



Universidad  
Nacional  
de Loja

# Universidad Nacional de Loja

## Facultad de la Educación, el Arte y la Comunicación

### Carrera de Comunicación

**Ética en el periodismo digital en tiempo real: un estudio de caso en  
diario La Hora Loja y Hora 32, periodo 2023-2024.**

**Trabajo de Integración Curricular,  
previo a la obtención del título de  
Licenciada en Comunicación.**

**AUTORA:**

Cinthia Yamileth Calva Ortiz

**DIRECTOR:**

Mgtr. Franklin Gustavo Santín Picoita, Lcdo.

**Loja – Ecuador**

2024

## Certificación

Loja, 22 de octubre de 2024

## Certificación

Mgtr. Franklin Gustavo Santín Picoita, Lcdo.  
**DIRECTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN**

### **Certifico:**

Que he revisado y orientado todo proceso de la elaboración del Trabajo de Integración Curricular denominado: **Ética en el periodismo digital en tiempo real: un estudio de caso en diario La Hora Loja y Hora 32, periodo 2023-2024** previo a la obtención del título de **Licenciada en Comunicación**, de la autoría de la estudiante **Cinthia Yamileth Calva Ortiz**, con CI: **1900834423** una vez que el trabajo cumple con todos los requisitos exigidos por la Universidad Nacional de Loja, para el efecto, autorizo la presentación para su respectiva sustentación y defensa.



Firmado digitalmente por:  
**FRANKLIN GUSTAVO  
SANTIN PICOITA**

Mgtr. Franklin Gustavo Santín Picoita, Lcdo.  
**DIRECTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN**

## **Autoría**

Yo, **Cinthia Yamileth Calva Ortiz** declaro ser la autora del presente Trabajo de Integración Curricular y eximo expresamente a la Universidad Nacional de Loja y a sus representantes jurídicos de posibles reclamos y acciones legales, por el contenido del mismo. Adicionalmente acepto y autorizo a la Universidad Nacional de Loja la publicación de mi Trabajo de Integración Curricular en el Repositorio Digital Institucional -Biblioteca Virtual.

**Firma:**



**Cédula de Identidad:** 1900834423

**Fecha:** 05 de noviembre 2024

**Correo electrónico:** calvayamileth@gmail.com

**Carta de autorización por parte de la autora, para consulta, reproducción parcial o total, y/o publicación electrónica del texto completo, del Trabajo de Integración Curricular**

Yo, **Cinthia Yamileth Calva Ortiz**, declaro ser autora del Trabajo de Integración Curricular denominado: **Ética en el periodismo digital en tiempo real: un estudio de caso en diario La Hora Loja y Hora 32, periodo 2023-2024** como requisito para optar el título de **Licenciada en Comunicación**, autorizo al sistema Bibliotecario de la Universidad Nacional de Loja para que con fines académicos muestre la producción intelectual de la Universidad, a través de la visibilidad de su contenido de la siguiente manera en el Repositorio Institucional.

Los usuarios pueden consultar el contenido de este trabajo en el Repositorio Institucional, en las redes de información del país y del exterior con las cuales tenga convenio la Universidad.

La Universidad Nacional de Loja, no se responsabiliza por el plagio o copia del Trabajo de Integración Curricular que realice un tercero. Para constancia de esta autorización, suscribo, en la ciudad de Loja, a los cinco días del mes de noviembre del dos mil veinticuatro.

**Firma:**



**Autor:** Cinthia Yamileth Calva Ortiz

**Cédula:** 1900834423

**Dirección:** Av. Isidro Ayora y La Habana

**Correo electrónico:** cinthia.calva@unl.edu.ec

**Teléfono:** 0979598795

**DATOS COMPLEMENTARIOS:**

**Director del Trabajo de Integración Curricular:** Mgtr. Franklin Gustavo Santin Picoita

## **Dedicatoria**

La concepción del presente trabajo se la dedico principalmente a Dios, quien ha sido mi principal motor para continuar en los momentos grises, la fortaleza para seguir incluso cuando no quedaban ganas de continuar.

A mis queridos padres, quienes siempre han estado para apoyarme y alentarme en el camino de la vida, enseñándome a afrontar las adversidades con coraje y valentía, siendo ejemplo de lucha.

Aquellos nueve corazones nobles que poseo como hermanos y hermanas, sus destellos de felicidad son tan míos como suyos y al final del ocaso somos una sola sangre.

A mi equipo de compañeras y amigas, por cada uno de los momentos y experiencias compartidas a lo largo de la carrera, recuerdos que reposan en las memorias más felices de mi ser.

Con amor y gratitud.

*Cinthia Yamileth Calva Ortiz*

## **Agradecimientos**

Agradezco a las instituciones que me permitieron llevar a cabo este trabajo de investigación, aquellos profesionales con calidez humana que siempre estuvieron predispuestos a colaborar y que están comprometidos con la formación académica universitaria.

Al Mgtr. Franklin Gustavo Santín Picoita por guiar el camino de este trabajo e inspirar a otros a ser excelentes profesionales para servir a la sociedad.

Con admiración y respeto.

*Cinthia Yamileth Calva Ortiz*

## Índice de contenido

Portada.....	i
Certificación .....	ii
Autoría.....	iii
Carta de autorización.....	iv
Dedicatoria.....	v
Agradecimientos.....	vi
Índice de contenido.....	vii
Índice de tablas .....	ix
Índice de figuras .....	x
Índice de anexos .....	xi
1. Título .....	1
2. Resumen .....	2
Abstract .....	3
3. Introducción.....	4
4. Marco teórico.....	6
4.1. Introducción al periodismo digital .....	6
4.1.1. Periodismo digital en la actualidad.....	6
4.1.2. Características del periodismo digital.....	6
4.1.3. Periodismo en tiempo real .....	8
4.2. Ética en el periodismo digital.....	9
4.2.1. Principios éticos en el periodismo .....	9
4.2.2. Códigos de ética periodística en el entorno digital.....	10
4.2.3. Desafíos éticos en el periodismo digital.....	11
4.2.4. Casos de estudio de conflictos éticos relacionados con la ética periodística .....	12
4.3. Veracidad como principal principio ético en el periodismo digital .....	12
4.3.1. Fact-checking, Fake news y su papel en la veracidad .....	13
4.3.2. Técnicas y métodos para evaluar la veracidad de las noticias.....	14
4.4. Practicas periodísticas de los medios .....	15
4.5. Practicas periodísticas en diario La Hora Loja y Hora 32.....	16
4.5.1. Historia de los medios estudiados .....	16
4.6. Tipos de contenido publicados en tiempo real.....	16
4.7. Percepción de la audiencia sobre la ética periodística digital .....	19

5.	Metodología.....	21
5.1.	Técnicas metodológicas .....	22
5.1.1.	Instrumentos .....	22
6.	Resultados.....	25
6.1.	Ficha de observación.....	25
6.2.	Entrevista.....	26
6.3.	Panel de expertos.....	27
6.4.	Encuesta .....	34
7.	Discusión .....	38
8.	Conclusiones.....	40
9.	Recomendaciones .....	41
10.	Bibliografía.....	42
11.	Anexos .....	48

## Índice de tablas:

<b>Tabla 1.</b> Categorías éticas.....	23
<b>Tabla 2.</b> Número de contenidos emitidos por diario La Hora Loja y Hora 32.....	25
<b>Tabla 3.</b> Principios éticos y prácticas éticas de los medios La Hora Loja y Hora 32.....	26
<b>Tabla 4.</b> Síntesis de respuestas de los entrevistados.....	28
<b>Tabla 5.</b> Síntesis de respuestas de los periodistas de La Hora Loja y Hora 32.....	31
<b>Tabla 6.</b> Nivel educativo de encuestados.....	34
<b>Tabla 7.</b> Sexo de los encuestados.....	34
<b>Tabla 8.</b> Clasificación de preguntas según indicadores.....	35
<b>Tabla 9.</b> Integración de preguntas por indicadores de frecuencia según escala de Likert.....	35
<b>Tabla 10.</b> Clasificación de preguntas por frecuencia según la escala de Likert.....	36

## Índice de figuras:

<b>Figura 1.</b> Integración de diferentes formatos en el periodismo digital.....	7
<b>Figura 2.</b> Etapas del proceso de producción de información periodística.....	7
<b>Figura 3.</b> Pasos que identifica el fact-checking.....	14
<b>Figura 4.</b> Pasos para evaluar la veracidad de una noticia.....	15
<b>Figura 4.</b> Formato video .....	17
<b>Figura 6.</b> Formato redes sociales.....	17
<b>Figura 7.</b> Formato artículo de noticias.....	18
<b>Figura 8.</b> Formato de página de investigación.....	18
<b>Figura 9.</b> Página de juegos educativos .....	19
<b>Figura 10.</b> Mapa del cantón Loja.....	21
<b>Figura 11.</b> Principios éticos que la audiencia identifica en los medios de comunicación de los medios La Hora Loja y Hora 32.....	37

## **Índice de anexos:**

<b>Anexo 1.</b> Ficha entrevista.....	48
<b>Anexo 2.</b> Encuesta.....	49
<b>Anexo 3.</b> Entrevista a Fabricio Vela .....	53
<b>Anexo 4.</b> Entrevista a Sandra Machuca.....	62
<b>Anexo 5.</b> Entrevista a Rubén Darío Buitrón.....	71
<b>Anexo 6.</b> Entrevista a periodista de La Hora Loja .....	74
<b>Anexo 7.</b> Entrevista a periodista de La Hora Loja .....	78
<b>Anexo 8.</b> Entrevista a periodista de Hora 32.....	84
<b>Anexo 9.</b> Entrevista a periodista Hora 32.....	89
<b>Anexo 10.</b> Certificación de traducción.....	94

## **1. Título**

**Ética en el periodismo digital en tiempo real: un estudio de caso en diario La Hora Loja y Hora 32, periodo 2023-2024.**

## 2. Resumen

El periodismo digital presenta una nueva cara de la comunicación: da lugar a un periodismo más interactivo, conectado y participativo, facilitando la difusión de información mediante redes sociales a través de dispositivos tecnológicos inteligentes. Este nuevo modelo trae consigo ciertas características y desventajas para la ética periodística, debido a que comprometen valores importantes de la profesión. La investigación se centra en los diarios La Hora Loja y el medio nativo digital Hora 32, con la finalidad de identificar los principios éticos y estándares profesionales que guían la labor de sus periodistas en la creación y difusión de contenido en vivo. La metodología empleada es mixta, mediante la cual se aplican entrevistas, una matriz de observación y una encuesta. Se analizan así 415 publicaciones en *Facebook Live* de ambos medios mediante una matriz que divide principios éticos y subcategoriza las prácticas alineadas a ellos. Además, la encuesta es aplicada a 383 personas para conocer la percepción que tienen sobre el contenido en vivo. Paralelamente, con el afán de identificar la manera en que se desarrolla la ética dentro de los diarios, se entrevistan a dos miembros de cada uno, y como parte del panel de expertos, son tomados en cuenta tres periodistas ajenos a los medios analizados, quienes poseen más de diez años de experticia en el campo del periodismo. Los resultados reflejan el compromiso ético que mantienen los medios y subrayan la necesidad de continuar capacitando al equipo de periodistas con el propósito de mantener e incrementar los estándares éticos propios de una labor profesional responsable.

**Palabras claves:** periodismo digital, prácticas éticas, entornos digitales, contenido en tiempo real, transmisiones.

## Abstract

Digital journalism presents a new face of communication: it gives rise to a more interactive, connected and participatory journalism, facilitating the dissemination of information by means of social networks through intelligent technological devices. This new model brings with it certain characteristics and disadvantages for journalistic ethics because it compromises important values of the profession. The research focuses on the newspapers *La Hora Loja* and the digital native media *Hora 32*, in order to identify the ethical principles and professional standards that guide the work of its journalists in the creation and dissemination of live content. The methodology used is mixed, by means of interviews, an observation matrix, and a survey. Thus, 415 Facebook Live publications from both media are analyzed through a matrix that divides ethical principles and subcategorizes the practices aligned to them. In addition, the survey is applied to 383 people to know their perception of the live content. At the same time, to identify the way in which ethics is developed within the newspapers, two members of each newspaper are interviewed, and as part of the panel of experts, three journalists from outside the analyzed media, who have more than ten years of experience in the field of journalism, are considered. The results reflect the ethical commitment of the media and underline the need to continue training the team of journalists to maintain and increase the ethical standards of a responsible professional work.

**Keywords:** digital journalism, ethical practices, digital environments, real-time content, broadcasts.

### 3. Introducción

El creciente ecosistema digital, con diversas posibilidades para compartir datos en línea, ha impulsado al periodismo hacia una era tan importante o inclusive más que el entonces surgimiento de la imprenta (López, 2008), dando lugar así a nuevas formas de hacer y trabajar la información. Las nuevas estructuras y sistemas permiten que la información sea difundida en espacios alternativos a los tradicionales y, a su vez, su consumo se ha tornado más participativo. De ahí que el usuario contemporáneo sea un “personaje complejo que se inmiscuye en una gran variedad de prácticas digitales direccionadas a preferencias de consumo” (Costera y Groot, 2015, p. 665). En otras palabras, el comportamiento en las nuevas esferas de convergencia digital se centra en canales de difusión y plataformas de interacción social, como las redes sociales, de la mano de dispositivos inteligentes, que son la clave para investigar, producir y, sobre todo, difundir contenidos periodísticos (Salaverria, 2019).

El abanico de formatos para crear y difundir información está conformado por varias opciones como, por ejemplo, las tan populares transmisiones en tiempo real, los en vivo. Esta herramienta es sumamente empleada en el periodismo como una nueva forma de informar desde el lugar de los hechos que ha sabido amoldarse a los cambios inherentes de la era moderna (Albornoz y Luján, 2020).

En efecto, la mayoría de las redes sociales que utilizan los medios de comunicación incluyen la opción para crear contenido en tiempo real con el apoyo de un programa de streaming, y quienes consumen este tipo de contenido tienen alternativas para interactuar a través de mensajes, reacciones y compartidos. Sin embargo, esta inmediatez compromete las prácticas éticas en el periodismo digital bajo la presión por tener la primicia, que empieza a distanciarse de los principios básicos que velaban al periodismo tradicional: veracidad, precisión, imparcialidad, responsabilidad social, por nombrar algunos.

La digitalidad paulatinamente ha irrumpido y arrebatado esos principios, lo que da paso a plantear la siguiente pregunta de investigación: ¿existe ética en el periodismo digital durante la transmisión de noticias en tiempo real, en las cuales la inmediatez juega un papel crucial? De este planteamiento se desprende así una dicotomía en el periodismo: la digitalidad y la ética.

Este tema ya lo abordan varios estudios desde distintos planteamientos. Uno de ellos es el de Aguilar (2023), quien manifiesta la necesidad de crear leyes de regulación y

transparencia para los medios digitales; asimismo, Gutiérrez (2019) señala que los medios de comunicación sometidos a su estudio no cumplen cabalmente las normas éticas básicas del periodismo e inclusive cuestiona el accionar de los *cyberperiodistas*.

Para efectos de la presente investigación, el abordaje se lo realiza desde el ejercicio profesional en el diario La Hora Loja y el medio nativo digital Hora 32 bajo tres objetivos concretos: 1) identificar los principios éticos y estándares profesionales que guían la labor de los periodistas y editores en los medios digitales seleccionados; 2) describir las prácticas periodísticas empleadas en la publicación de contenido en tiempo real durante el periodo 2023-2024; 3) evaluar la percepción de la audiencia con respecto a la veracidad de la información.

