de los usuarios



Fuente. Elaboración propia (2020)

Al manifestar el sentimiento que sentían las personas al momento de visualizar y compartir las publicaciones que se daban sobre el terremoto de Ecuador, como se observa en la Figura 89, de forma positiva se expresaron 763 (66,1%) ante todo por la respuesta positiva

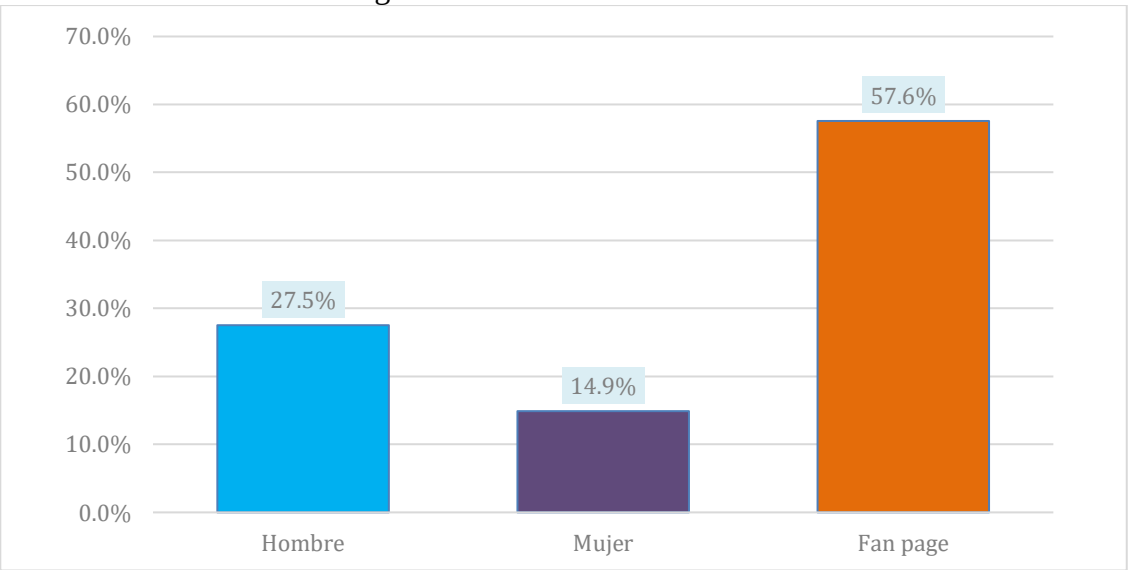
de ayuda y colaboración que hubo por parte de los ecuatorianos, así como de la ayuda extranjera. En tanto que las respuestas negativas fueron de 324 (28,1%), y con un margen de un sentimiento neutral ante los hechos fue de 68 (5,9%) publicaciones.

Tabla 57. Género de los usuarios

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Hombre	318	,7	27,5	27,5
	Mujer	172	,4	14,9	42,4
	Fan page	665	1,5	57,6	100,0
	Total	1155	2,6	100,0	

Fuente. Elaboración propia (2020)

Figura 90. Género de los usuarios



Fuente. Elaboración propia (2020)

Frente al tipo de usuario para determinar que publicó compartió contenido sobre el terremoto de Ecuador, 665 (57,6%) publicaciones corresponden a *Fanpage* pertenecientes a instituciones tanto públicas, privadas, ONG`S, o páginas de personas naturales que poseen una *Fanpage* personal. En tanto 318 (27,5%) publicaciones fueron realizadas por hombres, y 172 (14,9%) fueron realizadas por mujeres. Si consideramos sólo estos dos indicadores, se puede visualizar que los hombres fueron quienes estuvieron más pendientes y tuvieron más participación en las redes frente a lo ocurrido aquel 16 de abril del 2016.

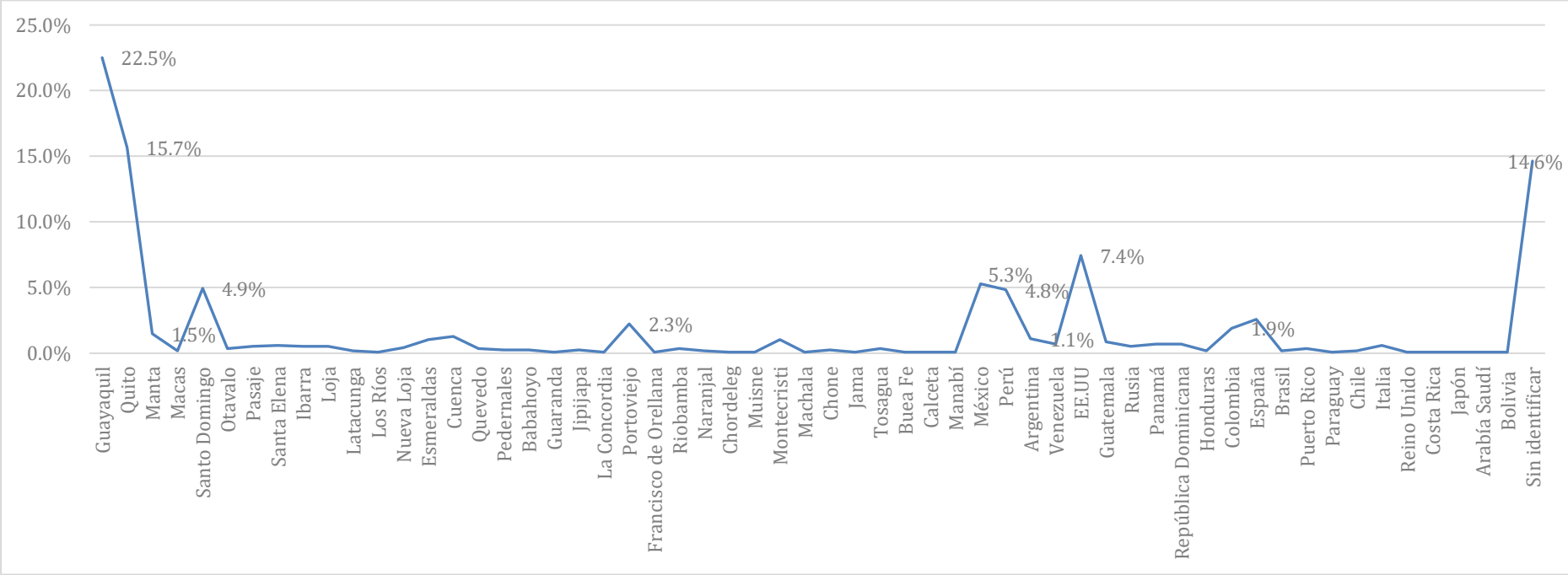
Tabla 58. Lugar de publicaciones nacionales

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Guayaquil	260	0,6	39,7%	39,7
	Quito	181	0,4	27,6%	67,3
	Manta	17	0	2,6%	69,9
	Macas	2	0	0,3%	70,2
	Santo Domingo	57	0,1	8,7%	78,9
	Otavalo	4	0	0,6%	79,5
	Pasaje	6	0	0,9%	80,5

	Santa Elena	7	0	1,1%	81,5
	Ibarra	6	0	0,9%	82,4
	Loja	6	0	0,9%	83,4
	Latacunga	2	0	0,3%	83,7
	Los Ríos	1	0	0,2%	83,8
	Nueva Loja	5	0	0,8%	84,6
	Esmeraldas	12	0	1,8%	86,4
	Cuenca	15	0	2,3%	88,7
	Quevedo	4	0	0,6%	89,3
	Pedernales	3	0	0,5%	89,8
	Babahoyo	3	0	0,5%	90,2
	Guaranda	1	0	0,2%	90,4
	Jipijapa	3	0	0,5%	90,8
	La Concordia	1	0	0,2%	91
	Portoviejo	26	0,1	4,0%	95
	Francisco de Orellana	1	0	0,2%	95,1
	Riobamba	4	0	0,6%	95,7
	Naranjal	2	0	0,3%	96
	Chordeleg	1	0	0,2%	96,2
	Muisne	1	0	0,2%	96,3
	Montecristi	12	0	1,8%	98,2
	Machala	1	0	0,2%	98,3
	Chone	3	0	0,5%	98,8
	Jama	1	0	0,2%	98,9
	Tosagua	4	0	0,6%	99,5
	Buena Fe	1	0	0,2%	99,7
	Calceta	1	0	0,2%	99,8
	Manabí	1	0	0,2%	100
	Total	655	1,5	100,0%	

Fuente. Elaboración propia (2020)

Figura 91. Sitios de publicación de los posts en la red social Facebook



Fuente: Elaboración propia (2020)

Tabla 59. Lugar de publicaciones internacionales

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	México	61	,1	12,2	12,2
	Perú	56	,1	11,2	23,4
	Argentina	13	,0	2,6	26,0
	Venezuela	8	,0	1,6	27,6
	EE.UU	86	,2	17,2	44,8
	Guatemala	10	,0	2,0	46,8
	Rusia	6	,0	1,2	48,0
	Panamá	8	,0	1,6	49,6
	República Dominicana	8	,0	1,6	51,2
	Honduras	2	,0	,4	51,6
	Colombia	22	,1	4,4	56,0
	España	30	,1	6,0	62,0
	Brasil	2	,0	,4	62,4
	Puerto Rico	4	,0	,8	63,2
	Paraguay	1	,0	,2	63,4
	Chile	2	,0	,4	63,8
	Italia	7	,0	1,4	65,2
	Reino Unido	1	,0	,2	65,4
	Costa Rica	1	,0	,2	65,6
	Japón	1	,0	,2	65,8
	Arabia Saudí	1	,0	,2	66,0
	Bolivia	1	,0	,2	66,2
	Sin precisar lugar	169	,4	33,8	100,0
	Total	500	1,1	100,0	

Fuente: Elaboración propia (2020)

El lugar desde donde surgió la información también fue punto de análisis para determinar el sitio que tuvo mayor presencia en la red social a nivel nacional e internacional. De acuerdo con la investigación planteada se pudo determinar que las ciudades que más presencia tuvieron fueron justamente los sitios de mayor concentración de población a nivel del país, así como las zonas que fueron devastadas por el terremoto. En las Tabla 58, 59 y Figura 91, se identifica que en las ciudades de Guayaquil 260 (39,7%) y Quito 181 (27,6%) tuvieron la principal respuesta después del terremoto. La ciudad de Santo Domingo con 57 (8,7%), Esmeraldas con 12 (1,8%), Portoviejo con 26 (4%), Montecristi con 12 (1,8%), Manta con 17 (2,6), estas ciudades fueron las que tuvieron un número de publicaciones menores con relación a las primeras. Por otro lado, también existieron más ciudades de las que se registró publicaciones en porcentajes inferiores entre el 1% y el (0,2%) como se puede observar en la Tabla 58 y 59 y la Figura 91.

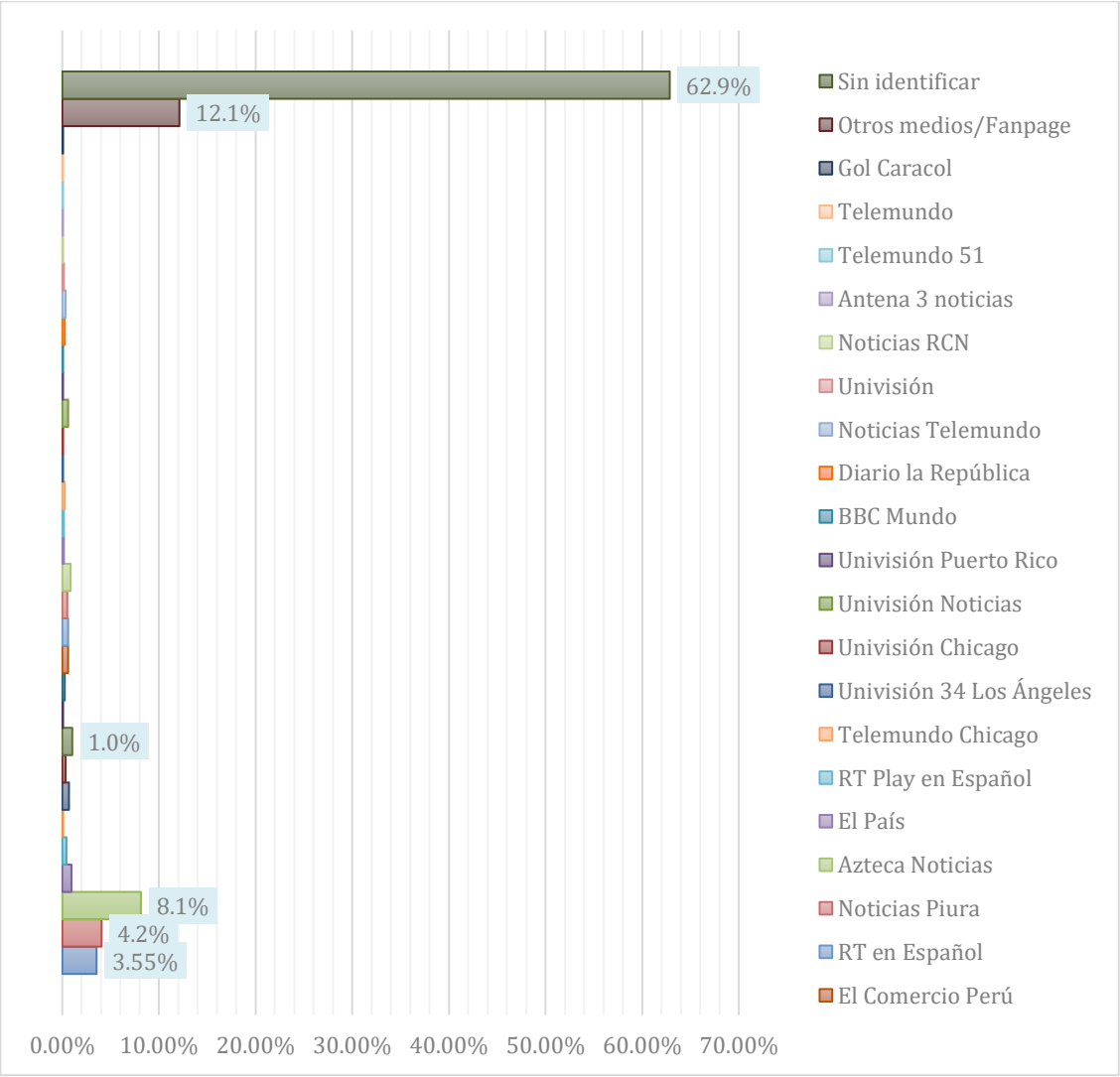
Así mismo fue importante conocer el impacto que tuvo el fenómeno ocurrido en Ecuador a nivel mundial, es por eso qué también se valoró las publicaciones provenientes de otros países. Desde EEUU se hizo un total de 86 (17,2%) publicaciones, desde México se hizo 61 (12,2%) desde Perú se hizo 56 (11,2%) y España 30 (6%) publicaciones. Estos fueron los países con el mayor número de publicaciones en el transcurso del primer mes. Sin embargo, se detectó un total de 169 (33,8%) que no se pudo determinar a qué ciudad o países pertenecían.

Tabla 60. Publicaciones de medios de comunicación

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Teleamazonas	41	,1	3,5	3,5
	Diario el Universo	48	,1	4,2	7,7
	Ecuavisa	94	,2	8,1	15,8
	Diario *El Comercio* Ecuador	11	,0	1,0	16,8
	Diario El extra	5	,0	,4	17,2
	Ecuador Tv	1	,0	,1	17,3
	Diario La Hora	8	,0	,7	18,0
	TC Televisión	4	,0	,3	18,4
	RTS	12	,0	1,0	19,4
	Radio Festival	1	,0	,1	19,5
	Revista Vistazo	2	,0	,2	19,7
	Diario *El Comercio* Perú	8	,0	,7	20,3
	RT en español	7	,0	,6	21,0
	Noticias Piura	6	,0	,5	21,5
	Azteca Noticias	10	,0	,9	22,3
	Diario *el País*	2	,0	,2	22,5
	RT Play en Español	2	,0	,2	22,7
	Telemundo Chicago	3	,0	,3	22,9
	Univisión 34 Los Ángeles	1	,0	,1	23,0
	Univisión Chicago	1	,0	,1	23,1
	Univisión Noticias	7	,0	,6	23,7
	Univisión Puerto Rico	1	,0	,1	23,8
	BBC Mundo	1	,0	,1	23,9
	Diario La República	3	,0	,3	24,2
	Noticias Telemundo	4	,0	,3	24,5
	Univisión	1	,0	,1	24,6
	Noticias RCN	1	,0	,1	24,7
	Antena 3 Noticias	1	,0	,1	24,8
	Telemundo 51	1	,0	,1	24,8
	Telemundo	1	,0	,1	24,9
	Gol Caracol	1	,0	,1	25,0
	Otros medios/Fanpage	140	,3	12,1	37,1
	Sin identificar	726	1,7	62,9	100,0
	Total	1155	2,6	100,0	

Fuente. Elaboración propia (2020)

Figura 92. Publicaciones de medios de comunicación



Fuente. Elaboración propia (2020)

Con relación a la cobertura y difusión que dieron los medios nacionales e internacionales a través de la plataforma de *Facebook*, se puede analizar en la Tabla 60 y Figura 92 Entre los medios nacionales Ecuavisa, televisora nacional difundió más información a través de la red social 94 (8,1%), seguido de diario el Universo con 48 (4,2%) Teleamazonas con 41 (3,5%), RTS con 12 (1,0%) y diario *El Comercio* con 11 (1,0%) publicaciones. Se identificó a estos como los 5 medios con mayor presencia en la red social durante el primer mes tras el terremoto. En tanto, que al referir los medios internacionales se puede detallar a Azteca Noticias con 10 (0,9%), diario *El Comercio* de Perú 7 (0,7%), Univisión Noticias 7 (0,6%) y Telemundo 4 (0,3%) publicaciones. Además, se pudo detectar un total de 140 (12,1%) identificados como Otros Medios y Fanpage de *Facebook*. Sin embargo, hubo un total de 726 (62,9%) publicaciones que no se pudo identificar a que medio correspondían.

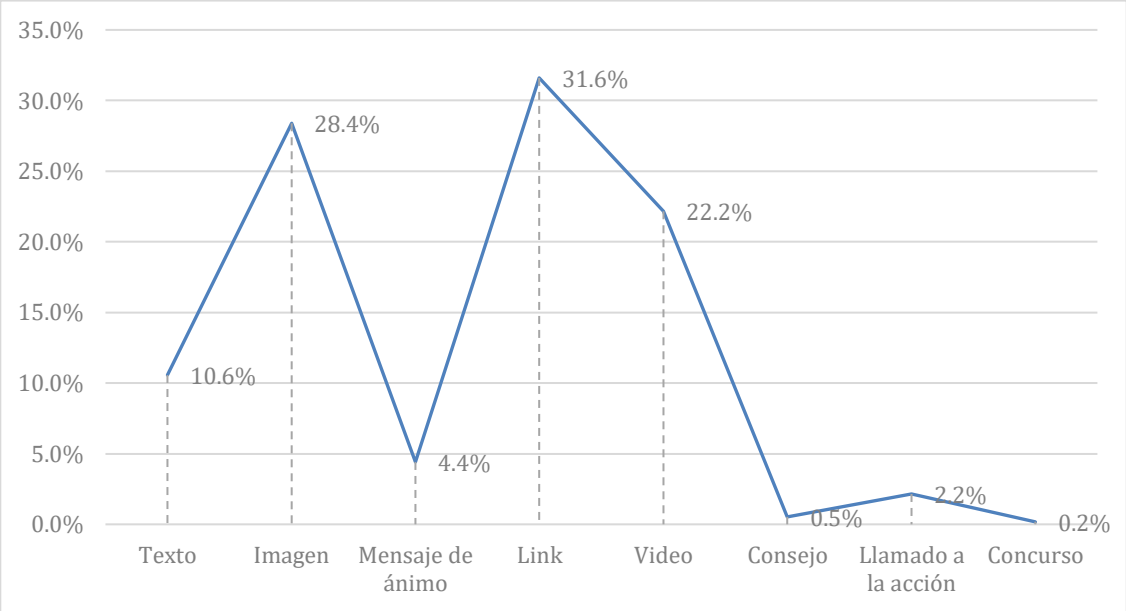
En la Figura 93 y Tabla 61 se analiza los tipos de publicaciones que se realizaron a través de la plataforma de *Facebook*.

Tabla 61. Tipo de publicaciones

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Texto	122	,3	10,6	10,6
	Imagen	328	,8	28,4	39,0
	Mensaje de ánimo	51	,1	4,4	43,4
	Link	365	,8	31,6	75,0
	Video	260	,6	22,5	97,5
	Consejo	6	,0	,5	98,0
	Llamado a la acción	21	,0	1,8	99,8
	Concurso	2	,0	,2	100,0
	Total	1155	2,6	100,0	

Fuente. Elaboración propia (2020)

Figura 93. Tipo de publicaciones



Fuente. Elaboración propia (2020)

De acuerdo con el tipo de publicaciones que se detectaron a través de la red social *Facebook* se puede determinar que el Link (enlace) tuvo 365 (31,6%) publicaciones, la Imagen se compartió unas 328 (28,4%) veces, en tanto que el Video se compartió un total de 260 (22,5%) veces. Mensajes a través de Texto se publicaron en 122 (10,6%) momentos, los Mensajes de Ánimo se compartieron 51 (4,4%) veces, los llamados a la Acción se registraron 21 (2,2%), los Consejos 6 (0.5%) y Concurso 2 (0,2%) veces. Cada una de estas formas de publicaciones se dieron durante los primeros 30 días luego de ocurrido el terremoto.

4.4 Descripción de entrevistas perfil a periodistas que cubrieron el hecho

Para el cumplimiento de este objetivo se realizó la entrevista a 8 periodistas de Ecuador y Perú. Todos ellos fueron parte fundamental en la cobertura de desastres naturales como los terremotos. Las entrevistas en Perú se hicieron a periodistas de diario *El Comercio*, que en su momento realizaron la cobertura del Terremoto de Ica del 15 de agosto del 2007; en cambio en Ecuador se entrevistó a periodistas de varios medios de comunicación, quienes también cumplieron su trabajo periodístico tras el terremoto del 16 de abril del 2016 ocurrido en la costa ecuatoriana.

Las entrevistas permitieron conocer cómo actúa un periodista en un momento de crisis. ¿Estamos los periodistas en Latinoamérica preparados para cubrir este tipo de situaciones?, ¿Cuál ha sido el cambio tecnológico que han vivido los periodistas en casi una década?, ¿cómo es la planificación para salir a una cobertura tras un desastre natural?; son algunas de las interrogantes que se despejará en el análisis descriptivo tras la transcripción de cada una de las entrevistas.

Tabla 62. Perfil de periodistas entrevistados de Ecuador y Perú

Perfil	Formación	Edad	Medio de comunicación en que labora		Años de ejercicio periodístico	Cargo actual	País
			Momento del Terremoto	Momento Actual			
Lic. Álvaro Gastañadui / Agencia de noticias	Licenciado en Comunicación Social	54	Diario *El Comercio*-Perú	Agencia Chirinos, Salinas & Asociados	35	Consultor en Comunicación	Perú
Sr. Ricardo León / *El Comercio* Perú	Estudios en comunicación sin concluir	38	Diario *El Comercio*-Perú	Diario *El Comercio*-Perú	19	Editor adjunto de la sección país de diario *El Comercio*-Perú	Perú
Lcda. Nolka Peralta / *El Comercio* Perú	Licenciada en Comunicación Social	39	Diario *El Comercio*-Perú	Diario *El Comercio*-Perú	20	Subeditora en la mesa central de redacción en *Diario El Comercio*-Perú	Perú
Mg. Andrea Samaniego / Teleamazonas Ecuador	Máster en Comunicación	27	Teleamazonas	Teleamazonas	7	Reportera de noticias	Ecuador
Mg. Freddy Paredes / Teleamazonas	Maestría en relaciones internacionales	45	Teleamazonas	Teleamazonas	26	Periodista de noticias	Ecuador
Lcda. Ma. Victoria Espinoza / *El Comercio* Ecuador	Licenciada n Comunicación Social	30	Diario *El Comercio*-Ecuador	Diario *El Comercio*-Ecuador	5	Corresponsal en Santo Domingo de diario *El Comercio*	Ecuador
Lic. Bolívar Velasco / *El Comercio* Ecuador	Licenciado en Comunicación Social	36	Diario *El Comercio*-Ecuador	Diario *El Comercio*-Ecuador	16	Corresponsal en Santo Domingo de diario *El Comercio*	Ecuador
Srta. Gisela Guerrero / El Universo Ecuador	Estudiante de Comunicación Social	33	Diario el Universo-Ecuador	Diario el Universo-Ecuador	8	Corresponsal en Santo Domingo de diario el Universo	Ecuador

Fuente. Elaboración propia (2020)

4.5 Perfil de los periodistas

El 70% de los periodistas que trabajaron en la cobertura de los terremotos de Ecuador y Perú, poseen entre 15 y 35 años de experiencia. Cuando se produjo el Terremoto en Ica-Perú, hace doce años, los periodistas de diario *El Comercio* habían desempeñado varios cargos de responsabilidad en diversas áreas de ese diario. La principal función que cumplieron los periodistas en la emergencia fue reforzar la labor de los corresponsales. "Una vez que el corresponsal se reportó y dio cuenta del epicentro, el editor en Lima nos asignó como enviados especiales. 'Se te vamos a enviar refuerzos', le dijo, porque además había problemas de transmisión" (N. Peralta).

Los ecuatorianos entrevistados son corresponsales con experiencia en asuntos regionales; sin embargo, reconocieron que no estaban preparados para enfrentar la crisis del 2016 (M. Espinoza y B. Velasco).

A nivel general, seis de los ocho periodistas consultados coinciden en que las catástrofes suelen sorprender a los medios, por lo que propusieron la creación de "comités de élite" para actuar de inmediato frente a la crisis sobre todo en países vulnerables a los desastres naturales y climáticos como Perú, Ecuador y Chile (R. León).

En la parte académica al menos la mitad de los periodistas entrevistados son profesionales en el área de la Comunicación Social, dos poseen título de cuarto nivel y dos no han concluido sus estudios universitarios. Uno de los periodistas se había capacitado para realizar coberturas en el periodismo de zonas de conflictos y hostiles (R. León).

De los ocho entrevistados, la mitad son mujeres que expresaron sentirse capacitadas para cumplir la función periodística: "Yo solicité que me envíen a la costa ecuatoriana, a pesar de que me familia me pedía que no vaya. Pero el espíritu periodístico no le hace renunciar a uno" (M. Espinoza).

4.6 Cruce de variables usando Chi-Cuadrado

La realización de cruce de variables se hizo con la utilización del programa SPSS V21. Una vez ingresadas todas las variables y datos en el programa se procedieron a ejecutar las diversas tablas de contingencia para generar el valor de Chi-Cuadrado.

Para evaluar el impacto de las piezas periodísticas del terremoto de acuerdo con el periódico se relacionó diversas preguntas entre sí, determinando la variable independiente y la variable dependiente.

El primer cruce de variables se realizó entre las preguntas Ubicación de las piezas periodísticas según la sección (independiente) frente a la Ubicación según el tema (dependiente), partiendo de las siguientes hipótesis:

Ho. Las piezas periodísticas ubicadas según la sección, no guardar relación con las piezas periodísticas según el tema.

H1. Las piezas periodísticas ubicadas según la sección, guardan una estrecha relación con las piezas periodísticas según el tema.

Para contrastar las hipótesis planteadas, se utilizó la prueba de independencia del Chi-Cuadrado, donde el investigador parte del supuesto que las variables (ubicación según la sección y ubicación según el tema) son dependientes, es decir que puede existir una relación entre ellas. Si en el análisis de los datos el valor de la significancia es menor o igual que el *Alfa* (0.05), se acepta la hipótesis, pero si es mayor, se rechaza.

Los resultados de este primer análisis, se señalan en la Tabla 63, aquí se muestra diferencias claras en la difusión de la información frente a lo ocurrido tras el terremoto, de acuerdo con la sección y tema de las piezas periodísticas. Con referencia a las puntuaciones en los datos de la ubicación de las piezas periodísticas según el tema frente a las ocho secciones se detalla a continuación. Noticias Nacionales ($t(297) = 26{,}40$, $p < .05$), Actualidad ($t(406) = 36{,}10$, $p < .05$), Economía ($t(30) = 2{,}70$, $p < .05$) son las que más puntúan en la sección Actualidad. En la sección Tendencias las más puntuadas fueron Tendencias con ($t(31) = 2{,}80$, $p < .05$), Cartas ($t(25) = 2{,}20$, $p < .05$), Fotogalerías ($t(18) = 1{,}60$, $p < .05$). En la sección Deportes las de mayor puntaje fueron Tendencias ($t(30) = 2{,}70$, $p < .05$), País ($t(13) = 1{,}20$, $p < .05$). En la sección Video los temas con mayores resultados fueron Deportes ($t(44) = 3{,}90$, $p < .05$) y Otros ($t(77) = 6{,}80$, $p < .05$). Como se puede visualizar en los datos la mayor tendencia de las piezas periodísticas se dieron en los temas que tenían que ver directamente con el terremoto, dividido en nacionales y actualidad. El valor $p = 0.000$, que se mide con el Alfa de significación (asumido como 5%) es inferior para rechazar la hipótesis nula. La información denota que ambas variables son dependientes con un nivel de confianza de 95%.

Tabla 63. Contingencia ubicación de las piezas periodísticas según el tema * ubicación de las piezas periodísticas según la sección

	Ubicación de piezas periodísticas según la sección								Total	X^2	P
	Actualidad	Tendencias	Política	Data	Deportes	Opinión	Video	Fotogalerías			
Ubicación de las piezas periodísticas según el tema	Nacionales	297	0	0	0	0	0	0	0	297	3312,52	0,000***
		26,40%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	26,40%		
	Mundo	17	0	0	0	0	0	0	0	17		
		1,50%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	1,50%		
	Seguridad	28	0	0	0	0	0	0	0	28		
		2,50%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	2,50%		
	Economía	30	0	0	0	0	0	0	0	30		
		2,70%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	2,70%		
	Cultura	10	0	0	0	0	0	0	0	10		
		0,90%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,90%		
	Actualidad	406	0	0	0	0	0	0	0	406		
		36,10%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	36,10%		
	Data	3	0	0	0	0	0	0	0	3		
		0,30%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,30%		
	Fotogalerías	23	18	0	0	0	0	0	0	41		
		2,00%	1,60%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	3,60%		
	Ciencia	0	4	0	0	0	0	0	0	4		
		0,00%	0,40%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,40%		
	Cartas	0	25	0	0	0	0	0	0	25		
		0,00%	2,20%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	2,20%		
	Salud	0	3	0	0	0	0	0	0	3		
		0,00%	0,30%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,30%		
	Justicia	0	3	0	0	0	0	0	0	3		
		0,00%	0,30%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,30%		
	Tendencias	0	31	2	3	30	0	0	0	66		
		0,00%	2,80%	0,20%	0,30%	2,70%	0,00%	0,00%	0,00%	5,90%		
	Opinión	0	0	0	0	4	0	0	0	4		
		0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,40%	0,00%	0,00%	0,00%	0,40%		
	País	0	0	0	0	13	3	0	0	16		
		0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	1,20%	0,30%	0,00%	0,00%	1,40%		
	Construir	0	0	0	0	0	6	0	0	6		
		0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,50%	0,00%	0,00%	0,50%		
	Deportes	0	0	0	0	0	5	44	0	49		
		0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,40%	3,90%	0,00%	4,40%		

	Otros	0	0	0	0	0	0	77	41	118		
		0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	6,80%	3,60%	10,50%		

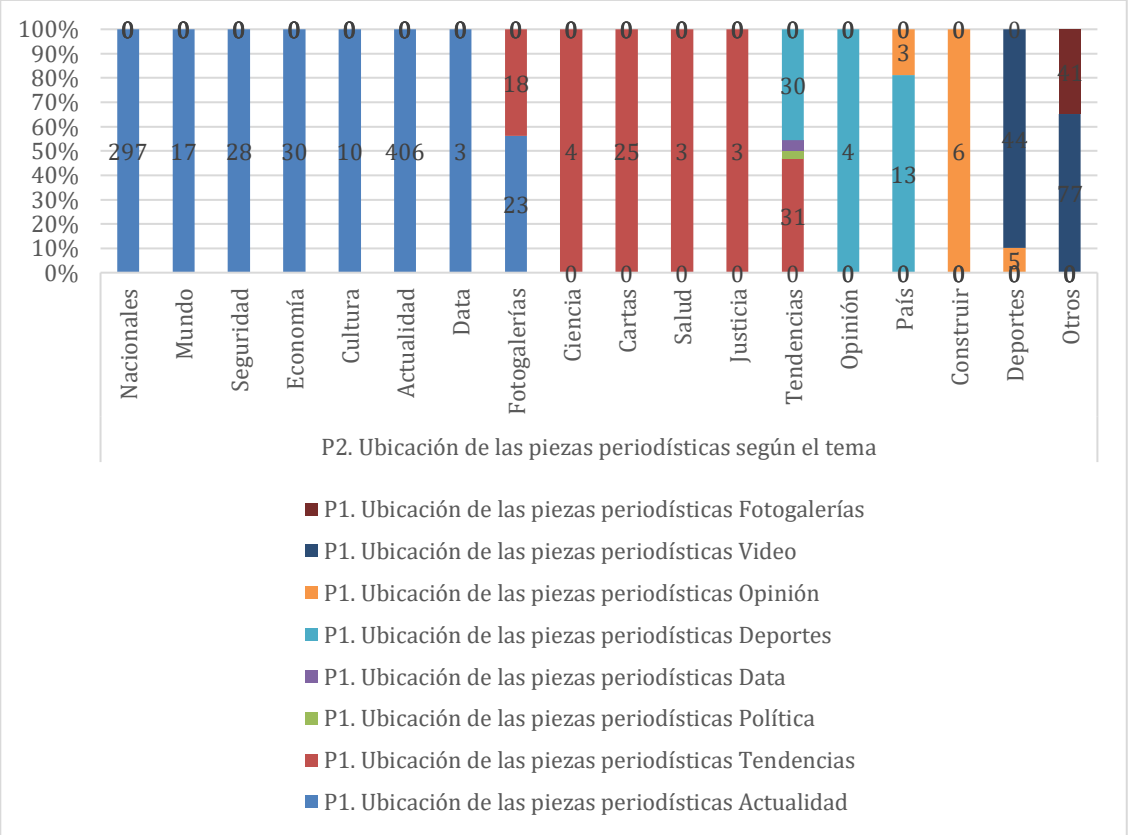
***<0.05

Fuente. Elaboración propia (2020)

Como visualizamos en la Figura 94 haciendo una relación de los datos vistos en la Tabla 63, podemos determinar que una mayor presencia de las piezas periodísticas se encontró en las secciones de Nacionales, Mundo, Seguridad, Economía, Cultura, Actualidad y Data, con menos porcentaje se encontró a las Fotogalerías. En el transcurrir de los primeros días la información se mantuvo en las primeras planas de estás secciones, cerca de 300 fotografías mantuvieron la atención de la ciudadanía a nivel mundial. Lo ocurrido en Ecuador fue un suceso trascendental.

En otro aspecto del análisis se consideró también la tendencia, determinando las secciones de Ciencia, Cartas, Salud, Justicia y en menor porcentaje las Fotogalerías. Por la coyuntura de la información las piezas periodísticas que tuvieron menor presencia en el medio fueron las secciones de Opinión, País, Construcción, Deportes y Otros.

Figura 94. Ubicación de las piezas periodísticas según el tema * ubicación de las piezas periodísticas según la sección



Fuente: Elaboración propia (2020)

En la Tabla 64, se detalla el nivel de interactividad que tuvieron las piezas periodísticas a través de los enlaces internos en la misma página del periódico, o externos hacia otro sitio web que vinculan la información hacía otras narrativas. Se pudo demostrar que el uso de enlaces internos frente a la ubicación según la secciones, los porcentajes mayores se encontraron en: Actualidad ($t(814) = 72{,}30$, $p < .05$), Tendencias ($t(84) = 7{,}50$, $p < .05$), Deportes y Video en un porcentaje similar de ($t(47) = 4{,}20$, $p < .05$) estas son las sección que utilizaron como recurso de información los enlaces internos hacia el mismo periódico, guardando una estrecha relación con las piezas periodísticas que se difunde. A

diferencia de los enlaces externos, su mayor porcentaje estuvo en las secciones de Video con ($t(74) = 6,60$, $p < .05$), Fotogalería ($t(41) = 3,60$, $p < .05$), Como se puede visualizar en los datos de las ocho secciones analizadas, se ha obtenido un mayor porcentaje en las dos primeras categorías Actualidad y Tendencias, en tanto que en la categoría de Video tiene una mayor representatividad en el uso de enlaces externos, sin embargo, el porcentaje de uso en pequeño. El valor p = 0.000, que se mide con el Alfa de significación (asumido como 5%) es inferior para rechazar la hipótesis nula. La información denota que ambas variables son dependientes con un nivel de confianza de 95%.

Tabla 64. Contingencia ubicación de las piezas periodísticas según la sección * cantidad de enlaces dentro de las piezas periodísticas

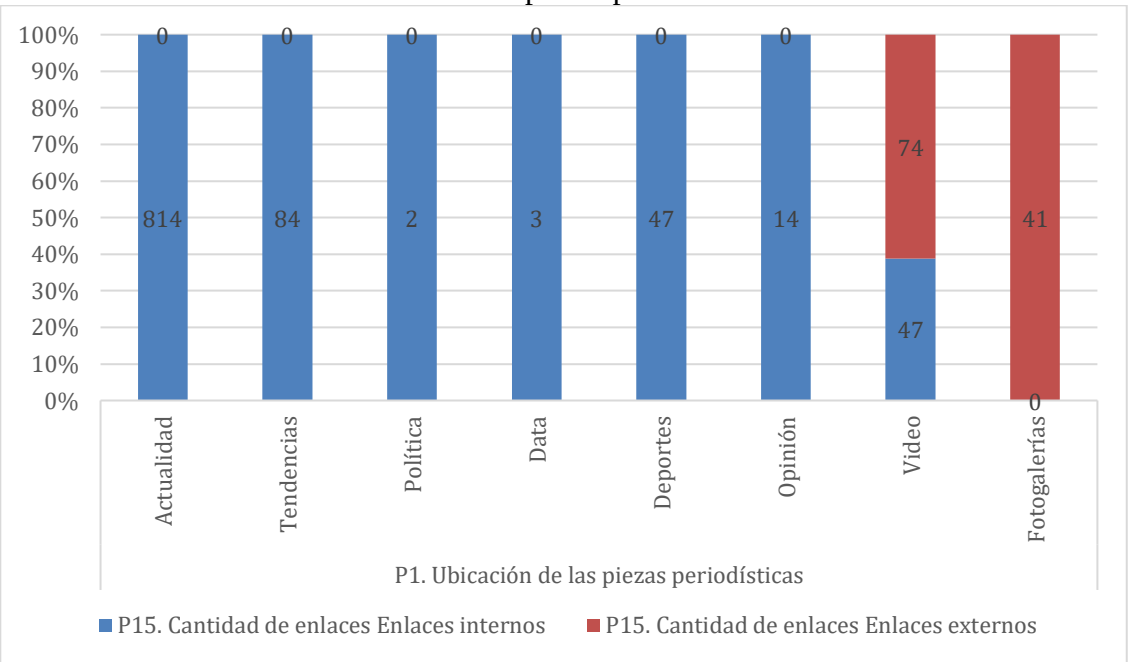
		Cantidad de enlaces dentro de las piezas periodísticas		**Total**	**X^2**	**P**
		Enlaces internos	Enlaces externos			
Ubicación de las piezas periodísticas según la sección	Actualidad	814	0	814	812,54	0,000***
		72,30%	0,00%	72,30%		
	Tendencias	84	0	84		
		7,50%	0,00%	7,50%		
	Política	2	0	2		
		0,20%	0,00%	0,20%		
	Data	3	0	3		
		0,30%	0,00%	0,30%		
	Deportes	47	0	47		
		4,20%	0,00%	4,20%		
	Opinión	14	0	14		
		1,20%	0,00%	1,20%		
	Video	121	74	47		
		10,70%	6,60%	4,20%		
	Fotogalerías	41	41	0		
		3,60%	3,60%	0,00%		

***<0.05

Fuente: Elaboración propia (2020)

Considerando la cantidad de enlaces internos y externos que se pudo encontrar en las piezas periodísticas, como se observa en la Figura 95 la mayor utilización de enlaces internos estuvo presente en las secciones Actualidad, Tendencias, Política, Data, Deportes y Opinión. Este tipo de enlaces eran Link que llevaban al lector directamente con la página de diario *El Comercio*, es decir con esta estrategia el medio conseguía que el lector permanezca por más tiempo visualizando su portal web. En tanto que las secciones de Video y Fotogalerías fueron las que tuvieron una presencia mayor de enlaces externos con un 6,6% y un 3,60% respectivamente.