La relevancia del estudio radica en conocer las prácticas éticas de ambos medios de comunicación con el fin de entender cómo se aplican, la responsabilidad que conllevan y la manera de gestionar la confianza del público: dependiendo de la calidad de contenido, se condiciona a la sociedad a confiar o no en el periodismo actual. El planteamiento metodológico parte desde un enfoque mixto de la mano de una matriz de observación, entrevistas y encuestas. Vale acotar que la naturaleza del trabajo se centra en el análisis de contenidos transmitidos en tiempo real y deja de lado otros formatos y secciones que bien podrían ser claves y tomados en cuenta en futuros trabajos para profundizar en la praxis de la ética de esta profesión.

Finalmente, el documento está estructurado en tres secciones principales: el marco teórico, en el cual se profundizan varios temas relacionados a la ética y la praxis del periodismo digital; la metodología, que detalla aspectos concernientes al tipo de investigación, población, muestra, entre otros; por último, los resultados de la aplicación de los instrumentos y su respectiva discusión, conclusiones y recomendaciones.

## **4. Marco teórico**

### **4.1. Introducción al periodismo digital**

#### **4.1.1. *Periodismo digital en la actualidad***

El alcance sistemático y mundial del periodismo digital responde a su capacidad para integrar múltiples formas de contenido en línea como, por ejemplo, videos, gifs, infografías, imágenes y otros recursos que lo convierten en una herramienta poderosa para informar, educar y conectar a las sociedades del siglo XXI. Guallar et al. (2021) enfatizan que la importancia del periodismo digital radica en que los usuarios pueden informarse a tiempo real y desde cualquier parte del mundo, puesto que se rompieron por completo las barreras de espacio-tiempo a las que estaban limitadas las prácticas tradicionales. Aparicio (2020) además hace hincapié en que su relevancia trasciende hacia la toma de decisiones a escala social y política, por lo que todo gobierno de turno se ve obligado a consolidar vínculos con los medios de comunicación.

Sin duda, son varios los frentes que convergen en la praxis periodística de la modernidad: desarrollo, política y gobernanza, seguridad, entretenimiento, puestos de trabajo, ofertas y tantos otros que demuestran que la comunicación es la piedra angular para el desarrollo (García y Gil, 2019). Una comunicación marcada por recursos de hipertextualidad, multimedialidad e interactividad que conllevan una experiencia inmersiva para el usuario, quien se enfrenta a la difícil tarea de discernir si las noticias son o no reales (Palau y Sánchez 2020).

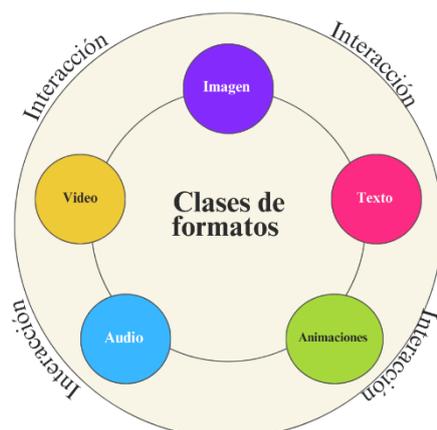
Sin duda, el periodismo digital constituye uno de los pilares de la sociedad, puesto que es capaz de adaptarse y evolucionar constantemente y ofrece cada vez más facilidades para acceder a información actualizada desde cualquier lugar y momento. Su impacto es tal, que ya no solo informa, sino que moldea contundentemente la opinión pública y fomenta la participación activa de la audiencia en el flujo informativo.

#### **4.1.2. *Características del periodismo digital***

El periodismo digital representa para todo internauta, empresa u organización una herramienta determinante debido a que emite información instantánea y a tiempo real que alcanza a una audiencia masiva, generando un diálogo abierto, activo y oportuno con los usuarios. Se caracteriza principalmente por combinar en una misma plataforma diversas clases de formatos como texto, audio, imágenes, videos, animaciones, etc. (Figura 1), que hacen de la experiencia de navegación más interactiva e inclusive de mayor interés para las nuevas generaciones (Esneca Business School, 2021).

**Figura 1.**

*Integración de diferentes formatos en el periodismo digital*



Evidentemente, los medios tradicionales se ven limitados, puestos que no pueden generar la interacción a tiempo real que sí lo hace el periodismo digital, que además posibilita al usuario a acceder a la información en cualquier momento y lugar sin tener que estar presente en la hora específica en que se transmite la noticia (Gualotuña et al., 2022). Desde luego, las características más notorias de la digitalidad periodística tienen que ver con la universalización y las etapas del proceso de producción de información explicadas en la Figura 2 con base en el estudio de Machado (2022).

**Figura 2.**

*Etapas del proceso de producción de información periodística*



Estas etapas de producción son inherentes al periodismo digital: en Ecuador, así como en todos los países, la mayoría de los medios han debido innovar y adaptarse a estas fases para ganar terreno en las esferas digitales con la finalidad de brindar un mejor servicio a la sociedad (Escobar y Bahamonde, 2020). A fin de cuentas, la dinámica de consumo de

información exige inmediatez, alcance global, interactividad, intuitividad y diversidad de formatos mayormente preferidos que los medios tradicionales (radio, televisión y prensa).

#### **4.1.3. Periodismo en tiempo real**

El periodismo digital ha evolucionado a tal punto que la información se la produce al instante: tan pronto como ocurren los hechos, las redes sociales se inundan de noticias. Precisamente, la práctica periodística moderna está determinada por distintas plataformas y redes sociales genéricas, profesionales o verticales que han moldeado nuevas formas de hacer noticias como son los en vivo, en los cuales los internautas colaboran e interactúan a tiempo real. En palabras de Coterón (2016):

En el mundo, son más usuarios los que se inclinan por el periodismo digital, que, sin ánimo de competir con el tradicional, lo complementa. El periodista de la era digital debe ser capaz de adaptarse a lo nuevo y a ser polivalente. (p. 115)

Es indudable que el periodismo digital transforma las formas de producción y difusión de información, plantea nuevos retos y estructura un modelo que exige a los usuarios corroborar la veracidad de los contenidos debido a la gran cantidad de publicaciones que existen. En Ecuador, de acuerdo con Morejón y Zamora (2019), se evidencia mayor evolución del periodismo digital a partir del primer semestre de 2018, sobre todo en cuanto al aumento del uso de redes sociales y la creación de contenido de valor narrativo.

Ahora bien, hay que dejar en claro que el periodismo digital es fruto de la comunicación 2.0 y las herramientas que lo componen (redes sociales, páginas webs, banners, blogs, entre otros), pues el conjunto de ellas hace posible que la información sea masificada. Por lo tanto, el periodismo tiene siempre que adaptarse a las nuevas tendencias, mercados y tecnologías (Araújo et al., 2019).

En efecto, esta evolución constante que exige la digitalidad ha impulsado a que los en vivo despierten el interés de los consumidores, puesto que pueden participar activamente de la noticia y no solo ser espectadores pasivos. Pero claro, es importante siempre tomar en cuenta los pros y contras inherentes a este y los demás formatos periodísticos de la actualidad (Salaverría, 2019).

En síntesis, la digitalidad ha marcado un punto de inflexión en el quehacer periodístico, debido a que relega completamente a segundo plano aquellas prácticas tradicionales y exige de los medios de comunicación mayor innovación y rápida capacidad de adaptación para despertar y mantener la atención de la audiencia (López y Córdoba, 2020). Ciertamente, deben en todo momento existir de por medio objetivos y estrategias que guíen las acciones de los periodistas en su ejercicio profesional.

## 4.2. Ética en el periodismo digital

### 4.2.1. Principios éticos en el periodismo

Tanto el profesional como el medio al que pertenecen deben atenerse a determinados principios con miras a proteger la integridad de las personas y evitar la difusión de información sesgada o falsa. Al respecto, Chaparro et al. (2020) expone que:

Es precisamente la misma comunicación la que puede actuar de revulsivo y buscar nuevas fórmulas que, desde el desempeño del periodismo en los medios audiovisuales y en las prácticas de *transmedialidad*, narre a través de una serie de principios éticos información de actualidad con un tratamiento adecuado y reflexivo. (p. 349)

Rodrigo-Alsina y Cerqueira (2019) coinciden en que los principios éticos que atañen a esta profesión devienen del neologismo posverdad, el cual plantea que el periodismo tiene que ser real, verificado, contrastado y no distorsionar la realidad de los hechos. No obstante, las redes sociales han irrumpido con gran magnitud en el ejercicio de la comunicación y ello ha incentivado a que el periodismo relegue de a poco los principios elementales, pese a que su naturaleza se sustenta en la verdad y credibilidad de los relatos respaldados bajo el código deontológico.

La ética también es fundamental para que el ciudadano reciba información de calidad para vivir en una democracia libre. Las funciones del periodismo son diversas, informar, investigar, analizar, crear vínculos sociales, además, de la gran labor social que representa descubrir o denunciar lo que se oculta o la información que los ciudadanos necesitan para elegir un gobierno adecuado. (Jiménez y Nicolás-Sans, 2023, p. 1)

Precisamente, Rodríguez (2020) cuestiona el accionar y la participación periodística en los tiempos modernos y plantea tres frentes: 1) los futuros periodistas deben prepararse para trabajar y hacer valer su conocimiento en los medios digitales; 2) urge componer los principios éticos básicos del periodismo; 3) la necesidad de avanzar en una política de rendición de cuentas ante la opinión pública es vital para ejercer con mayor liderazgo la profesión.

Indudablemente, los principios éticos son indispensables para garantizar la calidad de la información, honestidad, imparcialidad, verificación de los hechos y el respeto a la privacidad, con el objetivo de mantener la integridad del profesional y la confianza del público. Sobre este último punto, el estudio de Cotera (2020) expone que el 85 % de la muestra de participantes considera importante que toda información emitida por los

periodistas esté ligada a la ética profesional y no debe someterse a beneficios personales ni mucho menos empresariales, pues solo así se puede narrar la historia tal y como es.

Vale aquí poner en cuestionamiento el impacto que las representaciones sociales, la calidad periodística y la estructura laboral han tenido en la credibilidad de la información, lo que ha dado paso a la aparición de nuevos medios de comunicación que buscan ser una alternativa alineada realmente a los principios de la profesión y dejan de lado intereses individuales, empresariales y grupales (Vega, 2021). He ahí la importancia de emplear herramientas para medir la objetividad y subjetividad de los textos periodísticos en una era marcada por la posverdad, la desinformación y el fácil acceso a la innumerable cantidad de información publicada minuto tras minuto en la web (Suárez y Suárez, 2020).

La ética y el periodismo digital son dos elementos interconectados que deben siempre mantenerse de esa manera para preservar la credibilidad y la confianza de quien se encuentra detrás del micrófono, la pantalla y el medio. Implica, por tanto, un compromiso moral para informar con precisión, imparcialidad y transparencia.

#### **4.2.2. Códigos de ética periodística en el entorno digital**

Cada vez más, la praxis de los códigos de ética periodística se diluye en los entornos digitales debido a la premura de publicar información y al constante cambio de los medios. Un análisis profundo lo realiza el estudio *Principios deontológicos del periodismo digital: una aproximación axiológica a la realidad* (Ulpo et al., 2020), el cual enfatiza que la ética tiene un compromiso con la narrativa de las noticias, la credibilidad y la honestidad, por lo que el periodista moderno debe ejercer su profesión con liderazgo, responsabilidad y tener la libertad de crear contenidos interactivos. Lamentablemente, son varios los profesionales que utilizan la información de las redes sociales de manera irresponsable y hasta se apropian de noticias, transgreden los derechos de las personas y el principio de ética de divulgación de la información.

Redondo y Caffarel (2022) también sostienen que los códigos de ética cada vez se diseminan en el ejercicio diario de la profesión, por lo que urge emplear métodos que contribuyan a impulsarlos y a mejorar las destrezas de los periodistas. Evidencia clara de estas falencias recae en la dinámica que ocurrió durante la pandemia de COVID-19, pues Martin et al. (2023) expresan que la falta de ética fue la cereza del pastel y dio paso a que se publique información no veraz, lo que a su vez despertó la preocupación de las sociedades democráticas.

En síntesis, los códigos de ética son fundamentales para mantener la credibilidad y responsabilidad en la práctica periodística, pero más aún en una era marcada por la

digitalidad, la inmediatez y el bombardeo de información. Al fin y al cabo, actualmente resulta más fácil atentar contra la privacidad y la transparencia de los datos, lo que indica que debe prestarse suma atención a ello para salvaguardar la integridad del periodismo.

#### **4.2.3. Desafíos éticos en el periodismo digital**

Los medios de comunicación inciden en la opinión pública y, por consiguiente, deben plantear también sus propios códigos y principios para preservar la credibilidad, ética e integridad. Hay que tomar en cuenta que se vive una época en que la producción de contenidos efectivos es más susceptible a vulneraciones como consecuencia de la mediatización, entendida como la forma en que los medios se incorporan en cada resquicio de la sociedad y su cultura hasta convertirse en un monopolio (Cruz y Suárez, 2016).

Sánchez (2013) subraya los desafíos éticos del periodismo digital, el cual procura adaptarse a las exigencias de los usuarios, pero de la mano de un tratamiento noticioso más relajado por medio del infoentretenimiento, las *soft news*, el exacerbado gusto por noticias morbosas que obedecen a la espectacularización periodística de cuestionable profesionalidad y, finalmente, la innumerable información que se muestra y que da cabida a la infoxicación de contenido. Este panorama exige cambios rotundos para ofrecer información que realmente genere beneficios y respete los códigos deontológicos de la profesión, lo que además pone en cuestionamiento la compleja situación que vive el periodista, quien se enfrenta a un entorno caótico sin precedentes en el que debe lograr mantenerse a flote.

Los códigos de ética siguen siendo referencia para todas las profesiones, también para el trabajo periodístico. Fueron una guía imprescindible durante muchas décadas y contribuyeron a la consolidación de la profesión y a la confianza ciudadana en la información pública. Pero su formato pétreo los hace poco versátiles en la era de la autocomunicación de masas, donde las voces profesionales comparten escenario con todas las demás y donde prevalece la desconfianza. (Crettaz, 2023, p. 2)

Entonces, los desafíos éticos se evidencian a nivel teórico y práctico, puesto que no han sabido responder correctamente a las exigencias de la modernidad, lo cual ha sido tomado como ventaja para soslayarlos tanto como sea posible. Pero claro, bien mencionan Ufarte et al. (2021) que más aún en esta era tan digital es cuando deben reforzarse y tomar cartas en el asunto para asegurar la transparencia y jerarquización de la información.

En síntesis, el periodismo digital acarrea consigo desafíos éticos de gran envergadura, pues se vive un entorno en constante evolución que exige mayor rapidez para difundir las noticias, en el que abundan las fuentes de información y en el que hay la constante presión por captar la atención del público. Vender más y disminuir la calidad parece ser la

premisa de los medios, por lo que urge reforzar los estándares éticos para garantizar la confiabilidad y la responsabilidad en la difusión de información.

#### **4.2.4. Casos de estudio de conflictos éticos relacionados con la ética periodística**

El estudio de Espinoza y Calva (2020) hace eco de que la ética es un factor presente en cualquier ámbito del quehacer humano y que con frecuencia se ve vulnerado por múltiples razones, especialmente por parte de los medios de comunicación debido a intereses económicos, políticos, empresariales, etc. Como resultado, la praxis moral, el respeto, la beneficencia y la justicia se ven afectadas.

Por su parte, Suárez-Ruíz (2021) analiza el tratamiento que los medios de comunicación tuvieron con la pandemia de COVID-19 y las diversas teorías de conspiración que despertaron la alerta contra las vacunas. La falta de fundamentación y verificación de la información, en conjunto con las *fake news*, acrecentaron la problemática, hecho que evidencia la imperante necesidad de aplicar criterios normativos bajo un modelo racionalista que encamine a la formación de juicios morales.

Sin duda, la conducta de los medios de comunicación obliga a la adopción de medidas para garantizar el ejercicio del periodismo desde un marco ético que asegure la veracidad de las noticias. Zúñiga (2020) resalta que esto es de suma importancia, especialmente en temas políticos que alteran y alarman a la sociedad en general, y considera que deben aplicarse códigos de ética y declaraciones de originalidad tanto a los profesionales y a los medios.

Como puede corroborarse, los casos de estudio abordan los conflictos éticos en torno a la veracidad de la información, asunto trascendental para mantener altos estándares de integridad y precisión en el ejercicio periodístico. Sin duda, urge que los medios se adhieran a prácticas y procesos rigurosos de verificación, con miras a garantizar la exactitud y credibilidad de las noticias que difunden.

#### **4.3. Veracidad como principal principio ético en el periodismo digital**

En el periodismo, la veracidad consiste en el grado de exactitud y fidelidad de la información, lo que se configura en una problemática en pleno siglo XXI al estar marcado por la posverdad, la digitalidad de los datos y la facilidad para acceder a ellos (Mejía, 2022). Galdámez (2021) acota además que este es un concepto obsoleto para el contexto de la comunicación digital y requiere, por lo tanto, una reformulación que responda mejor a las circunstancias actuales con el fin de tener parámetros óptimos para verificar y contrastar la información que circula en la web.

La praxis de la veracidad implica extrapolar las conclusiones de un determinado hecho, plasmarlo en una nota periodística y procurar impermeabilizar en la medida de lo posible la filtración de noticias falsas. Solo de esa forma es factible exigir y redefinir el proceso en términos de un periodismo reflexivo, interpretativo y crítico (Ballesteros y Ruiz, 2021).

Sin duda, la veracidad, tanto en el periodismo tradicional como en el digital, es la clave para ejercer la profesión con liderazgo y responsabilidad. Por esa razón, urge que los profesionales se formen y apliquen los principios éticos y no los releguen en el nombre de un crecimiento económico y/o reconocimiento social, pues se deben siempre a ellos sin excusa alguna.

#### **4.3.1. *Fact-checking, Fake news y su papel en la veracidad de la información***

El *fact-checking*, verificación de la información, se han convertido en una práctica muy utilizada en los diferentes campos de la academia y la comunicación, debido a que es una herramienta que ha demostrado ser clave para desmentir las noticias falsas que circulan en la web. Dado el contexto de la pandemia, este fue un recurso que tuvo suma acogida, puesto que resultaba crucial desmentir la gran cantidad de *fake news* publicadas (Pozo y León, 2020).

Pérez-Curiel y Velasco-Molpeceres (2020) señalan que el *fact-checking* y las agencias encargadas tienen un rol neurálgico para verificar la autenticidad de la información que circula en línea, una acción trascendental cuando la inteligencia artificial gana terreno rápidamente y se torna cada vez más complejo controlar lo que se publica. Tarango y Machin-Mastromatteo (2023) resaltan además que la verificación (ver Figura 3) es crucial ante la falta de control de las noticias, pues varias de ellas encierran una intencionalidad negativa en sus propósitos y desembocan en graves trastornos en los ecosistemas de la comunicación.

**Figura 3.**

*Pasos que identifica el fact-checking*



El *fact-checking* se ha convertido así una herramienta indispensable para luchar contra la proliferación de noticias falsas. Su papel es cada vez más preponderante con el fin de corroborar la veracidad de los hechos, datos y afirmaciones que circulan en las redes sociales y plataformas de los distintos medios de comunicación y en la web en general.

#### **4.3.2. Técnicas y métodos para evaluar la veracidad de las noticias en línea**

A continuación, la Figura 4 detalla las técnicas y los métodos que deben tomarse en cuenta para evaluar la veracidad de las noticias que se difunden en los medios digitales, de tal modo que el usuario sea capaz de reconocerlas:

**Figura 4.**

*Pasos para evaluar la veracidad de una noticia*



*Nota.* Tomado de Universidad San Francisco de Quito (2020)

#### **4.4. Prácticas periodísticas de los medios**

Las prácticas periodísticas son cada vez más cambiantes y requieren de un análisis crítico que permita identificar fortalezas y debilidades, además de evaluar la calidad y veracidad de la información. Rivera y Rosero (2017) subrayan que la dinámica de la profesión ha experimentado cambios sustanciales gracias a la tecnología, pues actualmente se utilizan diversos recursos, como drones, imágenes interactivas, videos, gifs, infografías, entre otros, con la finalidad de captar por mayor tiempo la atención de los usuarios e incentivarles a que interactúen.

Estimular mejores prácticas periodísticas en los medios de comunicación implica verificar y contrastar la información que difunden sobre un determinado tema. Por lo tanto, se requiere contar con profesionales capacitados para el manejo de herramientas tecnológicas y para aplicar los criterios éticos correspondientes (Universidad Tecnológica de Bolívar, 2022). Asimismo, es fundamental inculcar medidas de transparencia como, por ejemplo, los

datos de mapas y gráficos deben sustentarse en fuentes oficiales; un caso concreto se vivió diariamente durante la pandemia, en vista de que era de interés público el contar con información actualizada sobre los casos de contagios por COVID-19 (Díez-Garrido y Renedo, 2020).

En síntesis, la complejidad e importancia que atañen a un periodismo ético y responsable exigen comprender los métodos utilizados para recopilar, verificar y presentar información. Asimismo, hay que tomar en cuenta la influencia que tienen en la creación de la noticia los intereses comerciales, políticos y sociales con el fin de construir una sociedad menos polarizada y más integrada.

#### **4.5. Prácticas periodísticas en diario La Hora Loja y Hora 32**

##### **4.5.1. Historia de los medios estudiados**

La Hora (2018) es una empresa privada fundada en Quito en agosto de 1982, pero que con el pasar del tiempo se estableció en otras regiones como Cotopaxi, Esmeraldas, Imbabura, Carchi, Loja, Los Ríos, Santo Domingo, Tungurahua y Zamora. Para efectos del presente estudio, el enfoque está centrado en Loja, provincia en la que se posiciona como uno de los periódicos más leídos debido a que publica información local, parroquial, provincial, nacional e internacional. En lo que respecta a su versión digital, fue publicada por primera vez el 22 de junio de 1996, y desde entonces empezó un proceso constante de mejora y evolucionó de acuerdo con los avances tecnológicos y las exigencias sociales, a tal punto que actualmente es un referente en la zona sur del país.

Por su parte, Hora 32 (2023) es un medio con poca trayectoria en Loja, de apenas el 3 de mayo de 2020, en el contexto de la pandemia. Su premisa es informar de manera veraz, oportuna, contrastada y verificada los sucesos de gran interés a nivel provincial y regional de la mano de profesionales con amplia trayectoria. La propuesta periodística del medio es estrictamente digital mediante *Facebook*, *Instagram*, *X*, una página web y una versión en PDF de sus ejemplares de lunes a viernes que se distribuye gratuitamente por *WhatsApp* y *Telegram*.

#### **4.6. Tipos de contenido publicados en tiempo real**

De acuerdo con Sordo (2023), son cinco las clases de contenidos que pueden publicarse en tiempo real para interactuar con la audiencia y generar buen *engagement*:

**1) Videos:** es un recurso muy popular y didáctico, por cuanto la interacción es inmediata, genera un gran impacto y facilita la transmisión de información (Figura 5).

**Figura 5.**

*Formato video*

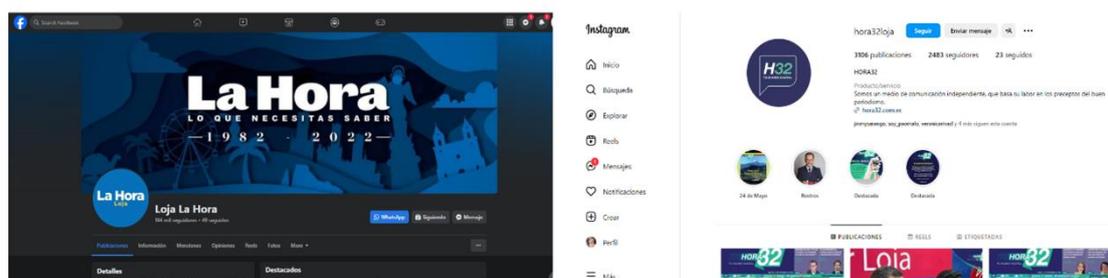


*Nota.* Tomado del portal de YouTube de CNN en Español

**2) Redes sociales:** los distintos medios de comunicación informan diariamente por estos canales digitales gratuitos, al ser espacios virtuales en los que los usuarios publican y comparten todo tipo de información personal y profesional con terceras personas, conocidos y absolutos desconocidos (Figura 6).

**Figura 6.**

*Formato redes sociales*

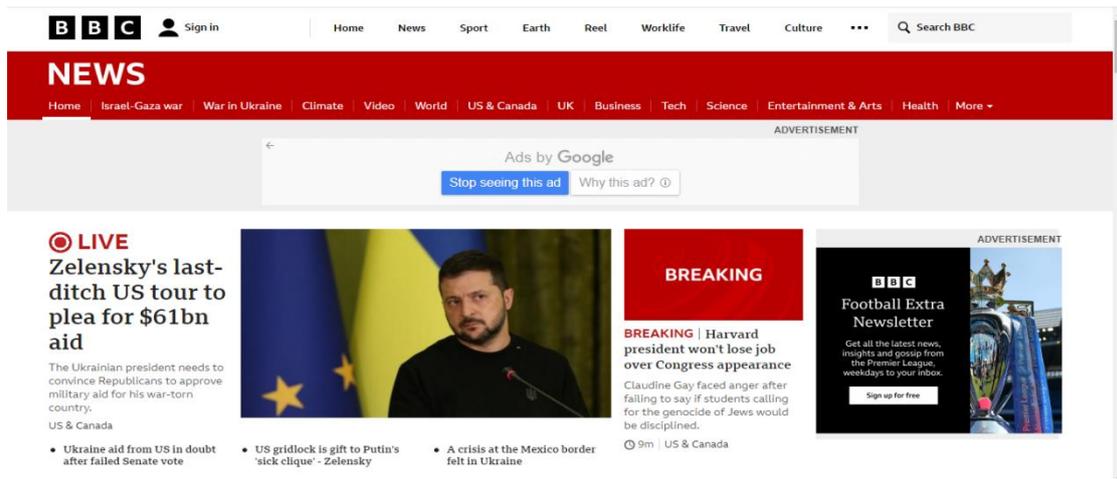


*Nota:* Tomado de redes sociales de diario La Hora Loja y Hora 32

**3) Artículos de noticias:** la premisa consiste en generar contenido de valor que le permita al medio de comunicación posicionarse frente a los demás; en este caso, el artículo consiste en un texto que interpreta las noticias más recientes (Figura 7).

**Figura 7.**

*Formato artículo de noticias*



*Nota.* Tomado de portal web de BBC News

**4) Contenido de investigación:** implica generar investigación fundamentada y contrastada de alto impacto, veracidad, seriedad y compromiso (Figura 8).

**Figura 8.**

*Formato de página de investigación*



*Nota.* Tomado de la página web de Redalyc

**5) Clases en línea/juegos educativos:** permiten captar el interés del público más joven e incentivar su participación (Figura 9).

**Figura 9.**

*Página de juegos educativos*



*Nota.* Tomado de la página web de Science Fun for Everyone

Independientemente del formato, el contenido siempre debe procurar ser dinámico con la finalidad de que los usuarios se mantengan al día de los acontecimientos y tengan una experiencia más inmersiva y cercana a los hechos.

#### **4.7. Percepción de la audiencia sobre la ética periodística en el periodismo digital**

La investigación *Las audiencias en el contexto digital* (Rodríguez-Hidalgo et al., 2020) destaca que el usuario tiene una relación directa con el medio porque recepta, decodifica, interpreta, participa y activa su sistema nervioso en función de la información que consume. De ahí que el periodismo digital favorezca el diálogo y reduzca la entropía o, por el contrario, aumente la incertidumbre ante el incremento desmesurado de mensajes.

La proliferación y difusión del Internet ha generado profundos cambios en los medios de comunicación durante las últimas dos décadas y ha impulsado mayor participación y demanda de la audiencia. Consecuentemente, la innovación también amplió sus horizontes, pues ahora está ligada a los avances tecnológicos propios de los entornos virtuales (Peña et al., 2019). Y claro, la apreciación que el consumidor tiene de un medio de comunicación es resultado de la agregación y composición de determinadas estimaciones subjetivas inherentes a cada persona, las características de la empresa y las relaciones causa-efecto sobre las diferentes acciones que se asume que los medios deben ejecutar con el objetivo de llegar a la audiencia (Gil-Lafuente et al., 2020).

Ahora bien, la percepción del público con respecto a la veracidad de la información proporcionada por los medios es un entramado complejo, pues la variedad de noticias que circulan en la web hace complejo discernir aquello que es real y lo que resulta mero entretenimiento. Benlloch (2020) subraya que el receptor gana protagonismo y al final del día es quien tiene la última palabra: es libre de decidir qué ver, cuándo verlo y cómo verlo. Como resultado, los medios ofrecen lo que el usuario demanda e incluso persuaden el interés del público, que cada vez cae con mayor profundidad en la vorágine del sensacionalismo, a medida que la cultura y el interés sucumben en el entretenimiento banal y la desinformación.

Por otro lado, los medios ven la oportunidad para recuperar el prestigio del periodismo ante la opinión pública a través de tres pilares fundamentales: la transparencia informativa, la autorregulación y la participación de la audiencia. El propósito es que en conjunto velen por la responsabilidad y la calidad del producto informativo (Ramon-Vegas y Mauri-Ríos, 2020). Además, juega un rol imperante las estrategias de innovación para difundir las noticias y captar la atención de los usuarios, lo que ha motivado a crear nuevos modelos de entrenamiento y negocio en plataformas digitales multicanal (Marín, 2021).

En definitiva, la percepción de la audiencia sobre la ética periodística es un aspecto importante en la era digital. Como se mencionó, la desinformación y las *fake news* han ocasionado desconfianza en el proceso de verificación de las noticias, hecho que resulta un verdadero desafío para los profesionales en vista de que deben difundir contenidos más sólidos y labrar el camino para reconstruir la confianza entre los medios y su público.



Este proceso tuvo lugar entre enero de 2023 y 2024, periodo en el que se destacan dos hechos: las elecciones seccionales de febrero y las elecciones presidenciales de agosto. El proceso de observación se llevó a cabo mediante una ficha que permitió analizar las prácticas éticas de los contenidos emitidos y, paralelamente, fueron aplicadas entrevistas a periodistas de los medios de comunicación y otros expertos.

### **5.1. Técnicas metodológicas**

Para dar respuesta a los objetivos planteados, se aplicaron técnicas que responden a la metodología mixta.