Figura 95. Ubicación de las piezas periodísticas según la sección * cantidad de enlaces dentro de las piezas periodísticas



Fuente: Elaboración propia (2020)

Haciendo mención al origen de la información que surgió en la cobertura del terremoto, como se observa en la Tabla 65 se puede señalar que con relación al origen de la información está provino en mayor medida por iniciativa del medio, ubicándoles en la sección de actualidad del periódico, teniendo así un total de ($t(371) = 32{,}90$, $p < .05$), en tanto que en la sección Nacionales las principales fueron las de origen Gubernamental ($t(172) = 15{,}30$, $p < .05$), y Otros medios o Agencias con ($t(98) = 8{,}70$, $p < .05$), en la sección Tendencias resaltaron las que surgieron por Iniciativa del medio ($t(66) = 5{,}90$, $p < .05$). Se puede concluir que el origen de la información estuvo centrado en la sección de Actualidad, por ende, la mayor representatividad surge desde la iniciativa propia del medio de comunicación. Un claro aporte también se vio en las piezas periodísticas con un origen Gubernamental. La información denota que ambas variables son dependientes con un nivel de confianza de 95%.

Tabla 65. Contingencia ubicación de las piezas periodísticas según el tema * origen de la información

		Origen de la información								Total	X^2	P
		Indefinida	Gubernamentales	ONG	Otros medios /agencias	Declaración de las partes o personajes implicados	Iniciativa del medio	Fotográficas	Audio / video			
Ubicación de las piezas periodísticas según el tema	Nacionales	12	172	15	98	0	0	0	0	297	2092,37	0,000***
		1,10%	15,30%	1,30%	8,70%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	26,40%		
	Mundo	0	0	0	17	0	0	0	0	17		
		0,00%	0,00%	0,00%	1,50%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	1,50%		
	Seguridad	0	0	0	14	14	0	0	0	28		
		0,00%	0,00%	0,00%	1,20%	1,20%	0,00%	0,00%	0,00%	2,50%		
	Economía	0	0	0	0	30	0	0	0	30		
		0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	2,70%	0,00%	0,00%	0,00%	2,70%		
	Cultura	0	0	0	0	10	0	0	0	10		
		0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,90%	0,00%	0,00%	0,00%	0,90%		
	Actualidad	0	0	0	0	35	371	0	0	406		
		0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	3,10%	32,90%	0,00%	0,00%	36,10%		
	Data	0	0	0	0	0	3	0	0	3		
		0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,30%	0,00%	0,00%	0,30%		
	Fotogalerías	0	0	0	0	0	41	0	0	41		
		0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	3,60%	0,00%	0,00%	3,60%		
	Ciencia	0	0	0	0	0	4	0	0	4		
		0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,40%	0,00%	0,00%	0,40%		
	Cartas	0	0	0	0	0	25	0	0	25		
		0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	2,20%	0,00%	0,00%	2,20%		
	Salud	0	0	0	0	0	3	0	0	3		
		0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,30%	0,00%	0,00%	0,30%		
	Justicia	0	0	0	0	0	3	0	0	3		
		0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,30%	0,00%	0,00%	0,30%		
	Tendencias	0	0	0	0	0	66	0	0	66		
		0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	5,90%	0,00%	0,00%	5,90%		
	Opinión	0	0	0	0	0	4	0	0	4		
		0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,40%	0,00%	0,00%	0,40%		
	País	0	0	0	0	0	16	0	0	16		
		0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	1,40%	0,00%	0,00%	1,40%		
	Construir	0	0	0	0	0	6	0	0	6		
		0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,50%	0,00%	0,00%	0,50%		
	Deportes	0	0	0	0	0	49	0	0	49		

		0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	4,40%	0,00%	0,00%	4,40%		
	Otros	0	0	0	0	0	86	27	5	118		
		0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	7,60%	2,40%	0,40%	10,50%		

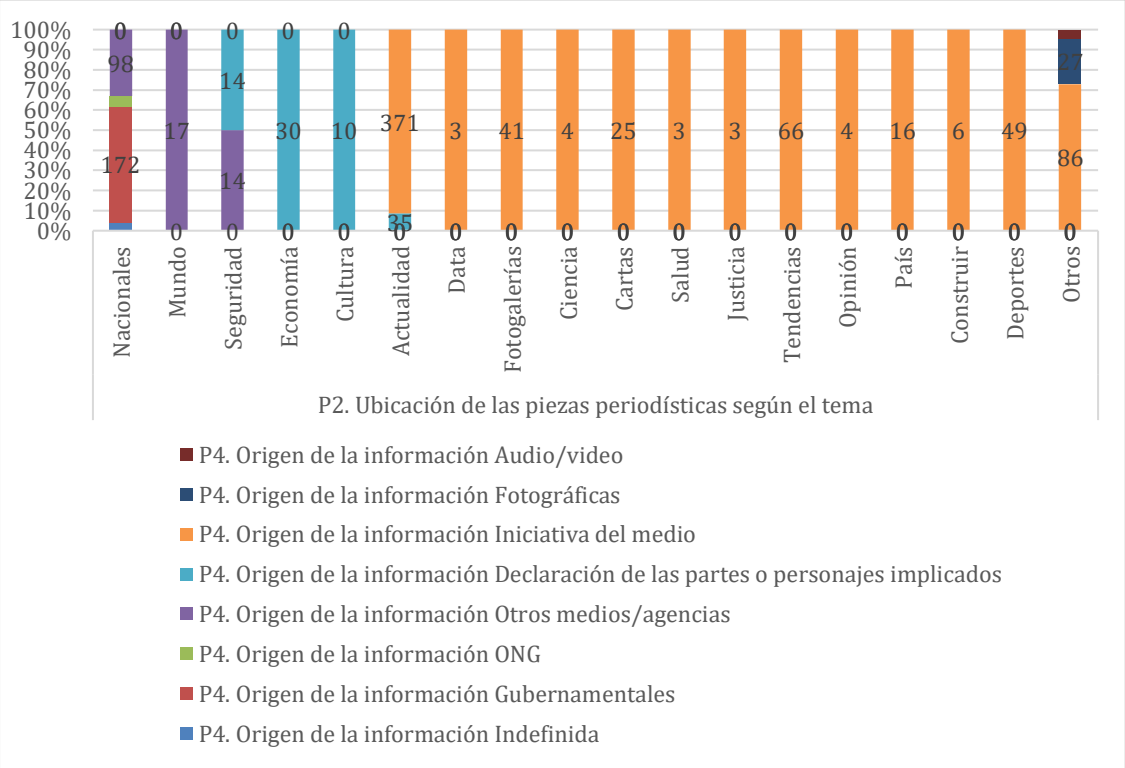
***<0.05

Fuente: Elaboración propia (2020)

De acuerdo con la Ubicación según el tema estas piezas periodísticas tuvieron su Origen de la Información en mayor medida por iniciativa del medio de comunicación. Se produjeron cerca de 677 entre las diferentes secciones de Actualidad, Data, Fotogalerías, Ciencia, Cartas, Salud, Justicia, Tendencias, Opinión, País, Construir, Deportes y Otros.

Un factor importante que hay que destacar en esté análisis aunque con una menor incidencia fueron las que surgieron a partir de las declaraciones de las partes o personajes implicados. Los primeros días se consideró información desde el punto de vista de los testigos y sobrevivientes del terremoto, personas que aportaron información valiosa para recrear desde el periodismo los duros momentos que tuvieron que vivir cerca de un minuto, que fue el tiempo que duro el movimiento.

Figura 96. Ubicación de las piezas periodísticas según el tema * origen de la información



Fuente: Elaboración propia (2020)

Tabla 66. Contingencia ubicación de las piezas periodísticas según el tema * autoría de las piezas periodísticas

		Autoría					Total	X^2	P
		Directa del medio	Reportero del medio	Otros medios/agencia	Editor	Artículo de opinión			
Ubicación de las piezas periodísticas según el tema	Nacionales	297	0	0	0	0	297	2254,65	0,000***
		26,40%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	26,40%		
	Mundo	9	8	0	0	0	17		
		0,80%	0,70%	0,00%	0,00%	0,00%	1,50%		
	Seguridad	0	28	0	0	0	28		
		0,00%	2,50%	0,00%	0,00%	0,00%	2,50%		
	Economía	0	30	0	0	0	30		
		0,00%	2,70%	0,00%	0,00%	0,00%	2,70%		
	Cultura	0	10	0	0	0	10		
		0,00%	0,90%	0,00%	0,00%	0,00%	0,90%		
	Actualidad	0	406	0	0	0	406		
		0,00%	36,10%	0,00%	0,00%	0,00%	36,10%		
	Data	0	3	0	0	0	3		
		0,00%	0,30%	0,00%	0,00%	0,00%	0,30%		
	Fotogalerías	0	41	0	0	0	41		
		0,00%	3,60%	0,00%	0,00%	0,00%	3,60%		
	Ciencia	0	4	0	0	0	4		
		0,00%	0,40%	0,00%	0,00%	0,00%	0,40%		
	Cartas	0	25	0	0	0	25		
		0,00%	2,20%	0,00%	0,00%	0,00%	2,20%		
	Salud	0	3	0	0	0	3		
		0,00%	0,30%	0,00%	0,00%	0,00%	0,30%		
	Justicia	0	3	0	0	0	3		
		0,00%	0,30%	0,00%	0,00%	0,00%	0,30%		
	Tendencias	0	66	0	0	0	66		
		0,00%	5,90%	0,00%	0,00%	0,00%	5,90%		
	Opinión	0	4	0	0	0	4		
		0,00%	0,40%	0,00%	0,00%	0,00%	0,40%		
	País	0	16	0	0	0	16		
		0,00%	1,40%	0,00%	0,00%	0,00%	1,40%		
	Construir	0	6	0	0	0	6		
		0,00%	0,50%	0,00%	0,00%	0,00%	0,50%		
	Deportes	0	9	40	0	0	49		

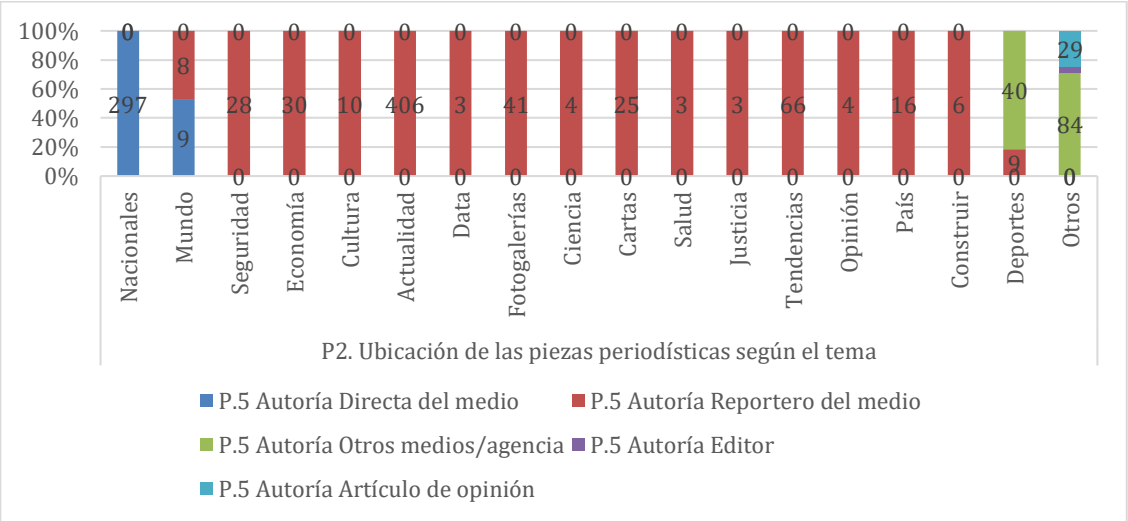
		0,00%	0,80%	3,60%	0,00%	0,00%	4,40%		
	Otros	0	0	84	5	29	118		
		0,00%	0,00%	7,50%	0,40%	2,60%	10,50%		

***<0.05

Fuente: Elaboración propia (2020)

Los resultados de la Tabla 66, de acuerdo con las hipótesis planteadas, la relación que existe entre las variables de la Ubicación de las piezas periodísticas según el tema con la Autoría se ha obtenido el siguiente resultado. Así, el mayor número de piezas periodísticas de diario *El Comercio* tuvieron como principal autor a los reporteros del medio ($t(406) = 36{,}10$, $p < .05$), en tanto que directas del medio tuvieron un valor de significancia de ($t(297) = 26{,}40$, $p < .05$), desde Otros medios o Agencias ($t(84) = 7{,}50$, $p < .05$). Desde el Editor o Artículos de opinión fue casi nula la autoría de información. El análisis denota que ambas variables son dependientes con un nivel de confianza de 95%.

Figura 97. Ubicación de las piezas periodísticas según el tema * autoría de las piezas periodísticas



Fuente: Elaboración propia (2020)

Podemos observar en la Figura 97, se publicaron cerca de 662 piezas periodísticas a través de diario *El Comercio* como material producido de forma directa desde los reporteros que estuvieron cubriendo el hecho desde distintos puntos del país. Hay que destacar que sólo en la Sección Actualidad se produjeron cerca de 406 piezas periodísticas durante el primer mes de cobertura. En el resto de secciones también hubo incidencia en la producción de información pero en menor cantidad. Sin embargo, en la sección Nacional y Mundo hubo cerca de 306 que salieron directas del medio de comunicación. 124 se emitieron desde otros medios o agencias de noticias tanto nacionales como internacionales.

Ahora bien, como se señala en la Tabla 67, se detalla de acuerdo con las hipótesis planteadas la relación que existe entre las variables de la Ubicación con el Tipo de Fuente. Así, tenemos que el mayor número de piezas periodísticas analizadas de diario *El Comercio* tuvieron como Tipo de fuente principal a las Fuentes Privadas, entre todas las secciones del periódico suma ($t(447) = 39{,}80$, $p < .05$). Las fuentes Gubernamentales también tuvieron presencia en su sección Nacional ($t(297) = 26{,}40$, $p < .05$), en tanto que fuentes Oficiales Públicas llego a tener en Actualidad ($t(230) = 20{,}40$, $p < .05$). Las fuentes Expertas como Testimoniales en su conjunto en la sección Otros llego a tener ($t(67) = 6{,}0$, $p < .05$). La información concluye que ambas variables son dependientes con un nivel de confianza de 95%.

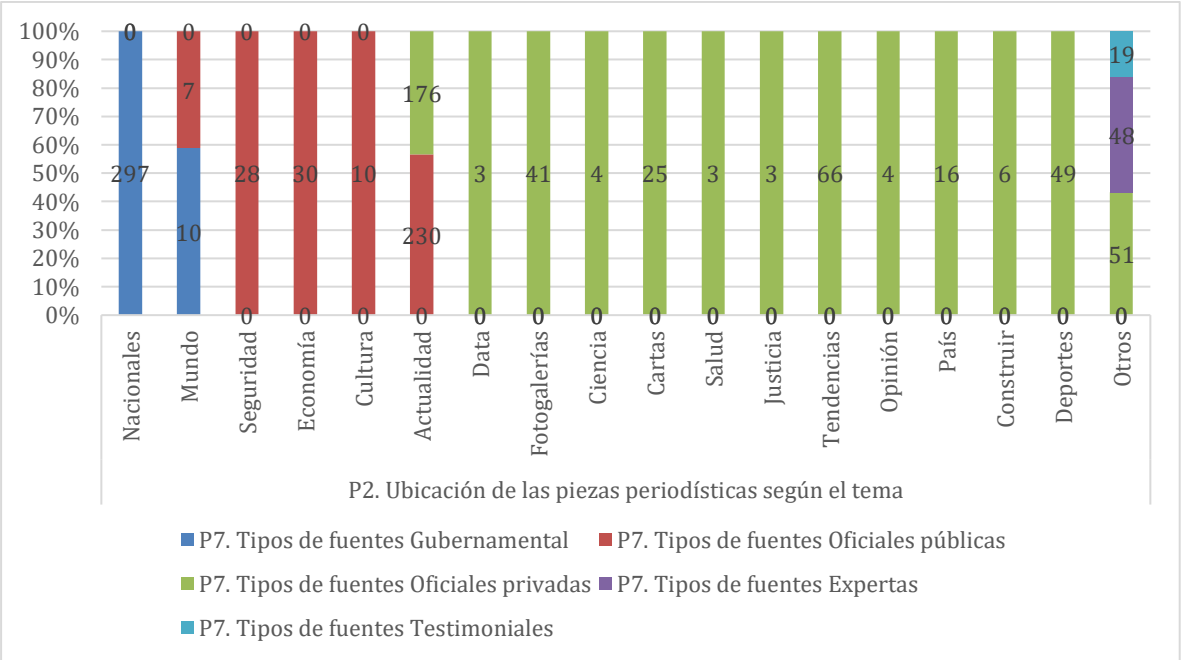
Tabla 67. Contingencia ubicación de las piezas periodísticas según el tema * tipo de fuente

		Tipo de fuentes					Total	X^2	P
		Gubernamental	Oficiales públicas	Oficiales privadas	Expertas	Testimoniales			
Ubicación de las piezas periodísticas según el tema	Nacionales	297	0	0	0	0	297	2168,84	0,000***
		26,40%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	26,40%		
	Mundo	10	7	0	0	0	17		
		0,90%	0,60%	0,00%	0,00%	0,00%	1,50%		
	Seguridad	0	28	0	0	0	28		
		0,00%	2,50%	0,00%	0,00%	0,00%	2,50%		
	Economía	0	30	0	0	0	30		
		0,00%	2,70%	0,00%	0,00%	0,00%	2,70%		
	Cultura	0	10	0	0	0	10		
		0,00%	0,90%	0,00%	0,00%	0,00%	0,90%		
	Actualidad	0	230	176	0	0	406		
		0,00%	20,40%	15,60%	0,00%	0,00%	36,10%		
	Data	0	0	3	0	0	3		
		0,00%	0,00%	0,30%	0,00%	0,00%	0,30%		
	Fotogalerías	0	0	41	0	0	41		
		0,00%	0,00%	3,60%	0,00%	0,00%	3,60%		
	Ciencia	0	0	4	0	0	4		
		0,00%	0,00%	0,40%	0,00%	0,00%	0,40%		
	Cartas	0	0	25	0	0	25		
		0,00%	0,00%	2,20%	0,00%	0,00%	2,20%		
	Salud	0	0	3	0	0	3		
		0,00%	0,00%	0,30%	0,00%	0,00%	0,30%		
	Justicia	0	0	3	0	0	3		
		0,00%	0,00%	0,30%	0,00%	0,00%	0,30%		
	Tendencias	0	0	66	0	0	66		
		0,00%	0,00%	5,90%	0,00%	0,00%	5,90%		
	Opinión	0	0	4	0	0	4		
		0,00%	0,00%	0,40%	0,00%	0,00%	0,40%		
	País	0	0	16	0	0	16		
		0,00%	0,00%	1,40%	0,00%	0,00%	1,40%		
	Construir	0	0	6	0	0	6		
		0,00%	0,00%	0,50%	0,00%	0,00%	0,50%		
	Deportes	0	0	49	0	0	49		
		0,00%	0,00%	4,40%	0,00%	0,00%	4,40%		
	Otros	0	0	51	48	19	118		
		0,00%	0,00%	4,50%	4,30%	1,70%	10,50%		

***<0.05 Fuente: Elaboración propia (2020)

A pesar que la principal fuente de información fueron las Gubernamentales en una sola sección, no hay que desmerecer que las Fuentes Privadas tuvieron mayor presencia a lo largo de la información que se publicó en los 30 primeros días una vez ocurrido el terremoto. De todas las secciones en las Fuentes Privadas, sólo la sección de Actualidad tuvo 176 piezas periodísticas, en las fuentes Gubernamentales, la sección Nacionales tuvo 297. Entre las fuentes Públicas de las cuatro secciones con presencia de piezas periodísticas, destacamos la sección de Actualidad con 230 piezas publicadas.

Figura 98. Ubicación de las piezas periodísticas según el tema * tipo de fuente



Fuente: Elaboración propia (2020)

En la Tabla 68, se detalla la contingencia entre la Ubicación de las piezas periodísticas según el tema frente a la Pauta informativa. La temática que prevaleció durante el primer mes fue Desastres Naturales y Epidemias en la secciones de Actualidad ($t(406) = 36{,}10$, $p < .05$), y Nacionales ($t(219) = 19{,}40$, $p < .05$). Estos resultados se dan por la magnitud del terremoto que azoto al país sudamericano. Sin embargo dentro de la misma pauta informativa pero con porcentajes menores están las secciones de Fotogalerías con ($t(41) = 3{,}60$, $p < .05$), Economía ($t(30) = 2{,}70$, $p < .05$), Seguridad ($t(28) = 2{,}50$, $p < .05$), Cartas ($t(25) = 2{,}20$, $p < .05$), y Tendencias ($t(21) = 1{,}90$, $p < .05$). Las temáticas que también presentan datos, aunque mínimos son Empresa, Comercio o Industria en la sección de Tendencias ($t(19) = 1{,}70$, $p < .05$), Gobierno y Actividades Municipales, en la sección de País ($t(14) = 1{,}20$, $p < .05$). Como se puede visualizar los datos analizados, el mayor porcentaje se ha obtenido en la temática Desastres Naturales y Epidemias, que se vincula directamente con el hecho ocurrido. El valor $p = 0.000$, que se mide con el Alfa de significación (asumido como 5%) es inferior para rechazar la hipótesis nula. La información denota que ambas variables son dependientes con un nivel de confianza de 95%.

Tabla 68. Contingencia ubicación de las piezas periodísticas según el tema * pauta informativa

		Pauta Informativa																			Total	X	P
		Eventos culturales	Comunicación y medios	Deportes	Desastres naturales y epidemias	Empresa, comercio, industria	Trabajo y gremios	Política	Congreso y partidos políticos	Militar y defensa	Gobierno y actividades municipales	Historias de interés humano	Internacional	Educación	Salud y bienestar	Vivienda	Iglesia y religión	transporte	Medio ambiente energía	Economía			
Ubicación de las piezas periodísticas según el tema	Nacionales	33	8	37	219	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	297	4486,55	0,000***
		2,90%	0,70%	3,30%	19,40%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	26,40%		
	Mundo	0	0	0	17	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	17		
		0,00%	0,00%	0,00%	1,50%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	1,50%		
	Seguridad	0	0	0	28	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	28		
		0,00%	0,00%	0,00%	2,50%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	2,50%		
	Economía	0	0	0	30	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	30		
		0,00%	0,00%	0,00%	2,70%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	2,70%		
	Cultura	0	0	0	10	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	10		
		0,00%	0,00%	0,00%	0,90%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,90%		
	Actualidad	0	0	0	406	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	406		
		0,00%	0,00%	0,00%	36,10%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	36,10%		
	Data	0	0	0	3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3		
		0,00%	0,00%	0,00%	0,30%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,30%		
	Fotogalerías	0	0	0	41	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	41		
		0,00%	0,00%	0,00%	3,60%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	3,60%		
	Ciencia	0	0	0	4	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4		
		0,00%	0,00%	0,00%	0,40%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,40%		
	Cartas	0	0	0	25	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	25		
		0,00%	0,00%	0,00%	2,20%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	2,20%		
	Salud	0	0	0	3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3		
		0,00%	0,00%	0,00%	0,30%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,30%		

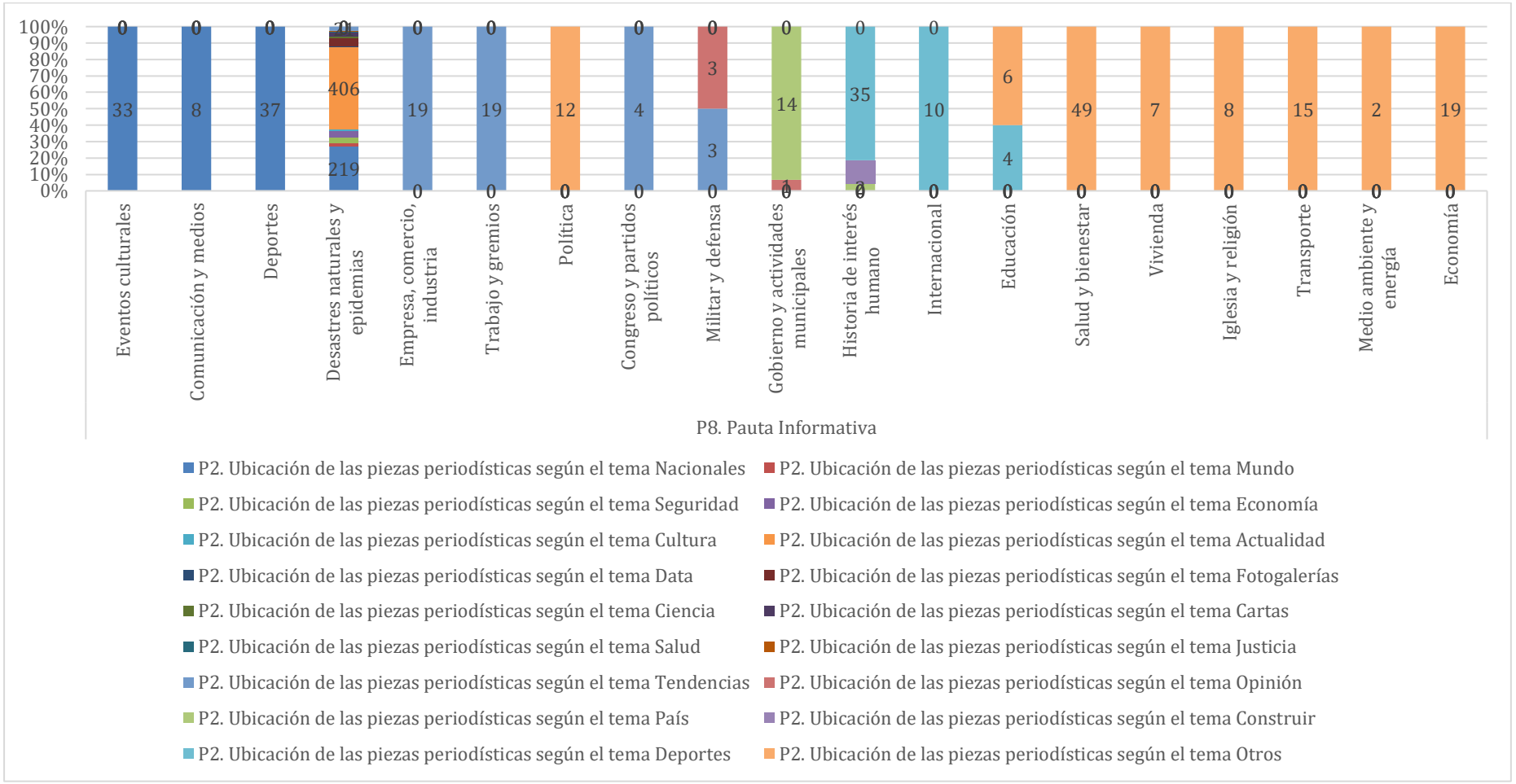
	Justicia	0	0	0	3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3		
		0,00%	0,00%	0,00%	0,30%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,30%		
	Tendencias	0	0	0	21	19	19	0	4	3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	66		
		0,00%	0,00%	0,00%	1,90%	1,70%	1,70%	0,00%	0,40%	0,30%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	5,90%		
	Opinión	0	0	0	0	0	0	0	0	3	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4		
		0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,30%	0,10%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,40%		
	País	0	0	0	0	0	0	0	0	0	14	2	0	0	0	0	0	0	0	0	16		
		0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	1,20%	0,20%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	1,40%		
	Construir	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	6	0	0	0	0	0	0	0	0	6		
		0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,50%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,50%		
	Deportes	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	35	10	4	0	0	0	0	0	0	49		
		0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	3,10%	0,90%	0,40%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	4,40%		
	Otros	0	0	0	0	0	0	12	0	0	0	0	0	6	49	7	8	15	2	19	118		
		0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	1,10%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,50%	4,40%	0,60%	0,70%	1,30%	0,20%	1,70%	10,50%		

***<0.05

Fuente: Elaboración propia (2020)

Analizando la Pauta Informativa de acuerdo con la Ubicación de las piezas periodísticas, en la Figura 99, nos damos cuenta que el tema que más destacó en las portadas de diario *El Comercio* durante la cobertura del primer mes una vez ocurrido el terremoto con un mayor número de veces fue Desastres naturales y Epidemias, 219 en la sección Nacionales y 406 en la sección de Actualidad; teniendo un total de 810 con esta temática entre todas las secciones del diario *El Comercio*. Las temáticas de Salud y Bienestar (49) y las Historias de Interés Humano (43), también destacaron aunque con un número de publicaciones menor.

Figura 99. Ubicación de las piezas periodísticas según el tema * pauta informativa



Fuente: Elaboración propia (2020)

En la Tabla 69 se expone las contingencias tras el cruce de las preguntas Tipo de Género Informativo frente a la Ubicación de las piezas periodísticas según el tema. En está ocasión la relevancia la podemos encontrar el género Informativo en las sección Actualidad ($t(406) = 36{,}10$, $p < .05$), Nacional ($t(297) = 26{,}40$, $p < .05$), Tendencias ($t(65) = 5{,}80$, $p < .05$), Fotogalerías ($t(41) = 3{,}60$, $p < .05$), Economía ($t(30) = 2{,}70$, $p < .05$), Seguridad ($t(28) = 3{,}50$, $p < .05$), y Cartas ($t(25) = 2{,}20$, $p < .05$). Los géneros que también tuvieron representatividad aunque mínima fueron el Género Gráfico ($t(71) = 6{,}30$, $p < .05$, el género de Reportaje en la sección de Deportes ($t(43) = 3{,}80$, $p < .05$), la parte deportiva tuvo su relevancia en el terremoto debido a que algunos seleccionados de las diferentes categorías del deporte ecuatoriano fueron afectados de alguna forma por las consecuencias del terremoto. Así mismo estuvieron los géneros de Opinión en la sección de Otros ($t(30) = 2{,}70$, $p < .05$). La información concluye que ambas variables son dependientes con un nivel de confianza de 95%.

Tabla 69. Contingencia ubicación de las piezas periodísticas según el tema * tipo de género informativo

		Tipo de género informativo								Total	X^2	P
		Informativo	Crónica	Entrevista	Reportaje	Género de opinión, columna editorial	Artículo firmado	Géneros gráficos	Otros			
Ubicación de las piezas periodísticas según el tema	Nacionales	297	0	0	0	0	0	0	0	297	3277,71	0,000***
		26,40%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	26,40%		
	Mundo	17	0	0	0	0	0	0	0	17		
		1,50%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	1,50%		
	Seguridad	28	0	0	0	0	0	0	0	28		
		2,50%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	2,50%		
	Economía	30	0	0	0	0	0	0	0	30		
		2,70%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	2,70%		
	Cultura	10	0	0	0	0	0	0	0	10		
		0,90%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,90%		
	Actualidad	406	0	0	0	0	0	0	0	406		
		36,10%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	36,10%		
	Data	3	0	0	0	0	0	0	0	3		
		0,30%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,30%		
	Fotogalerías	41	0	0	0	0	0	0	0	41		
		3,60%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	3,60%		
	Ciencia	4	0	0	0	0	0	0	0	4		
		0,40%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,40%		
	Cartas	25	0	0	0	0	0	0	0	25		
		2,20%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	2,20%		
	Salud	3	0	0	0	0	0	0	0	3		

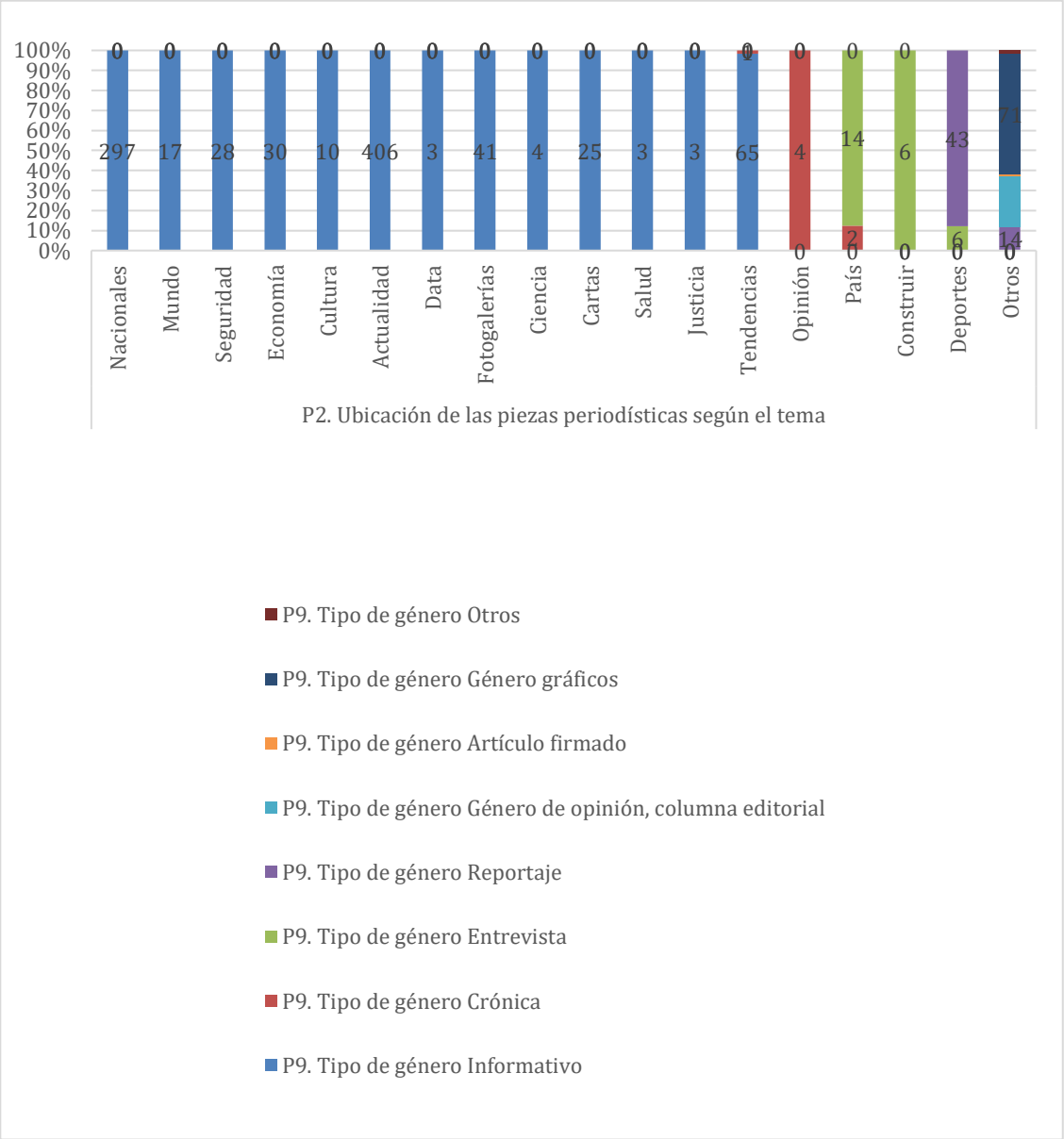
		0,30%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,30%		
	Justicia	3	0	0	0	0	0	0	0	3		
		0,30%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,30%		
	Tendencias	65	1	0	0	0	0	0	0	66		
		5,80%	0,10%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	5,90%		
	Opinión	0	4	0	0	0	0	0	0	4		
		0,00%	0,40%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,40%		
	País	0	2	14	0	0	0	0	0	16		
		0,00%	0,20%	1,20%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	1,40%		
	Construir	0	0	6	0	0	0	0	0	6		
		0,00%	0,00%	0,50%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,50%		
	Deportes	0	0	6	43	0	0	0	0	49		
		0,00%	0,00%	0,50%	3,80%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	4,40%		
	Otros	0	0	0	14	30	1	71	2	118		
		0,00%	0,00%	0,00%	1,20%	2,70%	0,10%	6,30%	0,20%	10,50%		

***<0.05

Fuente: Elaboración propia (2020)

Interpretando los datos obtenidos en la Figura 100, cerca del 80% de la información estuvo dentro del género informativo. En lo que fue la cobertura de información del primer mes de ocurrido evento natural, se llegó a difundir cerca de 932 piezas periodísticas, de estás el mayor número se dieron en la sección Nacional con 297 y en la sección Actualidad con 406. Hubo presencia en las otras secciones pero con un número inferior por debajo de las 70 noticas en algunos casos y en otras que alcanzó hasta cerca de las 20 publicaciones. Entre los otros géneros que también se destacaron con presencia informativa fueron los Géneros Gráficos y Reportajes, Géneros de Opinión, y las Entrevistas cada uno de ellos con menos de 80 publicaciones. En tanto que la Crónica contó sólo con 7 piezas periodísticas a lo largo del mes.

Figura 100. Ubicación de las piezas periodísticas según el tema * tipo de género informativo



Fuente: Elaboración propia (2020)

Los datos obtenidos que se representa en la Tabla 70 muestras las contingencias tras el cruce de las preguntas Enfoque frente a la Ubicación según el tema. De los cinco enfoques analizados, el enfoque Descriptivo Informativo es el más relevante en las secciones de Actualidad ($t(406) = 36{,}10$, $p < .05$), Nacional ($t(244) = 21{,}70$, $p < .05$) y con menores porcentajes dentro del mismo enfoque están Otros ($t(75) = 6{,}70$, $p < .05$), Tendencias ($t(66) = 5{,}90$, $p < .05$), Fotogalerías ($t(41) = 3{,}60$, $p < .05$), Economía ($t(30) = 2{,}70$, $p < .05$), Seguridad ($t(28) = 2{,}50$, $p < .05$) y Cartas ($t(25) = 2{,}20$, $p < .05$). El terremoto dejo miles de gastos en pérdidas humanas y materiales, es así que las piezas periodísticas con enfoque de Costo/beneficios en la sección Nacional contó con ($t(47) = 4{,}20$, $p < .05$), el enfoque de Interés Humano en la sección Otros llego a tener ($t(26) = 2{,}30$, $p < .05$). Los datos expuestos demuestran los diferentes enfoques informativos que se presentó en la cobertura de periodística durante el primer mes una vez ocurrido el terremoto en Ecuador. La información concluye que ambas variables son dependientes con un nivel de confianza de 95%.

Tabla 70. Contingencia ubicación de las piezas periodísticas según el tema * enfoque

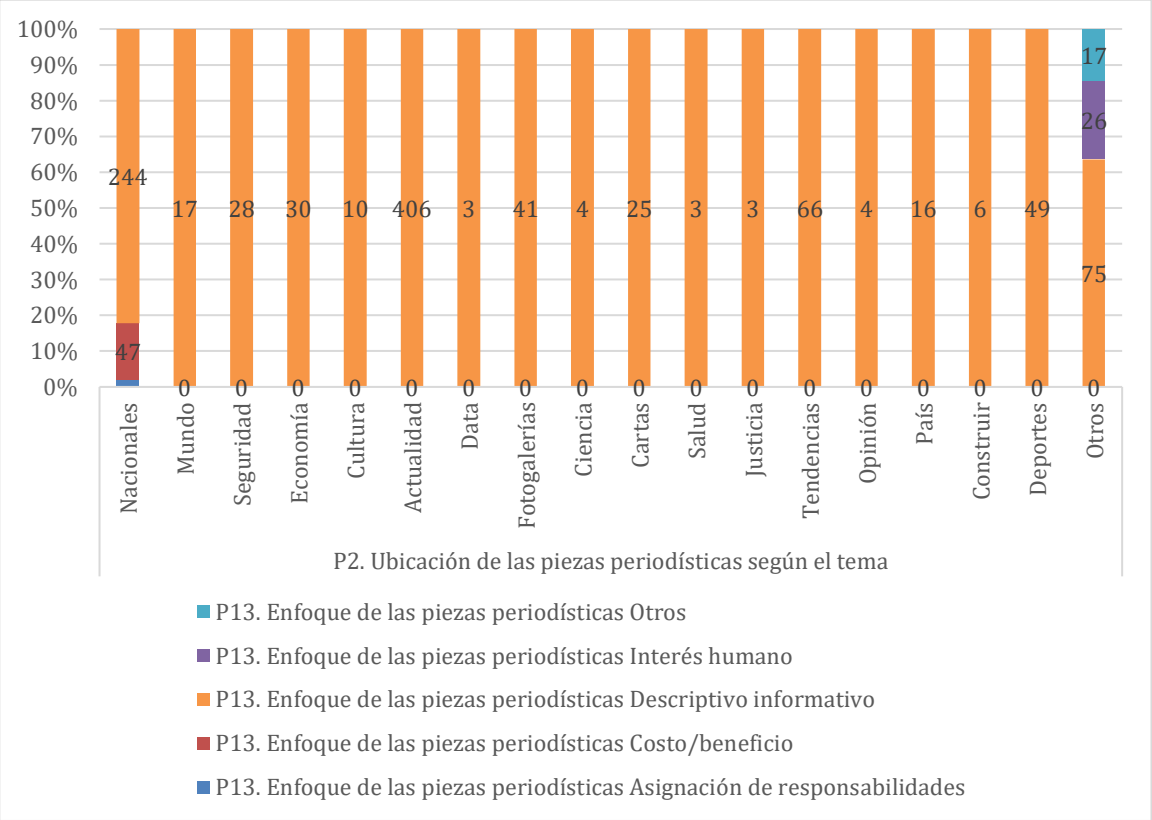
		Enfoque					Total	X^2	P
		Asignación de responsabilidades	Costo/beneficio	Descriptivo informativo	Interés humano	Otros			
Ubicación de las piezas periodísticas según el tema	Nacionales	6	47	244	0	0	297	533,78	0,000***
		0,50%	4,20%	21,70%	0,00%	0,00%	26,40%		
	Mundo	0	0	17	0	0	17		
		0,00%	0,00%	1,50%	0,00%	0,00%	1,50%		
	Seguridad	0	0	28	0	0	28		
		0,00%	0,00%	2,50%	0,00%	0,00%	2,50%		
	Economía	0	0	30	0	0	30		
		0,00%	0,00%	2,70%	0,00%	0,00%	2,70%		
	Cultura	0	0	10	0	0	10		
		0,00%	0,00%	0,90%	0,00%	0,00%	0,90%		
	Actualidad	0	0	406	0	0	406		
		0,00%	0,00%	36,10%	0,00%	0,00%	36,10%		
	Data	0	0	3	0	0	3		
		0,00%	0,00%	0,30%	0,00%	0,00%	0,30%		
	Fotogalerías	0	0	41	0	0	41		
		0,00%	0,00%	3,60%	0,00%	0,00%	3,60%		
	Ciencia	0	0	4	0	0	4		
		0,00%	0,00%	0,40%	0,00%	0,00%	0,40%		
	Cartas	0	0	25	0	0	25		
		0,00%	0,00%	2,20%	0,00%	0,00%	2,20%		
	Salud	0	0	3	0	0	3		
		0,00%	0,00%	0,30%	0,00%	0,00%	0,30%		
	Justicia	0	0	3	0	0	3		
		0,00%	0,00%	0,30%	0,00%	0,00%	0,30%		
	Tendencias	0	0	66	0	0	66		
		0,00%	0,00%	5,90%	0,00%	0,00%	5,90%		
	Opinión	0	0	4	0	0	4		
		0,00%	0,00%	0,40%	0,00%	0,00%	0,40%		
	País	0	0	16	0	0	16		
		0,00%	0,00%	1,40%	0,00%	0,00%	1,40%		
	Construir	0	0	6	0	0	6		
		0,00%	0,00%	0,50%	0,00%	0,00%	0,50%		
	Deportes	0	0	49	0	0	49		
		0,00%	0,00%	4,40%	0,00%	0,00%	4,40%		
	Otros	0	0	75	26	17	118		
		0,00%	0,00%	6,70%	2,30%	1,50%	10,50%		

***<0.05

Fuente: Elaboración propia (2020)

En la Figura 101 podemos visualizar que el enfoque descriptivo informativo acaparó casi en el total de las secciones del periódico, llegando a tener un aproximado de 1030 piezas periodísticas difundidas. Sin embargo hay que considerar que los enfoques de Interés Humano, Costo/beneficio, así como el de Asignación de Responsabilidades y Otros, contaron con al menos 106 publicaciones.