#### **Observación web**

La observación es una técnica que consiste en recabar información, registrarla y analizarla (Hernández et al., 2014). El proceso se centró en las páginas web y redes sociales de los dos medios de comunicación con la finalidad de analizar si existe información publicada sobre sus políticas éticas y evaluar los contenidos noticiosos de los en vivo.

#### **Encuestas**

La encuesta utiliza un formulario impreso o digital con respuestas destinadas a los participantes (Feria et al. 2020). En este caso, fue de autoaplicación a través de Formularios de Google, al ser una herramienta ideal para recolectar datos rápidamente (Casas et al., 2003). El instrumento estuvo estructurado con 14 preguntas de diversa índole: cerradas, de opción múltiple, escala y valoración.

#### **Entrevistas**

Las entrevistas es un método empírico basado en una comunicación interpersonal establecida entre el investigador y el o los sujetos de estudio con el propósito de obtener respuestas verbales a ciertas interrogantes (Lanuez y Fernández, 2014; Robles, 2011). Para efectos del trabajo, las entrevistas estuvieron encaminadas a recabar datos sobre los principios éticos y su aplicación en el ejercicio profesional de los periodistas, a quienes se les contactó a través de los números telefónicos publicados en sus redes sociales para posteriormente realizar un acercamiento físico con el fin de coordinar los detalles de las entrevistas.

#### **5.1.1. Instrumentos**

##### **Cuestionarios**

Instrumento muy utilizado que aglutina un conjunto de preguntas abiertas y/o cerradas con respecto a una o más variables a medir (Hernández et al., 2014). Las preguntas estuvieron dirigidas a recolectar información sobre las prácticas éticas durante el ejercicio laboral de los periodistas y de otros profesionales de esta área.

### **Matriz de observación**

La ficha de observación permitió organizar las categorías éticas con base en la clasificación de Javier Darío Restrepo (Tabla 1), otorgando de esta manera prioridad a los datos obtenidos. Esta herramienta es utilizada para valorar el aprendizaje a través de los diferentes medios de evaluación (Rodríguez e Ibarra, 2011).

**Tabla 1.**

#### *Categorías éticas*

<b>Nombre del apartado</b>	<b>Categorías</b>
Veracidad	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fuente</li> <li>• Precisión</li> </ul>
Imparcialidad	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Contexto</li> <li>• Diversidad de fuentes</li> <li>• Transparencia</li> </ul>
Responsabilidad	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Correcciones</li> <li>• Sensibilidad</li> <li>• Privacidad</li> </ul>
Respeto	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Seguimiento</li> <li>• Censura</li> </ul>

### **Población**

La población estuvo conformada por los habitantes de cantón Loja, 100 271 personas, según indican los registros el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC) publicados precisamente por los dos medios de comunicación. Asimismo, se consideraron sus usuarios y suscriptores como el principal elemento de estudio para analizar el impacto del contenido en la audiencia; también, a sus periodistas y colaboradores.

### **Muestra**

La muestra estuvo conformada por los contenidos de La Hora, medio tradicional en proceso de convergencia y con 28 años de servicio, y Hora 32, un medio nativo digital en circulación desde 2020. Para la encuesta, se extrajo una muestra aleatoria simple partir de una probabilidad de proporción poblacional de  $p = 0.5$  y  $q = 0.5$ , valores recomendados por Torres et al. (2023) debido a que maximiza el tamaño muestral. Los datos los detalla la Ecuación 1:

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

$$n = \frac{(1,96)^2 * 0,5 * 0,5 * 100271}{(0,05)^2 * (100271-1) + (1,96)^2 * 0,5 * 0,5}$$

$$n = \frac{3,8416 * 0,5 * 0,5 * 100271}{0,0025 * 100270 + 3,8416 * 0,5 * 0,5}$$

$$n = \frac{481501342}{512258177}$$

$$n = 382,69 = 383$$

(1)

En donde:

**Z**= Nivel de confianza / 95% (1,96)

**e**= Margen de error / 5% (0,05)

**N**= Universo / 100.271

**p**= Proporción de probabilidad / 50% (0,5)

**q**= Proporción que no posee probabilidad / 50% (0,5)

## 6. Resultados

Posterior a la recolección de datos, se procedió a triangular la información a través de fichas de observación, entrevistas y encuestas.

### 6.1. Ficha de observación

La primera ficha permitió establecer la red social que aglutina la mayor cantidad de en vivos, mientras que la segunda proporcionó información sobre los principios éticos de los medios de comunicación. Para distinguir si un contenido fue de este tipo, se tomaron en cuenta frases como “este video se ha transmitido en vivo”, además de que las descripciones incluyan el *hashtag* #EnVivo y/o que se visualice el característico círculo rojo.

Una vez analizadas las páginas web corporativas y redes sociales de los diarios en cuestión, se determinó que la mayor cantidad de en vivos entre enero de 2023 y 2024 reposan en *Facebook*, seguramente debido a la versatilidad que ofrece la plataforma para la creación y difusión de estos contenidos (Tabla 2).

**Tabla 2.**

*Número de contenidos emitidos en tiempo real por diario La Hora Loja y Hora 32*

<b>Espacio digital</b>	<b>La Hora Loja</b>	<b>Hora 32</b>
Web corporativa	0	0
Facebook	217	198
Instagram	2	1
X	0	0
TikTok	0	0

*Nota.* Información recogida a través de la ficha de observación como parte de la metodología de estudio.

La Hora Loja posee mayor cantidad de publicaciones, con un porcentaje diferencial del 9 % en comparación con Hora 32. Una vez identificado aquello, se procedió a analizar cada una de las piezas periodísticas para identificar qué principios y prácticas éticas rigen a cada medio (Tabla 3).

**Tabla 3.***Principios éticos y prácticas éticas de los medios La Hora Loja y Hora 32*

	<b>Prácticas éticas</b>	<b>La Hora Loja</b>		<b>Hora 32</b>	
Veracidad	Precisión	217	100%	198	100%
	Fuente	217	100%	198	100%
	Contexto	204	94%	182	92%
Imparcialidad	Objetividad	217	100%	198	100%
	Diversidad	217	100%	52	26%
	Transparencia	217	100%	198	100%
Responsabilidad	Correcciones	0	0%	0	0%
	Seguimiento	180	83%	46	23%
	Privacidad	0	0%	0	0%
Respeto	Sensibilidad	217	100%	198	100%
	Ética de imagen	0	0%	0	0%

*Nota.* Información recogida a través de la ficha de observación como parte de la metodología de estudio.

En términos de veracidad, ambos diarios muestran compromiso absoluto con la precisión y la fuente de información, alcanzando un 100 %; sin embargo, La Hora Loja presenta un porcentaje más alto en el contexto de sus contenidos, con 94 %, mientras que Hora 32 logra el 92 %. En cuanto a la imparcialidad y transparencia, también se evidencia el 100 % en los dos medios, hecho que garantiza cobertura equilibrada y sin sesgos. No obstante, La Hora Loja destacó en 100 % en diversidad al incluir varias perspectivas de los temas abordados; por su parte, Hora 32 apenas obtuvo el 26 % debido a la naturaleza de su contenido: mayoritariamente entrevistas bidireccionales con un solo participante.

En lo que respecta a la responsabilidad, no hubo registro alguno de correcciones ni transgresiones a la privacidad; además, el seguimiento de los eventos es notable en La Hora Loja, que asciende al 83 %, a diferencia del 23 % de Hora 32. Finalmente, ambos tuvieron el 100 % en sensibilidad, lo que asegura que sus contenidos respetan la dignidad y los derechos de las personas. Cabe destacar que la categoría ética de imagen no fue considerada, en vista de que las personas que hacen parte de los en vivo dan su consentimiento para aparecer en pantalla.

## **6.2. Entrevista**

Fue fundamental incorporar perspectivas de tres expertos en el campo, Fabricio Vela, Rubén Darío Buitrón y Sandra Machuca, para conocer desde otro punto de vista cómo se concibe la ética en el periodismo digital. El proceso se llevó a cabo por medio de Zoom y las respuestas se sintetizaron en una matriz expuesta en la Tabla 4.

### **6.3. Panel de expertos**

#### **Fabrizio Vela**

Periodista ecuatoriano con 20 años de experiencia. Es Director del noticiero A Primera Hora en radio Armónica, cofundador del portal digital Primera Plana y ha trabajado como productor, redactor y presentado de noticias para TC Televisión.

#### **Rubén Darío Buitrón**

Periodista, narrador, poeta y ganador de dos premios nacionales de periodismo. Tiene a su haber una amplia experiencia como editor de algunos periódicos de renombre. Además, es máster en periodismo, director y fundador del portal Loscronistas.net, director de La Otra Mirada, columnista de Plan V y autor de 12 libros.

#### **Sandra Machuca**

La comunicadora de Zamora Chinchipe ha trabajado como corresponsal de RTS y Ecuador TV, posee experiencia en Radio la Voz de Zamora, participó como responsable de la Unidad de Comunicación de la Gobernación de Zamora y es fundadora de Estrategia Z.

**Tabla 4.**

*Síntesis de respuestas de los entrevistados*

Temáticas	Entrevistados		
	Fabrizio Vela	Rubén Darío Buitrón	Sandra Machuca
<b>Concepto de ética</b>	La ética es universal. Involucra veracidad y contrastación para educar a la audiencia a mejorar su sentido crítico.	La ética es personal, se forma desde el hogar y no se garantiza con normativas.	La ética es esencial para la credibilidad profesional y personal del periodista.
<b>Ética periodística en el periodismo digital</b>	Existen medios digitales éticos y no éticos, la falta de regulación en redes sociales facilita la desinformación.	No difiere del periodismo tradicional, le ética es la misma en todos los medios.	No siempre existe ética, existen páginas con interés específicos.
<b>Garantía de la ética periodística en contenidos en tiempo real</b>	Validación de fuentes cubriendo acontecimientos de varios ángulos sin interese particulares.	Depende de la preparación del equipo que aborda la cobertura.	La mayoría de los contenidos son éticos, pero depende del a quien entreviste el periodista.
<b>Verificación de la información compartida en tiempo real</b>	Validación continua, incluso durante la transmisión.	Se basa en datos, el pecado antiético de un profesional en informar sin datos.	Proceso previo de análisis y selección de fuentes.
<b>Proceso para descubrir fuentes falsas</b>	Revisar múltiples fuentes y la trayectoria de las fuentes que publican.	Enfatizar en datos, contrastar con varias fuentes.	Verificación previa a la cobertura.
<b>Contexto en los contenidos en tiempo real</b>	El contexto es esencial para que el público entienda y evite malinterpretaciones.	El contexto es fundamental para describir el entorno donde ocurren los acontecimientos.	El contexto refuerza la credibilidad y otorga a la audiencia información completa.
<b>Reducir el alto índice de sensibilidad</b>	Las noticias sensibles deben manejarse con sumo cuidado, respetando la sensibilidad de las audiencias.	Se debe respetar la dignidad de las personas, informar con datos y evitar el morbo.	Es crucial diferenciar entre información y morbo, además las plataformas actualmente ayudan a controlar el contenido explícito.
<b>Precisión de la información</b>	Reconocer y corregir los errores en vivo es la clave para mantener credibilidad.	Aprender de los compañeros más experimentados y mantener filtros adecuados.	Pedir disculpas y corregir los errores en el mismo espacio donde ocurrieron.
<b>Garantizar la privacidad de la fuente en tiempo real</b>	La privacidad de la fuente está protegida por la ley, se puede informar sin revelarla.	Se debe pedir permiso para entrevistar y no irrumpir en la privacidad sin empatía.	Difícil garantizar dentro de las coberturas en vivo, se debe actuar de intermediario sin revelar identidades.
<b>Compromiso del medio con la información en una noticia en desarrollo</b>	Los medios deben completar la información para mantener su credibilidad.	No existe la “noticia en desarrollo” es una excusa para la falta de datos.	Se debe contrastar la información, aunque la falta de recursos complica el periodismo de investigación.
<b>Manejo de la responsabilidad al reportar en tiempo real</b>	Recae tanto en el periodista como en el medio, pero el periodista es la cara visible que recibe la crítica.	La responsabilidad es del medio, el director es el filtro más grande.	. Principalmente el periodista, es quien debe contrastar la información en el campo.
<b>Desafíos éticos importantes de afrontar</b>	La polarización ha afectado a la credibilidad, es necesario recuperar las normas básicas de la deontología periodística.	El mayor desafío es buscar la verdad y no la exclusiva.	Mejorar la preparación de los periodistas y evitar involucrarse con las fuentes manteniendo la ética sin ceder a intereses particulares.

*Nota.* Información obtenida mediante el cuestionario de la entrevista.

### **Análisis cualitativo**

Rubén cuestiona la existencia de la ética periodística, argumentando que la verdadera ética es personal y se forma desde el entorno social y familiar, más no a través de normativas institucionales. Para él, nada tiene que ver los códigos de ética o manuales de estilo, a diferencia de Fabricio y Sandra, quienes sí subrayan la importancia de contar con principios éticos universales en el periodismo como la veracidad, la contrastación de fuentes y la responsabilidad de publicar información de calidad.

Buitrón también sostiene que tanto el periodismo digital como el tradicional deben adherirse a la ética universal del deber ser de la profesión, lo que refleja la idea de que la falta de ética no es un problema inherente del medio de comunicación, sino más bien un asunto personal y social. Ello sugiere una visión que desafía la idea de que las normativas institucionales sean las únicas que garantizan de alguna manera el comportamiento ético en el periodismo.

En esta misma línea, Vela reconoce la existencia de medios éticos y no éticos, tradicionales y digitales, y con Machuca coinciden en que la ética no cambia por el canal de difusión, pero sí hay diferencias entre una página oficial de un medio de comunicación y las que son alternas a ella. De ahí que la falta de regulación de las plataformas digitales puede afectar la práctica periodística y la credibilidad de los medios. Y en términos de validación de fuentes y contextualización de la información, todos concuerdan en la necesidad de ofrecer información de calidad mediante la verificación rigurosa y la presentación de los acontecimientos desde diferentes ángulos.

Por otro lado, Fabricio Vela subraya la importancia de validar constantemente la información en tiempo real, aunque resulta más fácil en el entorno digital, porque las fuentes están a un solo clic; inclusive, corregir errores es mucho más ágil y no se apega a formalismos. Al igual que Machuca, manifiesta la importancia de la preparación y capacitación de los presentadores para el manejo correcto de la información, pero Buitrón agrega que la verificación debe hacerse mediante datos y el monitoreo constante, de ahí que considera a la falta de datos como el mayor pecado antiético.

En cuanto al manejo de contenidos sensibles, todos los periodistas confluyen en la importancia de un tratamiento ético, priorizando la dignidad y el respeto y evitar contenidos explícitos o dañinos que puedan afectar psicológicamente a las personas. Además, en lo que concierne a la reserva de la fuente, Buitrón señala que los periodistas deben pedir permiso para entrevistar y no tienen ningún derecho de irrumpir en la privacidad de las personas, incluso si están en vivo; defiende así la premisa de que debe

existir una conexión con el entrevistado. Por su parte, Vela señala que la reserva de la fuente es protegida por la ley, por lo que es posible socializar datos sin darla a conocer. Pero claro, como también lo resalta Machuca, garantizar la privacidad de los contenidos en vivo es complejo, pues la inmediatez de este formato no da lugar a solicitudes de permiso.

Finalmente, la responsabilidad de la información se percibe de manera diferente en los entrevistados: Vela y Machuca consideran que recae en el periodista y en el medio, mientras que Buitrón opina que es solo de tratamiento de este último, debido a que existen filtros, como son los editores y directores. También, todos reconocen los desafíos actuales del periodismo, entre otros, la polarización política, la necesidad de contextualización y la búsqueda de la verdad sobre la exclusiva, hecho que requiere preparación profesional y conocimiento de la ética.

A continuación, la Tabla 5 sintetiza la respuesta de los periodistas de cada medio estudiado, con la finalidad de incrementar la objetividad en esta investigación y basándose en los principios de anonimato y confidencialidad, se ha optado por el uso de siglas para referirse a cada uno de los entrevistados. Las siglas empleadas corresponden a las iniciales del medio de comunicación al que pertenecen, seguido de un número que los distingue entre los diferentes periodistas de la misma fuente, es así que la nomenclatura PLH corresponde a Periodista La Hora y PH32 corresponde a Periodista Hora 32.

**Tabla 5.**

*Síntesis de respuestas de los periodistas de La Hora Loja y Hora 32*

Temáticas	Periodistas de los medios de comunicación			
	La Hora Loja		Hora 32	
	PHL1	PHL2	PH32.1	PH32.2
<b>Concepto de ética periodística</b>	Valores transcendentales que respetan la línea del medio y los derechos de las personas.	Integridad personal y profesional, además contrastar la información para mantener la objetividad.	Sobre todo, honestidad, adherencia a las normas legales y morales.	Modelo basado en principios académicos enseñados en la academia.
<b>Ética en el periodismo digital</b>	Depende del periodista y su responsabilidad con la ética del medio.	Muchos medios digitales no mantienen la ética, pero los medios establecidos siguen un manual de ética.	Dificultad de mantener la ética por la proliferación de periodistas aficionados.	La ética ha decaído con el auge digital debido a malas prácticas de algunos profesionales.
<b>Garantía de la ética</b>	Capacitación, trabajo en equipo y comunicación interna.	Contrastar con varias fuentes, uso de imágenes y datos precisos.	Experiencia, formación profesional y reconocer los errores.	Mediante manuales de ética, coberturas objetivas, evita el sensacionalismo.
<b>Verificación de la información</b>	Indagación previa, escuchar y contrastar con varias fuentes.	Buscar información de manera personal y contrastar en campo.	Escuchar a la comunidad y verificar con múltiples fuentes.	Verificación con varias fuentes.
<b>Proceso para evitar noticias falsas</b>	Comunicación interna, aprendizaje y red con otros medios.	Enfatizar en el contraste de la información.	Chequear otros portales digitales, preferiblemente oficiales.	Convertir los rumores en noticias a través de la contrastación mediante fuentes.
<b>Importancia de contextualizar</b>	Información clara, concisa y gráfica mostrando el entorno y a las fuentes.	Estar preparado con datos precisos y contrastados antes de transmitir.	Ofrecer información de calidad con el fin de educar a la audiencia.	La contextualización aumenta la credibilidad y aceptación hacia el medio.
<b>Reducción del impacto sensibilidad</b>	Respetar los derechos humanos y evitar mostrar imágenes explícitas.	Formación profesional y editorial para evitar títulos amarillistas.	Evitar imágenes fuertes y usar lenguaje adecuado.	Evitar sensacionalismo y aplicar códigos de ética junto a manuales de estilo.
<b>Manejo de la precisión en transmisión</b>	Usar términos como “aproximadamente” para aclarar los datos.	Rectificar errores y pedir disculpas.	Reconocer y corregir errores ya que lo digital lo permite de manera mucho más rápida.	Ofrecer disculpas y corregir los datos.
<b>Privacidad de las fuentes</b>	Preguntar antes de grabar para evitar riesgos.	Evitar imágenes comprometedoras en vivo y obtener el consentimiento para grabar.	Evitar rostros o datos sensibles en transmisiones en vivo.	Usar técnicas como difuminado y evitar identificación en tiempo real.

<b>Gestión de noticias en desarrollo</b>	Recapitular la información conforme se disponga.	Publicar inicialmente la información básica y desarrollar a posterior con información más detallada.	Mediante el proceso de asignación desarrollo y verificación antes de ser publicado.	Publicar con objetividad y dejar un gancho para ampliar la información futura.
<b>Responsabilidad en la transmisión en tiempo real</b>	El medio asume los pequeños errores como nombres o derechos de autor.	Responsabilidad compartida entre el medio y periodista.	Recae en el medio de comunicación como un todo.	Responsabilidad compartida.
<b>Desafíos éticos</b>	Veracidad de la información, discernir entre noticias relevantes y humanizar los contenidos.	Evitar copiar contenido, deben ser originales y creíbles.	Verificación de noticias y adaptación a las nuevas tecnologías.	Mantener periodismo honesto y responsable apoyando a los sectores oprimidos.

*Nota.* Información obtenida mediante el cuestionario de la entrevista.

### **Análisis cualitativo**

Las respuestas muestran similitudes y diferencias. En cuanto a la ética periodística vinculada a los contenidos en vivo, todos coinciden en la importancia que tienen la integridad y la adherencia a normas legales y morales: PHL1 y PHL2 se enfocan en la responsabilidad individual y la objetividad sin opiniones personales, mientras que PH32.1 y Ph32.2 destacan la honestidad y los principios enseñados en las instituciones de comunicación.

En el periodismo digital, reconocen la dificultad de mantener la ética debido a la proliferación de periodistas no formados. En ese sentido, los entrevistados de La Hora Loja enfatizan que la responsabilidad recae en cuan ética es cada persona a nivel profesional, mientras que los periodistas de Hora 32 subrayan la diferencia entre medios establecidos y paginas informativas no profesionales, lo que ha dado lugar a una decadencia de la ética. Todos convergen en que son cruciales la capacitación continua, la verificación y contrastación de fuentes para evitar noticias falsas y el trabajo de campo, aunque PHL1 y PHL2 destacan por su lado a la planificación y comunicación interna, el trabajo en equipo y el aprendizaje constante, mientras que PHL32.1 y PHL32.2 se centran en el uso de manuales de ética y fuentes oficiales para evitar sensacionalismos.

Cobra asimismo relevancia el ofrecer información clara y explicar con elementos gráficos a las audiencias para que tengan un mejor entendimiento y, en consecuencia, consolidar la credibilidad del medio. Además, evitar el sensacionalismo, proteger los derechos humanos, asegurarse de publicar información precisa y corregir errores en caso de que ocurran. Ahora bien, los profesionales de La Hora Loja sugieren eximirse de usar imágenes explícitas, evaluar la pertinencia de las transmisiones en vivo en función de la naturaleza del acontecimiento y usar términos que indiquen aproximación. Por su parte, los entrevistados de Hora 32 recalcan el uso de términos menos impactantes, la aplicación de códigos de ética y la facilidad con que pueden subsanarse los errores en los entornos digitales.

Los entrevistados comparten también la postura de solicitar consentimiento y proteger la privacidad de los individuos, porque esto podría evitar riesgos para el periodista y la audiencia (PHL1 y PHL2); un ejemplo de ello es la difuminación de imágenes o la alteración de los audios (PHL32.1 y PHL32.2). En este contexto, se reconoce la importancia de la verificación, el desarrollo continuo, el seguimiento, la recapitulación de información, la asignación y revisión de temas previo a su publicación.

Finalmente, vale destacar la responsabilidad al momento de transmitir en tiempo real, pues el medio de comunicación asume los errores que pudieran ocurrir y los desafíos éticos

que ello acarrea consigo. Los periodistas de La Hora Loja defienden la importancia de la originalidad y veracidad, mientras que los de Hora 32 hacen hincapié en lo trascendental que es contribuir al desarrollo de los sectores oprimidos y regirse a las bases de la ética periodística para que la profesión no pierda la esencia de comunicar.

#### 6.4. Encuesta

Se llevó a cabo una encuesta autoaplicable a 383 personas del cantón Loja; es decir, no fue necesaria la intervención de la investigadora. Los resultados se presentan desde la Tabla 6 a la Tabla 10 y en la Figura 11.

##### Tabla 6.

###### *Nivel educativo de encuestados*

Nivel educativo	Número de encuestados	Porcentaje
Educación primaria	46	12%
Educación secundaria	93	24.3%
Educación superior	244	63.7%

*Nota.* Información recogida mediante el cuestionario de la técnica de la encuesta

##### **Análisis cuantitativo**

El 63.7 % (244 personas) es el mayor grupo de encuestados que cuenta con título académico superior, el 24.3 % (93 personas) se graduó de secundaria y, por último, el 12 % (46 personas) alcanzó un nivel escolar.

##### Tabla 7.

###### *Sexo de los encuestados*

Sexo	Número de encuestados	Porcentaje
Hombre	199	52%
Mujer	174	45,4%
Otro	10	2.6%

*Nota.* Información recogida mediante el cuestionario de la técnica de la encuesta.

##### **Análisis cuantitativo**

La mayor cantidad corresponde a hombres, con un porcentaje del 52 % (199 personas), las mujeres se posicionan con 45.4 % (174 personas) y los identificados como otros corresponden al 2,6 % (10 personas).

**Tabla 8.***Clasificación de preguntas según indicadores*

Pregunta	Indicadores		
	Si	No	A veces
¿Consume usted contenido en tiempo real proporcionado por los medios de comunicación?	65.8%	8.6%	25.6%
¿Considera que existe ética en la información proporcionada en el contenido en tiempo real?	56.7%	12.5%	30.8%
¿Cree que los medios verifican adecuadamente la información antes de su cobertura en tiempo real?	59.8%	9.4%	30.8%
¿Considera que los medios proporcionan un contexto apropiado en sus contenidos en tiempo real?	61.1%	7.3%	31.6%
¿Cree que los medios mantienen precisión en la información brindada en los contenidos en tiempo real?	55.9%	9.7%	34.5%
¿Considera que las noticias emitidas en tiempo real por los medios son transparentes?	56.7%	9.9%	33.4%
¿Cree que los medios respetan la sensibilidad al momento de cubrir una noticia trágica en tiempo real?	50.9%	16.7%	32.4%
¿Considera que los medios respetan la privacidad y/o imagen de las personas al cubrir una noticia en tiempo real?	40.7%	17.8%	41.5%

**Análisis cualitativo y cuantitativo**

El 65.8 % consume las publicaciones en vivo de ambos medios de comunicación, el 56.7 % considera que se enmarcan en parámetros éticos, mientras que el 59.8 % señala que la información es verificada adecuadamente. Por otro lado, el 61.1 % sostiene que los medios proporcionan un contexto adecuado (por ejemplo, información complementaria a los contenidos) y el 55.9 % percibe que los medios son precisos al momento de informar. Y al igual que ocurre con la ética, el 56.7 % afirma que las noticias son transparentes; el 40.7 % defiende el hecho de que se respeta la privacidad y el 50.9 % resalta la sensibilidad al cubrir noticias trágicas en tiempo real.

**Tabla 9.***Integración de preguntas por indicadores de frecuencia según la escala de Likert*

Pregunta	Muy frecuente	Frecuentemente	Ocasionalmente	Rara vez	Nunca
¿Con qué frecuencia consume este tipo de contenido?	20.6%	28.7%	26.6%	21.1%	2.9%
¿Ha notado que los medios de comunicación citan datos proporcionados por fuentes oficiales en la cobertura de noticias en tiempo real?	19.8%	27.2%	34.2%	17%	1.8%
¿Ha percibido algún sesgo político o ideológico en los contenidos en tiempo real que ha consumido?	18.5%	23.8%	16.4%	33.7%	7.6%

*Nota.:* Información obtenida mediante el cuestionario de la técnica de la encuesta

### **Análisis cualitativo y cuantitativo**

El 49.3 % visualiza los en vivo con alta periodicidad (muy frecuente y frecuentemente), lo que demuestra que existe una audiencia activa responsable de la popularidad de este formato. Por otro lado, el 47.7 % lo consume ocasionalmente y rara vez; finalmente, el 2.9 % nunca lo hace.

Con relación a las fuentes oficiales de información, el 34.2 % de encuestados afirman que los medios utilizan datos de carácter oficial, pero el 18 % indica que ello ocurre rara vez o nunca. Además, la percepción de sesgo político y/o ideológico en los contenidos publicados apenas registra el 33.7 %.

**Tabla 10.**

*Clasificación de preguntas por frecuencia según la escala de Likert*

<b>Pregunta</b>	<b>Muy importante</b>	<b>Algo importante</b>	<b>Poco importante</b>	<b>Nada importante</b>
¿Cómo consumidor de información qué tan importante es para usted que los medios corrijan rápidamente cualquier error en las noticias en tiempo real?	56.9%	30.8%	8.9%	3.4%
¿Es importante para usted que los medios asuman la responsabilidad de la información que difunden en tiempo real?	58%	28.2%	11.2%	2.6%

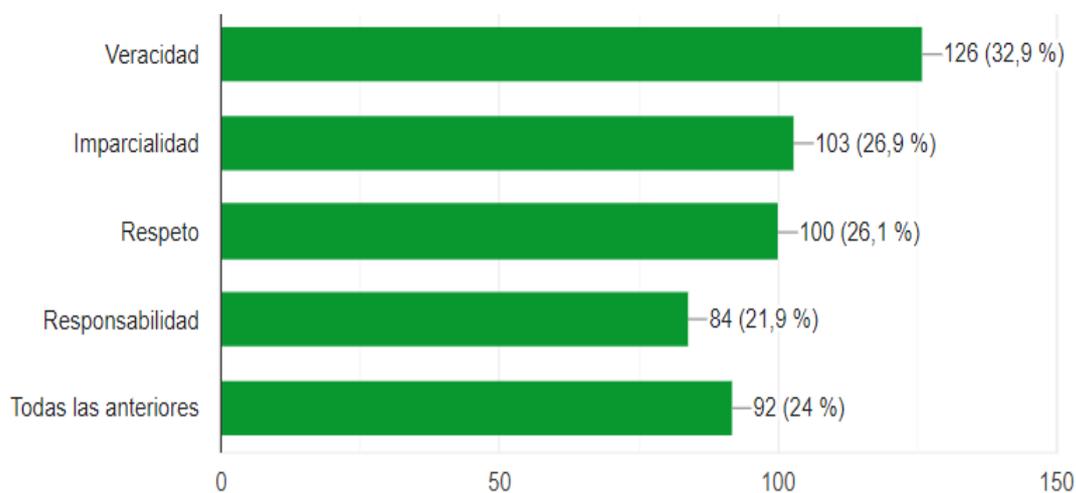
*Nota.* Información obtenida mediante el cuestionario de la técnica de la encuesta.

### **Análisis cualitativo y cuantitativo**

El 56.9 % considera muy importante que los medios corrijan rápidamente cualquier error que ocurra, hecho que refleja una fuerte expectativa de precisión y confiabilidad en el periodismo. Por su parte, el 30.8 % lo considera algo importante y el 12.3 % restante no le da mucha importancia. Además, el 58 % menciona que es muy importante que los medios asuman la responsabilidad sobre la información difundida, pero el 28.2 % lo considera algo importante y el 13.8 % poco o nada importante.

**Figura 11.**

*Principios éticos que la audiencia identifica en los medios de comunicación de los medios La Hora Loja y Hora 32*



*Nota.* Información obtenida mediante el cuestionario de la técnica de la encuesta.

### **Análisis cuantitativo**

El 32.9 % (126 encuestados) apuesta por la veracidad del contenido, en segundo y tercer lugar se posiciona la imparcialidad con 26,9 % (103 encuestados) y 26.1 % (100 encuestados), respectivamente. Por otro lado, el principio de responsabilidad apenas alcanza el 21.9 % (84 encuestados), pero el 94 % (2 personas) indica que todas son importantes.