Figura 101. Ubicación de las piezas periodísticas según el tema * enfoque



Fuente: Elaboración propia (2020)

Los datos presentados en la Tabla 71, se analiza la cantidad de enlaces internos y externos que se presentaron en las piezas periodísticas. De los nueve tipos de enlaces, la Nota relacionada en la sección Nacionales fue la que tuvo más representatividad con ($t(296) = 39{,}60$, $p < .05$), y con menores porcentajes en el mismo tipo de enlace están las secciones Seguridad ($t(28) = 3{,}70$, $p < .05$), Mundo ($t(17) = 2{,}30$, $p < .05$), y Economía ($t(12) = 1{,}60$, $p < .05$), en tanto que en la sección Actualidad el tipo de enlace de mayor porcentaje fue Fotos ($t(119) = 15{,}90$, $p < .05$), enlaces a *Twitter* y *Facebook* ($t(112) = 15{,}00$, $p < .05$) y en menor porcentaje son Texto con ($t(64) = 8{,}60$, $p < .05$), Video ($t(47) = 6{,}30$, $p < .05$), Los datos expuestos señalan el nivel de interactividad que se pudo encontrar en la información analizada al poder detallar los distintos enlaces a los que pudo el lector ingresar o seguir para tener una información más detallada sobre el terremoto. La información concluye que ambas variables son dependientes con un nivel de confianza de 95%

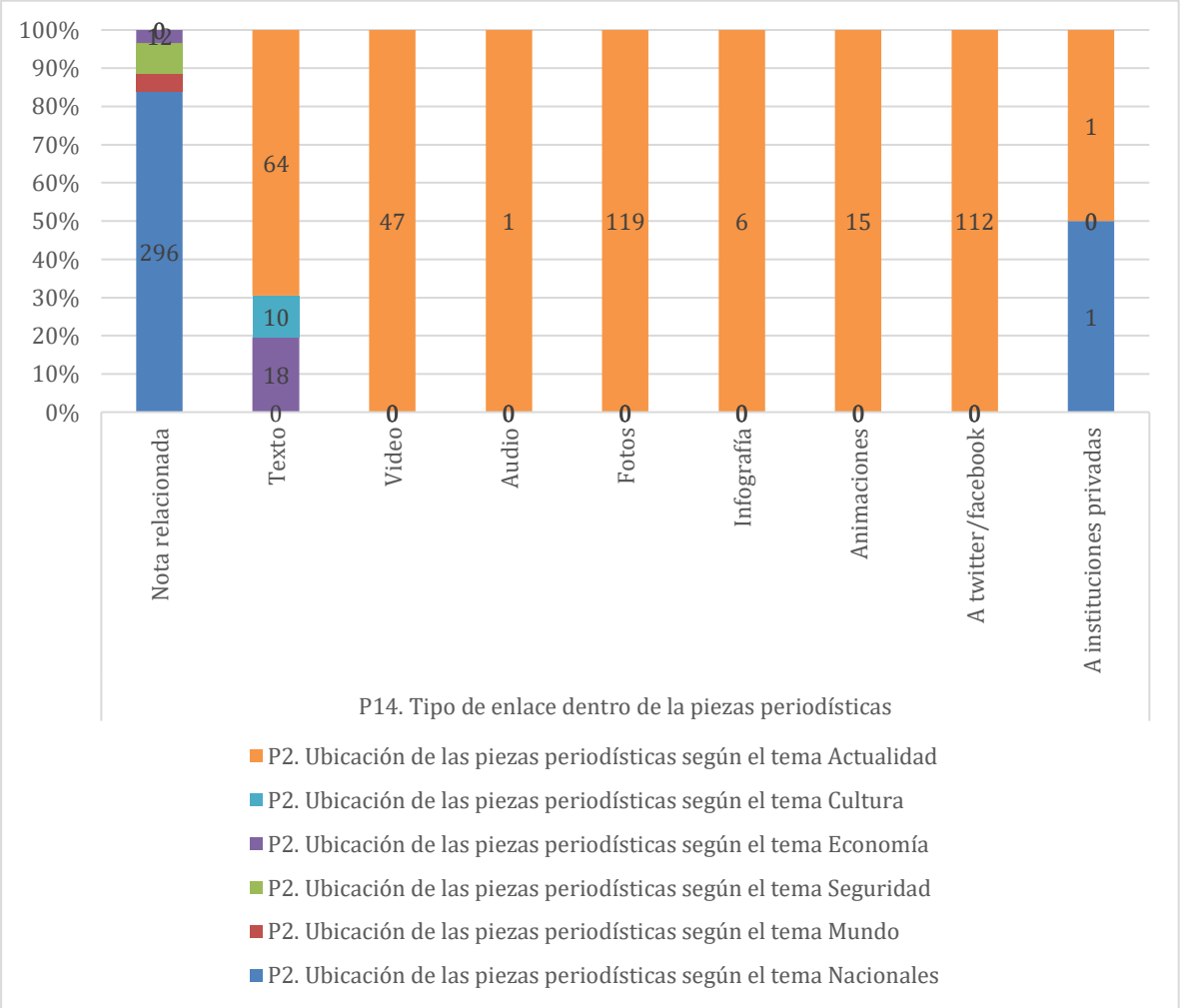
Tabla 71. Contingencia ubicación de las piezas periodísticas según el tema * tipo de enlace dentro de las piezas periodísticas

	Tipo de enlace dentro de las piezas periodísticas										**Total**	**X^2**	**P**
		Nota relacionada	Texto	Video	Audio	Fotos	Infografía	Animaciones	A *Twitter*/*Facebook*	A instituciones privadas			
Ubicación de las piezas periodísticas según el tema	Nacionales	296	0	0	0	0	0	0	0	1	297	858,91	0,000***
		39,60%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,10%	39,80%		
	Mundo	17	0	0	0	0	0	0	0	0	17		
		2,30%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	2,30%		
	Seguridad	28	0	0	0	0	0	0	0	0	28		
		3,70%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	3,70%		
	Economía	12	18	0	0	0	0	0	0	0	30		
		1,60%	2,40%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	4,00%		
	Cultura	0	10	0	0	0	0	0	0	0	10		
		0,00%	1,30%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	1,30%		
	Actualidad	0	64	47	1	119	6	15	112	1	365		
		0,00%	8,60%	6,30%	0,10%	15,90%	0,80%	2,00%	15,00%	0,10%	48,90%		

***<0.05

Fuente: Elaboración propia (2020)

Figura 102. Ubicación de las piezas periodísticas según el tema * tipo de enlace dentro de las piezas periodísticas



Fuente: Elaboración propia (2020)

En la Figura 102 se detalla que diario *El Comercio* contó con 365 enlaces según el tema de Actualidad, enlaces como texto, video, audio, fotos, infografía, animaciones, a *Twitter*/*Facebook* e instituciones privadas. Sin embargo sólo la Nota Relaciona contó con 353 enlaces. De estas las piezas periodísticas de carácter Nacionales obtuvo 296 enlaces, las piezas de Mundo, Seguridad y Economía presentaron menor cantidad de enlaces.

En la Tabla 72, se analiza la estructura frente a la autoría de las piezas periodísticas. Así tenemos que la estructura de mayor presencia es la nota interpretativa con ($t(662) = 58{,}80$, $p < .05$), desde la autoría del reportero del medio, seguido por la nota interpretativa desde la nota directa del medio ($t(303) = 26{,}90$, $p < .05$) y con menores porcentajes dentro de la estructura están la Opinión ($t(28) = 2{,}50$, $p < .05$), Entrevistas ($t(15) = 1{,}30$, $p < .05$), Otros ($t(62) = 5{,}50$, $p < .05$), está última parte fue generada desde otros medios o agencias de noticias. Los datos expuestos demuestran las diferentes estructuras informativas que se presentaron en la cobertura periodística durante el primer mes después del terremoto. La información concluye que ambas variables son dependientes con un nivel de confianza de 95% de acuerdo con el análisis de Chi Cuadrado.

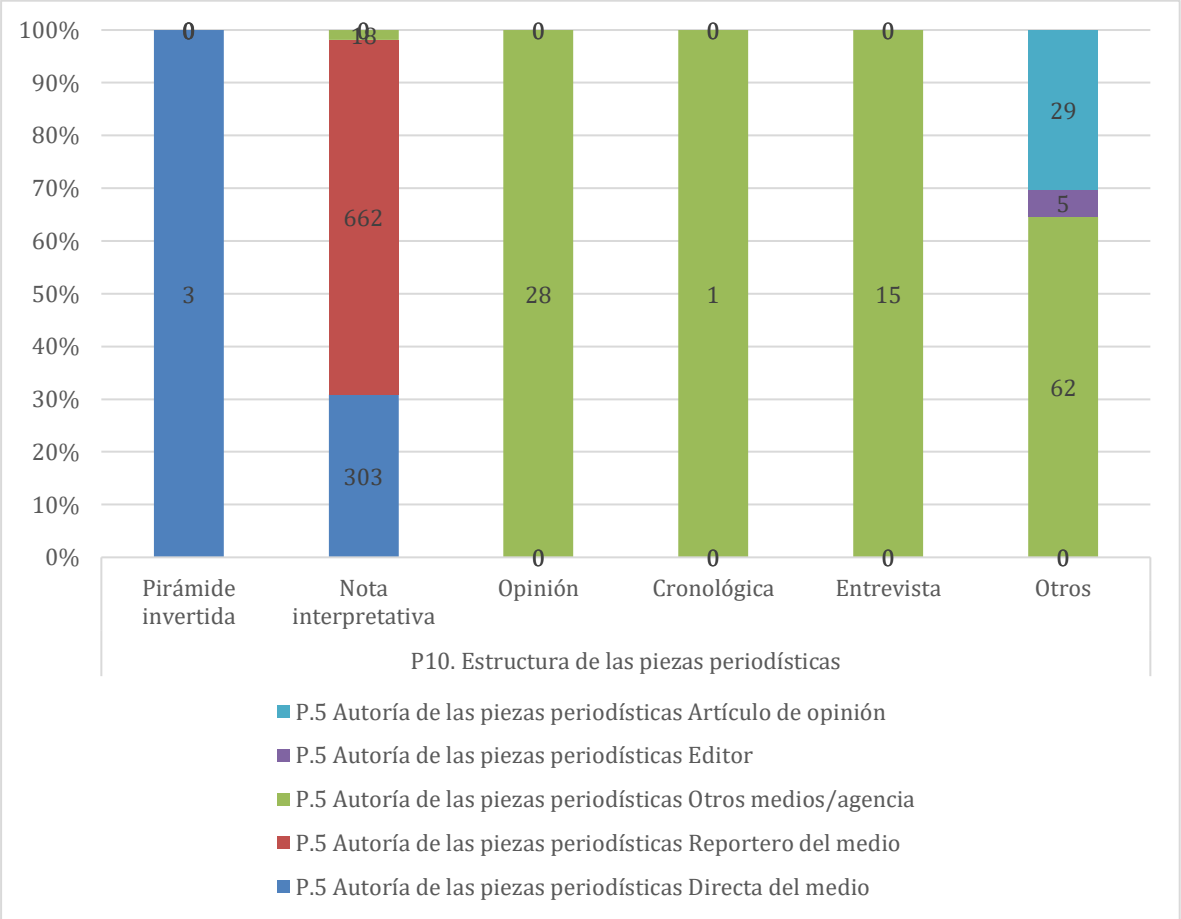
Tabla 72. Contingencia autoría de las piezas periodísticas * estructura de las piezas periodísticas

		Estructura						Total	X^2	P
		Pirámide invertida	Nota interpretativa	Opinión	Cronológica	Entrevista	Otros			
Autoría de las piezas periodísticas	Directa del medio	3	303	0	0	0	0	306	1151,95	0,000***
		0,30%	26,90%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	27,20%		
	Reportero del medio	0	662	0	0	0	0	662		
		0,00%	58,80%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	58,80%		
	Otros medios/agencia	0	18	28	1	15	62	124		
		0,00%	1,60%	2,50%	0,10%	1,30%	5,50%	11,00%		
	Editor	0	0	0	0	0	5	5		
		0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,40%	0,40%		
	Artículo de opinión	0	0	0	0	0	29	29		
		0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	2,60%	2,60%		

***<0.05

Fuente: Elaboración propia (2020)

Figura 103. Autoría de las piezas periodísticas * estructura de las piezas periodísticas



Fuente: Elaboración propia (2020)

Considerando la representación en la Figura 103, podemos observar desde la Autoría de las piezas periodísticas en relación a otros medios o agencias se publicó 124 como opiniones, cronologías, entrevistas u otros. Sin embargo, el mayor volumen de información emitida por diario *El Comercio*, surgió desde la reportería del medio con un total de 662 piezas periodísticas con una estructura de nota interpretativa, en tanto que directas del medio surgieron 303 piezas periodísticas.

La presente Tabla 73, demuestra el tipo de género que predominó durante la cobertura del terremoto, siendo el género informativo el que más representación tuvo en los primeros 30 días de cobertura con ($t(626) = 55{,}60$, $p < .05$), está información fue remitida desde los diferentes reporteros que se movilizaron a los distintos lugares donde se concentró el epicentro del terremoto. Como información directa del medio surgieron ($t(306) = 27{,}20$, $p < .05$), y con menores porcentajes están los géneros Crónica ($t(7) = 0{,}60$, $p < .05$), Entrevistas ($t(26) = 2{,}30$, $p < .05$), Reportajes ($t(57) = 5{,}10$, $p < .05$), Géneros de Opinión ($t(30) = 2{,}70$, $p < .05$), Géneros Gráficos ($t(71) = 6{,}30$, $p < .05$).

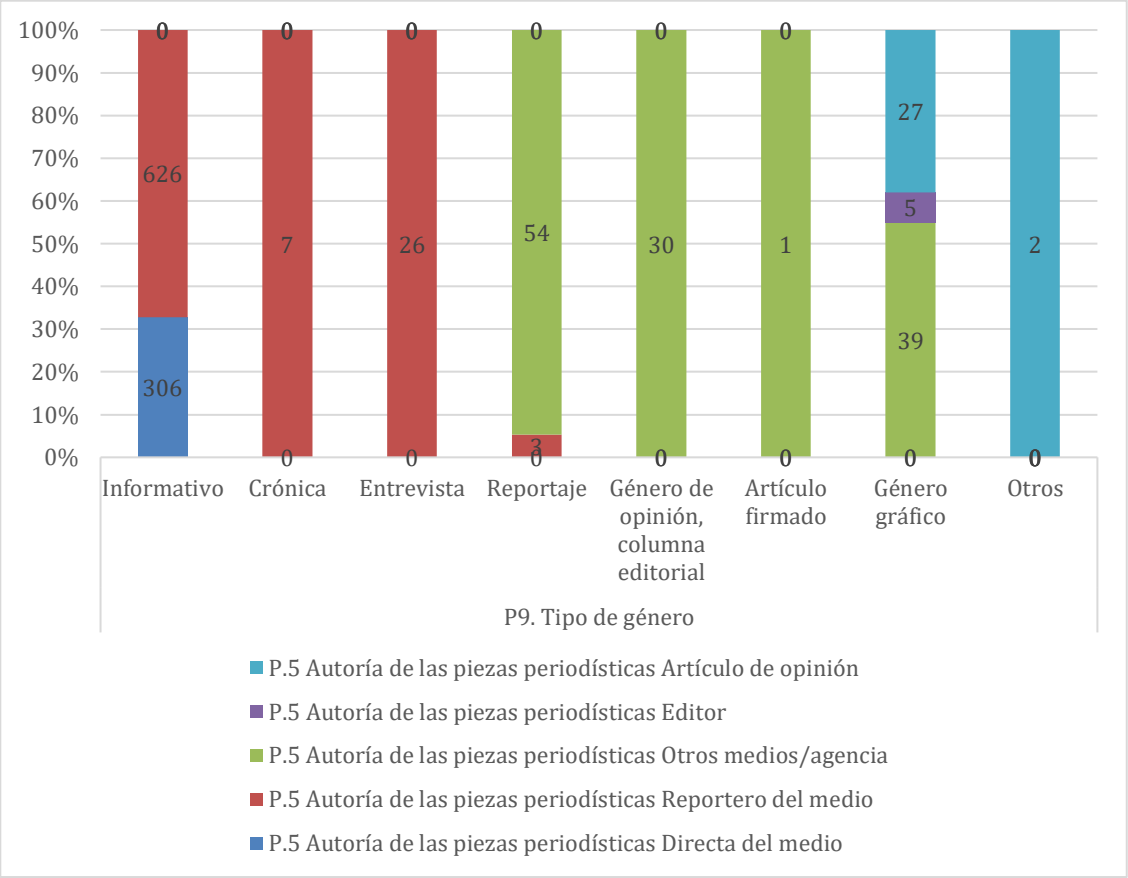
Tabla 73. Contingencia tipo de género * autoría de las piezas periodísticas

		Autoría de las piezas periodísticas					Total	X^2	P
		Directa del medio	Reportero del medio	Otros medios/agencia	Editor	Artículo de opinión			
Tipo de género	Informativo	306	626	0	0	0	932	1511,46	0,000***
		27,20%	55,60%	0,00%	0,00%	0,00%	82,80%		
	Crónica	0	7	0	0	0	7		
		0,00%	0,60%	0,00%	0,00%	0,00%	0,60%		
	Entrevista	0	26	0	0	0	26		
		0,00%	2,30%	0,00%	0,00%	0,00%	2,30%		
	Reportaje	0	3	54	0	0	57		
		0,00%	0,30%	4,80%	0,00%	0,00%	5,10%		
	Género de opinión, columna editorial	0	0	30	0	0	30		
		0,00%	0,00%	2,70%	0,00%	0,00%	2,70%		
	Artículo firmado	0	0	1	0	0	1		
		0,00%	0,00%	0,10%	0,00%	0,00%	0,10%		
	Géneros gráficos	0	0	39	5	27	71		
		0,00%	0,00%	3,50%	0,40%	2,40%	6,30%		
	Otros	0	0	0	0	2	2		
		0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,20%	0,20%		

***<0.05

Fuente: Elaboración propia (2020)

Figura 104. Tipo de género * autoría



Fuente: Elaboración propia (2020)

En la Figura 104 se muestra en que mayor representatividad, aunque con menores porcentajes está la información que surgió desde Otros medios o Agencias de Noticias con un total de 144 piezas periodísticas, sin embargo el mayor volumen de información surgió desde la Reportería del Medio 636, y Directa del Medio 306, todas de género informativo.

En la Tabla 74 detallamos el tipo de género frente al tipo de fuente. En este contexto el género informativo utilizó ($t(932) = 82{,}80$, $p < .05$) estas fuentes fueron Gubernamentales, Oficiales Públicas y Oficiales Privadas. Con menores porcentajes de información están los la Crónica ($t(7) = 0{,}60$, $p < .05$), Entrevistas ($t(26) = 2{,}30$, $p < .05$), Reportajes ($t(7) = 0{,}60$, $p < .05$), Géneros de Opinión ($t(30) = 2{,}70$, $p < .05$), y los Géneros Gráficos ($t(71) = 6{,}30$, $p < .05$), estos géneros utilizaron fuentes Oficiales Privadas, Expertas y Testimoniales.

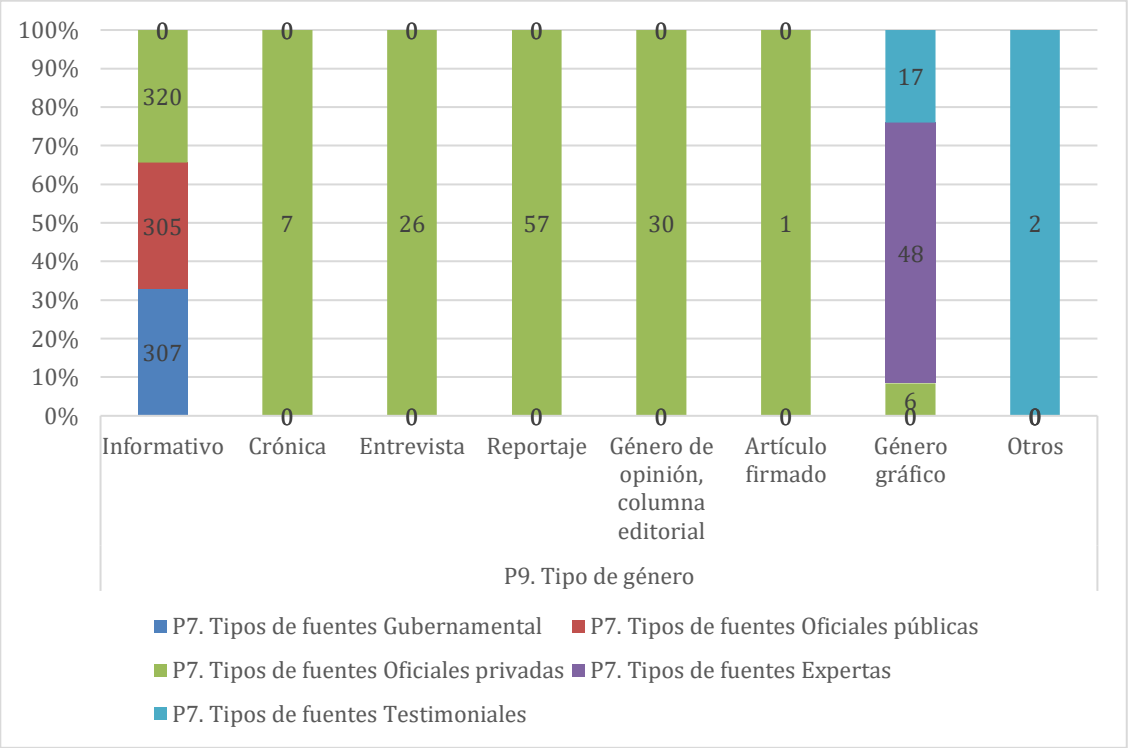
Tabla 74. Contingencia tipo de género * tipo de fuentes

	Tipo de fuentes						Total	X^2	P
		Gubernamental	Oficiales públicas	Oficiales privadas	Expertas	Testimoniales			
Tipo de género	Informativo	307	305	320	0	0	932	13,1722	0,000***
		27,30%	27,10%	28,40%	0,00%	0,00%	82,80%		
	Crónica	0	0	7	0	0	7		
		0,00%	0,00%	0,60%	0,00%	0,00%	0,60%		
	Entrevista	0	0	26	0	0	26		
		0,00%	0,00%	2,30%	0,00%	0,00%	2,30%		
	Reportaje	0	0	57	0	0	57		
		0,00%	0,00%	5,10%	0,00%	0,00%	5,10%		
	Género de opinión, columna editorial	0	0	30	0	0	30		
		0,00%	0,00%	2,70%	0,00%	0,00%	2,70%		
	Artículo firmado	0	0	1	0	0	1		
		0,00%	0,00%	0,10%	0,00%	0,00%	0,10%		
	Géneros gráficos	0	0	6	48	17	71		
		0,00%	0,00%	0,50%	4,30%	1,50%	6,30%		
	Otros	0	0	0	0	2	2		
		0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,20%	0,20%		

***<0.05

Fuente: Elaboración propia (2020)

Figura 105. Tipo de género * tipo de fuentes



Fuente: Elaboración propia (2020)

Como se muestra en la Figura 105, el tipo de fuentes que más se utilizó por parte de diario *El Comercio*, fueron las Oficiales Privadas en los distintos géneros informativos, sean estos Crónica, Entrevistas, Reportajes, Opinión, Artículo firmado o Género Gráficos. Luego las fuentes con representatividad fueron las Gubernamentales, Oficiales Públicas, Testimoniales y Expertas.

En la Tabla 75 se analiza la contingencia entre la Pauta informativa y el tipo de género. Este análisis nos permite poder reconocer en que temática se fundamentaron las piezas periodísticas. Desastres Naturales y Epidemias con un total de ($t(810) = 71{,}90$, $p < .05$), fue la pauta que primó durante el primer mes. Con porcentajes menores pero importantes estuvieron temáticas como Salud y Bienestar ($t(49) = 4{,}40$, $p < .05$), Historias de Interés Humano ($t(43) = 3{,}80$, $p < .05$), Eventos Culturales ($t(33) = 2{,}90$, $p < .05$), Gobierno y actividades municipales ($t(15) = 1{,}30$, $p < .05$), Trabajos, Gremios y Empresa, Comercio e Industria, cada una con ($t(19) = 1{,}70$, $p < .05$). El tipo de género que más se dio a conocer por parte del medio de comunicación fue el Informativo, seguido de Crónicas y Entrevistas.

Tabla 75. Contingencia pauta informativa * tipo de género

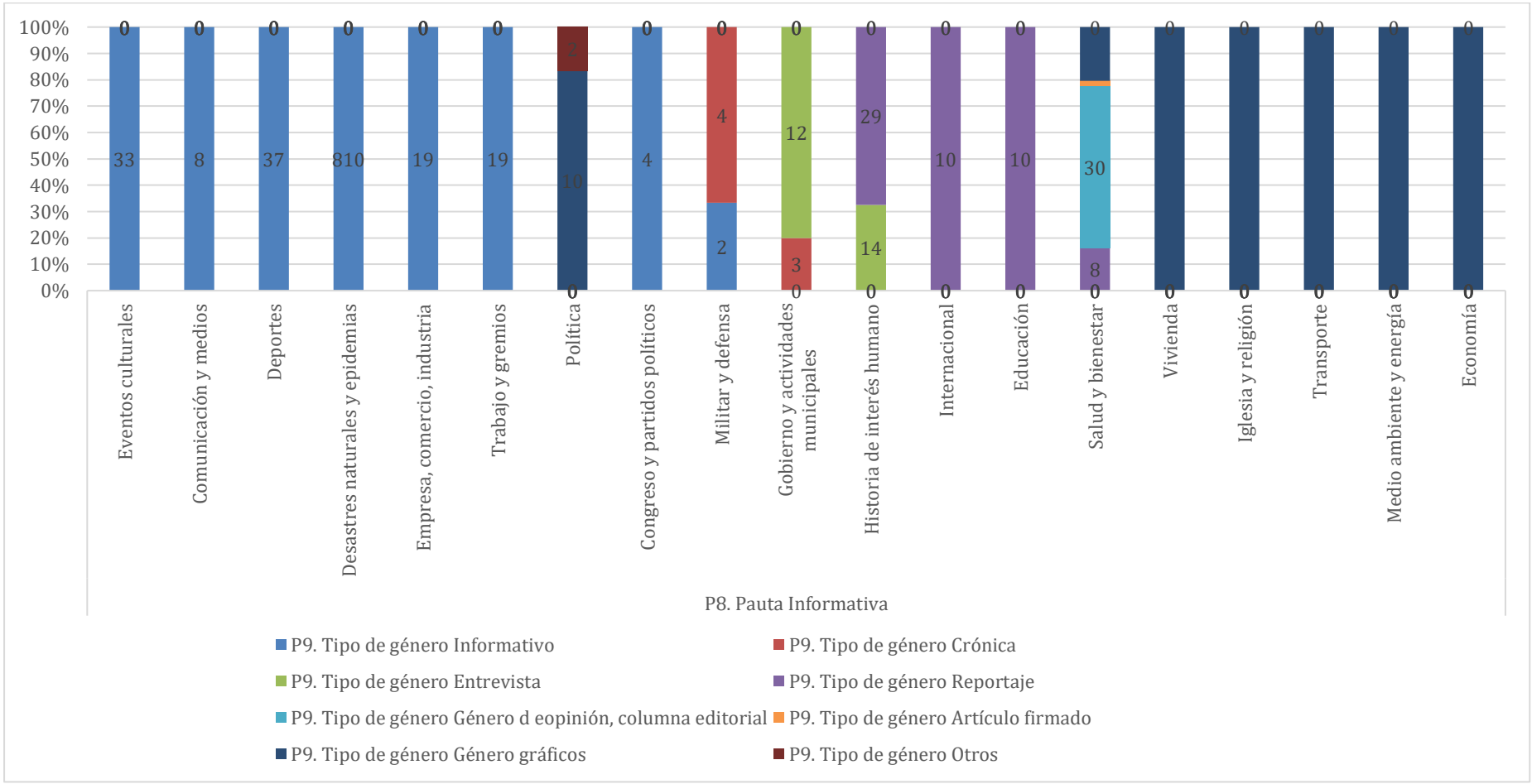
	Tipo de género									Total	X^2	P
		Informativo	Crónica	Entrevista	Reportaje	Género de opinión, columna editorial	Artículo firmado	Géneros gráficos	Otros			
Pauta Informativa	Eventos culturales	33	0	0	0	0	0	0	0	33	3817,63	0,000***
		2,90%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	2,90%		
	Comunicación y medios	8	0	0	0	0	0	0	0	8		
		0,70%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,70%		
	Deportes	37	0	0	0	0	0	0	0	37		
		3,30%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	3,30%		
	Desastres naturales y epidemias	810	0	0	0	0	0	0	0	810		
		71,90%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	71,90%		
	Empresa, comercio, industria	19	0	0	0	0	0	0	0	19		
		1,70%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	1,70%		
	Trabajo y gremios	19	0	0	0	0	0	0	0	19		
		1,70%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	1,70%		
	Política	0	0	0	0	0	0	10	2	12		
		0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,90%	0,20%	1,10%		
	Congreso y partidos políticos	4	0	0	0	0	0	0	0	4		
		0,40%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,40%		
	Militar y defensa	2	4	0	0	0	0	0	0	6		

		0,20%	0,40%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,50%		
	Gobierno y actividades municipales	0	3	12	0	0	0	0	0	15		
		0,00%	0,30%	1,10%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	1,30%		
	Historia de interés humano	0	0	14	29	0	0	0	0	43		
		0,00%	0,00%	1,20%	2,60%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	3,80%		
	Internacional	0	0	0	10	0	0	0	0	10		
		0,00%	0,00%	0,00%	0,90%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,90%		
	Educación	0	0	0	10	0	0	0	0	10		
		0,00%	0,00%	0,00%	0,90%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,90%		
	Salud y bienestar	0	0	0	8	30	1	10	0	49		
		0,00%	0,00%	0,00%	0,70%	2,70%	0,10%	0,90%	0,00%	4,40%		
	Vivienda	0	0	0	0	0	0	7	0	7		
		0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,60%	0,00%	0,60%		
	Iglesia y religión	0	0	0	0	0	0	8	0	8		
		0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,70%	0,00%	0,70%		
	Transporte	0	0	0	0	0	0	15	0	15		
		0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	1,30%	0,00%	1,30%		
	Medio ambiente y energía	0	0	0	0	0	0	2	0	2		
		0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,20%	0,00%	0,20%		
	Economía	0	0	0	0	0	0	19	0	19		
		0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	1,70%	0,00%	1,70%		

***<0.05

Fuente: Elaboración propia (2020)

Figura 106. Pauta informativa * tipo de género



Fuente: Elaboración propia (2020)

En la Figura 105 que representa la Tabla 75, donde podemos observar que el género que más se utilizó fue el informativo, seguido del Género Gráfico, la Entrevista y el Reportaje, en tanto que la crónica, el Género de Opinión, el Artículo Firmado u otros fueron utilizados en porcentajes inferiores.

En la Tabla 76 se analiza la contingencia tras el cruce de variables entre el tipo de género y los elementos gráficos utilizados dentro de las piezas periodísticas. Así podemos observar que en el Género Informativo la Fotografía fue el elemento gráfico más utilizado con ($t(903) = 80{,}20$, $p < .05$),, seguido en menores porcentajes por la Infografía ($t(6) = 0{,}50$, $p < .05$), gráficos ($t(2) = 0{,}20$, $p < .05$). En ($t(17) = 1{,}50$, $p < .05$), piezas periodísticas no se utilizó ningún tipo de elemento gráfico. En tanto que el video se lo utilizó en los géneros gráficos ($t(71) = 6{,}30$, $p < .05$), y en el género de opinión ($t(30) = 2{,}70$, $p < .05$).

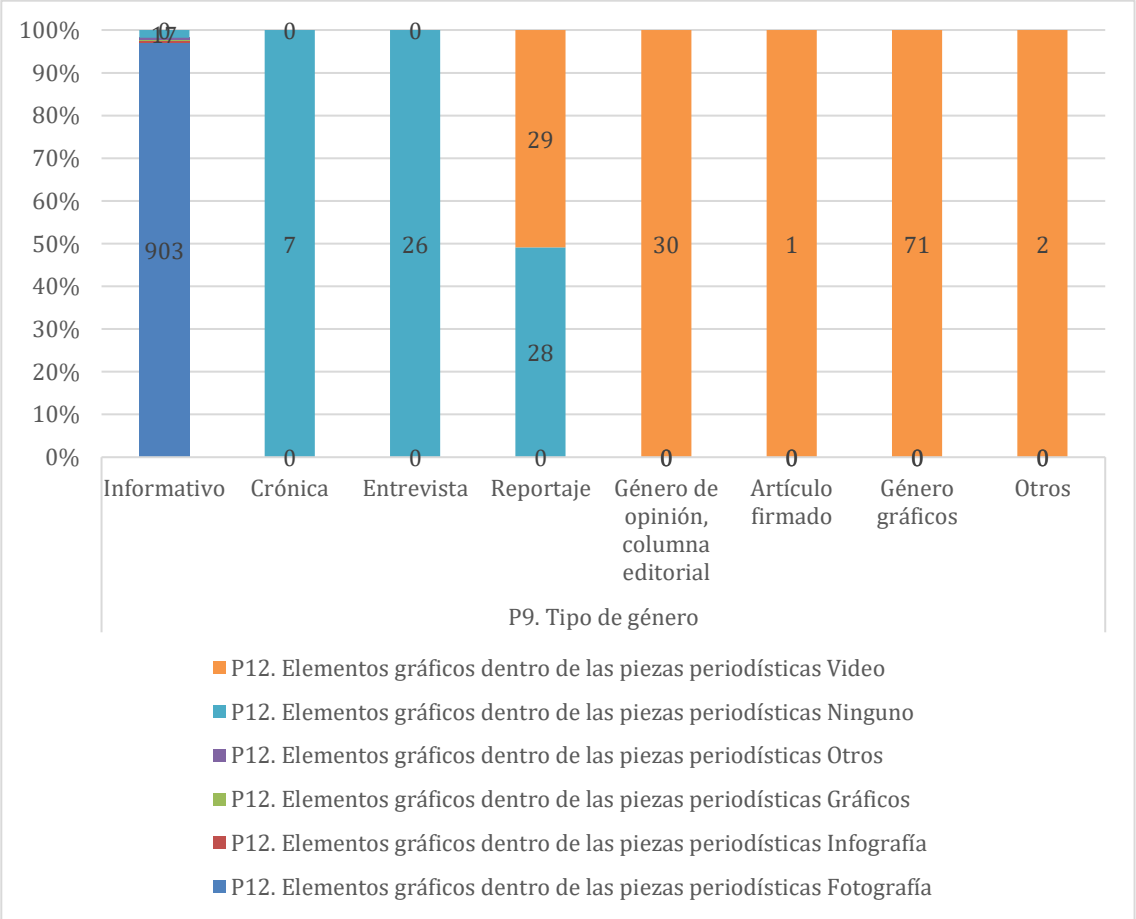
Tabla 76. Contingencia tipo de género * elementos gráficos dentro de las piezas periodísticas

		Elementos gráficos						Total	X^2	P
		Fotografía	Infografía	Gráficos	Otros	Ninguno	Video			
Tipo de género	Informativo	903	6	2	4	17	0	932	1664,27	0,000***
		80,20%	0,50%	0,20%	0,40%	1,50%	0,00%	82,80%		
	Crónica	0	0	0	0	7	0	7		
		0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,60%	0,00%	0,60%		
	Entrevista	0	0	0	0	26	0	26		
		0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	2,30%	0,00%	2,30%		
	Reportaje	0	0	0	0	28	29	57		
		0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	2,50%	2,60%	5,10%		
	Género de opinión, columna editorial	0	0	0	0	0	30	30		
		0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	2,70%	2,70%		
	Artículo firmado	0	0	0	0	0	1	1		
		0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,10%	0,10%		
	Géneros gráficos	0	0	0	0	0	71	71		
		0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	6,30%	6,30%		
	Otros	0	0	0	0	0	2	2		
		0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,20%	0,20%		

***<0.05

Fuente: Elaboración propia (2020)

Figura 107. Tipo de género * elementos gráficos dentro de las piezas periodísticas



Fuente: Elaboración propia (2020)

Como se puede observar en la Figura 107, la fotografía fue el elemento gráfico con mayor representatividad en el Género Informativo. No así el video que estuvo presente en varios de los géneros, en tanto que géneros como la Crónica, la Entrevista o el Reportaje no utilizaron ningún tipo de elemento gráfico para ilustrar sus piezas periodísticas.

En el análisis de la Tabla 77, determinamos el enfoque de la información frente al tipo de género. Es así que el enfoque Descriptivo Informativo tuvo mayor presencia entre el total de piezas periodísticas que se difundieron, sólo esté enfoque estuvo presente es ($t(879) = 78{,}10$, $p < .05$) piezas periodísticas en el género informativo. El mismo enfoque estuvo presente aunque con menores porcentajes en los género de crónica ($t(7) = 0{,}60$, $p < .05$), reportaje ($t(57) = 5{,}10$, $p < .05$), entrevista ($t(26) = 2{,}30$, $p < .05$), Género de opinión ($t(30) = 2{,}70$, $p < .05$), y el género gráfico con ($t(30) = 2{,}70$, $p < .05$). Otro tipo de enfoque de la información que también estuvo presente fueron el Costo/beneficio en el género informativo con ($t(47) = 4{,}20$, $p < .05$), el enfoque de interés humano en el género gráfico con ($t(26) = 2{,}30$, $p < .05$). Dada la coyuntura que se presentó em la cobertura del terremoto, durante todo el primer mes primó el descriptivo informativo desde el género informativo.