## 7. Discusión

Los datos corroboran que *Facebook* es la red social más utilizada para la creación y difusión de contenidos en vivo gracias a la indiscutible facilidad de uso de la interfaz *Facebook Live*, la cual además proporciona una sección específica para ello. Ofrece así una integración adecuada de todos los elementos que hacen parte de este formato y permite la conectividad directa con los seguidores mediante notificaciones instantáneas que aparecen al usuario cuando otro (el medio de comunicación) empieza a transmitir en vivo.

Ahora bien, mediante la información recabada puede evidenciarse que La Hora Loja y Hora 32 mantienen un fuerte compromiso con los valores y las prácticas éticas y respetan los códigos deontológicos en el ejercicio de la profesión: el primero de ellos mantiene una ligera ventaja en términos de cantidad de publicaciones, con una diferencia del 9% que corresponde a 19 contenidos más que su competencia. Ambos tienen un alto interés con los principios de veracidad, imparcialidad y transparencia, hecho evidente ante la significativa participación de sus seguidores.

En cuanto a las correcciones, el puntaje es cero debido a que no se evidenció un archivo de este tipo, y en lo que concierne a la privacidad de imagen, no se gestiona como tal debido a la naturaleza de los contenidos, que son entrevistas consensuadas y eventos públicos (ver Tabla 2). En este punto, vale hacer hincapié en que Fabricio Vela, Sandra Machuca y Rubén Darío Buitrón consideran importante que la audiencia sepa discernir entre un medio de comunicación consolidado y una página de información, pues los medios digitales emergentes, cuyos profesionales no poseen formación en periodismo, afectan de manera directa la ética de la profesión y, por consiguiente, se puede ver vulnerada la integridad, el espacio y el punto de vista de la o las personas entrevistadas.

Sin lugar a dudas, el deber ser de los profesionales de la comunicación es informar mediante procesos considerados moralmente correctos y responsables. De ahí que la incertidumbre que afronta el periodismo tiene su génesis en la competitividad entre medios de comunicación. Al respecto, Buitrón menciona que “no existe la noticia en desarrollo. Es una máscara cuando se carece de datos. La primicia es el mayor pecado antiético que puede existir” (Buitrón, 2 de julio de 2024).

Ante la versatilidad de las plataformas y la inmediatez de la información, uno de los principios, la veracidad, se ve alterado al no contrastar los datos con fuentes que muestren credibilidad. Surge además la controversia de si existe ética en el periodismo digital, especialmente en contenidos caracterizados por su inmediatez, como son los en vivo. Los periodistas de La Hora Loja y de Hora 32 consideran que el periodismo digital, al no poseer

regulaciones, carece de ética debido a la facilidad que proporcionan las plataformas y redes sociales para publicar información. Por ende, es importante analizar la calidad del equipo humano y del contenido e incluso escarbar en la información colgada en la web. A fin de cuentas, hay medios con vasta trayectoria y profesionales con formación académica y experiencia en el campo de la comunicación, características que marcan la diferencia al momento de hacer periodismo.

Ciertamente, las audiencias juegan un papel importante al momento de supervisar el accionar de un medio de comunicación. En ese sentido, la encuesta aportó a identificar que existe un gran porcentaje de personas que consumen contenido en vivo (65.8 %) y que ambos diarios sí se apegan a los principios de ética (56.7%); es decir, es un hecho que refleja que no hay mayor interferencia de intereses particulares.

Estos resultados son contrarios a lo expuesto por Aguilar y Vargas (2023), quienes analizan el cumplimiento de los principios éticos en La Posta y la aplicación de la Ley Orgánica de Comunicación del Ecuador. Los resultados ponen de manifiesto que el medio no se adhiere a principios éticos como la verdad, imparcialidad y responsabilidad, pues prevalece un beneficio privado antes que social y es evidente la insuficiencia de autorregulación en el entorno digital. En todo caso, sí coinciden ambos trabajos en que es fundamental promulgar leyes que regulen a los medios digitales bajo un código o manual de ética estrictamente para ellos.

Finalmente, si bien el presente estudio estuvo enfocado en analizar las publicaciones en vivo, futuras investigaciones podrían incluir otros tipos de formatos digitales con la finalidad de ampliar la visión y el campo de abordaje, de tal modo que se construya una perspectiva más integral sobre la aplicación o no de las prácticas éticas.

## 8. Conclusiones

La ética en el periodismo tradicional o digital no cambia su esencia, pues se fundamenta en principios universales que deben guiar siempre el trabajo del comunicador. Aunque la profesión ha evolucionado, adaptándose a un nuevo ecosistema digital para la producción y difusión de datos, los profesionales deben mantenerse fieles a esos principios éticos que preservan la verdad, la responsabilidad y el respeto a la audiencia. Este nuevo escenario, donde la inmediatez y el acceso masivo a la información toman la posta de la dinámica comunicativa, no debe utilizarse de excusa para abandonar los valores éticos fundamentales.

La Hora Loja y Hora 32 destacan su compromiso ético en el tratamiento de la información, esfuerzo reflejado en la aceptación de la comunidad lojana para con estos medios de comunicación. La confianza del público radica en la práctica transparente y responsable del ejercicio periodístico, un aspecto esencial en una era de constantes cambios tecnológicos y aceleración de la información. Es importante además mencionar que las redes sociales son herramientas trascendentales para conectar con las audiencias, como lo es *Facebook*, que lidera la difusión de transmisiones en vivo al tener una interfaz intuitiva y por la cantidad de seguidores que cada diario aglutina. Pero claro, debe siempre garantizarse que la información difundida en cualquier espacio digital sea veraz y ética.

Por último, es imperante establecer códigos éticos y regulaciones que aseguren y refuercen la calidad y transparencia en el periodismo digital, cuya finalidad principal sea proteger a las audiencias de prácticas poco éticas y garantizar un periodismo responsable que cumpla su rol fundamental: informar con la verdad.

## **9. Recomendaciones**

Los periodistas y editores deben estar en constante aprendizaje para enfrentar los retos del entorno digital. La capacitación continua sobre ética periodística y nuevas tecnologías es crucial para contribuir a mantener los estándares éticos en la labor cotidiana y adaptarse a las plataformas digitales emergentes. Además, para fortalecer la relación entre los medios de comunicación y sus audiencias bajo parámetros éticos, es recomendable abrir espacios de retroalimentación en los que el público exprese sus inquietudes y sugerencias, reforzando así la confianza y a su vez otorgando datos importantes para mejorar la labor periodística.

Finalmente, asegurar la transparencia del periodismo digital es el punto clave. Los portales de noticias, mediante la publicación de códigos éticos concernientes a cada medio de comunicación, pueden servir como un marco de refuerzo para garantizar que el contenido difundido sea confiable, preciso y responsable, respetando el derecho de los ciudadanos a recibir información de calidad.

## 10. Bibliografía

- Aguilar, N. y Vargas, K. (2023). Análisis sobre la ética periodística en los medios de comunicación. Caso de estudio La Posta. *Correspondencias & Análisis*, 18, 177-197. <https://doi.org/10.24265/cian.2023.n18.07>
- Albornoz, C. y Luján, L. (2020). Facebook Live, una nueva forma de consumir noticias. Una mirada al usuario digital peruano. *Correspondencias & Análisis*, 12, 65-85. <https://doi.org/10.24265/cian.2020.n12.03>
- Aparicio, R. (2020). A contracorriente. los medios digitales independientes de periodismo digital en México. *Revista de Comunicación de La SEECI*, (53), 1-22. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7651022>
- Araújo, N., Cardoso, L. y de Araujo, A. (2019). La comunicación 2.0 en el sector turístico español: Análisis de las webs oficiales de promoción turística. *International Journal of Marketing, Communication and New Media*, (5). [https://www.researchgate.net/publication/332802436\\_La\\_Comunicacion\\_20\\_en\\_el\\_Sector\\_Turistico\\_Espanol\\_Analisis\\_de\\_las\\_webs\\_oficiales\\_de\\_promocion\\_turistica](https://www.researchgate.net/publication/332802436_La_Comunicacion_20_en_el_Sector_Turistico_Espanol_Analisis_de_las_webs_oficiales_de_promocion_turistica)
- Ballesteros, L. y Ruiz, C. (2021). El concepto de verdad en el escenario comunicativo actual: Una propuesta interdisciplinar. *Monograma. Revista Iberoamericana de Cultura y Pensamiento*, (8), 39-58. <https://idus.us.es/handle/11441/128257>
- Benlloch, C. (2020). Evolución de los medios de comunicación: Sensacionalismo e interacción. *Bpolitics*, 5, 48-53.
- Casas, J., Repullo, J. y Donado, J. (2003). La encuesta como técnica de investigación.
- Chaparro, M., Lara, M., Tarbif, Á. y Peralta, L. (2020). *Guía de transición ecosocial y principios éticos para nuestros medios*. Fragua Editorial.
- Costera, I. y Groot, T. (2015). Checking, Sharing, Clicking and Linking. *Digital Journalism*, 3(5). <https://www.tandfonline.com/doi/citedby/10.1080/21670811.2014.937149?scroll=top&needAccess=true>
- Cotera, M. (2020). *Ética periodística informativa en los procesos de comunicación digital*. <http://repositorio.ulvr.edu.ec/bitstream/44000/3695/1/T-ULVR-3166.pdf>
- Coterón, J. (2016). La comunicación 2.0= communication 2.0. *Revista Española De Comunicación En Salud*, 115-119. <https://e-revistas.uc3m.es/index.php/RECS/article/view/3129>

- Crettaz, J. (2023). Deontología periodística digital: de los códigos de ética a la. *Lemma: Revista de Comunicación*, 1(1). <https://doi.org/10.20511/lem.2023.v1n1.1860>
- Cruz, J. y Suárez, J. (2016). *Desafíos éticos en el periodismo digital*. Dykinson.
- Díez-Garrido, M. y Renedo, C. (2020). La transparencia institucional y mediática del coronavirus. un análisis de los portales de datos y de los medios de comunicación digitales en Iberoamérica. *Revista Latina De Comunicación Social*, (78), 393-418. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2020-1482>
- Elaboración de cuestionarios y tratamiento estadístico de los datos (I). *Aten Primaria*, 31(8), 527-538. <http://www.unidadocentemfyclaspalmas.org.es/resources/9+Aten+Primaria+2003.+La+Encuesta+I.+Cuestionario+y+Estadistica.pdf>
- Escobar, A. y Bahamonde, L. (2020). Innovación en emprendimientos periodísticos y de comunicación frente a las nuevas tendencias digitales. *Uru: Revista De Comunicación Y Cultura*, (3), 84-101. <https://revistas.uasb.edu.ec/index.php/uru/article/view/1491>
- Esneca Business School. (10 de agosto de 2021). *¿Cuáles son las características del periodismo digital?* <https://n9.cl/jt2ih>
- Espinoza, E. y Calva, D. (2020). La ética en las investigaciones educativas. *Revista Universidad y Sociedad*, 12(4), 333-340. <http://scielo.sld.cu/pdf/rus/v12n4/2218-3620-rus-12-04-333.pdf>
- Galdámez, A. (2021). Derecho a la verdad y cánones de veracidad. *Estudios de Deusto*, 69(2), 77-110. <https://idus.us.es/handle/11441/136515>
- García, F. y Gil, F. (2019). Periodismo digital y empoderamiento: Tendencias informativas en noticias de Google a lo largo de 2017. *Revista Mediterránea de Comunicación*, 10(2), 193-211. <https://doi.org/10.14198/MEDCOM2019.10.2.10>
- Gil-Lafuente, A., Amiguet, L. y Torres, A. (2020). Modelo de efectos olvidados en el análisis estratégico de medios de comunicación. *Revista Inquietud Empresarial*, 20(1), 73-85. [https://revistas.uptc.edu.co/index.php/inquietud\\_empresarial/article/view/9133/9435](https://revistas.uptc.edu.co/index.php/inquietud_empresarial/article/view/9133/9435)
- Guallar, J., Anton, L., Pedraza, R. y Pérez-Montoro, M. (2021). Curación de noticias en el correo electrónico: Análisis de newsletters periodísticas españolas. *Revista Latina de Comunicación Social*, (79), 47-64. <https://nuevaepoca.revistalatinacs.org/index.php/revista/article/view/973>

- Gualotuña, D., Morales, C., Cabrera, L. y Ureña, R. (2022). Modos de producción y recepción del discurso periodístico digital sobre la comunidad LGBTIQ en Ecuador. *Kairós, Revista de Ciencias Económicas, Jurídicas y Administrativas*, 5(8). <https://kairos.unach.edu.ec/index.php/kairos/article/view/221>
- Guelmes, E. y Nieto, L. (2015). Algunas reflexiones sobre el enfoque mixto de la investigación pedagógica en el contexto cubano. *Universidad y Sociedad*, 7(1). <https://rus.ucf.edu.cu/index.php/rus/article/view/281>
- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación*, McGraw-Hill.
- Hora 32. (3 de mayo de 2023). *Hora 32 cumple tres años de una prolija labor periodística*. <https://n9.cl/i16u9>
- Jiménez, C. y Nicolás-Sans, R. (2023). Periodismo deontológico vs periodismo digital: ¿Las dos caras de la misma moneda? *Visual Review. Revista Internacional De Cultura Visual*, 15(1), 1-10. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8942397>
- La Hora. (23 de agosto de 2018). *Los hitos de nuestra historia*. <https://n9.cl/x6fm0>
- La Hora. (s.f.). *Sobre nosotros*. <https://n9.cl/jb4c5>
- López, Á. y Córdoba, A. (2020). Características y competencias de la enseñanza del periodismo digital en el grado de periodismo en las universidades públicas españolas. *Dixit*, (33), 61-73. <https://revistas.ucu.edu.uy/index.php/revistadixit/article/view/2377>
- Machado, E. (2022). Creatividad e innovación en el periodismo digital. En A. Larrondo y K. Meso (Eds), *II congreso internacional web 2.0* (pp. 64-72). Universidad del País Vasco.
- Marín, B. (2021). Streaming: ventajas, desafíos y oportunidades de las radiotelevisión para captar audiencias. *Revista de Ciencias de La Comunicación e Información*, 26, 45-65. <https://www.revistaccinformacion.net/index.php/rcci/article/view/85>
- Martin, J., Trillo, M. y Olvera, M. (2023). El periodismo científico ante la desinformación: decálogo de buenas prácticas en el entorno digital y transmedia. *Revista ICONO 14*, 21(1). <https://doi.org/10.7195/ri14.v21i1.1949>.
- Mejía, J. (2022). Posverdad y fake news: La cuestión filosófica sobre la verdad periodística y su interpretación en la jurisprudencia de la corte constitucional colombiana (1992-2015). *Comunicación*, (46), 71-90. <https://revistas.upb.edu.co/index.php/comunicacion/article/view/7535>

- Morejón, R. y Zamora, B. (2019). Historia, evolución y desafíos del periodismo digital en el Ecuador. *Textos y Contextos*, (18), 11-24. <https://doi.org/10.29166/tyc.v0i18.1752>
- Palau, D. y Sánchez, M. (2020). Digital resources in the current journalistic narrative: Uses and limitations of hypertext, multimedia and interactivity. *Communication & Society*, 33(2), 1-16. <https://revistas.unav.edu/index.php/communication-and-society/article/view/38023>
- Peña, S., Lazkano, I. y Larrondo, A. (2019). Medios de comunicación e innovación social. el auge de las audiencias activas en el entorno digital. *Andamios*, 16(40), 351-372. <https://andamios.uacm.edu.mx/index.php/andamios/article/view/710>
- Pérez-Curiel, C. y Velasco-Molpeceres, A. (2020). Tendencia y narrativas de fact-checking en Twitter. Códigos de verificación y fake news en los disturbios del Procés (14-O). *Adcomunica*, (20), 95-122. <http://dx.doi.org/10.6035/2174-0992.2020.20.5>
- Pozo, Y. y León, M. (2020). Plataformas fact-checking: Las fakes news desmentidas por newtral en la crisis del coronavirus en España. *Revista Española de Comunicación en Salud*, (1), 103-116. <https://e-revistas.uc3m.es/index.php/RECS/article/view/5446>
- Ramon-Vegas, X. y Mauri-Ríos, M. (2020). Participación de la audiencia en la rendición de cuentas de los medios de comunicación: Instrumentos de accountability y su percepción por parte de los ciudadanos españoles. *Revista de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación*, 7(13), 50-76. <http://www.revistaaic.eu/index.php/raaic/article/view/237>
- Redondo, M. y Caffarel, C. (2022). Investigación de la ética periodística en España (2007-2018). Evolución y prospectiva. *Revista Mediterránea de Comunicación*, 13(2), 13-30. <https://www.mediterranea-comunicacion.org/article/view/20550>
- Rivera, D. y Rosero, D. (2017). Análisis de las prácticas y técnicas periodísticas en el periodismo ecuatoriano. casos de estudio: Ecuavisa, el comercio y ecuador en vivo. *Razón y Palabra*, 21(2\_97), 475-485. <https://www.revistarazonypalabra.org/index.php/ryp/article/view/1005>
- Rodrigo-Alsina, M. y Cerqueira, L. (2019). Periodismo, ética y posverdad. *Cuadernos. Info*, (44), 225-239. <https://scielo.conicyt.cl/pdf/cinfo/n44/0719-367X-cinfo-44-225.pdf>
- Rodríguez-Hidalgo, C., Rivera-Rogel, D. y Velásquez, A. (2020). Las audiencias en el contexto digital. *Tendencias De La Comunicación II*, 45-55.
- Rodríguez, R. (2020). El valor de los valores en el periodismo del siglo XXI: La formación ética del periodista en la era de la posverdad. *Análisis*, (62), 7-17. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7564187>

- Salaverría, R. (2019). Periodismo digital: 25 años de investigación. artículo de revisión. *El Profesional de la Información*, 28(1). <https://doi.org/10.3145/epi.2019.ene.01>
- Sánchez, B. (2013). Desafíos éticos en el periodismo digital [reseña]. *Ámbitos*, (35), 2-4. <https://www.redalyc.org/pdf/168/16849601007.pdf>
- Sordo, A. (30 de marzo de 2023). *Los 10 tipos de contenido que prefiere tu audiencia*. HubSpot. <https://n9.cl/r51p8>
- Suárez-Ruiz, E. (2021). Ética de los medios de comunicación después de la COVID-19: Repensar la disciplina a la luz del caso de las teorías conspirativas antivacuna. *Estudos Em Comunicação*, (33), 33-55. [https://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/art\\_revistas/pr.13214/pr.13214.pdf](https://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/art_revistas/pr.13214/pr.13214.pdf)
- Suárez, S. y Suárez, M. (2020). Ética y didáctica: El pie de foto del multimedia en la prensa digital española. *Revista Panamericana de Comunicación*, 1(2), 39-50. <https://revistas.up.edu.mx/rpc/article/view/2314>
- Tarango, J. y Machin-Mastromatteo, J. (2023). Verificación de hechos (fact-checking) para la evaluación de la confiabilidad de fuentes en línea: Conceptualización, actores, estrategias y elementos de factibilidad. *Documentación de las Ciencias de la Información*, 46(2), 153. <https://revistas.ucm.es/index.php/DCIN/article/view/87386>
- Ufarte, M., Calvo, L. y Murcia, F. (2021). Los desafíos éticos del periodismo en la era de la inteligencia artificial. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 27(2), 673-684. <https://doi.org/10.5209/esmp.69708>
- Ulpo, K., Cabrera, S., Córdova, E., Pezo, C. y Medina, L. (2020). Principios deontológicos del periodismo digital: Una aproximación axiológica a la realidad. *Universidad Ciencia Y Tecnología*, 24(101), 11-18. <https://uctunexpo.autanabooks.com/index.php/uct/article/view/328/589>
- Unidad de Caminos Vecinales Loja. (2008). *Mapa del cantón Loja*. <https://issuu.com/haguirre/docs/loja>
- Universidad San Francisco de Quito. (19 de marzo de 2020). *Consejos para verificar la información en internet*. <https://n9.cl/x19053>
- Universidad Tecnológica de Bolívar. (4 de agosto de 2022). *El papel del periodismo y la comunicación social para transformar la sociedad*. <https://n9.cl/nkma9>
- Vega, M. (2021). Representaciones sociales y calidad periodística en la credibilidad y consolidación del periodismo emprendedor del sur de Sinaloa. *Sintaxis*, (6), 55-73. <https://revistas.anahuac.mx/index.php/sintaxis/article/view/753>

Zúñiga, J. (2020). Comportamiento ético en la publicación científica: Malas conductas y acciones para evitarlas. *Revista Educación*, 44(1).  
<https://www.scielo.sa.cr/pdf/edu/v44n1/2215-2644-edu-44-01-00428.pdf>

## 11. Anexos

### Anexo 1. Ficha entrevista

<b>Ficha de entrevista</b>	
<b>Fecha</b>	
<b>Medio</b>	
<b>Nombre</b>	
<b>Cargo</b>	

1. ¿Cómo define usted la ética periodística?
2. ¿Considera usted que la ética periodística se mantiene aún en el periodismo digital?
3. ¿Cómo el medio al que usted pertenece garantiza la ética periodística en los contenidos emitidos en tiempo real?
4. Como periodista en ejercicio ¿cómo verifica la información que será compartida en tiempo real?
5. ¿Existe un proceso para descubrir información de fuentes falsas?
6. ¿Cuál es la importancia de ofrecer un contexto adecuado a la audiencia sobre una noticia que está siendo cubierta en tiempo real?
7. ¿Qué medidas toma para reducir el impacto en una noticia con alto índice de sensibilidad?
8. ¿Cómo actúa en caso de que no exista presión en la información y se cometan errores?
9. ¿Cómo se garantiza la privacidad de la fuente en una noticia en cobertura en tiempo real?
10. ¿Cómo se gestiona el compromiso del medio con la información en una noticia en desarrollo?
11. ¿Cómo el medio al que usted pertenece maneja responsabilidad al reportar en tiempo real?
12. ¿Qué desafíos éticos consideraría usted importantes de afrontar?

## **Anexo 2.** Encuesta

Percepción de los contenidos éticos emitidos en tiempo real en los medios de La Hora Loja y Hora 32

Estimado participante,

La presente encuesta busca comprender cómo se percibe la ética en la cobertura de noticias en tiempo real por parte de los medios de comunicación de la localidad. Es importante mencionar que la información obtenida se usará netamente para fines académicos y se apega estrictamente a la

Agradecemos tu tiempo y sinceridad.

Edad: .....

Sexo

- Hombre
- Mujer
- Otro

1. Dentro del contenido informativo proporcionado por los medios de comunicación ¿consume usted contenido en tiempo real?

- Sí
- No
- Tal vez

2. De ser positiva su respuesta ¿con qué frecuencia consume este tipo de contenido?

- Muy frecuente
- Frecuentemente
- Ocasionalmente
- Rara vez
- Nunca

3. ¿Considera que dentro de este tipo de contenido existe ética al momento de informar?

- Sí
- No
- Tal vez

4. En los contenidos en tiempo real que ha consumido ¿qué principios éticos ha identificado?

- Veracidad
- Imparcialidad
- Responsabilidad
- Respeto
- Todas las anteriores

5. ¿Considera que los medios verifican adecuadamente la información antes de una cobertura en tiempo real?

- Sí
- No
- Tal vez

6. ¿Considera que los medios ofrecen oportunamente un contexto adecuado en contenidos en tiempo real?

- Sí
- No
- Tal vez

7. ¿Considera que los medios mantienen precisión en la información brindada en tiempo real?

- Sí
- No
- Tal vez

8. Como consumir de información ¿qué tan importante es para usted que los medios corrijan rápidamente cualquier error en las noticias en tiempo real?

- Muy importante
- Algo importante
- Poco importante
- Nada importante

9. ¿Considera que las noticias en tiempo real emitidas por los medios son transparentes?

- Sí
- No
- Tal vez

10. ¿Dentro de los contenidos consumidos en tiempo real se ha percibido algún sesgo político o ideológico por parte de los medios?

- Siempre
- Casi siempre
- Ocasionalmente
- Nunca

11. ¿Considera importante que los medios asuman la responsabilidad de la información que difunden en tiempo real?

- Muy importante
- Algo importante
- Poco importante
- Nada importante

12. ¿Considera que los medios respetan el valor de la sensibilidad al momento de realizar cobertura de una noticia trágica en tiempo real?

- Sí
- No
- Tal vez

13. ¿Considera que los medios respetan la privacidad y/o imagen de las personas al momento de realizar cobertura de una noticia en tiempo real?

- Sí
- No
- Tal vez

### **Anexo 3. Entrevista a Fabricio Vela**

#### **1 ¿Cómo define la ética periodística?**

A ver, yo creo que la ética periodística no tiene discusión en los medios tradicionales y en los medios digitales. O sea, la ética es ética y punto.

Yo ahí sí discuto, por ejemplo, esta suerte de libertinaje que a ratos se encuentra en el uso de las nuevas tecnologías de la información y comunicación, porque hay gente que dice que como las redes no están reguladas, entonces yo puedo decir lo que quiera, publicar lo que quiera sin beneficio de inventario. Pero me parece que aquí, va más allá de una ley, de una sanción, de una restricción, es un tema de ética.

Yo tal vez vengo o soy o encarno profesionalmente en una combinación de la vieja guardia y de la nueva generación, y perdón que hable en primera persona, yo siento que estoy en la mitad porque yo nazco periodísticamente en diciembre del año 92, recién graduado del colegio, por si acaso no soy tan viejo, tengo 50 años, pero me gradué del colegio y casi de inmediato tuve la oportunidad de que poco antes de cumplir 19 años entre a trabajar como reportero en un canal de televisión.

Y claro, yo empecé en ese mundo que no tenía internet, que no tenía redes sociales, que no tenía celulares. En ese tiempo utilizábamos cámaras de televisión con casetes, los casetes los enviábamos en transporte público, en transporte de pasajeros, los canales que tenían más recursos económicos contrataban satélite.

Pero un poquito explicar que hace 31 años, casi 32 años, no teníamos esto, no teníamos estos aparatitos, todo era analógico y las coberturas eran así.

Con el paso del tiempo, en mi trabajo, porque en mi trabajo he quemado etapas, fui reportero de noticias, he sido productor de noticias, redactor de noticias, presentador de noticias, hoy entrevistador, pero también hago opinión.

Entonces, he ido quemando etapas y esa forma de quemar etapas, ha ido de la mano con el advenimiento de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación. Yo empecé a hacer opinión más o menos en 2008, 2009 empiezo a hacer opinión y claro, este fue un proceso que fue de la mano incluso con el surgimiento de las nuevas tecnologías, tuvimos en 2010 el Twitter ya habíamos empezado a tener el ingreso del Facebook poco a poco, no teníamos YouTube, no teníamos Instagram, no teníamos TikTok y lo que ha correspondido es, con el paso del tiempo, adaptarse a esas nuevas tecnologías pero retomo la pregunta que usted me señalaba para mí es renunciar al tema de la ética.

El tema de la ética, desde mi punto de vista, y utilizando la ética en el ámbito profesional, en el ámbito del periodismo, está marcado por manejar los principios que aprendimos en las universidades cuando nos formamos como comunicadores; la veracidad, la continuidad, la contrastación, la verificación, la precisión, la oportunidad, cuando se utiliza el género de información, es decir, la información obliga a que tenemos que contrastar, tenemos una fuente, tenemos que validar esa fuente, tenemos que ir al otro lado y contrastar la primera fuente que tenemos, buscar una tercera, una cuarta fuente y transformar eso en una pieza periodística, eso es parte de la ética periodística no solo presentar una sola visión de la realidad, sino diversas visiones de una misma noticia para que al final el televidente, el oyente y el lector tengan su propio criterio sobre esa noticia.

Y tenemos la opinión, la opinión, en cambio, no es imparcial, eso es un error pensar que el periodista tiene que ser imparcial, cuando uno hace opinión, no es imparcial porque si yo le digo, puedo opinar que el gobierno del presidente Noboa es muy bueno y usted puede opinar que el gobierno del presidente Noboa es muy malo. Mi verdad es tan importante y tan válida como la suya y cada uno tiene sus visiones.

La verdad personal en el ejercicio del periodismo tiene que ir acompañada por argumentación, por rigor, por seriedad, por responsabilidad. Yo soy un creyente ferviente de la libertad de expresión con responsabilidad ulterior, yo no creo que mi ética me permita decir cualquier cosa en el micrófono y luego no hacerme responsable de lo que digo.

Entonces, yo creo que eso va de la mano con la ética, la ética es no faltar, digamos, no falsear la noticia, no presentar a la audiencia cosas que no han ocurrido, no distorsionar la realidad, me parece que eso es la ética que se aplica en el pasado y que se aplica en el presente.

## **2 ¿Considera usted que la ética periodística se mantiene aún en el periodismo digital?**

Hay medios éticos, hay medios digitales éticos, no podemos poner a todos en el mismo saco, porque, así como tenemos en la parte digital, yo creo que también en los medios tradicionales tenemos medios que son éticos y medios que no son éticos, estoy convencido de eso.

Creo que el tema de la discusión de la ética no está, no va de la mano exclusivamente con los medios digitales, he visto medios tradicionales que muchas veces direccionan sus notas periodísticas a favor o en contra de la corriente política que les imponen sus líneas editoriales, eso ha pasado, ahora, ¿qué tenemos en la parte digital? en la parte digital tenemos medios muy serios, pero también tenemos cuentas que por ahí se han abierto y que se

presionan como medios de comunicación que nadie sabe quiénes los financian y se terminarán convirtiendo en aparatos amplificadores de verdades a medias o de mentiras, eso está ocurriendo y para la audiencia es muy difícil diferenciar, porque resulta que a todos los ponen en el mismo saco.

Yo también he sentido, y lo digo con respeto, y esto lo dije públicamente en su momento, desafortunadamente incluso colegas de medios tradicionales que tienen sus cuentas digitales a veces se hacen eco de noticias falsas, voy a poner un ejemplo reciente, que incluso yo lo comenté en mis redes.

El día jueves, antes de la consulta popular del domingo 21 de abril, le voy a dar la fecha exacta de ese jueves, 18 de abril sería el voto de los privados de libertad que no tienen sentencia penal condenatoria ejecutorial en las cárceles, es un ejercicio que generalmente se hace tres días antes de cada proceso electoral.