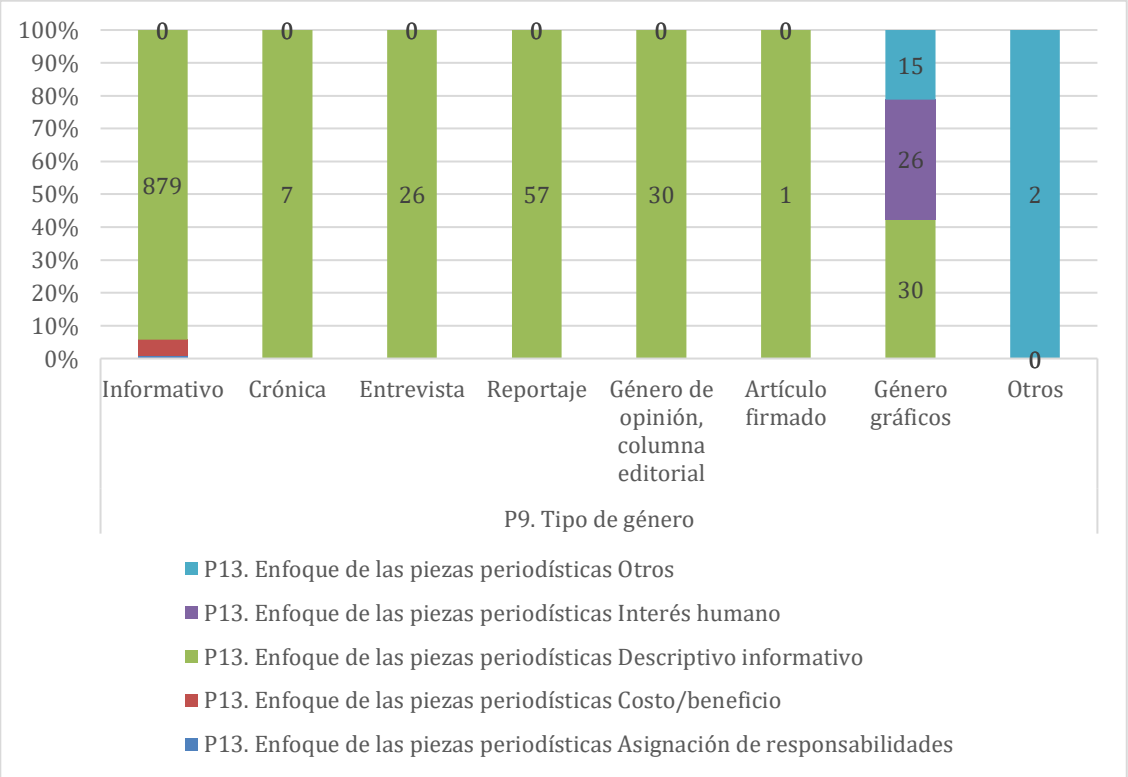
Tabla 77. Contingencia tipo de género * enfoque de las piezas periodísticas

		Enfoque de las piezas periodísticas					Total	X^2	P
		Asignación de responsabilidades	Costo/beneficio	Descriptivo informativo	Interés humano	Otros			
Tipo de género	Informativo	6	47	879	0	0	932	745,15	0,000***
		0,50%	4,20%	78,10%	0,00%	0,00%	82,80%		
	Crónica	0	0	7	0	0	7		
		0,00%	0,00%	0,60%	0,00%	0,00%	0,60%		
	Entrevista	0	0	26	0	0	26		
		0,00%	0,00%	2,30%	0,00%	0,00%	2,30%		
	Reportaje	0	0	57	0	0	57		
		0,00%	0,00%	5,10%	0,00%	0,00%	5,10%		
	Género de opinión, columna editorial	0	0	30	0	0	30		
		0,00%	0,00%	2,70%	0,00%	0,00%	2,70%		
	Artículo firmado	0	0	1	0	0	1		
		0,00%	0,00%	0,10%	0,00%	0,00%	0,10%		
	Géneros gráficos	0	0	30	26	15	71		
		0,00%	0,00%	2,70%	2,30%	1,30%	6,30%		
	Otros	0	0	0	0	2	2		
		0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,20%	0,20%		

***<0.05

Fuente: Elaboración propia (2020)

Figura 108. Tipo de género * enfoque de las piezas periodísticas



Fuente: Elaboración propia (2020)

En la Figura 108, se puede visualizar que el enfoque descriptivo informativo estuvo representado en la mayoría de los géneros utilizados para informar a la comunidad nacional e internacional del acontecer del terremoto ocurrido en Ecuador. El enfoque de interés humano se representó más en el género gráfico, el enfoque de costo/beneficio estuvo representado en una mínima parte en el género informativo, esto se debe a que las autoridades pudieron determinar el costo real de gastos en reparación y perdidas hasta tres meses después de ocurrido el terremoto.

En la Tabla 78 se representa la cantidad de narrativa interna o externa que presentaron las piezas periodísticas de diario *El Comercio*. Así se determina que los enlaces internos fueron lo que tuvieron la mayor representatividad en el género informativo con ($t(932) = 82{,}80$, $p < .05$), en la crónica con ($t(7) = 0{,}60$, $p < .05$), en la entrevista con ($t(26) = 2{,}30$, $p < .05$), en el reportaje con ($t(46) = 4{,}10$, $p < .05$); en tanto que los enlaces externos con una mínima representación estuvieron presentes en el género de reportaje con ($t(11) = 1{,}0$, $p < .05$), en el género de opinión, columna editorial ($t(30) = 2{,}70$, $p < .05$), y en el artículo firmado con ($t(1) = 0{,}10$, $p < .05$). La presencia de mayor cantidad de enlaces internos desde las piezas periodísticas, buscan potenciar la presencia de la misma página del diario, dado que estos enlaces llevan a contenido relacionado con la información que se está visualizando, buscando así el diario el de mantener la fidelidad del lector hacía el mismo periódico. En tanto que los enlaces externos llevan la información a otros sitios fuera del diario, complementando la información o los datos desde otro tipo de fuentes.

Tabla 78. Contingencia tipo de género * cantidad de enlaces dentro de las piezas periodísticas

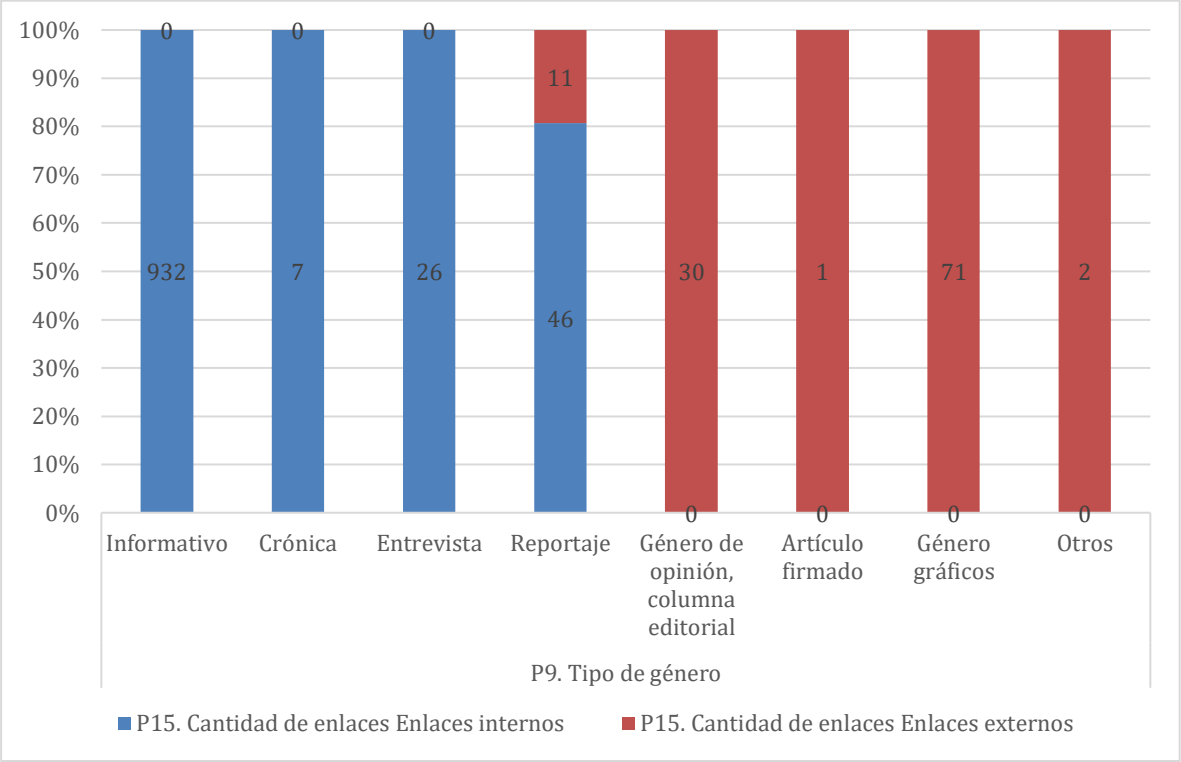
	Cantidad de enlaces dentro de las piezas periodísticas		Total	X^2	P
		Enlaces internos	Enlaces externos		
Tipo de género	Informativo	932	0	932	1029,19	0,000***
		82,80%	0,00%	82,80%		
	Crónica	7	0	7		
		0,60%	0,00%	0,60%		
	Entrevista	26	0	26		
		2,30%	0,00%	2,30%		
	Reportaje	46	11	57		
		4,10%	1,00%	5,10%		
	Género de opinión, columna editorial	0	30	30		
		0,00%	2,70%	2,70%		
	Artículo firmado	0	1	1		
		0,00%	0,10%	0,10%		
	Géneros gráficos	0	71	71		
		0,00%	6,30%	6,30%		
	Otros	0	2	2		
		0,00%	0,20%	0,20%		

***<0.05

Fuente: Elaboración propia (2020)

Como observamos en la Figura 109 y la Tabla 78, los enlaces internos se utilizaron con mayor frecuencia en los tipos de géneros periodísticos de mayor cobertura en un medio de comunicación, manteniendo el interés del lector dentro del mismo medio de comunicación, en tanto que los enlaces externos se representaron más en los géneros de opinión, artículos o géneros gráficos, llevando al lector a un sitio externo para complementar la información que está leyendo.

Figura 109. Tipo de género * cantidad de enlaces dentro de la piezas periodísticas



Fuente: Elaboración propia (2020)

En la Tabla 79 se realiza una relación de la cantidad de información publicada sobre el terremoto, determinando el volumen de información que se fue emitiendo por día desde el 16 de abril hasta el 16 de mayo de 2016. Así se pudo determinar que la mayor coyuntura de la información se dio en las primeras 48 horas después de ocurrido el terremoto. La producción de la información se desarrolló en la sección de Actualidad de diario *El Comercio*. Así el 16 de abril después de las 18:58 hasta las 23:59 difundió seis piezas periodísticas ($t(6) = 0{,}50$, $p < .05$). El 17 de abril en la sección de actualidad se publicó 110 ($t(110) = 9{,}80$, $p < .05$) en la versión digital del medio de comunicación, el lunes 18 de abril se difundió ($t(111) = 9{,}90$, $p < .05$), el martes 19 de abril se difundió ($t(95) = 8{,}40$, $p < .05$), el miércoles 20 de abril ($t(87) = 7{,}70$, $p < .05$), el jueves 21 de abril se publicó ($t(65) = 5{,}80$, $p < .05$), el viernes 22 de abril ($t(78) = 6{,}90$, $p < .05$), en tanto que el sábado 23 de abril, ocho día de ocurrido el terremoto se difundieron sesenta piezas periodísticas ($t(60) = 5{,}30$, $p < .05$). A partir del 24 de abril al 28 de abril la información en la sección de actualidad tuvo una producción de entre ($t(33) = 2{,}90$, $p < .05$) y ($t(15) = 1{,}30$, $p < .05$). El 28 de abril la información formó parte de la sección de tendencias con una difusión de ($t(24) = 2{,}10$, $p < .05$), al 2 de mayo con ($t(7) = 0{,}60$, $p < .05$). Transcurrido las dos primeras semanas la información se fue diversificando en las diferentes secciones del diario, pasando por la sección de opinión ($t(12) = 1{,}10$, $p < .05$), el 4 de mayo; video con una mayor difusión el lunes 9 de mayo ($t(21) = 1{,}90$, $p < .05$) y las Fotogalerías el 15 de mayo con ($t(16) = 1{,}40$, $p < .05$).

Tabla 79. Contingencia cantidad de piezas periodísticas por día * ubicación de las piezas periodísticas según la sección

		Ubicación de las piezas periodísticas según la sección								Total	X^2	P
		Actualidad	Tendencias	Política	Data	Deportes	Opinión	Video	Fotogalerías			
Cantidad de piezas periodísticas por día	Sábado 16 de abril	6	0	0	0	0	0	0	0	6	5049,76	0,000***
		0,50%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,50%		
	Domingo 17 de abril	110	0	0	0	0	0	0	0	110		
		9,80%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	9,80%		
	Lunes 18 de abril	111	0	0	0	0	0	0	0	111		
		9,90%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	9,90%		
	Martes 19 de abril	95	0	0	0	0	0	0	0	95		
		8,40%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	8,40%		
	Miércoles 20 de abril	87	0	0	0	0	0	0	0	87		
		7,70%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	7,70%		
	Jueves 21 de abril	65	0	0	0	0	0	0	0	65		
		5,80%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	5,80%		
	Viernes 22 de abril	78	0	0	0	0	0	0	0	78		
		6,90%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	6,90%		
	Sábado 23 de abril	60	0	0	0	0	0	0	0	60		
		5,30%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	5,30%		
	Domingo 24 de abril	33	0	0	0	0	0	0	0	33		
		2,90%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	2,90%		
	Lunes 25 de abril	49	0	0	0	0	0	0	0	49		
		4,40%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	4,40%		
	Martes 26 de abril	55	0	0	0	0	0	0	0	55		
		4,90%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	4,90%		

	Miércoles 27 de abril	50	0	0	0	0	0	0	0	50		
		4,40%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	4,40%		
	Jueves 28 de abril	15	24	0	0	0	0	0	0	39		
		1,30%	2,10%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	3,50%		
	Viernes 29 de abril	0	31	0	0	0	0	0	0	31		
		0,00%	2,80%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	2,80%		
	Sábado 30 de abril	0	22	0	0	0	0	0	0	22		
		0,00%	2,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	2,00%		
	Domingo 1 de mayo	0	7	2	3	13	0	0	0	25		
		0,00%	0,60%	0,20%	0,30%	1,20%	0,00%	0,00%	0,00%	2,20%		
	Lunes 2 de mayo	0	0	0	0	20	0	0	0	20		
		0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	1,80%	0,00%	0,00%	0,00%	1,80%		
	Martes 3 de mayo	0	0	0	0	14	2	0	0	16		
		0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	1,20%	0,20%	0,00%	0,00%	1,40%		
	Miércoles 4 de mayo	0	0	0	0	0	12	4	0	16		
		0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	1,10%	0,40%	0,00%	1,40%		
	Jueves 5 de mayo	0	0	0	0	0	0	18	0	18		
		0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	1,60%	0,00%	1,60%		
	Viernes 6 de mayo	0	0	0	0	0	0	15	0	15		
		0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	1,30%	0,00%	1,30%		
	Sábado 7 de mayo	0	0	0	0	0	0	14	0	14		
		0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	1,20%	0,00%	1,20%		
	Domingo 8 de mayo	0	0	0	0	0	0	8	0	8		
		0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,70%	0,00%	0,70%		
	Lunes 9 de mayo	0	0	0	0	0	0	21	0	21		
		0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	1,90%	0,00%	1,90%		

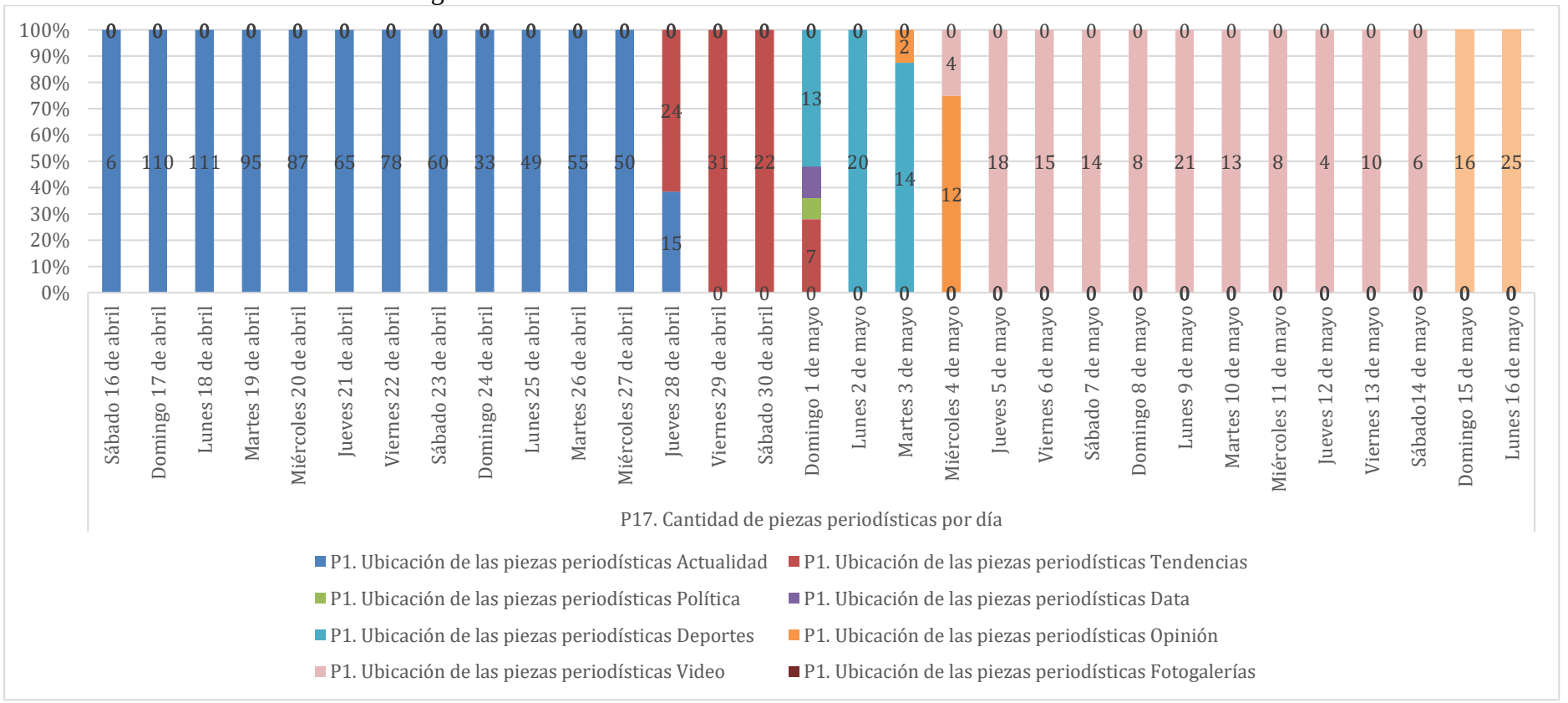
	Martes 10 de mayo	0	0	0	0	0	0	13	0	13		
		0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	1,20%	0,00%	1,20%		
	Miércoles 11 de mayo	0	0	0	0	0	0	8	0	8		
		0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,70%	0,00%	0,70%		
	Jueves 12 de mayo	0	0	0	0	0	0	4	0	4		
		0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,40%	0,00%	0,40%		
	Viernes 13 de mayo	0	0	0	0	0	0	10	0	10		
		0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,90%	0,00%	0,90%		
	Sábado14 de mayo	0	0	0	0	0	0	6	0	6		
		0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,50%	0,00%	0,50%		
	Domingo 15 de mayo	0	0	0	0	0	0	0	16	16		
		0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	1,40%	1,40%		
	Lunes 16 de mayo	0	0	0	0	0	0	0	25	25		
		0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	2,20%	2,20%		

***<0.05

Fuente: Elaboración propia (2020)

En la Figura 110, se representa la Tabla 79. Así se puede determinar que el volumen de información entre los días del 16 de abril al jueves 28 de abril se centró la información en la sección de actualidad, del 28 de abril al 1 de mayo en la sección de tendencias, luego la coyuntura en un bajo grado se centró en la sección de deportes, esto ocurrió debido a que varios deportistas ecuatorianos se vieron afectados de forma directa o indirecta por el terremoto. Del 4 al 14 de mayo, en cambio la sección de video contó con un volumen importante de información. Cerrando el mes con información fotográfica en la sección de Fotogalerías.

Figura 110. Cantidad de piezas periodísticas por día * ubicación de las piezas periodísticas según la sección



Fuente: Elaboración propia (2020)

En la Tabla 80, se representa el cruce de la variable cantidad de piezas periodísticas por día frente a la autoría de las piezas periodísticas. Así, se pudo determinar que la mayor cantidad de información se dio en las primeras 48 horas después de ocurrido el terremoto y está fue de autoría directa del medio. El 16 de abril se publicó ($t(6) = 0,50$, $p < .05$) piezas periodísticas, el 17 y 18 de abril por parte directa del medio se difundió 221, el 17 de abril ($t(110) = 9,80$, $p < .05$) y el 18 de abril ($t(111) = 9,90$, $p < .05$), hasta el marte 19 de abril con una incidencia de ($t(79) = 7,0$, $p < .05$) piezas periodísticas. A partir del 20 de abril la información que se comenzó a difundir tuvo una incidencia directa por parte de los reporteros del medio de comunicación. Los periodistas ya se encontraban en las zonas propias del desastre y ya habían generado una cantidad importante de información. Así el miércoles 20 de abril se publicó ($t(87) = 7,70$, $p < .05$), el jueves 21 ($t(65) = 5,80$, $p < .05$), el viernes 22 de abril ($t(78) = 6,90$, $p < .05$), y el sábado 23, cumplidos los 8 días del terremoto, diario *El Comercio* de la mano de sus reporteros publicó ($t(60) = 5,30$, $p < .05$) piezas periodísticas. A partir del 24 de abril al 4 de mayo la difusión de información se dio entre ($t(33) = 2,90$, $p < .05$) y ($t(16) = 1,40$, $p < .05$). Del 5 de mayo al 16 de mayo la información estuvo presente en la autoría de agencias de noticias o medios internacionales, así como información de parte del editor del medio o artículos de opinión. El volumen de la información en las dos semanas siguientes del terremoto fue de entre ($t(18) = 1,60$, $p < .05$) y ($t(4) = 0,40$, $p < .05$) piezas periodísticas a un día de cumplido el primer mes del terremoto.

Tabla 80. Contingencia cantidad de piezas periodísticas por día * autoría de las piezas periodísticas

	Autoría de las piezas periodísticas						Total	X^2	P
		Directa del medio	Reportero del medio	Otros medios/agencia	Editor	Artículo de opinión			
Cantidad de piezas periodísticas por día	Sábado 16 de abril	6	0	0	0	0	6	3506,04	0,000***
		0,50%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,50%		
	Domingo 17 de abril	110	0	0	0	0	110		
		9,80%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	9,80%		
	Lunes 18 de abril	111	0	0	0	0	111		
		9,90%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	9,90%		
	Martes 19 de abril	79	16	0	0	0	95		
		7,00%	1,40%	0,00%	0,00%	0,00%	8,40%		
	Miércoles 20 de abril	0	87	0	0	0	87		
		0,00%	7,70%	0,00%	0,00%	0,00%	7,70%		
	Jueves 21 de abril	0	65	0	0	0	65		
		0,00%	5,80%	0,00%	0,00%	0,00%	5,80%		
	Viernes 22 de abril	0	78	0	0	0	78		
		0,00%	6,90%	0,00%	0,00%	0,00%	6,90%		
	Sábado 23 de abril	0	60	0	0	0	60		
		0,00%	5,30%	0,00%	0,00%	0,00%	5,30%		
	Domingo 24 de abril	0	33	0	0	0	33		
		0,00%	2,90%	0,00%	0,00%	0,00%	2,90%		
	Lunes 25 de abril	0	49	0	0	0	49		
		0,00%	4,40%	0,00%	0,00%	0,00%	4,40%		
	Martes 26 de abril	0	55	0	0	0	55		
		0,00%	4,90%	0,00%	0,00%	0,00%	4,90%		
	Miércoles 27 de abril	0	50	0	0	0	50		
		0,00%	4,40%	0,00%	0,00%	0,00%	4,40%		
	Jueves 28 de abril	0	39	0	0	0	39		
		0,00%	3,50%	0,00%	0,00%	0,00%	3,50%		
	Viernes 29 de abril	0	31	0	0	0	31		
		0,00%	2,80%	0,00%	0,00%	0,00%	2,80%		
	Sábado 30 de abril	0	22	0	0	0	22		
		0,00%	2,00%	0,00%	0,00%	0,00%	2,00%		
	Domingo 1 de mayo	0	25	0	0	0	25		
		0,00%	2,20%	0,00%	0,00%	0,00%	2,20%		
	Lunes 2 de mayo	0	20	0	0	0	20		
		0,00%	1,80%	0,00%	0,00%	0,00%	1,80%		

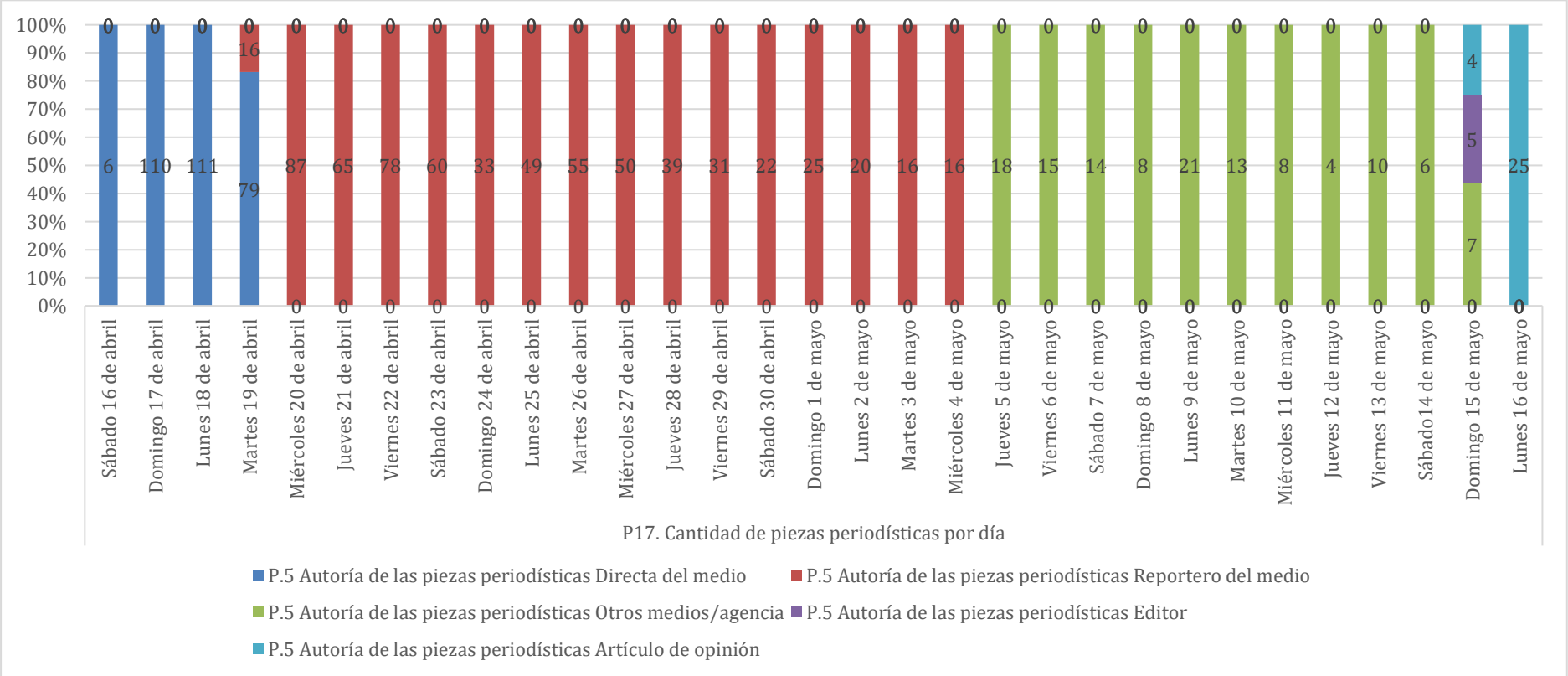
	Martes 3 de mayo	0	16	0	0	0	16		
		0,00%	1,40%	0,00%	0,00%	0,00%	1,40%		
	Miércoles 4 de mayo	0	16	0	0	0	16		
		0,00%	1,40%	0,00%	0,00%	0,00%	1,40%		
	Jueves 5 de mayo	0	0	18	0	0	18		
		0,00%	0,00%	1,60%	0,00%	0,00%	1,60%		
	Viernes 6 de mayo	0	0	15	0	0	15		
		0,00%	0,00%	1,30%	0,00%	0,00%	1,30%		
	Sábado 7 de mayo	0	0	14	0	0	14		
		0,00%	0,00%	1,20%	0,00%	0,00%	1,20%		
	Domingo 8 de mayo	0	0	8	0	0	8		
		0,00%	0,00%	0,70%	0,00%	0,00%	0,70%		
	Lunes 9 de mayo	0	0	21	0	0	21		
		0,00%	0,00%	1,90%	0,00%	0,00%	1,90%		
	Martes 10 de mayo	0	0	13	0	0	13		
		0,00%	0,00%	1,20%	0,00%	0,00%	1,20%		
	Miércoles 11 de mayo	0	0	8	0	0	8		
		0,00%	0,00%	0,70%	0,00%	0,00%	0,70%		
	Jueves 12 de mayo	0	0	4	0	0	4		
		0,00%	0,00%	0,40%	0,00%	0,00%	0,40%		
	Viernes 13 de mayo	0	0	10	0	0	10		
		0,00%	0,00%	0,90%	0,00%	0,00%	0,90%		
	Sábado14 de mayo	0	0	6	0	0	6		
		0,00%	0,00%	0,50%	0,00%	0,00%	0,50%		
	Domingo 15 de mayo	0	0	7	5	4	16		
		0,00%	0,00%	0,60%	0,40%	0,40%	1,40%		
	Lunes 16 de mayo	0	0	0	0	25	25		
		0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	2,20%	2,20%		

***<0.05

Fuente: Elaboración propia (2020)

En la Figura 111, se visualiza de forma sintética como estuvo distribuida la producción de información durante el primer mes después del terremoto. Del 16 al 19 de abril la información se difundió bajo la autoría directa del medio de comunicación. A partir del 20 de abril al 3 de mayo se representó el mayor volumen de información generada por parte de los reporteros del medio, que se movilizaron a los distintos sitios que fueron afectados por el movimiento telúrico. Del 5 de mayo al 15 de mayo en cambio la información estuvo bajo la autoría de otros medios o agencias de noticias. Y se cerró el primer mes de cobertura del terremoto con información producida por el editor del diario o información surgida desde artículos de opinión relacionados a los hechos que venían sucediendo en el país a causa del desastre natural que azotó al país.

Figura 111. *Cantidad de piezas periodísticas por día * autoría de las piezas periodísticas*



Fuente: Elaboración propia (2020)

En la Tabla 81 podemos visualizar el resultado del análisis realizado a la cantidad de información frente al tipo de género informativo emitida por diario *El Comercio* durante los primeros treinta días tras el terremoto. Como ya se indicó en un análisis anterior la mayor producción de información se dio durante las primeras 48 horas después de ocurrido el terremoto. Hay que aclarar que el 16 de abril durante las primeras horas del evento telúrico solo se difundieron 6 piezas periodísticas ($t(6) = 0{,}50$, $p < .05$),en tanto que el 17 de abril y el 18 de abril, se difundió cerca de 221 piezas periodísticas. Todas estuvieron al igual que las del primer día dentro del género informativo, así el 17 se publicó ($t(110) = 9{,}80$, $p < .05$), y el 18 de abril se publicó ($t(111) = 9{,}90$, $p < .05$). a partir del 19 de abril al 2 de mayo se mantuvo la información en el género informativo, con una tendencia a disminuir la cantidad de informaciones por día, por ejemplo el 19 de abril se emitieron ($t(95) = 8{,}40$, $p < .05$), y para el 2 de mayo la cantidad fue de ($t(16) = 1{,}40$, $p < .05$) piezas periodísticas. Del 3 de mayo al 16 de mayo la información se fue dividiendo entre los diversos tipos de géneros, ya no primaba solo el informativo. En este caso el género como reportaje, entrevista, el género de opinión o el género gráfico. El martes 3 de mayo se difundió ($t(13) = 1{,}20$, $p < .05$) piezas periodísticas, el 16 de mayo día del primer mes de terremoto se llegó a difundir ($t(25) = 25{,}0$, $p < .05$).

Tabla 81. Contingencia cantidad de piezas periodísticas por día * tipo de género

		Tipo de género								Total	X^2	P
		Informativo	Crónica	Entrevista	Reportaje	Género de opinión, columna editorial	Artículo firmado	Géneros gráficos	Otros			
Cantidad de piezas periodísticas por día	Sábado 16 de abril	6	0	0	0	0	0	0	0	6	4398,00	0,000***
		0,50%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,50%		
	Domingo 17 de abril	110	0	0	0	0	0	0	0	110		
		9,80%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	9,80%		
	Lunes 18 de abril	111	0	0	0	0	0	0	0	111		
		9,90%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	9,90%		
	Martes 19 de abril	95	0	0	0	0	0	0	0	95		
		8,40%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	8,40%		
	Miércoles 20 de abril	87	0	0	0	0	0	0	0	87		
		7,70%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	7,70%		
	Jueves 21 de abril	65	0	0	0	0	0	0	0	65		
		5,80%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	5,80%		
	Viernes 22 de abril	78	0	0	0	0	0	0	0	78		
		6,90%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	6,90%		

	Sábado 23 de abril	60	0	0	0	0	0	0	0	60		
		5,30%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	5,30%		
	Domingo 24 de abril	33	0	0	0	0	0	0	0	33		
		2,90%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	2,90%		
	Lunes 25 de abril	49	0	0	0	0	0	0	0	49		
		4,40%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	4,40%		
	Martes 26 de abril	55	0	0	0	0	0	0	0	55		
		4,90%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	4,90%		
	Miércoles 27 de abril	50	0	0	0	0	0	0	0	50		
		4,40%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	4,40%		
	Jueves 28 de abril	39	0	0	0	0	0	0	0	39		
		3,50%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	3,50%		
	Viernes 29 de abril	31	0	0	0	0	0	0	0	31		
		2,80%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	2,80%		
	Sábado 30 de abril	22	0	0	0	0	0	0	0	22		
		2,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	2,00%		

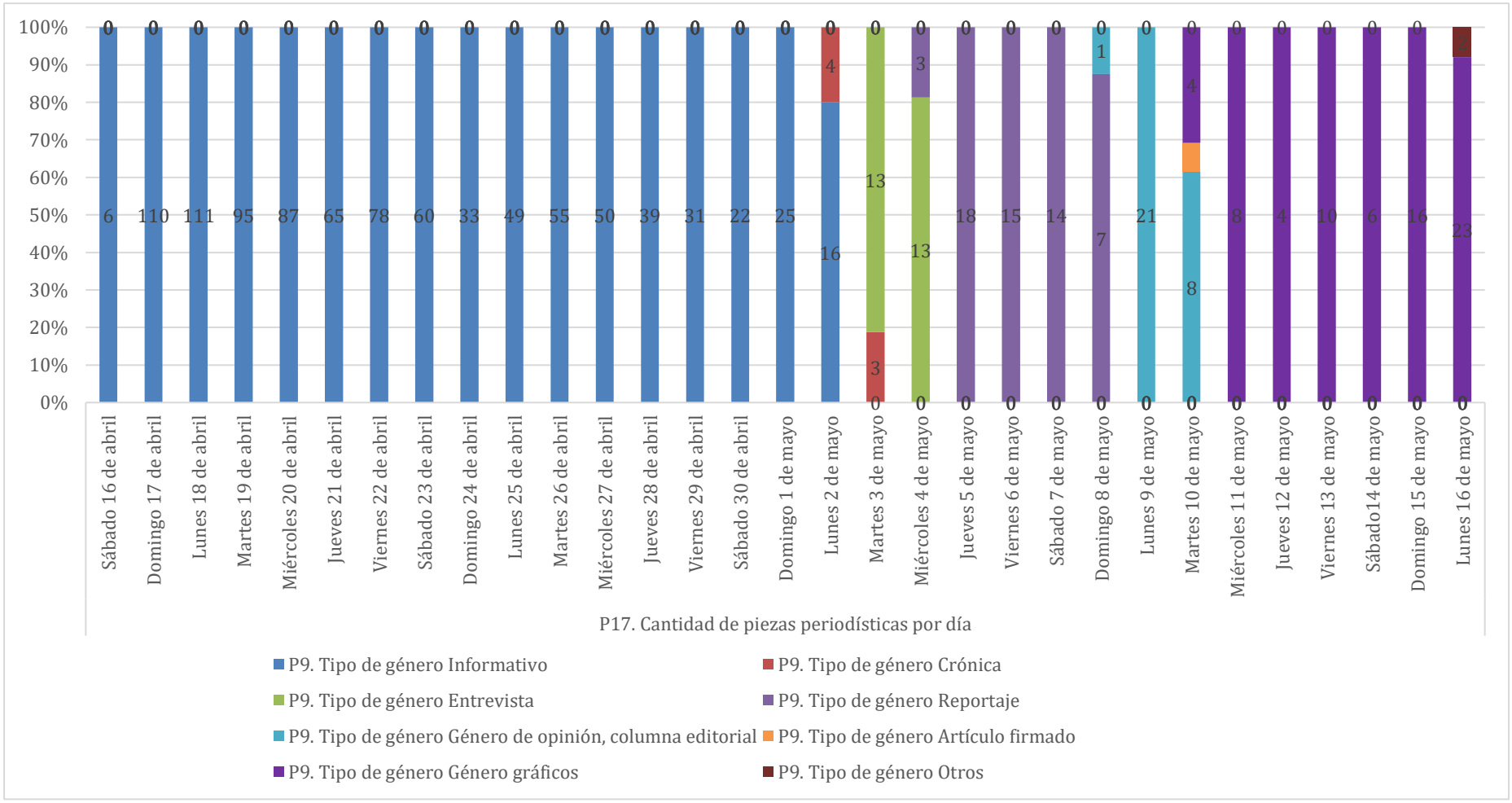
	Domingo 1 de mayo	25	0	0	0	0	0	0	0	25		
		2,20%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	2,20%		
	Lunes 2 de mayo	16	4	0	0	0	0	0	0	20		
		1,40%	0,40%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	1,80%		
	Martes 3 de mayo	0	3	13	0	0	0	0	0	16		
		0,00%	0,30%	1,20%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	1,40%		
	Miércoles 4 de mayo	0	0	13	3	0	0	0	0	16		
		0,00%	0,00%	1,20%	0,30%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	1,40%		
	Jueves 5 de mayo	0	0	0	18	0	0	0	0	18		
		0,00%	0,00%	0,00%	1,60%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	1,60%		
	Viernes 6 de mayo	0	0	0	15	0	0	0	0	15		
		0,00%	0,00%	0,00%	1,30%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	1,30%		
	Sábado 7 de mayo	0	0	0	14	0	0	0	0	14		
		0,00%	0,00%	0,00%	1,20%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	1,20%		
	Domingo 8 de mayo	0	0	0	7	1	0	0	0	8		
		0,00%	0,00%	0,00%	0,60%	0,10%	0,00%	0,00%	0,00%	0,70%		

	Lunes 9 de mayo	0	0	0	0	21	0	0	0	21		
		0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	1,90%	0,00%	0,00%	0,00%	1,90%		
	Martes 10 de mayo	0	0	0	0	8	1	4	0	13		
		0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,70%	0,10%	0,40%	0,00%	1,20%		
	Miércoles 11 de mayo	0	0	0	0	0	0	8	0	8		
		0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,70%	0,00%	0,70%		
	Jueves 12 de mayo	0	0	0	0	0	0	4	0	4		
		0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,40%	0,00%	0,40%		
	Viernes 13 de mayo	0	0	0	0	0	0	10	0	10		
		0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,90%	0,00%	0,90%		
	Sábado 14 de mayo	0	0	0	0	0	0	6	0	6		
		0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,50%	0,00%	0,50%		
	Domingo 15 de mayo	0	0	0	0	0	0	16	0	16		
		0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	1,40%	0,00%	1,40%		
	Lunes 16 de mayo	0	0	0	0	0	0	23	2	25		
		0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	2,00%	0,20%	2,20%		

***<0.05

Fuente: Elaboración propia (2020)

Figura 112. Cantidad de piezas periodísticas por día * tipo de género



Fuente: Elaboración propia (2020)

En la Figura 112 se observa claramente que el género que primó durante las dos primeras semanas tras el terremoto fue el Género Informativo, seguido del Género Gráfico y el Reportaje. Con menor presencia está el Género de Opinión, la Entrevista, la Crónica y el Artículo Firmado.

Cruce de variables de diario *El País*

Con el afán de poder corroborar la información obtenida entre los medios analizados se realizó el cruce de variables aplicando el método de Chi Cuadrado. En está ocasión analizaremos los datos obtenidos del diario *el País* de España, medio que publicó 44 piezas periodísticas a lo largo del mes sobre el terremoto del 16 de abril de Ecuador.

El primer cruce de variables se realizó entre la ubicación de las piezas periodísticas dentro del periódico digital frente al origen de la información.

Tabla 82. Contingencia ubicación de las piezas periodísticas según el tema * origen de la información

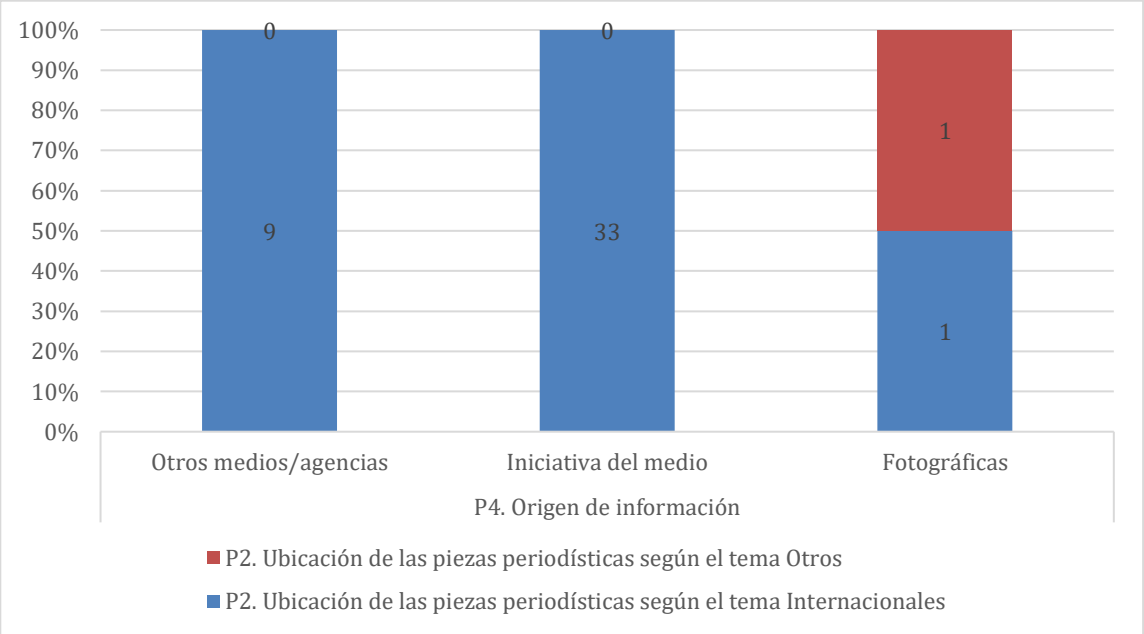
		Origen de información			**Total**	**X^2**	**P**
Ubicación de las piezas periodísticas según el tema		Otros medios/agencias	Iniciativa del medio	Fotográficas			
	Internacionales	9	33	1	43	21,48	0,000***
		20,50%	75,00%	2,30%	97,70%		
	Otros	0	0	1	1		
		0,00%	0,00%	2,30%	2,30%		

***<0.05

Fuente: Elaboración propia (2020)

Tras el primer análisis de diario *El País* se pudo determinar, como se señala en la Tabla 82, que la ubicación de la información sobre el terremoto, está se ubicó en las piezas periodísticas Internacionales teniendo su origen por iniciativa del medio de comunicación un total ($t(33) = 75,0$, $p < .05$), desde otros medios o agencias se publicó ($t(9) = 20,50$, $p < .05$), y desde origen fotográfico ($t(1) = 2,30$, $p < .05$). En tanto que desde otras fuentes tuvo como único origen una pieza periodística fotográfica ($t(1) = 2,30$, $p < .05$).

Figura 113. Ubicación de las piezas periodísticas según el tema * origen de la información



Fuente: Elaboración propia (2020)

Como podemos observar en la Figura 113, el volumen de información de diario *El País* estuvo identificado en la parte de Internacionales del medio digital. Teniendo mayor presencia el origen de información por parte de otros medios/agencias, por iniciativa del medio y con una mínima participación de origen fotográfico.

Tabla 83. Contingencia ubicación de las piezas periodísticas según el tema * pauta informativa

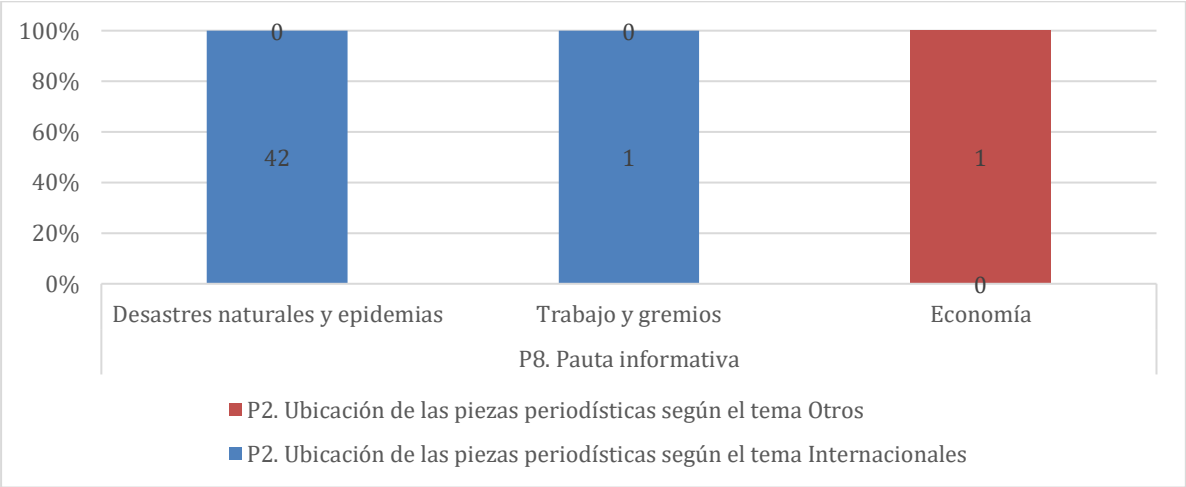
Ubicación de las piezas periodísticas según el tema	**Pauta informativa**				**Total**	**X^2**	**P**
		Desastres naturales y epidemias	Trabajo y gremios	Economía			
	Internacionales	42	1	0	43	44,00	0,000
		95,50%	2,30%	0,00%	97,70%		
	Otros	0	0	1	1		
		0,00%	0,00%	2,30%	2,30%		

***<0.05

Fuente: Elaboración propia (2020)

En la Tabla 83 se analiza la pauta informativa de las piezas periodísticas. En este contexto se pudo determinar que la pauta que tuvo mayor presencia desde el medio español fue Desastres Naturales y Epidemias con ($t(42) = 95{,}50$, $p < .05$), en tanto que desde trabajo y gremios así como desde economía surgió una sola información ($t(1) = 2{,}30$, $p < .05$).

Figura 114. Ubicación de las piezas periodísticas según el tema * pauta informativa



Fuente: Elaboración propia (2020)

En la Figura 114, podemos observar que la pauta informativa de diario *El País* también estuvo centrada en información relacionada con el terremoto, teniendo mayor presencia en la pauta de Desastres naturales y epidemias, así como trabajo y gremios. En tanto que por la ubicación de la información relacionada a la parte de Otros, solo se pudo determinar una información relacionada con la Economía.

Tabla 84. Contingencia ubicación de las piezas periodísticas según el tema * enfoque de las piezas periodísticas

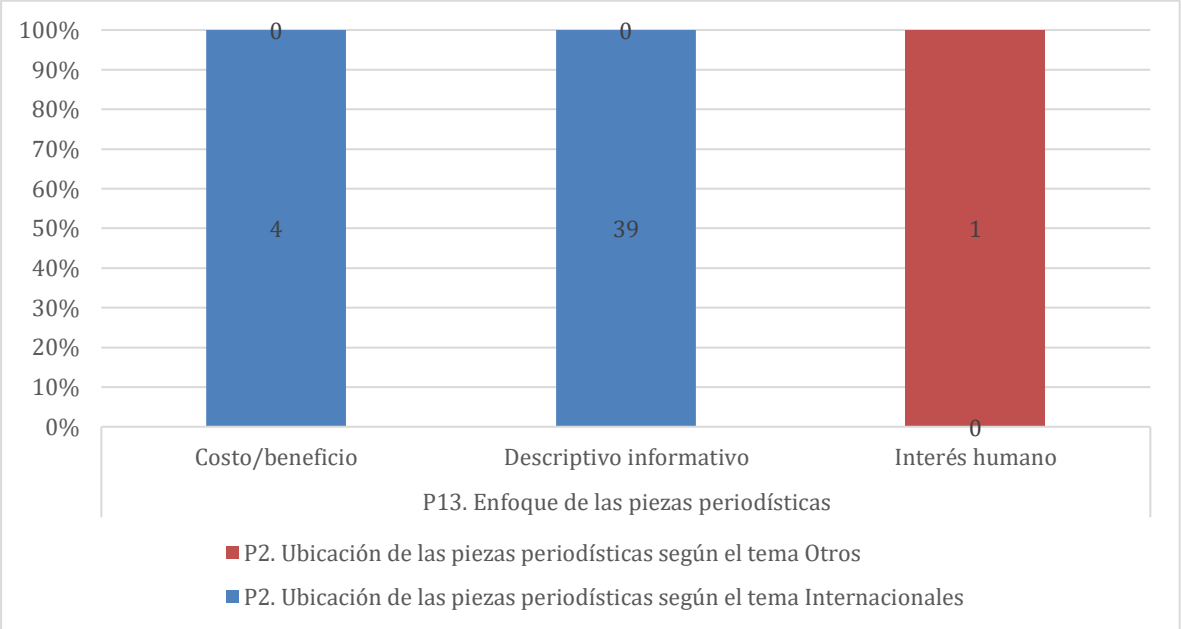
Ubicación de las piezas periodísticas según el tema	**Enfoque de las piezas periodísticas**				**Total**	**X^2**	**P**
		Costo/beneficio	Descriptivo informativo	Interés humano			
	Internacionales	4	39	0	43	44,00	0,000***
		9,10%	88,60%	0,00%	97,70%		
	Otros	0	0	1	1		
		0,00%	0,00%	2,30%	2,30%		

***<0.05

Fuente: Elaboración propia (2020)

En la Tabla 84 analizamos la contingencia entre la ubicación de las piezas periodísticas frente al enfoque de las piezas periodísticas. La información estuvo representada en el enfoque Descriptivo Informativo con un total de ($t(39) = 88,60$, $p < .05$), mientras tanto que en el enfoque de Costo beneficio se localizó ($t(4) = 9,10$, $p < .05$), totas estas piezas periodísticas estuvieron en la sección de internacionales. En la Figura 115 se representa que las piezas periodísticas tuvieron una mayor presencia dentro del enfoque Descriptivo Informativo y de Costo/Beneficio, en tanto que con enfoque de Interés Humano se determinó sólo una pieza periodística.

Figura 115. Ubicación de las piezas periodísticas según el tema * enfoque de las piezas periodísticas



Fuente: Elaboración propia (2020)

Tabla 85. Contingencia ubicación de las piezas periodísticas según el tema * tipo de enlace dentro de las piezas periodísticas

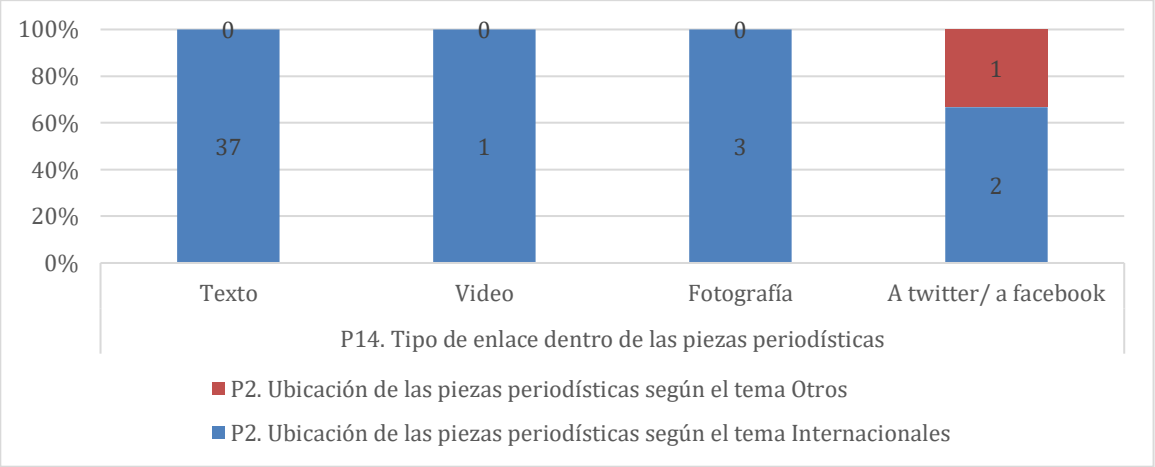
	Tipo de enlace dentro de las piezas periodísticas					Total	X^2	P
Ubicación de las piezas periodísticas según el tema		Texto	Video	Fotografía	A *Twitter*/ a *Facebook*			
	Internacionales	37	1	3	2	43	13,98	0,003**
		84,10%	2,30%	6,80%	4,50%	97,70%		
	Otros	0	0	0	1	1		
		0,00%	0,00%	0,00%	2,30%	2,30%		

**<0.01

Fuente: Elaboración propia (2020)

En la Tabla 85, señalamos el tipo de enlace que se pudo encontrar dentro de cada una de las piezas periodísticas analizadas en la sección internacionales del medio, determinando así la presencia del enlace directo a texto con ($t(37) = 84,10$, $p < .05$), enlaces a fotografía se encontró ($t(3) = 6,80$, $p < .05$), enlaces hacia redes sociales como *Twitter* y *Facebook* encontramos ($t(2) = 4,50$, $p < .05$). Tal como se gráfica en la Figura 116 los enlaces que mayor presencia tuvieron fueron el texto, el video y la fotografía, además de enlaces hacia las redes sociales.

Figura 116. Ubicación de las piezas periodísticas según el tema * tipo de enlace dentro de las piezas periodísticas



Fuente: Elaboración propia (2020)

Tabla 86. Contingencia pauta informativa * tipo de género

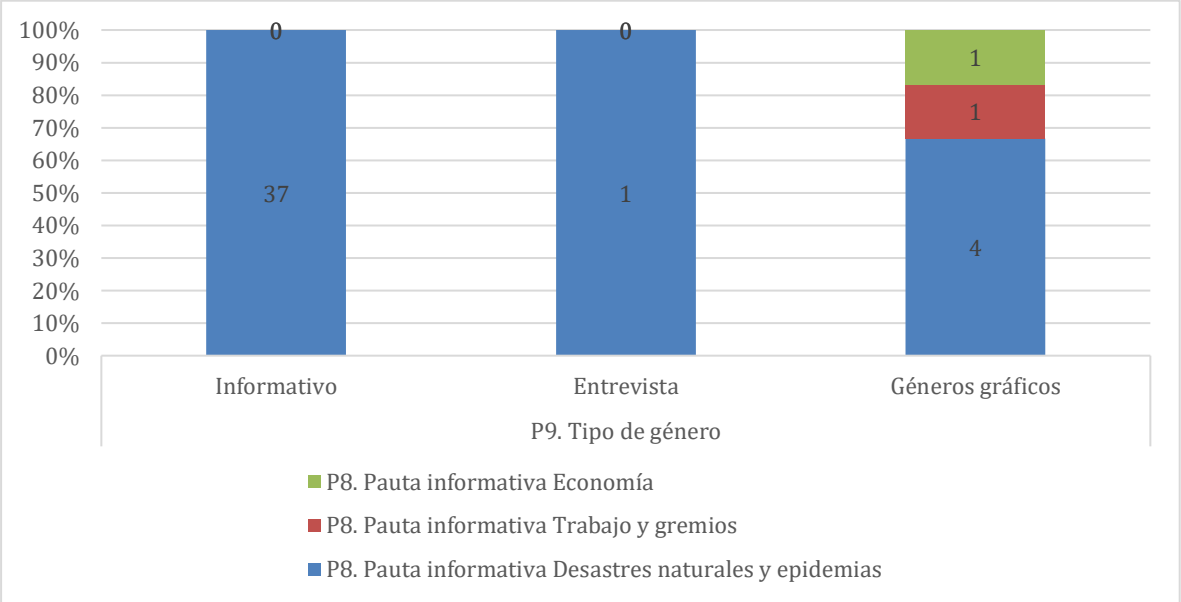
	Tipo de género				Total	X^2	P
		Informativo	Entrevista	Géneros gráficos			
Pauta informativa	Desastres naturales y epidemias	37	1	4	42	13,27	0,010**
		84,10%	2,30%	9,10%	95,50%		
	Trabajo y gremios	0	0	1	1		
		0,00%	0,00%	2,30%	2,30%		
	Economía	0	0	1	1		
		0,00%	0,00%	2,30%	2,30%		

**<0.05

Fuente: Elaboración propia (2020)

En la Tabla 86 determinamos el tipo de género frente a la pauta informativa. Del total de piezas periodísticas analizadas, un total de ($t(37) = 84,10$, $p < .05$) se ubicaron en el género informativo teniendo como pauta principal la de Desastre naturales y epidemias, además dentro de esta misma pauta se encontró el género gráfico con ($t(4) = 9,10$, $p < .05$) y la entrevista con ($t(1) = 2,30$, $p < .05$). El género gráfico también estuvo representado dentro de la pauta informativa de Economía, trabajo y gremio con ($t(1) = 2,30$, $p < .05$) noticia. En la siguiente Figura 117, se representa que la Pauta informativa Desastres Naturales y Epidemia tuvo mayor relevancia entre los géneros Informativo, entrevista y género gráfico. Teniendo poca presencia la pauta de Economía y la de Trabajo y Gremios.

Figura 117. Pauta informativa * tipo de género



Fuente: Elaboración propia (2020)

Tabla 87. Contingencia tipo de género * autoría de las piezas periodísticas

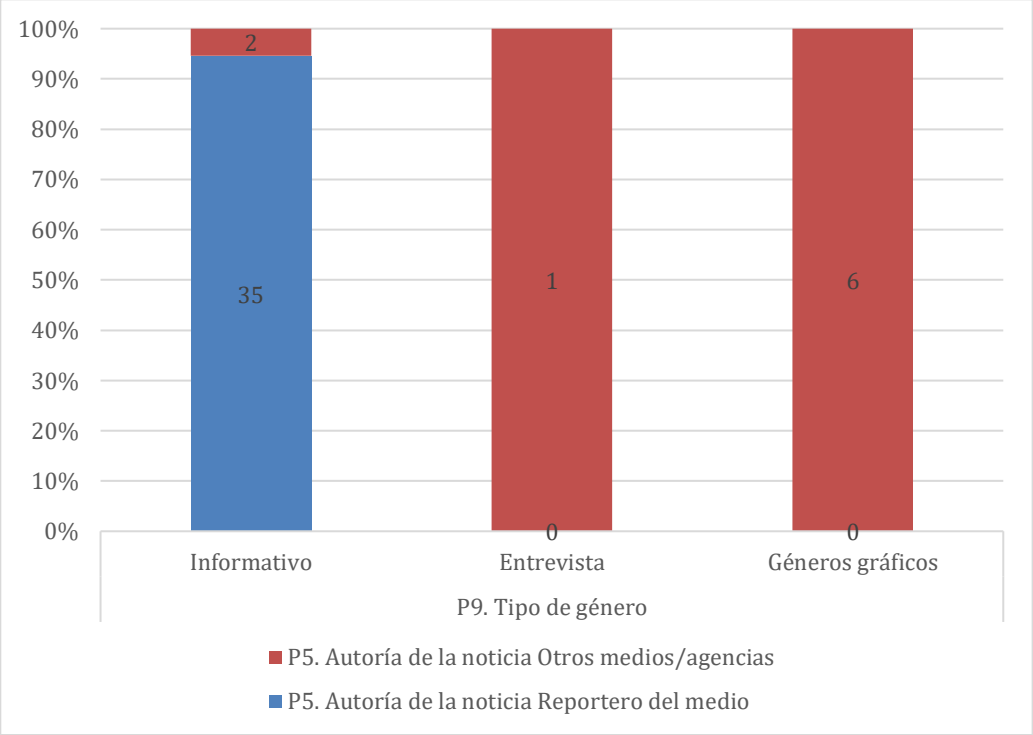
	Autoría de las piezas periodísticas			Total	X^2	P
		Reportero del medio	Otros medios/agencias			
Tipo de género	Informativo	35	2	37	32,37	0,000***
		79,50%	4,50%	84,10%		
	Entrevista	0	1	1		
		0,00%	2,30%	2,30%		
	Géneros gráficos	0	6	6		
		0,00%	13,60%	13,60%		

***<0.05

Fuente: Elaboración propia (2020)

En la Tabla 87 representamos el cruce de la variable tipo de género frente a la autoría de las piezas periodísticas. Los tipos de géneros más representativos por diario *El País* fue el informativo con ($t(33) = 79,50$, $p < .05$), esta información surgió desde los reporteros del medio, en tanto que desde otros medios/agencias en el género informativo surgieron sólo ($t(2) = 4,50$, $p < .05$), entrevistas ($t(1) = 2,30$, $p < .05$) y desde los géneros gráficos hubo ($t(6) = 13,60$, $p < .05$). En la siguiente Figura 118 se representa la cantidad de información emitida por diario *El País*, entre los géneros que más publicó fue el Informativo, seguido de la Entrevista y el Género Gráfico.

Figura 118. Tipo de género * autoría de las piezas periodísticas



Fuente: Elaboración propia (2020)

Tabla 88. Contingencia tipo de género * tipos de fuente

	Tipos de fuente				Total	X^2	P
		Gubernamental	Oficiales públicas	Oficiales privadas			
Tipo de género	Informativo	18	6	13	37	9,98	0,041*
		40,90%	13,60%	29,50%	84,10%		
	Entrevista	0	0	1	1		
		0,00%	0,00%	2,30%	2,30%		
	Géneros gráficos	0	0	6	6		
		0,00%	0,00%	13,60%	13,60%		

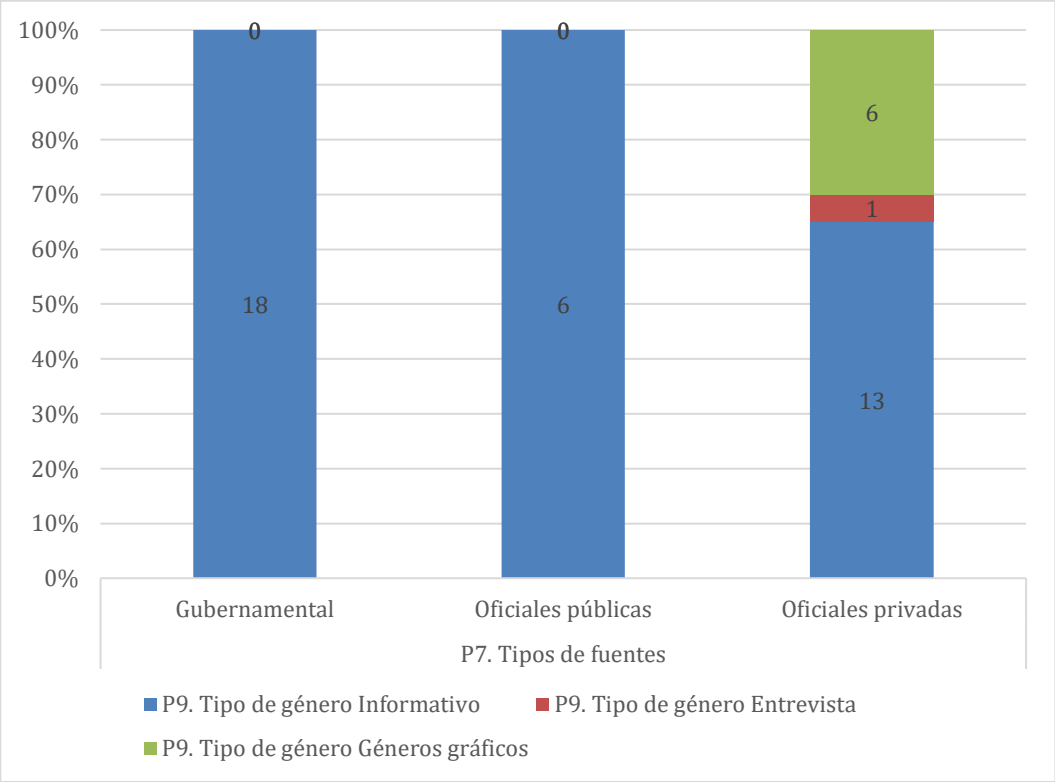
*<0.05

Fuente: Elaboración propia (2020)

En la Tabla 88, observamos los tipos de fuentes que más utilizó el medio español para sustentar la información que emitió sobre el terremoto. Desde el género informativo la cantidad de piezas periodísticas que utilizaron las fuentes Gubernamentales fueron ($t(18) = 40,90$, $p < .05$), la oficiales públicas con ($t(6) = 13,60$, $p < .05$) y las oficiales privadas con ($t(13) = 29,50$, $p < .05$). En tanto que el género gráfico utilizó las fuentes privadas en ($t(6) = 13,60$, $p < .05$) piezas periodísticas y el género de la entrevista utilizó la fuente oficial privada en ($t(1) = 2,30$, $p < .05$) pieza periodística.

En la siguiente Figura 119 se representa que el género informativo fue el de mayor uso entre los tipos de fuentes Gubernamentales, Oficiales Públicas y Oficiales Privadas entre las piezas periodísticas publicadas; en tanto que el Género Gráficos y la Entrevista utilizaron las fuentes oficiales privadas en un número mínimo de piezas periodísticas.

Figura 119. Tipo de fuente * tipo de género



Fuente: Elaboración propia (2020)

Tabla 89. Contingencia tipo de género * elementos gráficos dentro de las piezas periodísticas

	Elementos Gráficos dentro de las piezas periodísticas				Total	X^2	P
		Fotografía	Ninguno	Video			
Tipo de género	Informativo	29	1	7	37	17,83	0,001***
		65,90%	2,30%	15,90%	84,10%		
	Entrevista	0	0	1	1		
		0,00%	0,00%	2,30%	2,30%		
	Géneros gráficos	0	0	6	6		
		0,00%	0,00%	13,60%	13,60%		

***<0.05

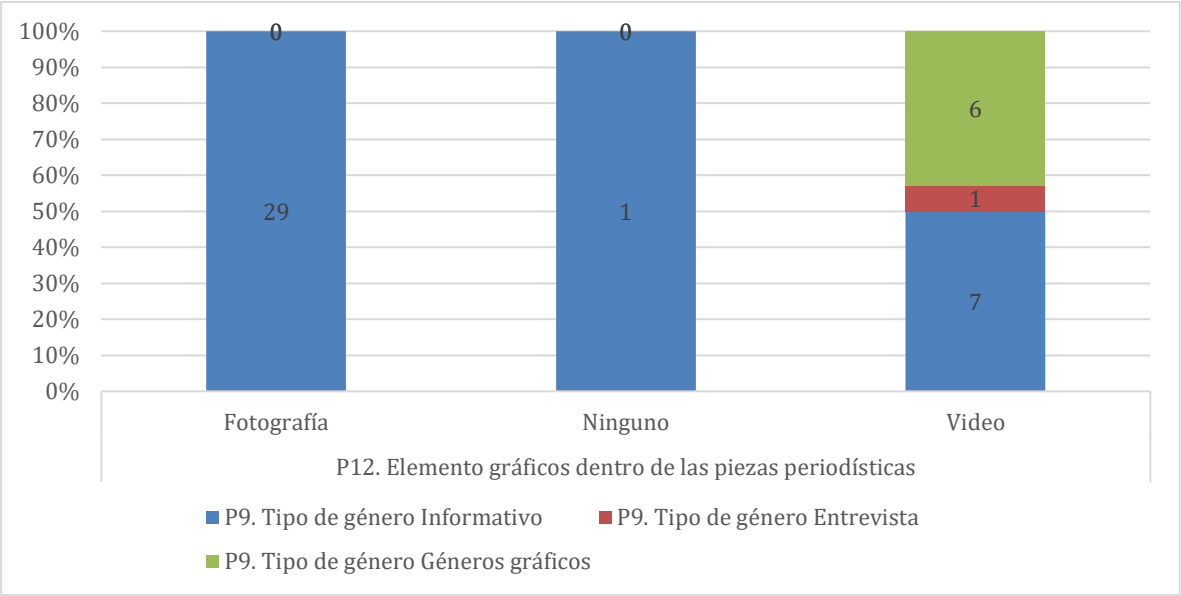
Fuente: Elaboración propia (2020)

Al analizar los elementos gráficos utilizados en las piezas periodísticas en la Tabla 89 de acuerdo con el tipo de género, se pudo determinar que la Fotografía tuvo mayor presencia en el tipo de género informativo con un total de ($t(29) = 65,90$, $p < .05$) piezas periodísticas, al igual que el video dentro del mismo género con ($t(7) = 15,90$, $p < .05$), el video también estuvo presente en los géneros gráficos con ($t(6) = 13,60$, $p < .05$) y en la entrevista con ($t(1) = 2,30$, $p < .05$).

En la Figura 120 que sigue, se representa a la fotografía y al video como los elementos gráficos más utilizados dentro de las piezas periodísticas, la entrevista y el género gráfico

con una participación mínima fue parte de los elementos gráficos utilizados. En tanto que en 1 noticia no se utilizó ningún tipo de elemento gráfico.

Figura 120. Tipo de género * elementos gráficos dentro de las piezas periodísticas



Fuente: Elaboración propia (2020)

Tabla 90. Contingencia cantidad de piezas periodísticas por día * autoría de las piezas periodísticas

		Autoría de las piezas periodísticas		Total	X^2	P
		Reportero del medio	Otros medios/agencias			
Cantidad de piezas periodísticas por día	Domingo 17 de abril	1	0	1	44,00	0,000***
		2,30%	0,00%	2,30%		
	Lunes 18 de abril	12	0	12		
		27,30%	0,00%	27,30%		
	Martes 19 de abril	4	0	4		
		9,10%	0,00%	9,10%		
	Miércoles 20 de abril	5	0	5		
		11,40%	0,00%	11,40%		
	Jueves 21 de abril	3	0	3		
		6,80%	0,00%	6,80%		
	Viernes 22 de abril	4	0	4		
		9,10%	0,00%	9,10%		
	Sábado 23 de abril	4	0	4		
		9,10%	0,00%	9,10%		
	Lunes 25 de abril	2	0	2		

		4,50%	0,00%	4,50%		
	Martes 26 de abril	0	1	1		
		0,00%	2,30%	2,30%		
	Miércoles 27 de abril	0	2	2		
		0,00%	4,50%	4,50%		
	Jueves 28 de abril	0	2	2		
		0,00%	4,50%	4,50%		
	Jueves 5 de mayo	0	1	1		
		0,00%	2,30%	2,30%		
	Lunes 9 de mayo	0	1	1		
		0,00%	2,30%	2,30%		
	Lunes 16 de mayo	0	2	2		
		0,00%	4,50%	4,50%		

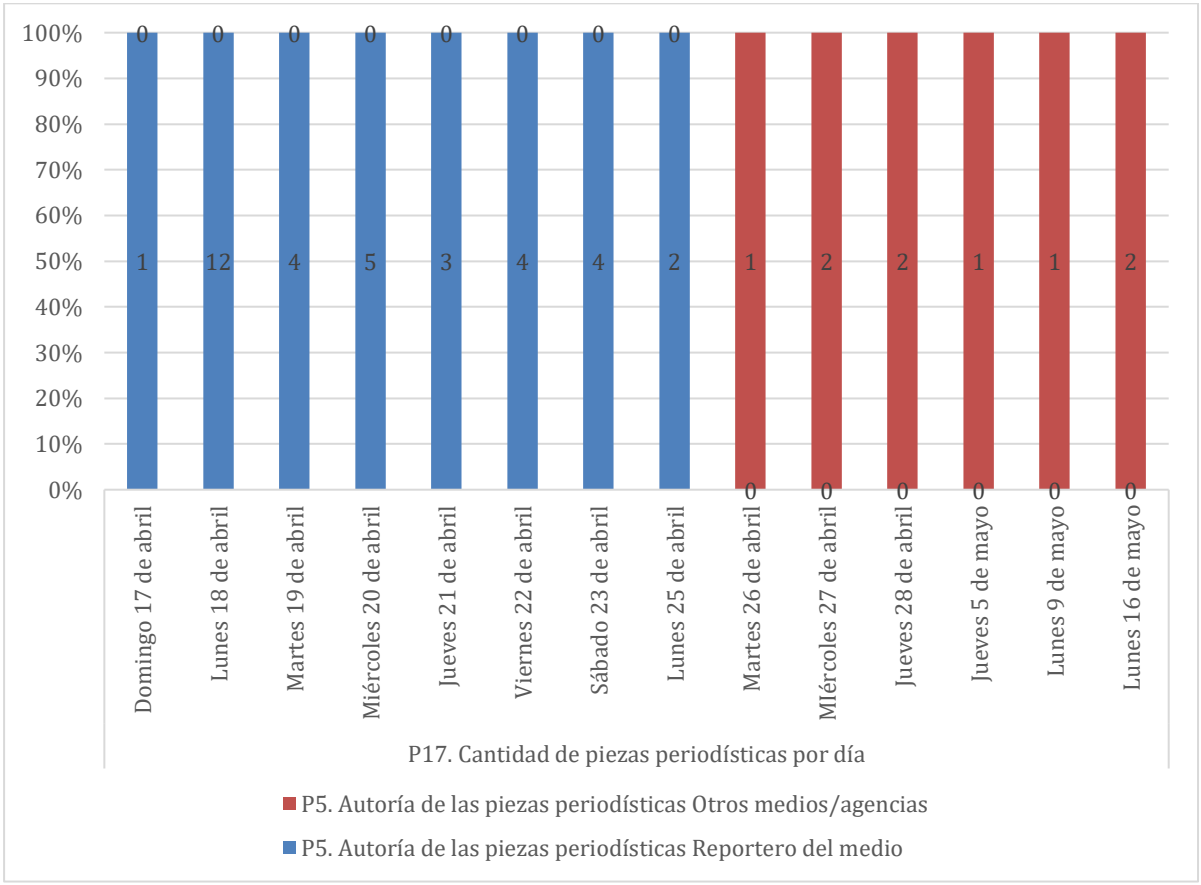
***<0.05

Fuente: Elaboración propia (2020)

En la Tabla 90 se presenta el análisis de las piezas periodísticas publicadas por día durante el primer mes por parte de diario *El País*, se pudo determinar que por la variación de horario entre los continentes el mayor número de información se presentó cerca de 24 horas después de ocurrido el terremoto. El 17 de abril se publicó sólo ($t(1) = 2{,}30$, $p < .05$) piezas periodísticas, en tanto que el lunes 18 de abril se publicaron ($t(12) = 27{,}30$, $p < .05$), a partir del 19 de abril al 23 de abril, esto durante la primera semana se mantuvo un promedio de 4 piezas periodísticas por día ($t(4) = 9{,}10$, $p < .05$). La autoría de la información que se emitió durante la primera semana fue por parte de los reporteros del medio. A partir del 25 de abril al 16 de mayo la producción de información disminuyo a un mínimo de ($t(2) = 4{,}50$, $p < .05$) y ($t(1) = 2{,}30$, $p < .05$) por día. La autoría de la información ya surgió desde otros medios o agencias de noticias además de las publicadas por los reporteros del diario.

Tal como se representa en la siguiente Figura 121, del 17 de abril al 25 de abril la producción de información estuvo a cargo de los reporteros del medio, y del 26 de abril al 16 de mayo fue información publicada en su mayoría por otros medios o agencias de noticias con las que trabaja diario *el País*. Sin embargo, la publicación no fue continúa, hubo días que no se publicó ninguna pieza periodística relacionada con el terremoto de Ecuador.

Figura 121. Cantidad de piezas periodísticas por día * autoría de las piezas periodísticas



Fuente: Elaboración propia (2020)

Cruce de variable Plataforma *Facebook*

A continuación se realizará el análisis de los datos obtenidos de las cuentas públicas de la red social de *Facebook*, a través del seguimiento de las publicaciones se busca determinar el impacto directo que genero el terremoto sobre la población de Ecuador y el mundo mediante las reacciones que los usuarios manifestaban en la red social.

Tabla 91. Contingencia publicaciones por día * tipo de usuario

	Tipo de usuario			**Total**	**X^2**	**P**
	Hombre	Mujer	Fan page			
Publicaciones por día						
Sábado 16 de abril	127	0	0	127	1874,33	0,000***
	11,00%	0,00%	0,00%	11,00%		
Domingo 17 de abril	191	35	0	226		
	16,50%	3,00%	0,00%	19,60%		
Lunes 18 de abril	0	91	0	91		
	0,00%	7,90%	0,00%	7,90%		
Martes 19 de abril	0	46	23	69		
	0,00%	4,00%	2,00%	6,00%		
Miércoles 20 de abril	0	0	63	63		
	0,00%	0,00%	5,50%	5,50%		
Jueves 21 de abril	0	0	41	41		
	0,00%	0,00%	3,50%	3,50%		
Viernes 22 de abril	0	0	34	34		
	0,00%	0,00%	2,90%	2,90%		
Sábado 23 de abril	0	0	21	21		
	0,00%	0,00%	1,80%	1,80%		
Domingo 24 de abril	0	0	18	18		
	0,00%	0,00%	1,60%	1,60%		
Lunes 25 de abril	0	0	73	73		
	0,00%	0,00%	6,30%	6,30%		
Martes 26 de abril	0	0	14	14		
	0,00%	0,00%	1,20%	1,20%		
Miércoles 27 de abril	0	0	5	5		
	0,00%	0,00%	0,40%	0,40%		
Jueves 28 de abril	0	0	21	21		
	0,00%	0,00%	1,80%	1,80%		
Viernes 29 de abril	0	0	8	8		
	0,00%	0,00%	0,70%	0,70%		
Sábado 30 de abril	0	0	3	3		
	0,00%	0,00%	0,30%	0,30%		
Domingo 1 de mayo	0	0	23	23		
	0,00%	0,00%	2,00%	2,00%		
Lunes 2 de mayo	0	0	15	15		
	0,00%	0,00%	1,30%	1,30%		
Martes 3 de mayo	0	0	13	13		
	0,00%	0,00%	1,10%	1,10%		
Miércoles 4 de mayo	0	0	23	23		
	0,00%	0,00%	2,00%	2,00%		
Jueves 5 de mayo	0	0	31	31		

		0,00%	0,00%	2,70%	2,70%		
	Viernes 6 de mayo	0	0	24	24		
		0,00%	0,00%	2,10%	2,10%		
	Sábado 7 de mayo	0	0	17	17		
		0,00%	0,00%	1,50%	1,50%		
	Domingo 8 de mayo	0	0	9	9		
		0,00%	0,00%	0,80%	0,80%		
	Lunes 9 de mayo	0	0	15	15		
		0,00%	0,00%	1,30%	1,30%		
	Martes 10 de mayo	0	0	19	19		
		0,00%	0,00%	1,60%	1,60%		
	Miércoles 11 de mayo	0	0	47	47		
		0,00%	0,00%	4,10%	4,10%		
	Jueves 12 de mayo	0	0	19	19		
		0,00%	0,00%	1,60%	1,60%		
	Viernes 13 de mayo	0	0	14	14		
		0,00%	0,00%	1,20%	1,20%		
	Sábado 14 de mayo	0	0	12	12		
		0,00%	0,00%	1,00%	1,00%		
	Domingo 15 de mayo	0	0	10	10		
		0,00%	0,00%	0,90%	0,90%		
	Lunes 16 de mayo	0	0	50	50		
		0,00%	0,00%	4,30%	4,30%		

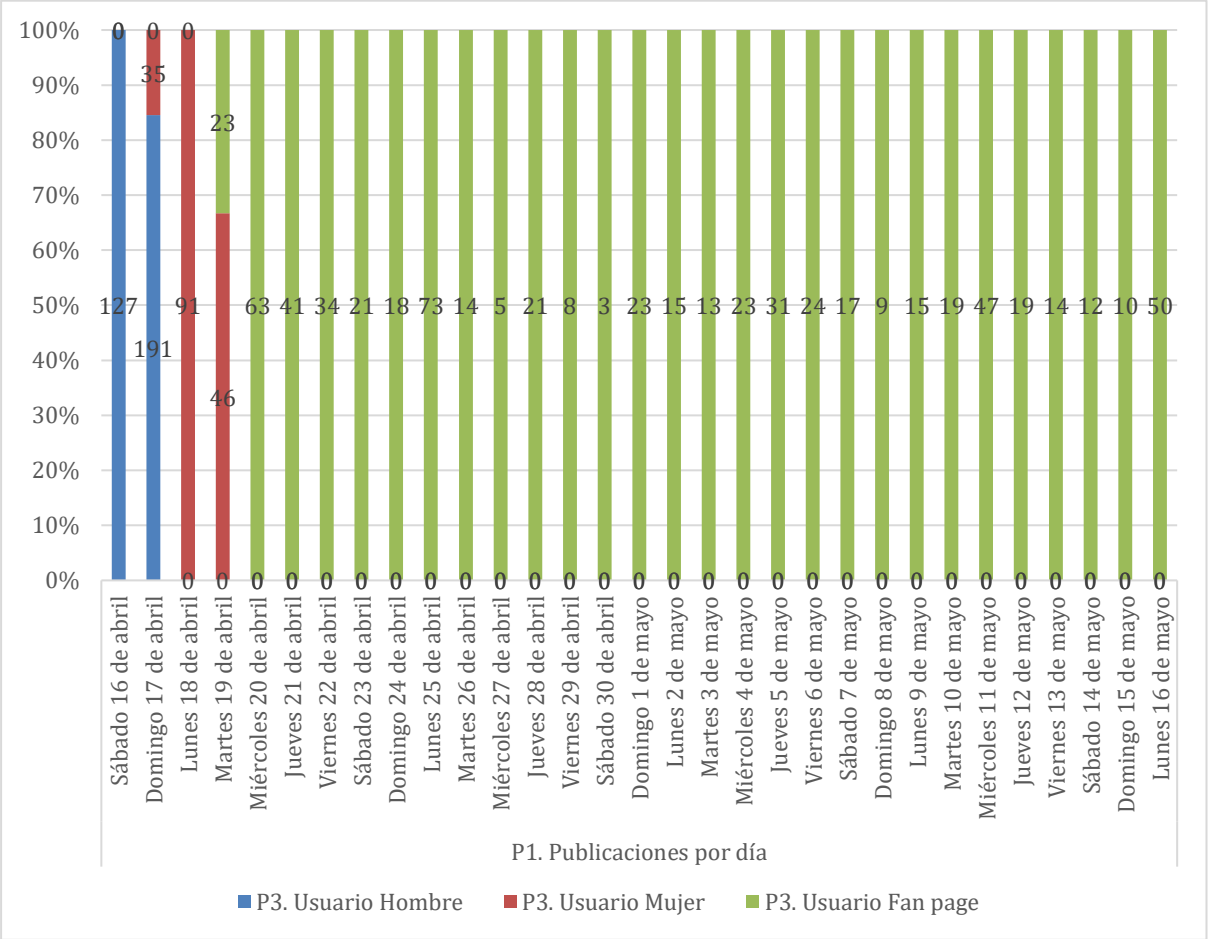
***<0.05

Fuente: Elaboración propia (2020)

En la Tabla 91 se aplicó el Chi Cuadrado con el cruce de las variables de la cantidad de publicaciones por día frente al tipo de usuario. Así, se pudo determinar los siguientes resultados. Se pudo detectar cuentas públicas el 16 y 17 de abril. Los hombres realizaron un total de publicaciones de ($t(318) = 27{,}50$, $p < .05$), en tanto que las mujeres tuvieron un nivel de participación el día 17 de abril con ($t(35) = 3{,}00$, $p < .05$), lunes 18 de abril ($t(91) = 7{,}90$, $p < .05$) y el martes 19 de abril con ($t(46) = 4{,}00$, $p < .05$). La mayor participación en la red social de *Facebook* se detectó a través de las cuentas de Fan Page. Del 19 de abril al 16 de mayo de 2016, se detectó 665 publicaciones a través de este tipo de páginas. El martes 19 de abril se publicaron ($t(23) = 2{,}00$, $p < .05$). El día de mayor publicación fue el 20 de abril con ($t(63) = 5{,}50$, $p < .05$) y el lunes 25 de abril con ($t(73) = 6{,}30$, $p < .05$). El resto de días el nivel de publicaciones se mantenía en un promedio de 10 a 40 publicaciones por día. El 25 de abril se registraron tal cantidad de publicaciones, debido a que ese día se registró una réplica del terremoto con una magnitud de cerca de 6 grados.

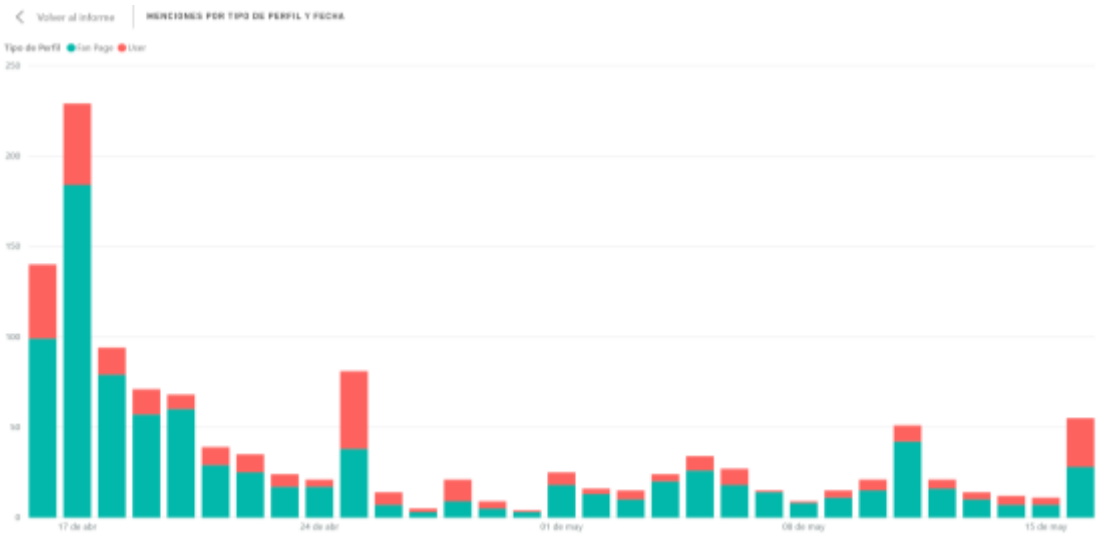
A través de las siguientes Figura 122 y 123 se puede observar el nivel de participación entre hombres, mujer y usuarios de *Fan Page*. Los dos primeros días fueron las publicaciones de los hombres las que tenían mayor participación, en tanto que los siguientes dos días fueron las mujeres las que registraban una mayor participación. A partir del quinto día la participación fue mayor de los usuarios de cuentas de fan page, estas fueron creadas con temáticas alusivas al terremoto o formaban parte de organizaciones que buscaban dar una voz de aliento a los damnificados y afectados del terremoto.

Figura 122. Publicaciones por día * tipo de usuario



Fuente: Elaboración propia (2020)

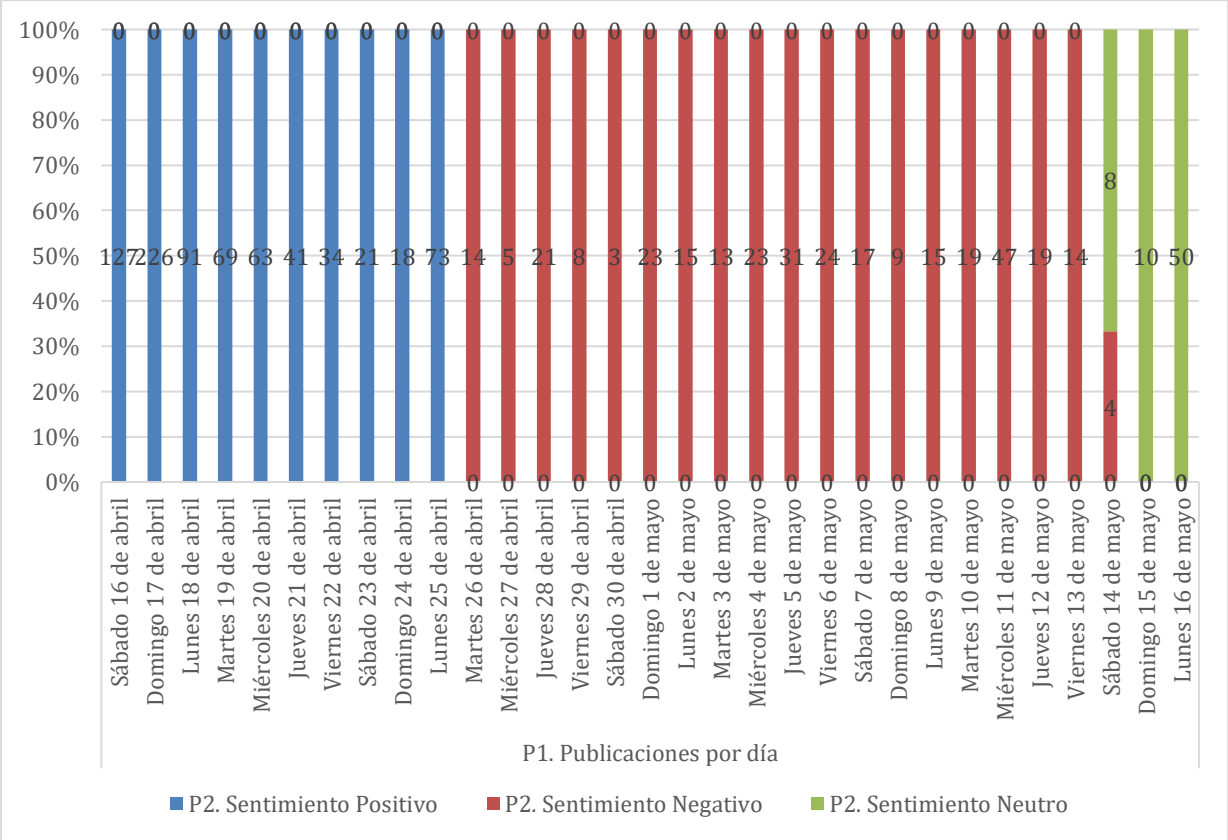
Figura 123. Publicaciones por día * tipo de usuario



Fuente: Elaboración propia (2020)

En la siguiente Figura 124 se representa el nivel de sentimiento que expresaban los usuarios en las publicaciones. El sentimiento positivo, negativo o neutro se determinaba por la coyuntura de la información que se iba generando de acuerdo con los hechos que iban suscitando tras el terremoto. Del 16 de abril al 25 de abril se puede detectar un sentimiento positivo ante las publicaciones, esto debido a que se daban las ayudas a las personas afectadas, además de la colaboración que llegaba del exterior hacia Ecuador, o los voluntarios que arribaban a brindar su ayuda. Durante estos días se dieron algunos rescates de sobrevivientes que habían quedado atrapados entre los escombros y eso generaba reacciones positivas en la gente. A partir del 26 de abril al 13 de mayo, se registra un sentimiento más negativo frente a las publicaciones por cuanto los hechos ya iban cambiando y la situación de lo ocurrido se iba agravando. El número de fallecidos iba aumentando, las cifras de pérdidas y reconstrucción se elevaban frente al gasto público, ocurrieron algunos robos de los víveres que se enviaba a los damnificados. Estas consecuencias generaban rechazo en la población, lo que provocó que se mantenga un sentimiento negativo en los mensajes. Por otro lado, el sentimiento neutro por parte de la población se detectó en los últimos días del primer mes de ocurrido el desastre natural en la costa ecuatoriana.

Figura 124. Publicación por día * al sentimiento



Fuente: Elaboración propia (2020)

En la Tabla 92 se realiza el cruce de variables del tipo de publicaciones frente al número de publicaciones por día. Los tipos de publicaciones presentes en la red social *Facebook* fueron texto, imagen, mensaje de ánimo, link, video, consejo, llamado a la acción y concurso. El 16 de abril se publicaron ($t(127) = 11{,}00$, $p < .05$), entre texto e imagen. El 17 de abril se identificaron ($t(226) = 19{,}60$, $p < .05$) sólo imágenes. A partir del 19 de abril se

comparten mensajes de ánimo ($t(51) = 4{,}40$, $p < .05$) estos buscaban dar un aliento a las personas que habían sido afectadas por el terremoto. El video comienza a tener presencia a partir del 4 de mayo con 22 publicaciones ($t(22) = 1{,}90$, $p < .05$). Los Link como enlaces hacía lo que ocurría se publican a partir del 19 de abril ($t(12) = 1{,}00$, $p < .05$). El día que más Link se publicaron fue el 25 de abril con ($t(73) = 6{,}30$, $p < .05$) publicaciones.

Tabla 92. Contingencia publicaciones por día * tipo de publicaciones

	Tipo de publicación									Total	X	P
		Texto	Imagen	Mensaje de ánimo	Link	Video	Consejo	Llamado a la acción	Concurso			
Publicaciones por día	Sábado 16 de abril	122	5	0	0	0	0	0	0	127	4814,16	0,000***
		10,60%	0,40%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	11,00%		
	Domingo 17 de abril	0	226	0	0	0	0	0	0	226		
		0,00%	19,60%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	19,60%		
	Lunes 18 de abril	0	91	0	0	0	0	0	0	91		
		0,00%	7,90%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	7,90%		
	Martes 19 de abril	0	6	51	12	0	0	0	0	69		
		0,00%	0,50%	4,40%	1,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	6,00%		
	Miércoles 20 de abril	0	0	0	63	0	0	0	0	63		
		0,00%	0,00%	0,00%	5,50%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	5,50%		
	Jueves 21 de abril	0	0	0	41	0	0	0	0	41		
		0,00%	0,00%	0,00%	3,50%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	3,50%		
	Viernes 22 de abril	0	0	0	34	0	0	0	0	34		
		0,00%	0,00%	0,00%	2,90%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	2,90%		

	Sábado 23 de abril	0	0	0	21	0	0	0	0	21		
		0,00%	0,00%	0,00%	1,80%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	1,80%		
	Domingo 24 de abril	0	0	0	18	0	0	0	0	18		
		0,00%	0,00%	0,00%	1,60%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	1,60%		
	Lunes 25 de abril	0	0	0	73	0	0	0	0	73		
		0,00%	0,00%	0,00%	6,30%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	6,30%		
	Martes 26 de abril	0	0	0	14	0	0	0	0	14		
		0,00%	0,00%	0,00%	1,20%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	1,20%		
	Miércoles 27 de abril	0	0	0	5	0	0	0	0	5		
		0,00%	0,00%	0,00%	0,40%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,40%		
	Jueves 28 de abril	0	0	0	21	0	0	0	0	21		
		0,00%	0,00%	0,00%	1,80%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	1,80%		
	Viernes 29 de abril	0	0	0	8	0	0	0	0	8		
		0,00%	0,00%	0,00%	0,70%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,70%		
	Sábado 30 de abril	0	0	0	3	0	0	0	0	3		
		0,00%	0,00%	0,00%	0,30%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,30%		
	Domingo 1 de mayo	0	0	0	23	0	0	0	0	23		

		0,00%	0,00%	0,00%	2,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	2,00%		
	Lunes 2 de mayo	0	0	0	15	0	0	0	0	15		
		0,00%	0,00%	0,00%	1,30%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	1,30%		
	Martes 3 de mayo	0	0	0	13	0	0	0	0	13		
		0,00%	0,00%	0,00%	1,10%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	1,10%		
	Miércoles 4 de mayo	0	0	0	1	22	0	0	0	23		
		0,00%	0,00%	0,00%	0,10%	1,90%	0,00%	0,00%	0,00%	2,00%		
	Jueves 5 de mayo	0	0	0	0	31	0	0	0	31		
		0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	2,70%	0,00%	0,00%	0,00%	2,70%		
	Viernes 6 de mayo	0	0	0	0	24	0	0	0	24		
		0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	2,10%	0,00%	0,00%	0,00%	2,10%		
	Sábado 7 de mayo	0	0	0	0	17	0	0	0	17		
		0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	1,50%	0,00%	0,00%	0,00%	1,50%		
	Domingo 8 de mayo	0	0	0	0	9	0	0	0	9		
		0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,80%	0,00%	0,00%	0,00%	0,80%		
	Lunes 9 de mayo	0	0	0	0	15	0	0	0	15		
		0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	1,30%	0,00%	0,00%	0,00%	1,30%		

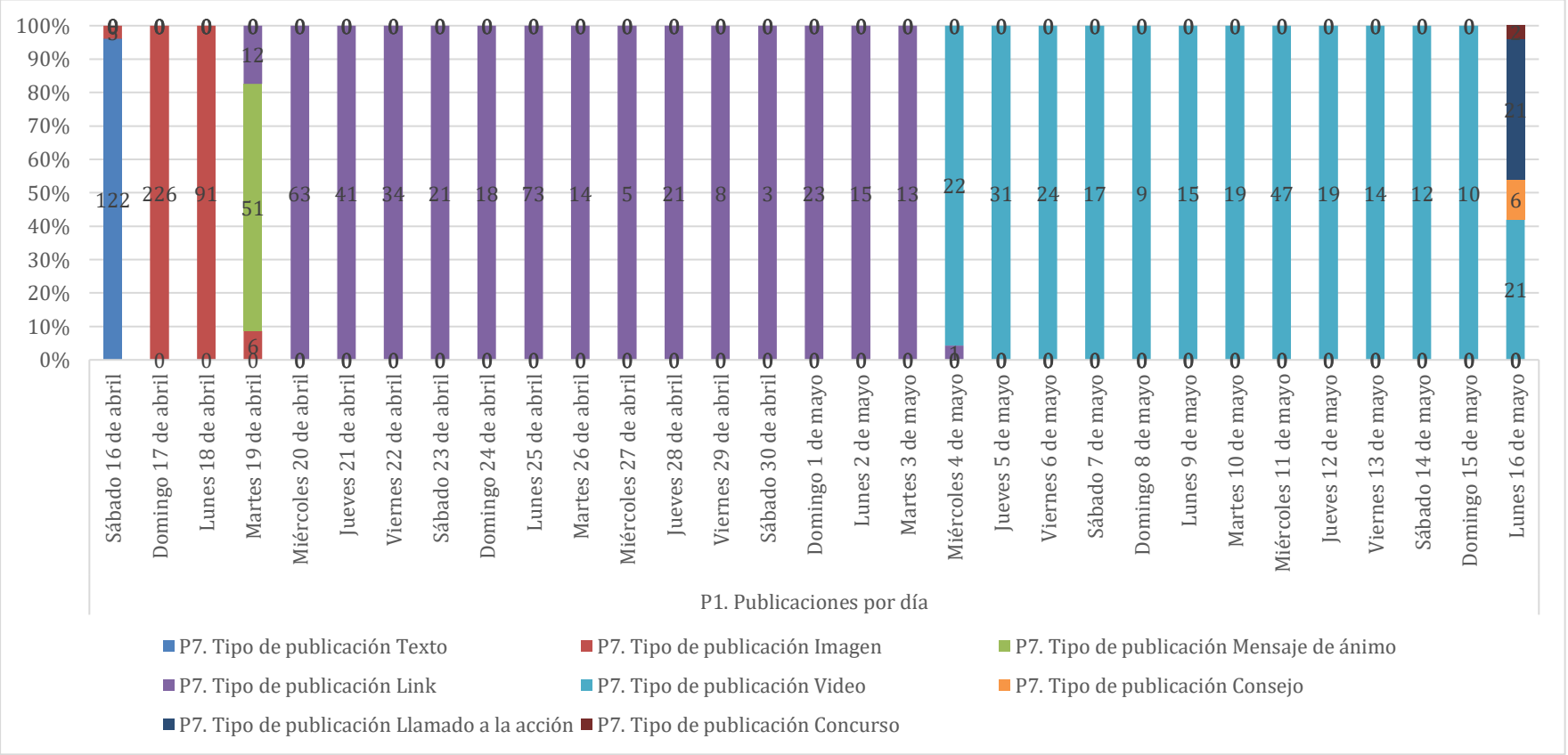
	Martes 10 de mayo	0	0	0	0	19	0	0	0	19		
		0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	1,60%	0,00%	0,00%	0,00%	1,60%		
	Miércoles 11 de mayo	0	0	0	0	47	0	0	0	47		
		0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	4,10%	0,00%	0,00%	0,00%	4,10%		
	Jueves 12 de mayo	0	0	0	0	19	0	0	0	19		
		0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	1,60%	0,00%	0,00%	0,00%	1,60%		
	Viernes 13 de mayo	0	0	0	0	14	0	0	0	14		
		0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	1,20%	0,00%	0,00%	0,00%	1,20%		
	Sábado 14 de mayo	0	0	0	0	12	0	0	0	12		
		0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	1,00%	0,00%	0,00%	0,00%	1,00%		
	Domingo 15 de mayo	0	0	0	0	10	0	0	0	10		
		0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,90%	0,00%	0,00%	0,00%	0,90%		
	Lunes 16 de mayo	0	0	0	0	21	6	21	2	50		
		0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	1,80%	0,50%	1,80%	0,20%	4,30%		

***<0.05

Fuente: Elaboración propia (2020)

En la siguiente Figura 125, se detalla de forma global como se dio la producción por tipo de publicaciones durante el mes. El 16 de abril de texto hubo 122 publicaciones, entre el 16 y 19 de abril se publicaron 328 Imágenes, el mismo 19 de abril se publican 51 mensajes de ánimo. Entre el 19 de abril y 24 de mayo se publicaron 365 link, el video tubo 260 publicaciones entre el 4 y el 16 de mayo, el mismo 16 de mayo se publicaron 6 consejos, 21 llamados a la acción y 2 concursos. Teniendo un total de 1155 publicaciones analizadas de la red social *Facebook*.

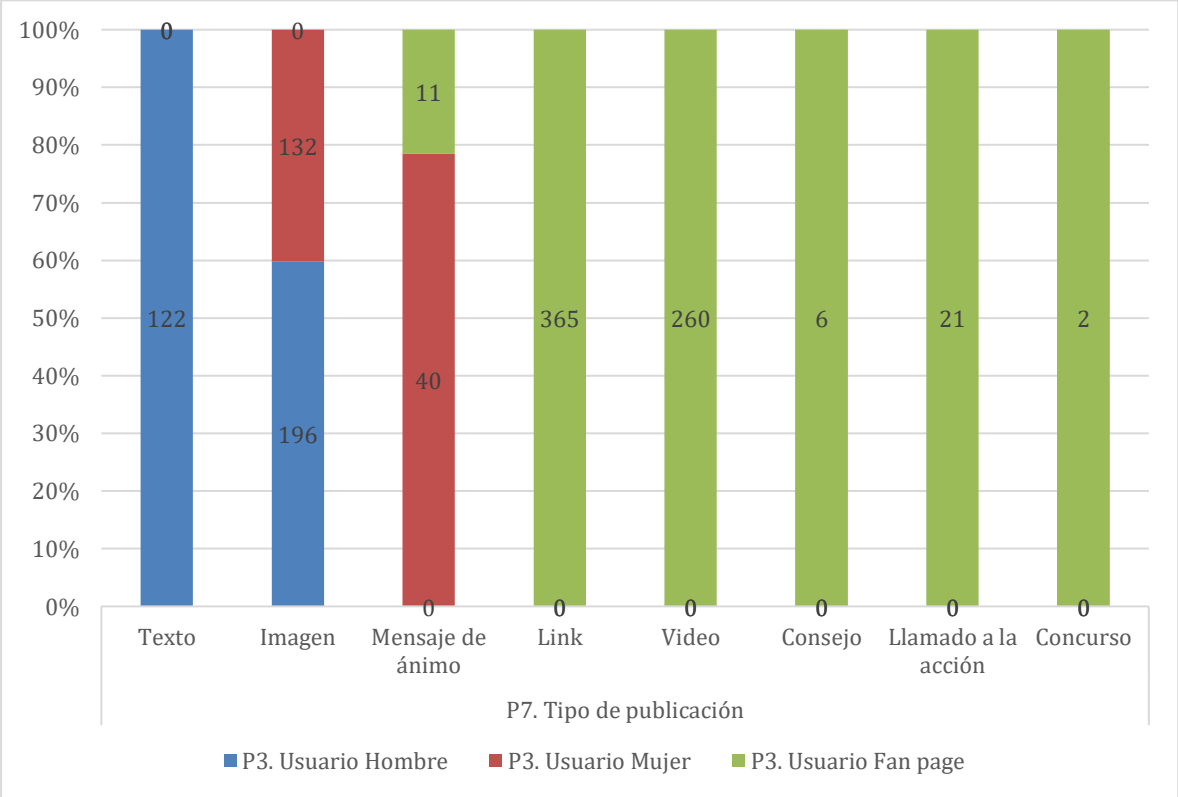
Figura 125. Publicaciones por día * tipo de publicaciones



Fuente: Elaboración propia (2020)

En la Figura 126, se analizó el tipo de publicación frente al tipo de usuario. Es así que los usuarios de fan page publicaron más Link, videos, consejos, llamados a la acción y concursos, en tanto que por parte de los hombres se publicaron más textos e imágenes y las mujeres expusieron más mensajes de ánimo con el fin de alentar al país a superar el duro momento que estaba pasando.

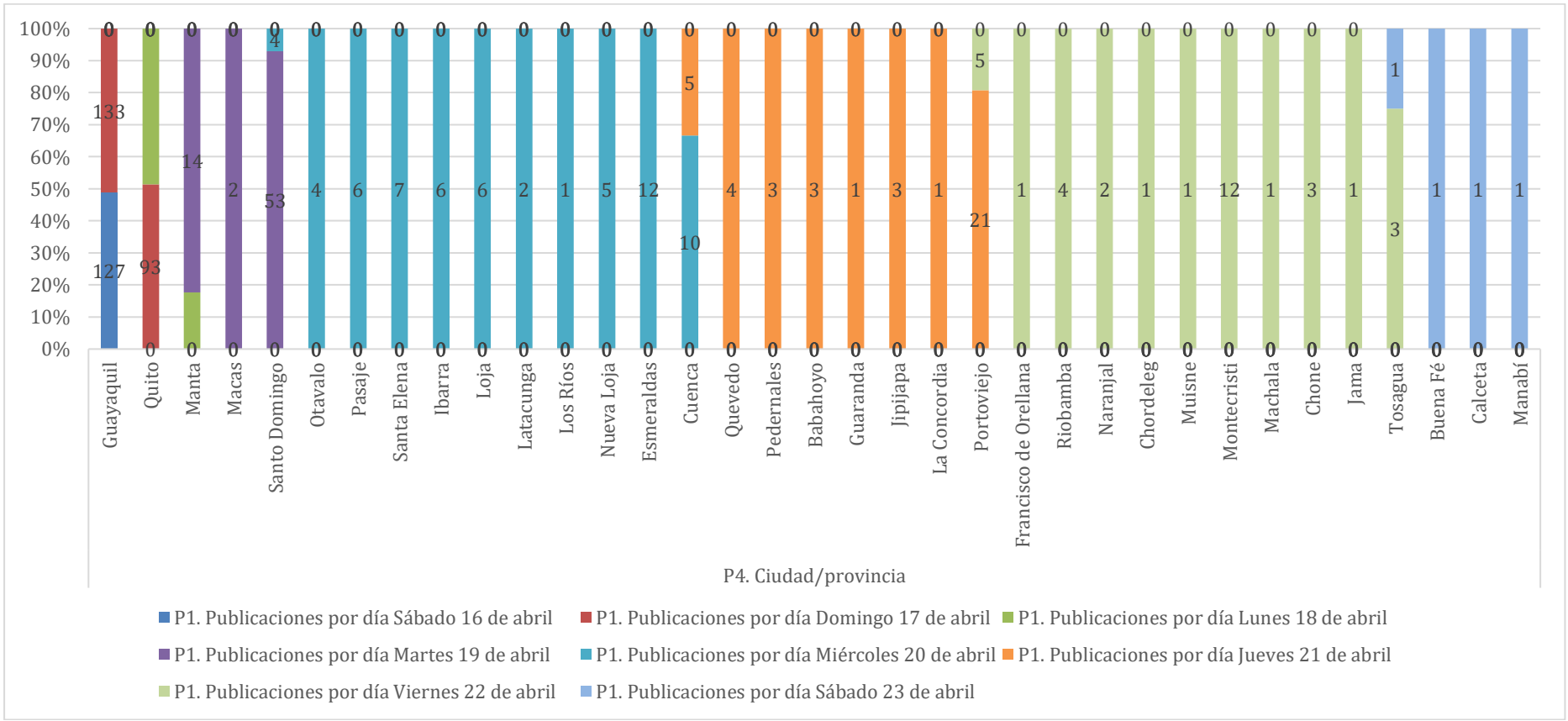
Figura 126. Tipo de usuario * tipo de publicación



Fuente: Elaboración propia (2020)

En la siguiente Figura 127, se ha podido determinar los sitios desde donde se generó información a través de *Facebook*. El análisis se realizó de la primera semana después de ocurrido el terremoto, así el 16 de abril se publicaron 127 post desde la ciudad de Guayaquil. El domingo 17 de abril se publicó 226 y el 18 de abril 91 post entre Quito y Guayaquil. Al ser las ciudades principales de Ecuador se centró la atención de su gente en lo que estaba sucediendo a causa del terremoto. A partir del 19 de abril varias ciudades del país publicaban información referente al terremoto. Del 21 al 23 de abril se realizaron 79 publicaciones de ciudades pertenecientes a las 3 regiones territoriales de Ecuador. Hay que destacar que el mayor número de publicaciones surgieron de los mismos sitios donde el terremoto provocó más daño; ciudades como Pedernales, Portoviejo, Muisne, Montecristi, Chone, Jama, Calceta, Manta, sitios provenientes de provincias como Manabí, Esmeraldas y Los Ríos.

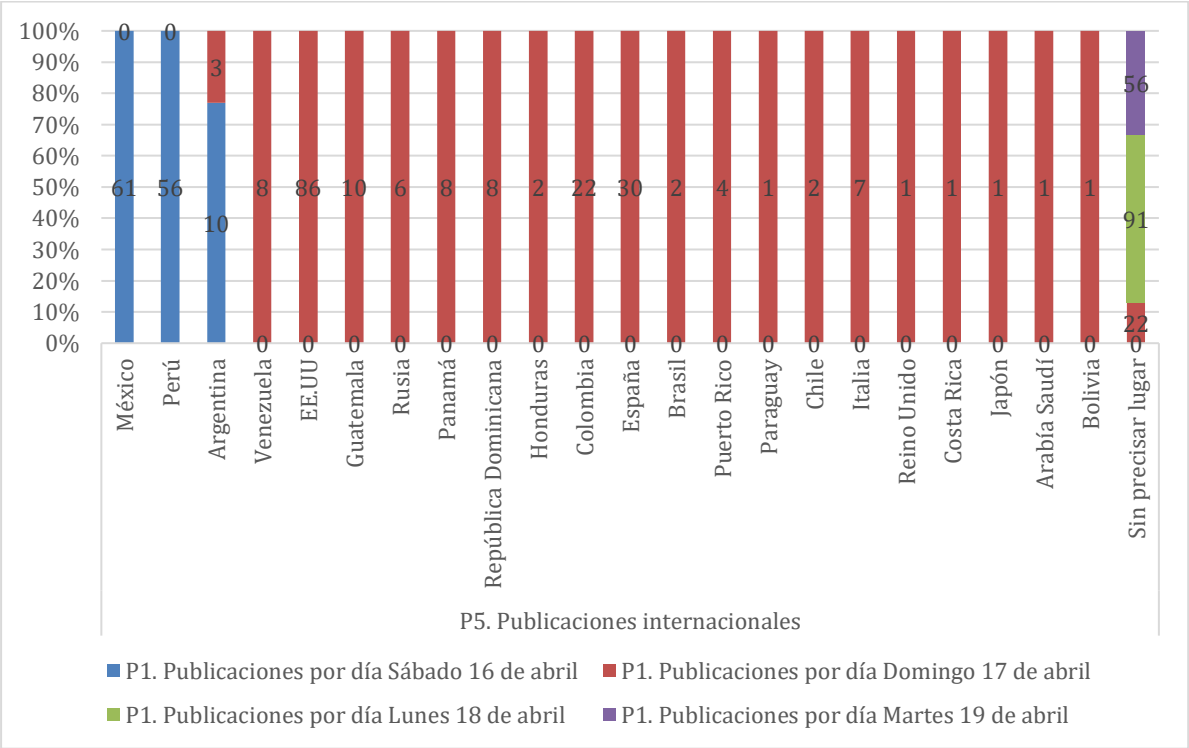
Figura 127. Publicaciones por día * ciudad/provincia



Fuente: Elaboración propia (2020)

A través de la siguiente Figura 128 se analiza las publicaciones que se realizaron a nivel Internacional, durante los primeros días. Así, sólo el 16 de abril se realizaron publicaciones de México (61), Perú (56) y Argentina (10). El segundo día después del terremoto fue donde se contabilizó una mayor presencia de mensajes, comentarios y reacciones a los acontecimientos que se estaba viviendo en el Ecuador. La cantidad de publicaciones por países fueron de Argentina (3), Venezuela (8), EE.UU (86), Guatemala (10), Rusia (6), Panamá (8), República Dominicana (8), Honduras (2), Colombia (22), España (30), Brasil (2), Puerto Rico (4), Paraguay (1), Chile (2), Italia (7), Reino Unido (1), Costa Rica (1), Japón (1), Arabia Saudí (1), Bolivia (1).

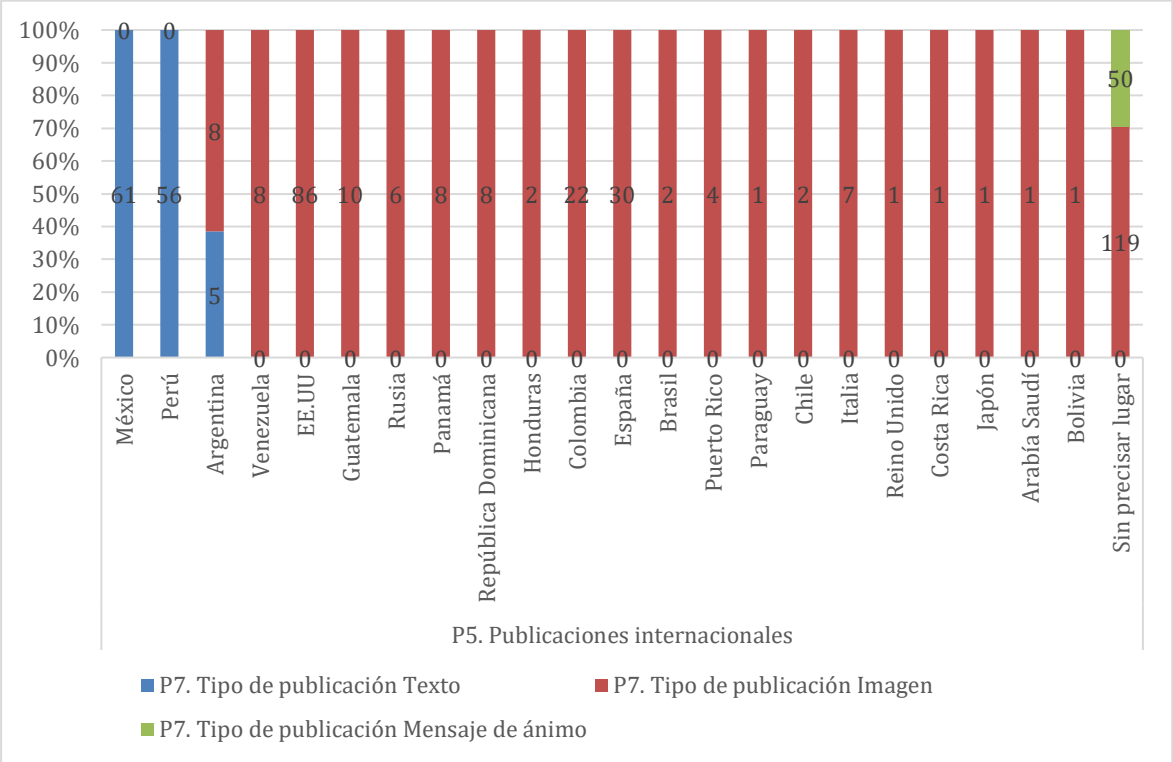
Figura 128. Días de publicación * publicaciones internacionales



Fuente: Elaboración propia (2020)

En la Figura 129 se representa el tipo de publicaciones que más se utilizó entre los posts internacionales, estos fueron; Texto desde México (61), Perú (56) y Argentina (5). La Imagen fue el tipo de publicación que más se utilizó entre los distintos países que se hicieron presentes durante las primeras 48 horas tras el terremoto.

Figura 129. Tipo de publicación * publicaciones internacionales



Fuente: Elaboración propia (2020)

Se destaca de la información analizada algunos aspectos relevantes que marcaron el interés de las personas mientras iban pasando los días y el pueblo ecuatoriano y el mundo entero podía observar las consecuencias que dejo el movimiento sísmico de 7.8 grados que sacudió la costa ecuatoriana.

En la Figura 130 se presenta que el alcance de las publicaciones que se realizaron fue de personajes famosos, músicos o deportistas reconocidos por el público o sus seguidores. Así se destaca la publicación del exjugador de la selección de Brasil y mejor jugar del mundo en su momento, Ronaldinho Gaúcho, quien tras publicar un mensaje de pesar y al mismo tiempo de ánimo por el terremoto que acaba de azotar Ecuador, llegó a tener 341 mil Me Gustas, 4.6 mil comentarios y su publicación fue compartida 59 mil veces. Seguido de Ronaldinho, estuvo el jugar y ex capitán de la selección Española Iker Casillas, y posterior a esté siguen más deportistas o artistas latinoamericanos.

El total de interacciones las podemos visualizar en la siguiente imagen. Ronaldinho llego a tener un total de cerca de 35 millones de interacciones.

Figura 130. Nivel de interacciones a través de Facebook

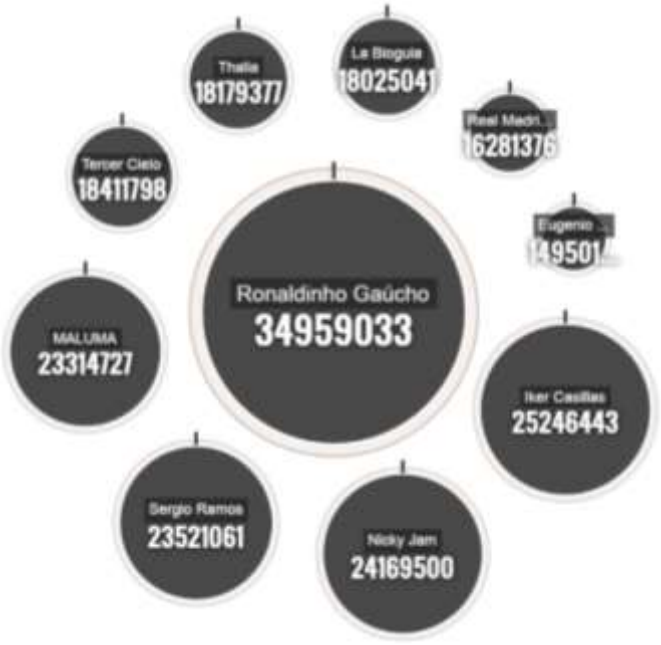
Nombre Usuario	Mención	Reach	Red Social	Sentimiento	Link URL
Ronaldinho Gaú...	Um país que me recebeu com tanto carinho rece...	34959033	Facebook	Positivo	
Iker Casillas	Únete para ayudar a más de medio millón de pers...	25246443	Facebook	Positivo	
Nicky Jam	Ingresa a www.padf.org/ayudaecuador y realiza t...	24169500	Facebook	Positivo	
Sergio Ramos	Más de 150 mil niños están sufriendo las consecu...	23521061	Facebook	Positivo	
MALUMA	#Ecuador ???? estamos contigo. Nos vemos maña...	23394727	Facebook	Positivo	
Tercer Cielo	Está circulando este impactante video donde se p...	18411798	Facebook	Negativo	
Tercer Cielo	Miren este video donde alguien había profetizad...	18411798	Facebook	Neutral	
Tercer Cielo	QUE HACER DESPUÉS DEL TERREMOTO 1. Verific...	18411798	Facebook	Positivo	
Thalía	#Ecuador necesita de nuestro apoyo. ¡Únete y bri...	18179377	Facebook	Positivo	
Thalía	¡Apoyemos! ???? Let's help!!! UNICEF México #ec...	18179377	Facebook	Positivo	
Thalía	¡Ayudemos ahora!!! Let's help! ???? #Repost UNIC...	18179377	Facebook	Positivo	
Thalía	¡Los niños y afectados por el #TerremotoenEcuad...	18179377	Facebook	Positivo	
Thalía	¡Los niños y resto de damnificados en Ecuador ne...	18179377	Facebook	Positivo	
La Bioguía	Profesionalismo, ingenio y sustentabilidad se une...	18025041	Facebook	Positivo	
La Bioguía	Una buena idea, un gesto de amor y un corazón ...	18025041	Facebook	Positivo	
Real Madrid Bas...	Ayer hubo un minuto de silencio en el Palacio por...	16281376	Facebook	Positivo	
Eugenio Derbez	Ayúdanos a iluminar a Ecuador.	14950159	Facebook	Positivo	
Luis Fonsi	Quería compartir con ustedes esta canción. Fuerz...	13619833	Facebook	Positivo	

Fuente: Viral Media

Figura 131. Publicación de Ronaldinho, con el mayor número de interacciones

Fuente: Cuenta de *Facebook* Ronaldinho

Figura 132. Personajes con el mayor número de interacciones en el primer mes después del terremoto



Fuente: Viral Media

También se puede destacar las palabras y los Hashtag más utilizados por parte de los internautas. Así se puede visualizar en la nube que la palabra más utilizada durante el mes de análisis fue ecuador con 522 veces. Seguido de la palabra terremoto con un total de 392 veces repetida, con un total de menciones de 18 916.

Palabra	Frecuencia
ecuador	522
terremoto	392
#ecuador	261
sismo	220
#terremotoe...	204
#sismoecuad...	182
bit	160
#terremoto	146
#16a	142
#terremotoe...	134
#sismo	118
com	111
tras	111
ayuda	109
www	108
more	107
hermanos	94
todos	79
afectados	77
apoyar	77
Total	18916

Figura 133**.** Palabras más usadas durante el primer mes después del terremoto

Fuente: Viral Media

En tanto que el Hashtags más utilizado fue #ecuador con 261 veces utilizada, seguida por la palabra #terremotoecuador con 204 menciones. En la nube de palabras se destaca el total de hashtags utilizados, teniendo un global de 1 832 menciones.

Hashtag	Frecuencia
#ecuador	261
#terremotoec...	204
#sismoecuador	182
#terremoto	146
#16a	142
#terremotoen...	134
#sismo	118
#fuerzaecuador	31
#manta	23
#pedernales	21
#video	21
#ecuadorlisto...	13
#temblor	12
#portoviejo	11
#manabi	10
#repost	10
#tarqui	10
#atención	9
#esmeraldas	8
#oremospore...	8
Total	1832

Figura 134**.** Hashtag más utilizados

Fuente**:** Viral Media

V. ASPECTOS FINALES

5 DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS

En el presente capítulo se presenta la discusión y análisis de los resultados obtenidos a partir de los planteamientos propuestos en el marco teórico. Se da respuesta a cada uno de los objetivos en la presente tesis con la debida construcción y ejecución de los instrumentos y técnicas de investigación. Como señala Baena "La metodología ejerce el papel de ordenar, se apoya en los métodos, como sus caminos y éstos en las técnicas como los pasos para transitar por esos caminos del pensamiento a la realidad y viceversa" (2017, p.31). Partiendo de esta idea a continuación se presenta una discusión de acuerdo con los resultados obtenidos partiendo del planteamiento de las preguntas de investigación.

PI 1. ¿Cuál es la importancia que le dan los medios digitales a la cobertura de un hecho natural en un contexto nacional e internacional?

Ecuador es un país en desarrollo, ubicado en América del Sur, con una población en ascendencia con más de 17 millones de habitantes (INEC, 2014). De acuerdo con el informe de *Networked Readiness Index* – NRI (ITU, 2016), Ecuador se encuentra en el puesto 82 entre 139 países en vías de desarrollo; para considerar la ubicación del país el NRI destaca diez pilares: a) entorno político y regulatorio, b) entorno empresarial y de innovación, c) infraestructura, d) asequibilidad, e) habilidades, f) uso individual, g) uso del negocio, h) uso del gobierno, i) impacto económico, j) impacto social. Mediante estos indicadores se conoce el avance y penetración que tienen los países en desarrollo con relación a las tecnologías.

Por otro lado, el informe Digital 2020 de We Are Social y Hootsuite (digital 2020) señala a Ecuador con una población de cerca de 17 millones y medio de habitantes con una penetración del 69% de usuarios en Internet, esto es cerca de los 12 millones y medio de habitantes. En el mismo informe del año 2017 la penetración de Internet en América del sur era del 66%, en el informe actual la penetración de Internet en la región es del 72%.

Para enero del 2020 la penetración de Internet en Ecuador es del 69% (Digital 2020). Con una población de 17 millones y medio de habitantes, en *Facebook* cuenta con 12 millones de usuarios activos, en el 2016 fueron 10 millones. El 16 de abril de 2016 a las 18:58 minutos, Ecuador vivió un sismo con una magnitud de 7.8 grados, sacudiendo la costa ecuatoriana, dejando a su pasó más de 600 muertos, cientos de desaparecidos y miles de familias sin hogar y un país en ruinas con más de 3000 millones en inversión para su recuperación.

En el contexto anterior iniciamos haciendo la correlación de la penetración y uso de Internet en Ecuador, para así dar respuesta a las hipótesis planteadas en la investigación a través del análisis de variables con el uso del programa SPSS V.21. Se aplicó el análisis de la prueba X^2 Chi-Cuadrado, esté permite determinar si dos variables cualitativas están o no relacionadas. Así lo señala Tinoco (2008).

> Es necesario resaltar que esta prueba indica si existe o no una relación entre las variables, pero no señala el grado o el tipo de relación; es decir, no indica el porcentaje de influencia de una variable sobre la otra o la variable que causa la influencia (p.2).

Para evaluar la PI 1. ¿Cuál es la importancia que le dan los medios digitales a la cobertura de un fenómeno natural en un contexto nacional e internacional? A continuación se da respuesta a las hipótesis planteadas con relación a la PI 1.

La H1. El tratamiento de la información de un fenómeno natural llega a tener una mayor inmediatez por el uso de las plataformas digitales. El aparecimiento de estas nuevas formas de comunicación ha permitido que las sociedades se pronuncien (Enríquez, 2016). La hipótesis se cumple, en medida que la mayor cantidad de información acerca del terremoto se difundió en las primeras 8 horas después de ocurrido el movimiento telúrico, y esta inmediatez se mantuvo con un nivel aceptable durante la primera semana. El análisis arrojo que transcurrido el octavo día la difusión de información fue bajando con relación a los primeros instantes. Muy bien lo señala la Organización Panamericana de la Salud (2009) al indicar que la información se vuelve el elemento más preciado e importante, ya que todos buscan la manera de informar y así ganar o perder visibilidad. Esto coincide con lo que señala Lozano (2009) quien manifiesta que en momentos de un desastre natural o un evento de consecuencias globales, es este el que marca las rutinas periodísticas en los medios.

Tras el análisis de las piezas informativas de cada uno de los medios, *El Comercio* tuvo una mayor presencia durante la primera semana del 16 al 24 de abril con 645 piezas informativas, esto se debió a las consecuencias e imparto que provocó el terremoto, dejando destrucción y perdidas para el país y la población en general, con la destrucción de puentes, casas, vías de comunicación, sistemas eléctricos, así como la perdida de instituciones públicas. En el mismo periodo *El País*, llego a publicar treinta y tres piezas informativas. Sólo entre el 17 y 18 de abril en *El Comercio* se publicaron más de 200 piezas informativas, en tanto que en *El País* se publicaron 13 piezas informativas en los mismos días.

Con relación al área temática de la cobertura del terremoto hecha por los medios *El Comercio* por ejemplo presento las piezas informativas con temáticas relacionadas de forma directa con el desastre natural y epidemias con el 72.9%, además de historias de interés humano, salud y bienestar, deportes y en una cobertura inferior destacamos las temáticas de economía, trabajo y gremios, así como los eventos culturales. En cambio diario *El País* centro su atención en la temática de desastres naturales y epidemias en cerca del 96% de sus piezas informativas, en tanto que en una minoría habló sobre economía y el trabajo y gremios.

> El resultado obtenido coincide con lo expresado por los reporteros que cubrieron los primeros instantes del terremoto de Ecuador “cuando yo llegue veía que la gente toda

> trataba de salir, entonces lo que yo hice fue empezar a transmitir con el celular a través de una aplicación, y ahí lo que hacía era ir explicando lo que sucedía. Las primeras horas son determinantes porque empiezas a presentar el escenario, se empieza a presentar la magnitud de las cosas" (Gisela Guerrero, periodista de diario *El Universo*, Ecuador) (Arrobo, et al, 2020).

La web es la principal aliada de los medios digitales en los últimos años, diario *El Comercio* ha sabido aprovechar las potencialidades que las nuevas tecnologías brindan, es así que se mantiene como uno de los diarios con mejor plataforma en su versión digital a nivel de los medios de Ecuador.

La H2. En el caso del terremoto de Ecuador, varios medios internacionales cubrieron la noticia, México, Perú, Argentina, Estados Unidos, Guatemala figuran en el análisis como los países que mayor presencia de información tuvieron en los primeros días. Sin embargo, el peso informativo primó más en los medios nacionales, en diario *El Comercio* se publicaron 814 (72.3%) piezas periodísticas en la sección de Actualidad, diario *el País* de España, tuvo una cobertura del desastre durante las primeras 24 horas, con 12 (27,3%) piezas periodísticas, estas fueron publicadas el 18 de abril, dos días después de ocurrido el terremoto. Esto se debe al cambio de horario que existe entre los dos continentes.

Es importante destacar la opinión de varios periodistas entrevistados, quienes señalas que las primeras horas de la cobertura de un desastre o noticia de gran interés, es difícil. "las primeras horas son las más difíciles, porque muchos de los periodistas que viajaron, no tenían mucho que comer, no tenían agua, tenían que agenciárselas como las propias víctimas, las unidades móviles tenían que sortear sinnúmero de baches. Algunos colegas luego comentaban que no habían comido cerca de treinta horas. Evidentemente las primeras 48 horas son las más duras para la cobertura de quienes acuden al lugar del desastre. (Álvaro Gastañadui, periodista diario *El Comercio* de Perú).

H3. En el caso del terremoto de Ecuador, el Gobierno de turno en el 2016, decreto el estado de Excepción acogiéndose al Art. 164.- de la Constitución del país, el artículo dice: "La Presidenta o Presidente de la República podrá decretar el estado de excepción en todo el territorio nacional o en parte de él en caso de agresión, conflicto armado internacional o interno, grave conmoción interna, calamidad pública o desastre natural". Los periodistas y demás actores son un ente activo en la planificación de estrategias de gestión de riesgo frente a los desastres naturales, aquí la información que generan los periodistas, así como las entidades autorizadas por el gobierno sirven para un mejor manejo y planificación de las acciones antes y después de los eventos catastróficos (Enríquez, 2016).

La principal fuente desde donde se generaba la información relacionada al terremoto provenía de fuentes privadas, seguido de las fuentes gubernamentales, controlando así la desinformación que podría existir. Bajo esta premisa, diario *El Comercio* llegó a tener en el primer mes de análisis del terremoto un total de 447 (31.4%) fuentes privadas, 307 (21,6%) fuentes gubernamentales, y fuentes públicas un alcance de 305 (21,3%). A pesar del decreto

presidencial, los medios de comunicación no recurrieron en su totalidad a fuentes gubernamentales para sustentar su información, presentaron más confianza en las fuentes oficiales privadas, "aquellas personas que informan en virtud del cargo que ejercen en el sector privado o la sociedad civil" (Pellegrini, 2015).

H4. Dando respuesta a la hipótesis 4 durante el terremoto de Ecuador, la presencia del elemento gráfico como la fotografía fue la que primo en cada una de las piezas periodísticas del género informativo. Contó con cerca del 80.2%, llegando a publicarse 903 imágenes sólo en el diario *El Comercio* del total de 1126 piezas periodísticas. Infografías se utilizaron 6, es decir un 0.50%. En diario *El País* la fotografía fue utilizada en un 65.9% con un total de 29 imágenes publicadas entre las 44 piezas periodísticas que cubrió el medio internacional sobre el terremoto del 16A.

PI 2. ¿Existe una similitud de uso de recursos periodísticos entre los medios al momento de informar sobre un hecho de alcance mundial?

Dando respuesta a la H5, de la pregunta de investigación 2, se puede señalar lo siguiente: de los géneros utilizados en la difusión de la información tras el análisis se considera que el género informativo es fundamental al momento de informar sobre un hecho de alcance global, como lo es un terremoto. En el diario *El Comercio* de Ecuador el 82.8% corresponde al género informativo, mientras que los géneros gráficos representan 6.3%, el reportaje representa el 5.1%, el género de opinión, columna el 2.7%, finalmente la entrevista contó con el 2.3% y la crónica con el 0.6%. En el diario *el País* primó de igual forma el género informativo con el 84.1% de sus publicaciones, teniendo un total de 37 piezas periodísticas publicadas, en tanto que tuvo sólo 1 entrevista y 4 géneros gráficos.

El contraste en la cantidad de información difundida desde los distintos géneros periodísticos de ambos medios de comunicación, es la similitud en la utilización como principal recurso el género informativo, debido a la coyuntura del hecho, la rapidez con que las piezas periodísticas debe llegar al receptor, este caso la audiencia. Los géneros como la crónica, el reportaje o la entrevista, conllevan una mayor preparación informativa y de producción para que salga el resultado al aire. El periodismo actual no sólo se enmarca en la presencia de medios tradicionales, sino que también se enmarca una presencia de los nuevos lenguajes y narrativas que están al alcance de los periodistas y usuarios que acceden hoy en día (Said, Römer y Valencia, 2014).

PI 3. ¿Qué nivel de alcance tienen las redes sociales a través del papel de los usuarios en calidad de prosumidores al momento de informar un desastre natural?

Dando respuesta a la pregunta de investigación 3, cumpliendo con la H6, podemos señalar que el prosumidor actual es una persona que está constantemente interactuando a través de los dispositivos tecnológicos, generando y consumiendo información. Las nuevas generaciones tienden a observar las cosas de forma diferente, en distintos medios y con diferentes modalidades de consumo (en vivo, streaming, descargas, etc) (Scolari, 2013).

En un momento de caos tras un hecho como un terremoto, las personas buscan estar informadas y conocer los pormenores que están sucediendo al instante, esto con el afán de saber sobre la situación de personas allegadas, familiares o conocidos; además de informarse como se desarrolla la cobertura desde los medios y ahora desde los prosumidores a través de la plataformas digitales o redes sociales. La red social *Facebook* fue fundamental en el momento de informar sobre el terremoto del 16A, terremoto ocurrido en Ecuador. A los

pocos minutos de sucedido el desastre empezó a salir información a través de esta red, Vanessa Castro Jiménez de la ciudad de Guayaquil, fue una de las primeras en informar a las 19:00 través de *Facebook* el terremoto que acababa de suceder y que se sintió en casi todo el país. A decir de Mancinas y Nogales (2011), las redes sociales han facilitado al usuario el contacto personal y la difusión de información desde sus perfiles con contenido hipertextual tanto en video como en texto.

Tras el análisis realizado se pudo determinar que el tipo de publicación más utilizado en las primeras horas fue el texto con un 10.6%. En tanto que a lo largo del mes de análisis se pudo comprobar que fueron los links con un 31.6% el tipo de contenido más difundido. Conforme se iban restableciendo los servicios de energía eléctrica en las ciudades como Esmeraldas, Portoviejo, Bahía de Caráquez, Guayaquil, Santo Domingo, Los usuarios compartían otros recursos como los mensajes de ánimo 4.4%, las imágenes 28.4%, el video 22.5%, los consejos con el 0.5 y el llamado a la acción el 1.8%. Esto permitió que la población conozca desde otro recurso digital al instante lo que estaba sucediendo en los diferentes sitios donde más daño había dejado el movimiento telúrico.

Con relación a la H7, se puede señalar de acuerdo con la información obtenida desde la red social *Facebook*, que la interacción entre los usuarios se manifestó en un gran alcance a través de los comentarios, los compartidos y las interacciones. Así por ejemplo la publicación que llego a tener un mayor alcance fue la realizada por Ronaldinho Gaucho, con un total de 34959033 https://bit.ly/2TNzGv3, en tanto que la publicación que más se compartió durante el primer mes fue la publicación realizada por Ecuavisa, que hace alusión a una canción sobre el terremoto escrita y cantada por un joven migrante desde Italia, está canción fue compartida 84775 veces https://bit.ly/2xnRJQV a través de esta canción expresa el sentir de todo un pueblo al ver a su gente como se levanta y sufre después de haber sido golpeado por un sismo de 7.8 grados. La publicación que más interacciones tuvo fue la publicación de Tercer Cielo https://bit.ly/2Q02Bem está publicación muestra un video de una Iglesia Cristiana que se mantuvo realizando alabanzas a Dios, mientras sucedía el terremoto. Está publicación llegó a tener 86 mil interacciones, 3.1 mil comentarios y más de 30 mil veces compartida. La utilización de las redes sociales no hace más que ampliar la información en un sentido bueno, pero también en un sentido malo, tal como lo señala Orihuela (2015).

Es importante destacar la opinión de los periodistas entrevistados a cerca del uso de las redes sociales en la cobertura de un desastre. La opinión fue variada. Estas plataformas ayudaron a dimensionar la magnitud del desastre.

> Los periodistas ecuatorianos que dieron cobertura al terremoto en 2016 se encontraron con otro aliado para establecer contacto directo con las víctimas del desastre natural, las redes sociales. Reconocen que sobre todo al principio fue una herramienta fundamental para percibir que no se trataba de un problema cualquiera, sino que la situación era realmente grave. Los periodistas reconocen que la información volcada en redes sociales les ayudó a dimensionar la cuestión (A.

Samaniego). Luego se quejan de que las redes sociales son un vehículo de información positiva pero mucho más de información negativa, sensacionalista y morbosa (F. Paredes). Finalmente reconocen que las redes sociales se convirtieron en un sustituto de los canales tradicionales de información, primero porque ayudaban en el proceso de alerta para localizar los datos, detectar los lugares con el mayor grado de afectación y localizar a los damnificados. A nivel periodístico, Bolívar Velasco reconoce que esa información volcada en redes por los ciudadanos sirvió para ir creando una agenda de ruta con los otros equipos (Arrobo, et al, 2021).

Los periodistas del Perú en su momento no contaban con el apoyo y visibilidad de las redes como lo son en momentos actuales, ellos hablan de mecanismos de comunicación como los celulares, el teléfono e incluso el correo electrónico.

Acogiendo las opiniones de los periodistas, se determina que el apoyo de las nuevas tecnologías en el momento de una catástrofe es fundamental, al menos en lo que va de la última década. Para cuando ocurrió el terremoto en Perú en el 2007, el auge de las nuevas tecnologías y redes sociales aún no se despuntaba, algunas estaban surgiendo. En el terremoto del 2016 ocurrido en Ecuador, las diversas plataformas ya estaban en un auge prominentes, tal fue el caso de *Facebook, Twitter*, *Instagram*.

PI 4. ¿Están los periodistas de América Latina preparados para realizar su trabajo en terrenos hostiles, por guerras o desastres naturales?

Dando respuesta a la H8, nos remitimos al análisis que se hizo a las entrevistas realizadas a periodistas de Ecuador y Perú, que han realizado la cobertura de desastres naturales en cada uno de sus países. Los periodistas entrevistados tuvieron la oportunidad de realizar la cobertura de uno de los últimos terremotos ocurridos de cada país. Así por parte de Perú, son periodistas que cubrieron el terremoto del 27 de agosto de 2007, que tuvo su epicentro en la Ciudad de Ica al sur del país Inca. En tanto que los periodistas de Ecuador hicieron la cobertura del último terremoto ocurrido el 16 de abril del 2016. Al plantearles la pregunta, ¿si los periodistas están preparados para este tipo de coberturas en un momento de coyuntura nacional? estás fueron sus respuestas:

Tabla 93. Opiniones de periodistas entrevistados sobre si están preparados para cubrir terremotos

Nombres de los periodistas	Opiniones
Álvaro Gastañadui	Yo creo que nunca vamos a estar preparados para una catástrofe, un evento de gran magnitud. No, no creo que estemos preparados. Por qué razón, no solamente los periodistas somos testigos de la realidad, porque en caso de catástrofes, los periodistas también se convierten en víctimas. Si el epicentro hubiera sido en Lima, las consecuencias hubieran sido peores. Yo creo, que nunca vamos a estar preparados, posiblemente ahí la radio, algunas páginas de Internet sean los que reemplacen a los medios impresos.
Ricardo León	Yo pienso que en países vulnerables a los desastres naturales y climáticos como el Perú, Ecuador y Chile, debería haber una especie de unidad de élite para desastres. Y que se sepa

	que hay tres periodistas escritos, tres fotógrafos y tres choferes preparados para ir. "El A, el B y C", sale el A, no está el A, sale el B y así. Ahora es más fácil porque hay Internet, los corresponsales y colaboradores mandan sus notas en video, en vivo; lo estas viendo en vivo. Yo pienso que todos medios de comunicación, no deberían recién tener que elegir quien va durante una situación que no da previo aviso, debería haber un equipo destinado.
Freddy Paredes	Existen protocolos internos en cada uno de los medios para poder trabajar frente a catástrofes naturales, eso depende del nivel de preparación de cada periodista que tiene que estar siempre atento, preparado, dispuesto. En los medios hay una suerte de manejo de crisis, y eso se activa en función de lo que se vaya presentando por ejemplo, había una muy clara para la erupción posible del volcán Cotopaxi, había temas establecidos para que un camarógrafo se lleve el auto, la cámara, dado que vive al sur de la ciudad pueda desplazarse rápidamente al sitio asignado.
Andrea Samaniego	Yo creo no estamos preparados a un cien por ciento, sobre todo en el sentido ya que nadie te enseña como reaccionar frente al dolor humano, uno siempre reacciona como lo mejor que puede, tampoco estamos preparados por ejemplo con los equipos, las gorras, mascarillas, mascaras, todo tenías que ir comprando en el camino porque sabias que había muchos cadáveres. Estar listo yo creo que ninguno estuvo cien por ciento listo en esos momentos, se hizo lo mejor que se pudo hacer.
Gisela Guerrero	No estamos preparados, yo en mi caso cuando estaba haciendo la cobertura no sabía que preguntar, que se dice en estos casos, que preguntas plantear, no sabíamos a quién acudir como fuente principal. Si hace falto prepararse, porque incluso la imprudencia de uno que cuando están sacando los cadáveres o levantando las casas caídas uno se pone al lado para obtener la información, pero eso no ha sido lo correcto, por el riesgo que se corre. Cómo no hemos pasado eso no sabíamos que protocolos seguir.
María Espinoza	Yo pienso que no, oh hasta esa entonces no lo estábamos, todo fue una sorpresa. Recién a las dos semanas el periódico nos proporcionó una lista de consejos de que hacer y qué no hacer. En el texto nos decía que luego que acabáramos la nota fuéramos al cine, hiciéramos deporte, alguna actividad que nos desconectará por un momento.
Nolka Peralta	Yo creo que sí, quizás por la efervescencia de momento de la cobertura puedas tomar no medir algunos riesgos, pero en general aquí en el diario no han habido grandes incidentes de periodistas que hayan sufrido algún accidente en la cobertura… En esa entonces se contaba con corresponsables en varias partes del país, y una vez que el corresponsal se reportaba y decía el epicentro, ha sido aquí en la zona del sur, en ese momento el editor dijo tu cubre lo que puedas pero se te va a mandar refuerzos porque había problemas para la transmisión. Entonces mientras el corresponsal cubría lo que podía, empezaron a salir las unidades móviles que había ¡ahora ya no las hay! gente como Ricardo León se fueron con lo que el diario tenía en ese momento, se subieron a la camioneta y se fueron.
Bolívar Velasco	Es verdad de que no estábamos preparados para eso, no contábamos con una mochila en donde contenga lo básico, que luego supimos lo que debe de contener ya que se hicieron muchas campañas posteriores a nivel general de toda la población.

Fuente: Elaboración propia (2020)

Tabla 94. Opiniones de periodistas entrevistados sobre el uso de herramientas tecnológicas

Nombres de los periodistas	Opiniones
Álvaro Gastañadui	Es un apoyo fundamental, pero también depende de la infraestructura que la pueda soportar. Lo que si ayudaron recuerdo, fueron los radio aficionados, ya que ellos no necesitan de una infraestructura física. Ellos empezaron a transmitir los daños y cantidad de heridos. El Perú como la mayoría de países tienen una infraestructura física en telecomunicaciones, no es como en otras partes del mundo donde ya se están utilizando globos aerostáticos para transmitir señal de wifi.
Ricardo León	No había muchas nuevas tecnologías, había celulares, ¡yo usaba un Nokia! No había celular con foto, Internet nos ayudaba con el despacho de las notas, de las fotos, pero no había redes sociales. Para mandar las notas había que buscar cabinas de Internet que estuvieran operativas.
Freddy Paredes	Las nuevas tecnologías contribuyen mucho a la inmediatez, que es una de las características especialmente de los medios electrónicos, me refiero a la radio y a la televisión. Depende del manejo y del contenido que se envía a través de redes sociales, para dimensionar la verdadera eficacia de estas, las redes sociales en muchas ocasiones en lugar de ayudar perjudican, confunden a los ciudadanos, generan información falsa, errónea a veces maliciosa. Periodísticamente hablando las nuevas tecnologías, las redes sociales, o la tecnología en general es un aliado importantísimo del periodismo que se vale de esos instrumentos, para poder transmitir con mayor rapidez y eficacia la información.

Andrea Samaniego	Si ayudo un montón al principio, porque paso el tema del terremoto y las primeras imágenes que obtuvimos fue de los ciudadanos, fue de las imágenes que enviaba la gente al canal, diciendo esto paso en el puente tal, mira se cayó la casa en tal lugar, mira cómo está la calle tal, en Manabí no hay luz, nos daban todos los detalles. Entonces a partir de eso todos los medios empezaron a reportar por eso. Hubo una colaboración bastante fuerte de parte del ciudadano en esos momentos porque obviamente demandaban de ayuda. Las redes sociales sirvieron para eso. Lastimosamente no actuamos primero todos los medios, nos retrasamos mucho.
María Espinoza	Ayudaron bastante, la mayoría de fotos que se publicaron durante el primer mes que *El Comercio* estuvo realizando especiales y noticias, la mayoría de esas fotos fueron tomadas con celular. La inmediatez hacía que la gente nos pedía no solo fotos sino también videos de lo que estaba pasando, ya que mucha gente quería ayudar pero no sabía como o a donde. Las redes sociales fueron importantes, desde ahí se empezó hacer los directos a través de *Facebook* live. Los medios tradicionales fueron muy importantes también en ese momento, la radio

Fuente: Elaboración propia (2020)

En la hipótesis 10, se visualiza que al periodista se lo debería considerar como un ser humano más en el momento de informar sobre una catástrofe, como describen las opiniones de los periodistas entrevistados en ese momento muchas veces es difícil reaccionar ante la situación, en otros casos no se sabe como plantear las preguntas.

En el ejercicio del periodismo, el periodista es el profesional que en ocasiones es el que llega antes que otros organismos y debe de estar en primera línea de batalla ante un hecho informativo. Los periodistas están preparados para cubrir diversas situaciones que conlleva el desarrollo de una agenda día a día. Sin embargo, en algunos casos no sienten estar preparados para enfrentar situaciones como la cobertura de un terremoto o fenómeno natural.

En entrevista realizada a varios periodistas de Ecuador y Perú que cubrieron los terremotos del 2016 y 2007, claramente lo señalan:

> Los medios no dan la suficiente capacitación a su personal para actuar en un momento de crisis, Andrea Samaniego, reportera de *Teleamazonas*, televisora ecuatoriana lo señala así: "Yo creo no estamos preparados a un cien por ciento, sobre todo en el sentido ya que nadie te enseña cómo reaccionar frente al dolor humano, uno siempre reacciona como lo mejor que puede, tampoco estamos preparados por ejemplo con los equipos, las gorras, mascarillas, mascaras. Estar listo yo creo que ninguno estuvo cien por ciento listo en esos momentos, se hizo lo mejor que se pudo hacer". Por su parte Gisela Guerrero de diario *El Universo* también lo expresa así: "No estamos preparados, yo en mi caso cuando estaba haciendo la cobertura no sabía qué preguntar, qué se dice en estos casos, qué preguntas plantear, no sabíamos a quién acudir como fuente principal" (Arrobo, et al, 2020).

Esta es una tarea pendiente que mantienen los medios con la ciudadanía con el fin de poder responder con veracidad y prontitud en el momento de una emergencia, ayudando así a salvaguardar más vidas y alertar a las personas ante una posible amenaza.

Freddy Paredes, uno de los periodistas más experimentados en la cobertura periodística, y quien ha participado en la cobertura de algunos de los hechos acontecidos a nivel de América Latina señala: "el periodismo desde su trabajo contribuye, también las autoridades informan, logran dimensionar el problema, con eso saben cuanta ayuda humanitaria necesita, o tienen una idea general de los daños para hacer estimaciones presupuestarias y atender oportunamente. Con el trabajo periodístico se busca aportar para saber el tipo de ayuda que hace falta, saber en si la situación real de lo sucedido", por su parte Ricardo León, periodista de diario *El Comercio* de Perú, manifiesta: "Primero había mucho vértigo. Porque yo sabía que mientras mi jefe recibía mi despacho, recibía múltiples informaciones de los ministerios, de la policía nacional, de los militares, del gobierno, de las agencias de noticias, era mucha información. El enviado especial, el corresponsal, son los ojos y oídos de un periódico. Por un lado, saber eso que tenía que contar cosas sin exagerar, antes que contar, un drama humano, y el sufrimiento, había que contar la noticia, se ha caído un pueblo entero".

Tabla 95. Opiniones de periodistas entrevistados sobre su actuar como seres humanos

Nombres de los periodistas	Opiniones
Álvaro Gastañadui	Recuerdo que había, no sé si era en Pisco o Ica, una hilera de cadáveres y no sabía cómo proceder. Eso me impactó. Muchos casos humanos. Las personas no sabían qué hacer con los cadáveres que se iban llenando en las casas y, en algunos casos, no había familia que los entierre, porque el papá o la mamá vivían fuera, o los hijos no podían regresar.
Ricardo León	Recuerdo que hice una nota que se llamaba "Caras de la muerte y la tragedia", donde contaba el caso una mujer: Maribel Martínez, se llamaba. La primera vez que la vi estaba envuelta en una camilla con un letrero con su nombre, la segunda vez, en el piso porque habían tenido que usar la camilla; la tercera, cuando un familiar suyo me pedía el teléfono para avisar que la mujer estaba embarazada y querían llamar al esposo. La última escena, no podían enterrarla, no había cementerio, no había morgue.
Freddy Paredes	Fue constatar la cantidad de muertos y tener que informar que muchas personas habían fallecido, que estaban atrapadas, heridas. Algunos llevaban los cuerpos de sus familiares que ellos mismos habían rescatado, buscando donde enterrarlas. El drama humano, sin lugar a dudas, es lo más fuerte que enfrenta un periodista. En ocasiones, al periodista le toca participar en tareas de rescate, ayudar, meter la mano, asistir, hacer una llamada telefónica, etc. Son cosas muy duras las que nos corresponde contar. Se requiere responsabilidad para narrar lo que ocurre sin aumentar el morbo.
Andrea Samaniego	Las historias te hacen sentir impotente. Si te involucras, sientes que quieres hacer muchas cosas por ayudar y tratas de hacerlo, es decir, cuentas su historia, les haces un seguimiento. Eso es lo único con lo que uno puede ayudar. Después reaccionas y tratas de globalizar la información para que la ayuda sea para todos. ¡Es difícil no involucrarse! Eres humano y también te afecta. No hacerlo significaría que eres una máquina. Para transmitir algo siempre debes de sentirlo.
Gisela Guerrero	Un periodista debe poseer la formación suficiente para saber diferenciar las cosas. Aquí actúa la parte ética.
María Espinoza	Uno nunca se puede desconectar del todo, más bien yo buscaba que me envíen al lugar a pesar de que mi familia me pedía que no vaya. El hecho de que fuera algo tan novedoso, lo que nunca había pasado, hizo que nos comprometiéramos tanto con esa gente.
Álvaro Gastañadui	Nunca vamos a estar preparados para una catástrofe. ¿Por qué razón? Porque los periodistas también se convierten en víctimas.
Freddy Paredes	Existen protocolos internos en cada uno de los medios para trabajar frente a catástrofes naturales, eso depende del nivel de preparación de cada periodista que tiene que estar siempre atento, preparado, dispuesto. En los medios hay una suerte de manejo de crisis, y eso se activa en función de lo que se vaya presentando.
Gisela Guerrero	No estamos preparados. Cuando estaba haciendo la cobertura no sabía qué preguntar, qué se dice en estos casos, qué preguntas plantear, no sabía a quién acudir como fuente

	principal. Faltó prepararse, porque se comenten imprudencias. No sabíamos qué protocolos seguir.
María Espinoza	No estábamos preparados, todo fue una sorpresa. Recién a las dos semanas el periódico nos proporcionó una lista de consejos de qué hacer y qué no hacer. En el texto nos decían que luego que acabáramos la nota fuéramos al cine, hiciéramos deporte, alguna actividad que nos desconectará por un momento.

Fuente: Elaboración propia (2020)

VI. Conclusiones, limitaciones y Recomendaciones

6 CONCLUSIONES, LIMITACIONES Y RECOMENDACIONES

Las principales conclusiones fruto de la presente investigación titulada *Las Narrativas Transmedia en el Terremoto de Ecuador (2016): análisis* diario *El Comercio, Ecuador y el País, España,* dando respuesta a cada uno de los objetivos planteados en la Tesis Doctoral, se presentan a continuación.

6.1 Conclusiones

El objetivo general de la tesis doctoral consiste en comparar el contenido informativo generado a partir del terremoto del 16A en Ecuador en el año 2016 mediante el uso de las herramientas transmedia en los diarios digitales de *El Comercio* (Ecuador) y *El País* (España), además de la red social *Facebook*. Se pretende al mismo tiempo conocer el rol de la audiencia como prosumidores de información.

Las conclusiones dan respuesta a los objetivos específicos que se planteó a partir del objetivo general, a continuación se describen una a una:

1. Examinar las noticias publicadas mediante el uso de las narrativas digitales en los portales web de los diarios *El Comercio y El País* acerca del terremoto del 16 de abril.

En cuanto a uso de las narrativas en los portales investigados se pudo señalar que:

- La narrativa periodística se ha visto fortalecida por la variedad de recursos que permiten retratar una historia en diversos contextos. En el caso de los desastres naturales, tal como se muestra en esta investigación, los recursos más utilizados siguen siendo la fotografía y el video. Sin embargo, hay que destacar el uso de otros recursos en el medio de comunicación ecuatoriano, se destacan la infografía, gráficos, animaciones y audios, que aportan elementos adicionales a la forma de contar un hecho. Mientras que en *El País* las historias siguen siendo acompañadas de fotografía y video.
- A esto se suma el uso de fuentes que permiten contar la historia al tiempo de aportar credibilidad a la investigación periodística, en el caso de *El Comercio* las principales fuentes fueron gubernamentales, lo que evidencia que en estos casos la información proviene de fuentes relacionadas al Gobierno, antes que

la búsqueda de información propia del periodista, lo que deja entrever la falta de iniciativa y capacitación del periodista sobre cómo actuar en este tipo de eventos. En *El País*, las piezas periodísticas provienen de agencias.

- Sin embargo, existe un interés de los medios estudiados de contextualizar los hechos, esto se observa en el uso de enlaces internos y externos, que permiten al usuario contar con una visión más amplia de las piezas periodísticas. Los enlaces internos son los que predominan, esto se debe principalmente a que el medio busca incrementar el número de visitas y evitar que el usuario salga de la página Web, y así mejorar el posicionamiento SEO independientemente de si el contenido es o no de calidad.
- Los retos son múltiples para la prensa latinoamericana. Las experiencias analizadas dan cuenta de una evolución en el uso de las nuevas tecnologías entre el escenario del terremoto en el Perú en el 2007 y el sismo producido en Ecuador en el 2016. En nueve años, la forma de abordar los fenómenos naturales ha dado pasos trascendentales, pero aún queda camino por recorrer. Las innovaciones producidas en el lenguaje interactivo, hipertextual y multimedia, habilita a los periodistas y a las empresas de comunicación a liderar iniciativas más democráticas de defensa de los derechos ciudadanos.

2. Identificar los recursos periodísticos más utilizados mediante los cuales se difundió la mayor cantidad de información durante el primer mes después de ocurrido el terremoto.

   Con relación a los recursos periodísticos utilizados se puede señalar lo siguiente:

   - Este tipo de sucesos ha demostrado que los medios convencionales y digitales de comunicación no son excluyentes; ambos polos de información pueden trabajar en proyectos conjuntos de convergencia poniendo al servicio de la ciudadanía las ventajas comparativas que cada uno posee. Es importante poder determinar como en la coyuntura de emergencia analizada, la radio como medio de comunicación tradicional se pudiera mantener como el medio de comunicación por excelencia. Como en su momento lo llamaría Marshall McLuhan como el medio 'caliente', en una situación como la que se investigo está pudo cumplir su cometido. La radio permitió que el ciudadano se mantuviera informado en momentos de crisis, ciento incluso la radio el medio más utilizado por los profesionales de la comunicación como fuente de las piezas periodísticas gracias a su inmediatez, portabilidad, alcance y bajo costo.
   - El uso de dispositivos móviles en la actualidad como herramienta de recolección de información por parte de los periodistas y comunicadores ha dado paso a que el periodista vaya transformando el quehacer de la información. Así, la Internet abierto un espacio de democratización para los sujetos frente a las crisis. Los periodistas se han vueltos unos entes polivalentes, transformando así su perfil, adquiriendo nuevas competencias y habilidades que le permitan desempeñar un mejor trabajo y a la vez exigiéndose un mayor compromiso en situaciones límite.
   - De los radioenlaces hemos pasado a los teléfonos satelitales y a los inteligentes que condicionan la producción de piezas periodísticas, aunque ello no ha implicado más profundización o investigación. Las catástrofes todavía viajan en las clásicas notas informativas. Como demuestra la

experiencia en el Perú y en el Ecuador, hay un camino inexplorado para el periodismo multimedia, de datos y transmedia aplicado a situaciones de crisis.

- Eventos como el terremoto, fenómeno que nos ha llevado a desarrollar está investigación nos ha permitido concluir que no es necesario instalar una infraestructura digital sofisticada. Lo fundamental en estos momentos en poder precautelar y garantizar una calidad en el contenido para ello es fundamental desarrollar el trabajo de campo, la calidad no estará garantizada al generar las piezas periodísticas desde un oficina o escritorio.

3. Analizar la interacción de los prosumidores a través de las publicaciones que realizaron sobre el terremoto entre abril y mayo del 2016 mediante *Facebook*.

   Con relación a la interacción de las personas como prosumidores a través de la red social *Facebook*, se señala:

   - En un momento de caos tras un hecho como un terremoto, las personas buscan estar informadas y conocer los pormenores que están sucediendo al instante, esto con el afán de saber sobre la situación de personas allegadas, familiares o conocidos; además de informarse como se desarrolla la cobertura desde los medios y ahora desde las personas a través de la plataformas digitales o redes sociales. En ese sentido la red social *Facebook* demostró haber sido la red más utilizada en un momento de crisis.
   - Los nuevos medios sociales han permitido al comunicador el poder tener una herramienta más a su alcance para poder informar a la ciudadanía, sin embargo aún se percibe un distanciamiento entre periodistas y cibernautas brecha que debería reducirse. En la investigación se concluye que las Redes Sociales como el *Facebook* aunque no son siempre confiables, en situaciones de crisis pueden aportan con información de interés para el comunicador o medio, contribuyendo a salvar vidas, dada la ubicación e información que emitían las personas a través de esta plataforma, como sucedió en el Ecuador.
   - El terremoto permitió determinar que en un momento de crisis, el prosumer se convierte en un generador y un consumidor de contenidos, así se concluye que la participación a través de comentarios, compartidos e interacciones por parte de los internautas fue constante durante el tiempo de análisis en la red social *Facebook*.

4. Determinar las condiciones de producción de noticias en una coyuntura como el terremoto a través de entrevistas perfil a periodistas latinoamericanos que cubrieron el hecho de terremotos pasados y actuales.

   Con relación al objetivo señalado se puede determinar las siguientes conclusiones:

   - Para los periodistas entrevistados las experiencias vividas al momento de cubrir un hecho como los terremotos de Perú (2007) y Ecuador (2016) manifiestan la importancia que tiene la comunicación en un momento de coyuntura como el que vivieron, es por eso que se sienten llamados no solo a cumplir con un rol informativo, sino, también con un rol social.
   - Para los periodistas entrevistados indican que los medios latinoamericanos están aprendiendo a ejecutar nuevas estrategias informativas, combinando recursos convencionales y digitales. Esto hace más eficiente la labor de poder

informar, orientar y organizar la manera de llegar al ciudadano en coyunturas de desastres naturales, desbordes, tragedias y catástrofes.

- Los periodistas entrevistados concluyen que a nivel de Latinoamérica el comunicador no está preparado para realizar la cobertura de desastres natrales, aún falta profundizar en capacitaciones que les permita tener un adiestramiento en el campo y la redacción, comprendiendo desde el desarrollo de prácticas de sobrevivencia, hasta cómo producir contenidos para todas las plataformas.

6.2 Limitaciones de estudio

A lo largo de esta investigación se presentaron diversos obstáculos tanto teóricos como metodológicos. Si bien la temática no era nueva porque ya se habían desarrollado investigaciones en otras latitudes, territorios que si son propensos a que ocurra desastres naturales, tal es el caso de Chile y Japón. En lo que va de éste nuevo siglo, en 20 años de su existencia ya han ocurrido diversos desastres naturales de magnitudes impensables y que han destruido países enteros, vaticinando un apocalipsis para sus ciudadanos. Tal fueron el caso de terremotos con los de Haití, Japón, Chile, México, China, Nepal y Ecuador.

La selección y propuesta del tema, se lo replanteó luego de sucedido el terremoto en Ecuador. El primer paso en la investigación consistió en levantar una sólida base de datos y fuentes que sustenten la parte teórica de la investigación. Se utilizó información del contexto europeo, latinoamericano, así como investigaciones que se desarrollaron en Ecuador que guardaban evidencia de terremotos anteriores.

Con relación a la metodología, se seleccionó una investigación de tipo aplicada, para ello se tomó el modelo metodológico Valor Agregado Periodístico VAP de la Universidad Católica de Chile. Instrumento que fue adaptado de acuerdo con las necesidades investigativas, para así obtener la información necesaria de las piezas periodísticas en análisis. Dentro del proceso se contó con la validación del instrumento investigativo, con expertos de diversas regiones y áreas académicas afines a la comunicación y el periodismo.

Otra de las limitaciones que se presentaron al momento de realizar el trabajo de análisis de los resultados, fue no contar con conocimientos en el manejo de herramientas de análisis estadístico, sin embargo con la ayuda de tutorías e investigaciones de otros trabajos se pudo elaborar una matriz con macros en Excel para poder ingresar cada uno de los resultados que se iba obteniendo por pieza periodística analizada. Además se pudo usar una segunda herramienta de manejo de datos como lo fue le SPSS V.21. Herramientas que permitieron controlar y almacenar los datos estadísticos.

A nivel personal una de las limitaciones que considero que fue una de las razones principales para tener una demora en la culminación del trabajo doctoral, fue la parte económica. Al no poder contar con los recursos necesarios a tiempo, no pude realizar la pasantía internacional en mi segundo año de tesis, sin embargo, pude cumplir con la actividad de la pasantía internacional con un rotundo éxito en la Universidad de Lima, en el Instituto de Investigación Científica de la Universidad de Lima.

6.3 Recomendaciones

Una vez concluido el trabajo investigativo de la tesis doctoral, es importante enmarcar algunas recomendaciones que son fruto de lo que se ha podido obtener en el presente trabajo.

- Se pone a consideración el instrumento de análisis propuesto en la *Las Narrativas Transmedia en el Terremoto de Ecuador (2016): análisis diario El Comercio, Ecuador y El País, España* para que pueda ser utilizado en futuras investigaciones de la calidad periodísticas, análisis de medios, distribución de información, áreas o ciencias que lo consideren necesario.

- Se recomienda a medios de comunicación del Área Andina el poder conformar un grupo de reporteros y periodistas capacitados para que reciban capacitación de cobertura en desastres naturales y hechos de coyuntura nacional, teniendo así un equipo de profesionales a nivel de la región capaces de poder actuar cuando la situación lo amerite.

- Se recomiendo a los medios de comunicación, organizaciones periodísticas, medios online, colegio de periodistas, facultades de ciencias de la comunicación y áreas afines al ejercicio informativo, que consideren en sus planificaciones anuales la capacitación de periodistas en la cobertura de catástrofes, guerras, siniestros o desastres naturales, pudiendo tener así a nivel de país un grupo de profesionales de la comunicación con conocimientos, herramientas y habilidades para actuar en un momento de crisis nacional.

- Se recomienda al Estado el poder generar una capacitación constante en instituciones de educación en cada uno de sus niveles, para que la población pueda estar preparada para enfrentar y actuar ante un terremoto o desastre natural.

- Se recomienda a los medios de comunicación tradicional y aquellos que poseen su plataforma en digital el puedan considerar algunos de las variables que constan en la ficha de análisis, para que puedan brindar una mejor calidad en la entrega de la información a la comunidad.

VII. Referencias

7 REFERENCIAS

Abello, R., & Madariaga, C. (1999). Las Redes Sociales ¿Para Qué?. *Revista del programa de psicología de la Universidad del Norte*. (2-3), 116-135. https://goo.gl/ssau5u

Álvarez, J. (2011): La televisión etiquetada: nuevas audiencias, nuevos negocios. Madrid, Ariel, Fundación Telefónica.

Andrade, J. (2010). *Terremotos en Ecuador, fallas estructurales* [Tesis de pregrado, Universidad Cesar Vallejo. Piura, Perú] https://goo.gl/zGJtCz

Antolín, R. (2012). *YouTube como paradigma del vídeo y la televisión en la web 2.0.* [Tesis doctoral, Universidad Complutense de Madrid] http://eprints.ucm.es/16111/

Arrobo, J., Ruiz, J., Hinojosa, M & Marín, I. (5, 6 y 7 de mayo de 2016). *Periodismo transmedia en España. Una oportunidad ante la crisis.* [Ponencia] I Congreso Internacional de Periodismo Convergencias mediáticas y nueva narrativa latinoamericana. Quito, Ecuador.

Arrobo, J., Mancinas, R & Aguaded, J. (2021). El papel de las redes sociales en los desastres naturales. El caso de Facebook y el terremoto de Ecuador en 2016. *Revista Ibérica de Sistemas y Tecnología de Información.* https://bit.ly/3pmwuoq

Arrobo, J., Mendoza M., Aguaded, I. (2020). La calidad periodística en la cobertura de terremotos: Caso Ecuador. *Ámbitos. Revista Internacional de Comunicación* 50, 193-207.

Arnheim, R. (2005). *Arte e percepção visual: uma psicologia da visão criadora*. São Paulo: Pioneira Thomson.

Asensi, F. (2013). El caso de éxito del transmedia de las series españolas: iRTVE. En Fundación Audiovisual de Andalucía (ed.), Profesionales audiovisuales ante el nuevo escenario transmedia, 151-178. Sevilla: Fundación Audiovisual de Andalucía.

Aston, J & Gaudenzi, (2012). Interactive documentary: setting the field, *Studies in Documentary Film*, 6:2, 125-139 http://dx.doi.org/10.1386/sdf.6.2.125_1

Baena. G. (2017). *Metodología de la investigación*. (3a. ed.). [Ebook]. México. Grupo editorial Patria. https://bit.ly/3mCuRB2

Belo, A. (2000). A gazeta de Lisboa e o terramoto de 1755: a margen do não escrito. Instituto Ciencias Sociales da Universidad de Lisboa. Análise Social. (151-152). 619-637. https://goo.gl/fwumgH

Bellón, T. (2012). Nuevos modelos narrativos. Ficción televisiva y transmediación. *Revista Comunicación: revista internacional de Comunicación Audiovisual, Publicidad y Estudios Culturales*. (10) 17-31. https://goo.gl/EXrrV1

Campalans, C., Renó, D., & Gosciola, V. (2012). *Narrativas transmedia entre teorías y prácticas*. (1ra ed.). Bogotá, Colombia: Universidad del Rosario.

Campos, F. (2014). Epílogo: La gestión de los medios tradicionales en las redes sociales digitales. En: Recopilatorio de artículos científicos sobre Redes Sociales (2/2). Antología de F. Campos-Freire, Cuadernos Artesanos de Comunicación, 51, de *Revista Latina de Comunicación Social*. Universidad de La Laguna (Tenerife), 333 - 367. https://bit.ly/2UGz7nS

Cancino, R & Seguel, A. (2014). Condicionantes socio-técnicas de las decisiones políticas: El tsunami del 27F en Chile. *Revista iberoamericana de ciencia tecnología y sociedad*, 9(25), 161-180. https://goo.gl/nDH1X3

Casas, P. (2016). *La televisión sensacionalista en los canales públicos y privados es España e Italia. Estereotipos, discurso televisivo y los hábitos de la audiencia.* [Tesis doctoral, Huelva. Universidad de Huelva, Huelva, España] https://bit.ly/3mkyX0I

Del Alcazar, J. (2020). *Estadísticas Facebook Ecuador*. Mentinno Innovación & Lifetime Value Partners. https://bit.ly/2FNodbX

Dwyer, V., Tabernero, C & Tubella, I. (2008): *Internet y Televisión: La guerra de las pantallas*. Barcelona, Ariel.

Domínguez, E. (2013). *Periodismo Inmersivo. Fundamentos para una forma periodística basada en la interfaz y en la acción* [Tesis de postgrado, Universitat Ramon Llull, Barcelona, España] https://bit.ly/349YQdb

Domínguez, E. (2015). Periodismo inmersivo o cómo la realidad virtual y el videojuego influyen en la interfaz e interactividad del relato de actualidad. *El profesional de la información*, 24 (4), 413-423. http://dx.doi.org/10.3145/epi.2015.jul.08

Doug. N. (1988). Comunicación, crisis y desastres naturales. *Chasqui*. Quito-Ecuador. CIESPAL. http://hdl.handle.net/10469/15434

Eco, U. (2015). *Número cero.* Editorial, Lumen. España.

Eisner, W. (1998). *El cómic y el arte secuencial*. Barcelona: Norma Editorial.

Enríquez, R. (2016). *Comprensión de la utilización de las redes sociales en las narrativas transmedia en desastres naturales*. Caso: Terremoto de Ecuador abril 2016 [Tesis de grado, Universidad Central del Ecuador, Quito, Ecuador]. https://bit.ly/3gIihyN

Espejo, C. (2009). Un texto de Nipho sobre el terremoto de Lisboa. La reacción de la prensa europea y española ante la catástrofe. *Cuadernos Dieciochistas*, 6. https://goo.gl/MdK5o4

Espinosa, J. (1992). *Terremotos Tsunamigenicos en el Ecuador*. Instituto Oceanográfico de la Armada, INOCAR, 7 (1) Quito, Ecuador. https://goo.gl/x46ga6

Fernández, M, & Guirado, V. (2010). Comunicación y desarrollo en la era digital. Asociación Española de Investigación de la Comunicación. https://bit.ly/2IKjiKh

Fernández Castrillo, C. (2014). *Prácticas transmedia en la era del prosumidor: Hacia una definición del Contenido Generado por el Usuario (CGU)*. CIC Cuadernos de Información y Comunicación, 19, 53-67. https://bit.ly/3802tU7

Fernández, M. (1994). *Daños producidos por terremotos.* El estudio de los terremotos en Almería. 89-112. https://goo.gl/XL2PMb

Freitas, C & Castro, C. (2010). Narrativas audiovisuales y tecnologías interactivas. *Revista Estudios Culturales*. (5), 19-42. https://bit.ly/3oLAwWT

Galán, E. & Herrero, B. (2011). *El guión de ficción en televisión*. Madrid, Síntesis.

Galán, F. (2011). *Aplicación de las redes en la empresa*. Escuela de organización industrial. España: Creative Commons.

Gallego, A. (2011). *Diseño de narrativas transmediáticas: guía de referencia para las industrias creativas de países emergentes en el contexto de la cibercultura* [tesis de Maestría, Universidad de caldas, Manizales, Colombia]. https://bit.ly/37a14et

García, A. (16 de diciembre de 2014). *Territorio webdoc, auge de un formato interactivo*. https://bit.ly/35EHtCs

García, C., Navarrete, M., Medina, E., & Ruiz, M. (2015). Redes sociales, usos positivos y negativos: caso Facebook. *Revista Científica Electrónica de Educación y Comunicación En La Sociedad Del Conocimiento,* 15. https://bit.ly/2UCZXwI

Gómez, R. (2011). Medios de comunicación, terremotos y Tsunamis: los casos de Chile y Japón. *Revista SEECI*. (14), 50-61. Universidad de la Frontera. Temuco, Chile. https://goo.gl/JoswZ4

Guerrero M. & Scolari, C. (2016). Narrativas transmedia y contenidos generados por los usuarios: el caso de los crossovers. *Cuadernos.info*, (38), 183-200. https://bit.ly/3neVeOL

Gubern, R. (1972). *El lenguaje de los cómics*. Barcelona: Ediciones Península

Hermoso, F. (2010). Redes Sociales. *Revista del Programa de Mayores Universidad de Extremadura*. (29), 22. https://bit.ly/3gFsb4p

Hernández, M., & Grandío, M. (2011). Narrativa crossmedia en el discurso televisivo de Ciencia Ficción. Estudio de Battlestar Galactica (2003-2010). *Área Abierta*, (28), 44. https://bit.ly/35EiJdo

Hernández, R. (2015). *El presente y el futuro es móvil*. Telefónica: Buenas Prácticas en redes sociales para periodistas y medios. https://bit.ly/348ENvM

Hootsuite, W. A. S. (30 de enero de 2020). *Digital 2020: Descripción digital global*. https://bit.ly/3pBH77F

Humes, E. (2001). "Immersing Yourself in the Story" [en línea]. (Transcripción de una conferencia en la Universidad de Oregón). https://bit.ly/35G3QYa

INEC. (2014). Archivo Nacional de Datos y Metadatos Estadísticos (ANDA). Catálogo Central de Datos. https://goo.gl/7i2zz3

Irala, P. (2014). Nuevas narrativas en el periodismo actual. El periodismo transmediático. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 20 (1), 147-158. https://bit.ly/3oOpT5C

Isla. O. (2016). Redes sociales en el terremoto en Ecuador, *El Universal*. https://bit.ly/2Hlq87M

ITU (International Telecomunication Union). (2016). Measuring the information society report. Geneva, Switzerland: International Telecommunications Union.

Jenkins, H. (21 de marzo de 2007). *Transmedia Storytelling 101*. https://bit.ly/2UEVYQc

Jenkins, H. (2008). *Convergence Culture. La cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. Traducción de Pablo Hermida Lazcano. Barcelona, Paidós.

Jenkins, H. (2009). The Revenge of the Origami Unicorn: Seven Principles of Transmedia Storytelling. [En línea]. https://bit.ly/36HFfSd

Jenkins, H. (2010). *Piratas de textos. Fans, cultura participativa y televisión*. Madrid, Paidós.

Jenkins, H. (19 de noviembre de 2013). *Transmedia 101 and Other Posts En Espangnol*. https://bit.ly/2LXqalu

Layza, H. (2016). Terremoto de Ecuador. [Tesis de grado, Universidad César Vallejo, Perú] https://goo.gl/TCfTwW

London, J. (2001). *Gente del abismo.* Barcelona: El viejo topo.

Liñán, D. (2015). *Periodismo Transmedia como herramienta mediadora para el cambio social*. [Tesis de grado, Universidad de Sevilla, Sevilla, España]. https://bit.ly/2WdfpAo

López, A. (2016). El periodismo que contará el futuro. Chasqui: *Revista Latinoamericana de Comunicación*, 131, 239-256 https://goo.gl/yBcAhl

López, M. T. (2012). Los periódicos en las redes sociales: audiencias, contenido, interactividad y estrategias comerciales. *Estudios Sobre El Mensaje Periodístico*, 18(1), 221–239. https://doi.org/10.5209/rev_ESMP.2012.v18.n1.39367

Lozano, C & Amaral, F. (2018). Coberturas informativas de la prevención y del acontecer de catástrofes a través de los “Manuales institucionales” dirigidos a los periodistas /

Information coverage on disaster prevention and events within the journalists' "Institutional Manuals". *Estudios Rurales*, 8, 6-17. Buenos Aires. CEAR-UNQ.

Mancinas, R. & Nogales, A. (2011). Redes sociales: generalidades y aplicaciones. https://bit.ly/37fguOO

Martín, D. (2013). Radios universitarias en España: plataformas de comunicación interactiva y redes de colaboración [tesis de postgrado, Universidad de Huelva, Huelva, España]. https://bit.ly/37eN3Ms

Martín, R & Amurrio, M. (2003). ¿Para qué sirven los periodistas? Percepciones de los y las profesionales de radio y televisión de la CAPV. *Zer: Revista de estudios de comunicación. 14*. https://bit.ly/3n9yUG2

Mayor F. (2014). Transmedia Storytelling desde la ficción televisiva serial española: El caso de Antena 3. CIC. *Cuadernos de información y comunicación*, 19, 69-85. https://doi.org/10.5209/rev_CIYC.2014.v19.43904

Matos, D. (2015). El cómic como género periodístico: De Art Spiegelman a Joe Sacco [tesis de postgrado, Universidad de Salamanga, Salamaca, España]. https://bit.ly/3qRufLe

McMillan, J. & Schumaher, S. (2005). *Investigación educativa*. Una introducción conceptual. Madrid: Pearson.

Melero, X. (2011). El cómic como medio periodístico. Eu-topias: *revista de interculturalidad, comunicación y estudios europeos*. 1-2, 117-136 https://goo.gl/ZnsPhj

Mendoza, D. (2017). Análisis del acceso a Internet de los estudiantes de Bachillerato en Ecuador [Tesis de postgrado, Universidad de Huelva, Huelva, España]. https://bit.ly/2JX4h8k

Montoya N., & Zuluaga L. (2014). Educar mientras se informa: una propuesta de resignificación de la prensa tradicional. *Signo y Pensamiento*, XXXIII (64), 30-44. https://bit.ly/3mkARhS

Mora, V. (2014). Acercamiento al problema terminológico de la narrativa transmedia. [Aprroanch it the terminological Problem of Transmedia Narrativity]. *Caracteres*. 3 (1), 11-41. https://bit.ly/34aOvhg

Oltra, C. (2005). Requena Santos, Félix (ed.) (2003). Análisis de redes sociales: Orígenes, teorías y aplicaciones. Papers. *Revista De Sociologia*, 75, 169-171. doi: http://dx.doi.org/10.5565/rev/papers/v75n0.1020

Orihuela, J. L. (2004). eCommunication: the 10 paradigms of media in the digital age. En R. Salaverría & C. Sádaba (Eds.), *Towards New Media Paradigms: Content, Producers, Organizations and Audiences*, Pamplona: Ediciones Eunate.

Orihuela, J. L. (2015). Los medios después de internet. Barcelona: UOC.

Organización Panamericana de la Salud. (2009). *Gestión de la información y comunicación en emergencias y desastres: Guía para equipos de respuesta*. Panamá.

Pellegrini, S., Puente, S., & Grassau, D. (2015). La calidad periodística en caso de desastres naturales: cobertura televisiva de un terremoto en Chile. *Estudios Sobre El Mensaje Periodístico*. 21, 249–267. https://doi.org/10.5209/rev

Pérez, H. & Grandío, M. (2011). Narrativa crosmedia en el discurso televisivo de Ciencia Ficción. Estudio de Battlestar Galactica (2033-2010). *Área abierta*, 28, 1103. 143. https://bit.ly/3oMjRT1

Pérez, R. (2005). Alfabetización en la comunicación mediática: la narrativa digital [Literacy in the media communication: code and decoding of the digital narrative]. *Comunicar*, 25, 167-175 https://bit.ly/2JZqkLJ

Porto D., Versuti, A., Moraes, E & Gosciola, V. (2011). Narrativas transmídia: diversidade social, discursiva e comunicacional. *Palabra Clave [online]*. 14, (2), 201-215. https://bit.ly/3qTDtq7

Reig, R. & Mancinas, R. (2018). Transgresión y crítica del sistema: la viñeta periodística. *Revista Latina de Comunicación Social*, 73, 504-530. https://bit.ly/3oFXMpc

Redondo, J. (2010). *Socialnets. La insospechada fuerza de unas aplicaciones que están cambiando nuestras vidas y nuestros trabajos.* Barcelona, España: Peninsula.

Renó, D. (2013). Narrativa transmedia y la "des-gobernabilidad" periodística. *Comunicação y Sociedade*. 34, (2), 141-161. http://hdl.handle.net/11449/135243

Renó, D., Campalans, C., Ruíz, S., & Gosciola, V. (2014). *Periodismo transmedia: miradas múltiples*. Barcelona, España: Editorial UOC.

Renó, D & Flores, J. (2018). *Periodismo Transmedia*. Madrid, España: Editorial Ria.

Romero-Rodríguez, L. M. (2014). *Pragmática de la desinformación: Estratagemas e incidencia de la calidad informativa de los medios.* [Tesis postgrado, Universidad de Huelva. Huelva, España]. https://bit.ly/3oNdjDW

Rodríguez, M. & Molperecides, S. (2014). "The inside experience" y la construcción de la narrativa transmedia. Un análisis comunicativo y teórico-literario. *Cuadernos de información y comunicación*, 19, 315-330. https://bit.ly/35HfUIR

Said, E., Römer, M. & Valencia J. (2014) El periodismo transmedia desde los medios digitales iberoamericanos. En: Denis Renó, Carolina Campalans, Sandra Ruiz, Vicente Gosciola (Editores Académicos). *Periodismo Transmedia miradas múltiples*. 99-114. Colombia: Universidad del Rosario

Sánchez, D., Alberich, J & Rosendo, N. (2016). Narrativas transmediales. *Revista de Arte, Ciencia y tecnología*. Universitat Oberta de Catalunya. 18. https://artnodes.uoc.edu/

Scolari, C. (2011). Narrativas transmediáticas y adaptaciones: el caso Tintin. https://bit.ly/3nwYiVT

Scolari, C., Jiménez, M & Guerrero, M. (2012). Narrativas transmediáticas en España cuatro ficciones en busca de un destino "cross-media". *Comunicación y Sociedad*. XXV (1), 137-163. https://bit.ly/3qON4i1

Scolari, C. (2013). *Narrativas transmedia, cuando todos los medios cuentan*. (1era ed.). Barcelona, España: Deuso-Grupo Planeta.

Scolari, C. (2014). Narrativas transmedia: nuevas formas de comunicar en la era digital. *Anuario AC/E de Cultura Digital*, 71- 81. https://bit.ly/37c1O2B

Serrano, A. (2016). Transmedia Journalism: Exploring Genres and Interface Design. *Trípodos*, 38, 67-85. https://bit.ly/2KjQBUO

Suing, A. (2018). La información en la televisión del terremoto ocurrido en Ecuador en abril de 2016. *Razón y Palabra*, 22 (1_100), 374-390. https://goo.gl/UUv4dy

Subires, M. (2019). El webdoc como herramienta en la lucha por la igualdad: En la brecha (2018) del Lab RTVE. Fonseca, *Journal Of Communication*, 0 (18), 87-101. https://doi.org/10.14201/fjc20191887101

Tapia, R. (2015). *Terremoto 2010 en Chile y vivienda social: resultados y aprendizajes para recomendaciones de política pública*. [Tesis doctoral, Universidad Politécnica de Madrid, España]. https://bit.ly/2W6I9eg

Tinoco O. (2008). Una aplicación de la prueba chi cuadrado con SPSS. *Industrial Data*, 11 (1), 73-77. https://bit.ly/348GR70

Toala, D., & Camino, B. (2017). Reacción de los nodos de una red social luego del terremoto en Ecuador. *Conference Proceedings*, https://goo.gl/hVe55q

Túñez, M. (2012): Los periódicos en las redes sociales: audiencias, contenido, interactividad y estrategias comerciales. *Estudios sobre el mensaje periodístico*. 18, (1), 221-239. https://bit.ly/3nkspk0

Trujillo, C., Ospina, R & Parra, H. (2010). Los terremotos: una amenaza natural latente. *Scientia et Technica*. 2 (45), 303-308. https://goo.gl/pFNZVH

Valenzuela, R. (2013). Las redes sociales y su aplicación en la educación. *Revista Digital Universitaria* [en línea]. 14, (4). https://bit.ly/3lHGqai

Vidal, F., & Posadas, A. (1994). Los terremotos y sus causas. El estudio de los terremotos en Almería. 17-38. https://goo.gl/XL2PMb

Índice de Tablas

Tabla 1. Clasificación de las narrativas transmedia 33

Tabla 2. Diferentes tipos de redes sociales..... 53

Tabla 3. Utilidades de Twitter..... 57

Tabla 4. Tipos de terremotos que pueden suceder de acuerdo con la erupción o impacto que se provoque en la corteza terrestre 74

Tabla 5. Magnitud en escala de Richter de los terremotos..... 75

Tabla 6. Intensidad de los terremotos de acuerdo con Mercalli..... 75

Tabla 7. Tipos de daños en edificaciones por movimientos sísmicos..... 76

Tabla 8. Terremotos ocurridos en Perú 79

Tabla 9. Sismos con magnitud superior a los 6 grados ocurridos entre 1901 a 1981 97

Tabla 10. Periodistas de Ecuador y Perú entrevistados..... 109

Tabla 11. Muestra diario El Comercio de Ecuador..... 112

Tabla 12**.** Muestra diario El País de España..... 112

Tabla 13. Muestra red social Facebook..... 112

Tabla 14. Lista de expertos validadores del instrumento de análisis 113

Tabla 15. Primera versión de ficha para ser validada por expertos..... 114

Tabla 16. Versión final de la ficha de análisis tras validación de expertos..... 117

Tabla 17. Datos representados a través del programa de SPSS v21 125

Tabla 18. Ubicación de acuerdo con la sección de las piezas periodísticas..... 128

Tabla 19. Ubicación de las piezas periodísticas de acuerdo con el tema 129

Tabla 20. De acuerdo con el tiempo de publicación 130

Tabla 21. Origen de la información..... 131

Tabla 22**.** Autoría de las piezas periodísticas 132

Tabla 23. Diversidad de puntos de vista de las piezas periodísticas 133

Tabla 24. Tipos de fuentes 134

Tabla 25. Pauta informativa 135

Tabla 26. Tipo de género periodístico..... 137

Tabla 27. Estructura de las piezas periodísticas..... 138

Tabla 28. Nivel narrativo de las piezas periodísticas 138

Tabla 29. Elementos gráficos dentro de las piezas periodísticas 139

Tabla 30. Enfoque de las piezas periodísticas..... 140

Tabla 31. Tipo de enlace dentro de las piezas periodísticas..... 141

Tabla 32. Cantidad de enlaces dentro de las piezas periodísticas 142

Tabla 33. Valoración de las piezas periodísticas..... 143

Tabla 34. Cantidad de piezas periodísticas publicadas por día 144

Tabla 35. Ubicación de las piezas periodísticas según el tema 147

Tabla 36. Tipo de piezas periodísticas 147

Tabla 37. Origen de la información..... 148

Tabla 38. Autoría de las piezas periodísticas 149

Tabla 39. Diversidad de puntos de vista..... 150

Tabla 40. Tipo de fuentes 151

Tabla 41. Pauta informativa 152

Tabla 42. Nivel narrativo 153

Tabla 43. Elementos gráficos en las piezas periodísticas 154

Tabla 44. Enfoque de las piezas periodísticas 155

Tabla 45. Elemento dentro de las piezas periodísticas 156

Tabla 46. Número de piezas periodísticas con enlaces interno o externo 157

Tabla 47. Cantidad de enlaces 158

Tabla 48. Reacción ante las piezas periodísticas 159

Tabla 49. Número de piezas periodísticas publicadas por día 160

Tabla 50. Tipo de género más utilizado por diario El Comercio, Ecuador 162

Tabla 51. Tipo de género más utilizado por diario El País-España 163

Tabla 52. Estructura de las piezas periodísticas, diario El Comercio-Ecuador 163

Tabla 53. Estructura de las piezas periodísticas, diario El País-España 164

Tabla 54. Publicaciones por día 165

Tabla 55. Interacción de los usuarios 167

Tabla 56. Sentimiento de los usuarios 169

Tabla 57. Género de los usuarios 170

Tabla 58. Lugar de publicaciones nacionales 170

Tabla 59. Lugar de publicaciones internacionales 173

Tabla 60. Publicaciones de medios de comunicación 174

Tabla 61. Tipo de publicaciones 176

Tabla 62. Perfil de periodistas entrevistados de Ecuador y Perú 178

Tabla 63. Contingencia ubicación de las piezas periodísticas según el tema * ubicación de las piezas periodísticas según la sección 181

Tabla 64. Contingencia ubicación de las piezas periodísticas según la sección * cantidad de enlaces dentro de las piezas periodísticas..... 184
Tabla 65. Contingencia ubicación de las piezas periodísticas según el tema * origen de la información 186
Tabla 66. Contingencia ubicación de las piezas periodísticas según el tema * autoría de las piezas periodísticas..... 189
Tabla 67. Contingencia ubicación de las piezas periodísticas según el tema * tipo de fuente 192
Tabla 68. Contingencia ubicación de las piezas periodísticas según el tema * pauta informativa 194
Tabla 69. Contingencia ubicación de las piezas periodísticas según el tema * tipo de género informativo 199
Tabla 70. Contingencia ubicación de las piezas periodísticas según el tema * enfoque.... 203
Tabla 71. Contingencia ubicación de las piezas periodísticas según el tema * tipo de enlace dentro de las piezas periodísticas 205
Tabla 72. Contingencia autoría de las piezas periodísticas * estructura de las piezas periodísticas..... 207
Tabla 73. Contingencia tipo de género * autoría de las piezas periodísticas 209
Tabla 74. Contingencia tipo de género * tipo de fuentes 211
Tabla 75. Contingencia pauta informativa * tipo de género 213
Tabla 76. Contingencia tipo de género * elementos gráficos dentro de las piezas periodísticas 217
Tabla 77. Contingencia tipo de género * enfoque de las piezas periodísticas 219
Tabla 78. Contingencia tipo de género * cantidad de enlaces dentro de las piezas periodísticas 221

Tabla 79. Contingencia cantidad de piezas periodísticas por día * ubicación de las piezas periodísticas según la sección..... 223

Tabla 80. Contingencia cantidad de piezas periodísticas por día * autoría de las piezas periodísticas..... 229

Tabla 81. Contingencia cantidad de piezas periodísticas por día * tipo de género..... 234

Tabla 82. Contingencia ubicación de las piezas periodísticas según el tema * origen de la información 239

Tabla 83. Contingencia ubicación de las piezas periodísticas según el tema * pauta informativa 240

Tabla 84. Contingencia ubicación de las piezas periodísticas según el tema * enfoque de las piezas periodísticas..... 241

Tabla 85. Contingencia ubicación de las piezas periodísticas según el tema * tipo de enlace dentro de las piezas periodísticas 242

Tabla 86. Contingencia pauta informativa * tipo de género 243

Tabla 87. Contingencia tipo de género * autoría de las piezas periodísticas 244

Tabla 88. Contingencia tipo de género * tipos de fuente 245

Tabla 89. Contingencia tipo de género * elementos gráficos dentro de las piezas periodísticas 246

Tabla 90. Contingencia cantidad de piezas periodísticas por día * autoría de las piezas periodísticas..... 247

Tabla 91. Contingencia publicaciones por día * tipo de usuario..... 250

Tabla 92. Contingencia publicaciones por día * tipo de publicaciones 255

Tabla 93. Opiniones de periodistas entrevistados sobre si están preparados para cubrir terremotos..... 274

Tabla 94. Opiniones de periodistas entrevistados sobre el uso de herramientas tecnológicas 275

Tabla 95. Opiniones de periodistas entrevistados sobre su actuar como seres humanos ... 277

Índice de Figuras

Figura 1. Usuarios en plataformas sociales 22

Figura 2. La esfera de transmedia 27

Figura 3. Elementos narrativos de las estrategias de los medios convencionales de comunicación 28

Figura 4. Elementos narrativos de las estrategias de los medios convencionales de comunicación 29

Figura 5. Caricatura periodística 40

Figura 6. Caricatura periodística basada en historias contadas por Mafalda 42

Figura 7. Portal del proyecto Webdoc 45

Figura 8. El internado transmitido por la cadena de Antena 3 48

Figura 9. Porcentaje de usuarios que usan redes sociales a nivel mundial 54

Figura 10. Apariencia de Facebook en sus inicios 55

Figura 11. Apariencia de Twitter en sus inicios 57

Figura 12. Primer video subido a YouTube 58

Figura 13. Consumo de contenidos desde la World Wide Web 60

Figura 14. Ilustración de Matrix 64

Figura 15. Ilustraciones personajes de Lost 65

Figura 16. Distribución de usuarios de Facebook en ecuador año 2016 72

Figura 17. Usuarios de redes sociales en Ecuador 2020 73

Figura 18. Mapa de la república del Perú 78

Figura 19. Epicentro del terremoto del 2016 en Ecuador 81

Figura 20. Auto aplastado tras caída de puente 83

Figura 21**.** Terremoto de magnitud 7.8 con epicentro en la ciudad de Pedernales-Ecuador 84

Figura 22. Réplicas a partir del sismo de 7.8 grados en Ecuador 85

Figura 23**.** Sismos de más de 6 grados después del terremoto del 2016 86

Figura 24. Fallas estructurales en las columnas 87

Figura 25. Fallas en las vías tras el terremoto 88

Figura 26. Fallas por deslizamiento 89

Figura 27. Vivienda colapsada tras el terremoto 89

Figura 28. Vivienda colapsada por el movimiento de golpeteo tras el terremoto 90

Figura 29. Vivienda colapsada por el movimiento de golpeteo tras el terremoto 90

Figura 30. Edificación colapsada tras el terremoto 91

Figura 31. Edificación colapsada tras el terremoto 92

Figura 32. Falla en las paredes por movimientos del terremoto 92

Figura 33. Vivienda colapsada por el efecto tabiquería tras el terremoto 93

Figura 34. Vivienda colapsada por el efecto tabiquería tras el terremoto 93

Figura 35**.** Vehículo atrapado tras la caída del puente avenida de las américas en Guayaquil después del terremoto 94

Figura 36. Caída del puente avenida de las américas en Guayaquil tras el terremoto 94

Figura 37**.** Placas tectónicas que atraviesan el Ecuador continental 96

Figura 38. Tsunamis ocurridos en o cerca de la costa ecuatoriana entre 1906 a 1981..... 98

Figura 39. Fases de investigación 105

Figura 40. Procedimiento de investigación 106

Figura 41. Portal web de diario El Comercio 120

Figura 42. Portal de diario El País-España 121

Figura 43. Visualización de datos a través de Power Bi (viral media) 121

Figura 44. Raw data de Excel (base de datos de viral media) 122

Figura 45. Ficha en Excel con macros para el registro de datos 123

Figura 46. Matriz de datos en Excel de diario El Comercio y diario El País 124

Figura 47. Datos de Facebook, clasificados por mes 124

Figura 48. Ubicación de acuerdo con la sección de las piezas periodísticas 129

Figura 49. Ubicación de las piezas periodísticas de acuerdo con el tema 130

Figura 50. De acuerdo con el tiempo de publicación 131

Figura 51. Origen de la información 132

Figura 52. Autoría de las piezas periodísticas 133

Figura 53. Diversidad de puntos de vista de las piezas periodísticas 134

Figura 54. Tipos de fuentes 135

Figura 55. Pauta informativa 136

Figura 56. Tipo de género periodístico 137

Figura 57. Estructura de las piezas periodísticas 138

Figura 58. Nivel narrativo de las piezas periodísticas 139

Figura 59. Elementos gráficos dentro de las piezas periodísticas 140

Figura 60. Enfoque de las piezas periodísticas 141

Figura 61. Tipo de enlace dentro de las piezas periodísticas 142

Figura 62. Cantidad de enlaces dentro de las piezas periodísticas 143

Figura 63**.** Valoración de las piezas periodísticas 143

Figura 64. Cantidad de piezas periodísticas publicadas por día..... 145

Figura 65. Ubicación de las piezas periodísticas según el tema..... 147

Figura 66. Tipo de piezas periodísticas..... 148

Figura 67. Origen de la información 149

Figura 68. Autoría de las piezas periodísticas..... 150

Figura 69. Diversidad de puntos de vista 151

Figura 70. Tipo de fuentes..... 152

Figura 71. Pauta informativa..... 153

Figura 72. Nivel narrativo 154

Figura 73**.** Elementos gráficos en las piezas periodísticas 155

Figura 74. Enfoque de las piezas periodísticas..... 156

Figura 75. Elemento dentro de las piezas periodísticas..... 157

Figura 76**.** Número de piezas periodísticas con enlaces interno o externo..... 158

Figura 77. Cantidad de enlaces..... 159

Figura 78. Reacción ante las piezas periodísticas 160

Figura 79. Número de piezas periodísticas publicadas por día 161

Figura 80. Tipo de género más utilizado por diario El Comercio, Ecuador..... 162

Figura 81. Tipo de género más utilizado por diario El País, España 163

Figura 82**.** Estructura de las piezas periodísticas, diario El Comercio, Ecuador..... 164

Figura 83. Estructura de las piezas periodísticas, diario El País, España..... 164

Figura 84. Publicaciones por día..... 166

Figura 85. Interacción de los usuarios..... 167

Figura 86. Publicación con mayor cantidad de reacciones 168

Figura 87. Publicación con el mayor número de comentarios 168

Figura 88**.** Publicación con mayor número de compartidos 169

Figura 89. Sentimiento de los usuarios 169

Figura 90. Género de los usuarios 170

Figura 91. Sitios de publicación de los posts en la red social Facebook 172

Figura 92. Publicaciones de medios de comunicación 175

Figura 93. Tipo de publicaciones 176

Figura 94. Ubicación de las piezas periodísticas según el tema * ubicación de las piezas periodísticas según la sección 183

Figura 95. Ubicación de las piezas periodísticas según la sección * cantidad de enlaces dentro de las piezas periodísticas 185

Figura 96. Ubicación de las piezas periodísticas según el tema * origen de la información 188

Figura 97. Ubicación de las piezas periodísticas según el tema * autoría de las piezas periodísticas 191

Figura 98. Ubicación de las piezas periodísticas según el tema * tipo de fuente 193

Figura 99. Ubicación de las piezas periodísticas según el tema * pauta informativa 197

Figura 100. Ubicación de las piezas periodísticas según el tema * tipo de género informativo 202

Figura 101. Ubicación de las piezas periodísticas según el tema * enfoque 204

Figura 102. Ubicación de las piezas periodísticas según el tema * tipo de enlace dentro de las piezas periodísticas 206

Figura 103. Autoría de las piezas periodísticas * estructura de las piezas periodísticas 208

Figura 104. Tipo de género * autoría 210

Figura 105. Tipo de género * tipo de fuentes 212

Figura 106. Pauta informativa * tipo de género 215

Figura 107. Tipo de género * elementos gráficos dentro de las piezas periodísticas..... 218
Figura 108. Tipo de género * enfoque de las piezas periodísticas 220
Figura 109. Tipo de género * cantidad de enlaces dentro de la piezas periodísticas 222
Figura 110. Cantidad de piezas periodísticas por día * ubicación de las piezas periodísticas según la sección..... 227
Figura 111. Cantidad de piezas periodísticas por día * autoría de las piezas periodísticas 232
Figura 112. Cantidad de piezas periodísticas por día * tipo de género 238
Figura 113. Ubicación de las piezas periodísticas según el tema * origen de la información 240
Figura 114. Ubicación de las piezas periodísticas según el tema * pauta informativa 241
Figura 115. Ubicación de las piezas periodísticas según el tema * enfoque de las piezas periodísticas..... 242
Figura 116. Ubicación de las piezas periodísticas según el tema * tipo de enlace dentro de las piezas periodísticas..... 243
Figura 117. Pauta informativa * tipo de género 244
Figura 118. Tipo de género * autoría de las piezas periodísticas..... 245
Figura 119. Tipo de fuente * tipo de género 246
Figura 120. Tipo de género * elementos gráficos dentro de las piezas periodísticas..... 247
Figura 121. Cantidad de piezas periodísticas por día * autoría de las piezas periodísticas 249
Figura 122. Publicaciones por día * tipo de usuario 252
Figura 123. Publicaciones por día * tipo de usuario 252
Figura 124. Publicación por día * al sentimiento..... 253
Figura 125. Publicaciones por día * tipo de publicaciones 260
Figura 126. Tipo de usuario * tipo de publicación..... 261
Figura 127. Publicaciones por día * ciudad/provincia 262

Figura 128. Días de publicación * publicaciones internacionales..... 263

Figura 129. Tipo de publicación * publicaciones internacionales 264

Figura 130. Nivel de interacciones a través de Facebook 265

Figura 131. Publicación de Ronaldinho, con el mayor número de interacciones 265

Figura 132. Personajes con el mayor número de interacciones en el primer mes después del terremoto 266

Figura 133**.** Palabras más usadas durante el primer mes después del terremoto..... 266

Figura 134**.** Hashtag más utilizados 267

VIII. Anexos

8 ANEXOS

8.1 Modelo de carta de expertos que validaron el instrumento de análisis

VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

Estimado/a Validador/a:

Me es grato dirigirme a Usted, a fin de solicitar su colaboración como experto/a para validar el siguiente instrumento (anexo).

El presente instrumento tiene como finalidad recoger información directa para la investigación que se realiza en los actuales momentos, titulado: "*Las Narrativas Transmedia en el terremoto de Ecuador (2016): análisis* diario *El Comercio, Ecuador y* diario *El País, España*", esto con el objeto de presentarla como requisito para obtener el título de Doctor en Comunicación por la Universidad de Huelva-España.

Para efectuar la validación del instrumento, Usted deberá leer cuidadosamente cada enunciado y sus correspondientes alternativas de análisis de la información. Se consideró como muestra de estudio la información publicada a partir del 16 de abril 19h00, al 17 de mayo 23h59. La ficha se construyó revisando las secciones y temáticas que poseen los medios en su portal digital.

Por otra parte se le agradece cualquier sugerencia relativa a redacción, contenido, pertinencia y congruencia u otro aspecto que se considere relevante para mejorar el mismo.

Gracias por su aporte

JUICIO DE EXPERTO SOBRE LA PERTINENCIA DEL INSTRUMENTO

INSTRUCCIONES:

Coloque en cada casilla la letra correspondiente al aspecto cualitativo que le parece que cumple cada pregunta y alternativa de respuesta, según los criterios que a continuación se detallan.

E= Excelente / **B**= Bueno / **M**= Mejorar / **X**= Eliminar / **C**= Cambiar

Las categorías a evaluar son: Redacción, claridad, precisión, amplitud, congruencia y pertinencia. En la casilla de observaciones puede sugerir el cambio o correspondencia.

PREGUNTAS		**ALTERNATIVAS**																			
Nº		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
1																					
2																					
3																					
4																					
5																					
6																					
7																					
8																					
9																					
10																					
11																					
12																					
OBSERVACIONES:																					

Evaluado por:

Nombre y Apellido: _____

C.I.:_____ Firma: _____

IDENTIFICACIÓN INSTITUCIONAL
CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, _____, titular de la Cédula/Pasaporte de Identidad Nº _____, de profesión _____, ejerciendo actualmente como _____, en la Institución _____

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación el Instrumento (ficha de análisis), a los efectos de su aplicación a la cantidad de noticias recogidas del diario *El Comercio* y *El País* de sus versiones en digital.

Luego de hacer las observaciones pertinentes, puedo formular las siguientes apreciaciones.

En _____, a los _____días del mes de _____del _____

_____
Firma

	DEFICIENTE	**ACEPTABLE**	**BUENO**	**EXCELENTE**
Congruencia de Ítems				
Amplitud de contenido				
Redacción de los Ítems				
Claridad y precisión				
Pertinencia				

8.2 Enlaces de información digital

A continuación presentamos los enlaces de los diferentes archivos que se elaboraron para el cumplimiento de la tesis doctoral.

- Cartas firmadas por los validadores https://bit.ly/3fiPz5N
- Perfiles de periodistas entrevistados https://bit.ly/37srOp3
- Audios de las entrevistas realizadas a los periodistas https://bit.ly/2MXgoQW
- Tabulación de entrevistas realizadas a periodistas de Ecuador y Perú https://bit.ly/3d2zGyG
- Matriz de datos tabulados de diario *El Comercio* https://bit.ly/30zMgD8
- Matriz de datos tabulados de diario *El País* https://bit.ly/2B7nm2Q
- Matriz de datos tabulados de *Facebook* *https://bit.ly/2zzrloI*
- Matrices y gráficos generados con SPSS https://bit.ly/3d6moBz
- Certificado de PASANTÍA INTERNACIONAL https://bit.ly/2B5ARjP
- Artículos y ponencias publicadas producto de la tesis https://bit.ly/2YrgXrq