Se terminó la votación y en la noche un par de colegas publicaron que el “NO” en la consulta había ganado con el 80% en los centros de privación de libertad en las cárceles, me pongo a indagar, porque me llamó la atención el dato y resulta que es imposible que se haya sabido que ganó el NO en las cárceles porque recién a las cinco de la tarde del domingo de la consulta se hace el conteo de votos de la votación de las cárceles.

Ese día no era posible saber si había ganado el Sí o el NO en las cárceles, pero hubo colegas que en sus redes publicaron una mentira y no se retractaron, no ofrecieron disculpas, dejaron ahí publicada la mentira, eso no es ético, pero eso está ocurriendo con colegas de medios tradicionales que también están en el mundo digital.

Entonces, para resumir, creo que lo ético, lo antiético no es exclusivo de los medios tradicionales o de los medios digitales, insisto, la ética es ética en lo digital y en lo tradicional.

### **3 ¿Cómo el medio al que usted pertenece garantiza la ética periodística en los contenidos emitidos en tiempo real?**

A ver, si yo, por ejemplo, estoy en mi programa de radio en la mañana, lo transmito también por Facebook y por YouTube a veces tengo un montón de interacción de la gente, estoy en vivo, entonces, yo veo ahí que alguien me alerta de algo y yo tengo que validarlo, por más que sea en vivo, tranquilamente, a diferencia de antes, donde todo era absolutamente acartonado y libreteado, hoy tranquilamente puedo decir, me está llegando una información, le pido al equipo que me valide esta información que me acaba de llegar y el equipo tiene la obligación de validarme.

El hecho de estar en vivo no significa que, si me llega algo y no puedo contrastarlo, inmediatamente lo público, tengo que estar seguro de lo que voy a sacar, de lo contrario, si me pierdo la primicia o la exclusiva, yo prefiero perder.

En el camino, por supuesto, en lo personal, claro que me he equivocado, sería un mentiroso si digo que no me he equivocado, uno se equivoca en estas cosas porque termina siendo humano y de los errores se aprende.

En vivo yo recibo información, pero procuro contrastarla, validarla, antes de sacarla al aire, por más que me llegue en caliente la información.

#### **4 ¿Existe un proceso para identificar noticias falsas?**

No hay una fórmula mágica, por ejemplo, varias veces me han hecho esa pregunta de cómo enfrentamos las noticias falsas o cómo sabemos quién nos está proporcionando noticias falsas, en un primer momento yo decía a la gente, chequeen cuentas de periodistas que tengan un buen número de seguidores, periodistas serios, etc. pero, ¿qué pasa cuando hay colegas supuestamente serios que también viralizan noticias falsas? entonces, creo que la única manera es, si Fabricio Vela publica algo, revisa también lo que publica el Lenin Artieda, o lo que publica Carlos Vera, o lo que publica Milton Pérez, o lo que publica el Jimmy Jairala o lo que publica el Andrés Carrión,

Revise varias fuentes para estar seguro de que efectivamente es así, hay que revisar varias fuentes en ese sentido, esa es una manera de no hacerse eco de lo primero que se publica, sino validarlo revisando algunas fuentes, ese es un primer tema que hay, un segundo tema es, el montón de cuentas en redes sociales que se presentan como medios de comunicación, considero importante revisar el número de seguidores, si es una cuenta nueva, si ya tiene trayectoria, incluso revisar los posts que tienen anteriores.

Yo tengo un portal digital que se llama Primera Plana, es un portal pequeño, un portal pequeñito, es un esfuerzo que nosotros con mi equipo lo construimos en medio de la pandemia en 2020 pero yo me constituí como compañía de responsabilidad ilimitada, Primera Plana es una empresa SaaS, está constituida, registrada en la superintendencia de compañías, pago de impuestos, tengo auspiciantes, a veces más, a veces menos, porque en la actividad de la comunicación a veces se tiene auspiciantes, otras veces no y eso pasa con todos los medios de comunicación pero es una empresa, al final, es pequeña, pero es una empresa registrada y trato de transparentar eso a la audiencia, a mis seguidores.

Primicias es una empresa, La Posta es una empresa que puede gustar o no gustar, pero es una empresa, Plan B es una empresa, GK es una empresa, por mencionar ejemplos de esfuerzos digitales, Ecuador en Vivo es una empresa, Ecuador Inmediato es una empresa,

pero hay otras que en cambio aparecen ahí con unos nombres que de pronto se crearon, que nadie sabe quiénes son las cabezas, quiénes los financian.

Se sugiere que para validar quién publica, hay que revisar quién lo hace, hay que ver más o menos qué ha publicado antes, cuántos seguidores tienen, si es que tiene un historial de publicación de noticias falsas, si es un portal sensacionalista o si es un portal riguroso, considero hay algunos temas que se pueden incorporar para no dar paso a las noticias falsas.

## **5 ¿Cuál es la importancia de ofrecer un contexto adecuado a la audiencia sobre la noticia sobre una noticia que está siendo cubierta en tiempo real?**

Porque la audiencia no sabe, porque la gente no tiene por qué saber, voy a poner un ejemplo de lo que pasó el día de hoy, esto si revisamos las redes es tendencia dentro de la discusión política, el Viceministro de Gobierno comete dos errores, me parece a mí, un error, dice que en la Asamblea Nacional se está cocinando una mayoría política de oposición al presidente Novoa para llevar a juicio político por incumplimiento de funciones, el otro es derivado del informe de la Nación del 24 de mayo pasado.

Y lo segundo que dijo Esteban Torres es que la Asamblea Nacional con estos sectores políticos de oposición están tratando de ponerse de acuerdo para reorganizar las comisiones legislativas, en ambos casos, ambas cosas no son ciertas no son ciertos porque no se puede, no hay cómo.

Al presidente de la República usted lo puede llevar a juicio político solamente por tres causales: delitos contra la seguridad del Estado, genocidio es decir delitos de lesa humanidad y delitos contra la administración pública.

Usted no le puede llevar al presidente de la República por incumplimiento de funciones, pero hay gente que le escucha y que piensa que es verdad, que quiere llevar a juicio político al presidente, es por ello que a la gente hay que explicarle cómo son las cosas, hay que contextualizar.

En ese tema procuro hacerlo permanentemente, cuando toco un tema y opino, por ejemplo, esta mañana en mi programa de radio hable sobre el indulto presidencial porque ayer algunos políticos y algunos medios trataron de colocar en el imaginario de que la vicepresidenta de la República que estaba pensando en otorgarle el indulto a Rafael Correa si es que llega a ser encargada del poder.

Y resulta que no se puede indultar a Correa, primero y principalmente porque no está preso y para indultar a alguien tiene que estar preso y Correa no está en el Ecuador, Correa no está con Dios, pero ya se colocó eso, me tomé el trabajo, revisé la Constitución, revisé el Código Orgánico Integral Penal y le expliqué a la gente, ese es el contexto.

Lamentablemente, no es una práctica común contextualizar la opinión y no siempre es una práctica común contextualizar la información. Y eso le falta al periodismo por eso la gente hoy nos discute, por eso la gente nos critica, por eso la gente a ratos hasta nos repudia, nos dice mentirosos, amarillistas, etcétera, y ya no nos cree.

Hay una crisis del periodismo que me parece a mí, empezó a tener mayor fuerza luego de los hechos de octubre de 2019 y el periodismo en el Ecuador no se ha repensado, entonces, si usted no le ofrece contexto a la gente, la gente no va a entender y no importa si está en una cobertura en vivo, tengo que contextualizar para explicarle a la gente de qué le estoy hablando. Eso es importante para poder generar una mayor educación desde la comunicación periodística.

## **6. ¿Qué medidas toma para reducir el impacto en una noticia con alto índice de sensibilidad?**

A ver, por ejemplo, anteayer hubo, no sé si usted vio, hubo un video de un siniestro de tránsito en la carretera Quinindé- Esmeraldas, estaban atendiendo a unos heridos unos paramédicos y unas personas del sector y de pronto aparece un bus y los atropelló a los que estaban ahí en el piso, fue una cosa horrorosa.

Esas imágenes yo las comenté ayer en mi programa de radio, pero no las difundí, yo lo comenté con la audiencia, les dije, quiero comentarles algo, me he quedado espeluznado, pero no mostré las imágenes porque mi ética me impide mostrar ese tipo de imágenes sensibles.

Hay mucha sensibilidad sobre los temas de crónica roja, trabajé 12 años en TC Televisión, ahí fui reportero de noticias entre 2001 y 2013, TC Televisión, por excelencia, ha sido el canal de la crónica roja de este país y yo cubrí Crónica Roja a pesar de ser un reportero político, pero cuando estaba de turno los fines de semana, cubría crónica roja.

Considero que se puede tratar adecuadamente a crónica roja ¿por qué hay que mostrar la cara del difunto? me parece innecesario ¿por qué hay que mostrar rostros de niños en situación de vulnerabilidad? ¿por qué hay que mostrar rostros de mujeres en situación de vulnerabilidad? porque han sido víctimas de violencia pero mostrar es una manera de revictimizarlas, creo que hay códigos que debemos mantener, que no todos los seguimos, no todos, he visto, por ejemplo, y eso pasa con más fuerza en los portales digitales en aquellos que no manejan este rigor que hemos conversado, eso ya no se ve mucho en los medios tradicionales pero sí en los portales digitales, en donde se publican imágenes descarnadas.

Yo creo que aquí es importante seguir los códigos para respetar determinados temas sensibles más allá de que lo diga o no lo diga una ley, como digo, a nivel digital, a ratos se pasan por encima de las normas legales porque los medios digitales o las cuentas de redes sociales no están bajo el control de una ley, pero esto, otra vez, fue una parte de la ética periodística

### **7. ¿Cómo actúa en caso de que no exista precisión en la información y se cometan errores?**

Bueno, si cometo un error, se admite que me equivoqué y rectifica, a ratos, ¿cómo nos cuesta a los periodistas reconocer el error

Una experiencia chistosa que me pasó, un día, hace unos años, estaba comentando con mi compañero, con el que hacia el programa de radio y me iba a referir, o me estaba refiriendo a un reporte que escribió un colega periodista, Roberto Rueda, entonces dije, nota escribida, no dije nota escrita, dije nota escribida, al aire, en vivo. Luego me hizo caer en cuenta mi compañero y nos matamos de la risa ahí al aire y dije, disculpas, fue un lapsus, fue un lapsus brutus, fue un error, bueno, es una forma de gestionar, reírse.

Aceptar que uno se equivocó y ofrecer una disculpa, creo que esa es una manera de gestionar. La otra manera es reconocer que uno se equivoca y luego brindar la información adecuada sobre todo con las cifras, a veces uno comete imprecisiones en cifras, comete imprecisiones en fechas, en antecedentes, es importante, evidentemente, reconocer el error y en vivo es muy fácil, aquí no se trata de que se equivocó y ya queda ahí, no, lo que pasa es que a alguna gente le da no sé qué aclarar, uno se puede disculpar y simplemente decir, me equivoqué, se suscitó tal cosa y todo queda aclarado.

### **8. ¿Cómo garantiza la privacidad de la fuente en una noticia en cobertura en tiempo real?**

En este momento, vamos a suponer que usted y yo estamos en este momento en vivo en un programa que estamos saliendo al aire y de pronto, estamos hablando de una posible reorganización del gabinete, estoy inventando un ejemplo hipotético. De pronto me llega la información de una fuente validada que me dice que el ministro de Finanzas va a ser reemplazado el día de mañana por el Presidente y que ya está confirmado, pero me dice, resérvame la fuente, puedes dar la noticia, pero no me cites, yo tranquilamente puedo decir, una fuente confirmada y no voy a revelar la fuente.

Este dato lo he validado, le he comentado a la audiencia que tenemos información extraoficial, que el día de mañana va a haber un cambio en el Ministerio de economía y finanzas, se puede.

La reserva de la fuente, además, es un derecho que tenemos los periodistas, está consagrado en la ley de comunicación, es un principio universal. La reserva de la fuente y la objeción de conciencia son principios universales del periodismo.

En vivo es muy complicado, porque usted está transmitiendo en vivo, entonces, yo ahora con mi celular puedo hacer una transmisión en vivo y de pronto me encuentro con algo, probablemente con una persona que no quería salir y de pronto salió al aire, es imposible gestionar eso, no hay manera, en vivo ya se lanzó y ya no hay cómo hacer nada, no veo forma de gestionar en vivo cuando la transmisión es en tiempo real.

### **9. ¿Cómo se gestiona el compromiso del medio con la información en una noticia en tiempo real?**

Tiene que haber un compromiso luego de, en el momento de tener información, complementaria, esto forma parte de los propios códigos deontológicos de cada medio y de cada periodista y forma parte del deber ser del periodismo y de la ética periodística.

Igualmente, digamos, hay una obligación implícita de que, si yo estoy cubriendo algo y dice noticia en desarrollo, tengo que complementar esa información, si no lo hago, no hay ninguna norma que me obligue a hacerlo, pero estoy de alguna manera afectando mi credibilidad como medio.

Entonces, el contraste frente a eso es la crítica que nos puede hacer la audiencia, por ejemplo, yo defendiendo el rol que tienen las audiencias para supervisar y para hacer escrutinio respecto de nuestro trabajo, ese rol es fundamental, es la única manera, como digo, no hay una norma que diga que, si yo saco una noticia en desarrollo, tengo obligatoriamente que sacar lo otro, eso es lógico, pero no siempre lo lógico se aplica a nivel mediático.

Entonces, ahí viene el papel de la audiencia, la audiencia puede decir, bueno, usted me dijo esto y no me está informando, y la audiencia puede obligarnos a que nosotros justamente cumplamos con ese compromiso, eso ya está en manos de las audiencias.

### **10. ¿Cómo se maneja la responsabilidad al momento de reportar en tiempo real?**

Yo creo que es una responsabilidad compartida pero la primera responsabilidad tiene el periodista porque el periodista pone la cara, el común de la gente no sabe quién es el

gerente del canal o del medio, quién es el administrador, quién es el director de noticias, no lo sabe, el que pone la cara es uno como periodista.

Y si el medio comete un error, la gente no se va contra el medio, la gente se va contra el periodista, entonces, hay una responsabilidad superlativa del periodista, pero yo le pondría 50-50 porque la otra es responsabilidad del medio.

## **11. ¿Qué desafíos éticos usted considera importantes de afrontar?**

Desde 2019, a partir de cómo se cubrieron los hechos de octubre de ese año, que fueron las manifestaciones de protesta, donde claramente los medios tomaron partido a favor del gobierno y en contra de los manifestantes, no hubo contraste, siento que desde aquella ocasión empezó a desatar una crisis de credibilidad de la población sobre los periodistas y los medios de comunicación.

Cinco años después, 2024, yo sigo pensando que hay que repensar el oficio, hay que reconstruir el oficio, hay que recuperar las normas básicas vinculadas a la deontología de la comunicación y al deber ser de la profesión.

Lamentablemente, el periodismo en el Ecuador ha ido de la mano con la polarización política, este país está polarizado, altamente polarizado, seguimos hablando de los ‘cistas’ y de los antis y en medio de eso estamos los periodistas y están los medios de comunicación, creo que el momento en que dejemos de etiquetarnos como periodistas y nos sentemos y entendamos cuál es la naturaleza del oficio, ese puede ser un primer camino para enfrentar los retos que se nos vienen.

Hoy es preciso reinventarnos, la gente hoy, sobre todos los jóvenes, ustedes, tienen unas lógicas completamente distintas, no consumen ya tanta televisión nacional como lo hacíamos nosotros, no es que se comen un noticiero completo, ven contenidos muy puntuales y esos contenidos tienen que ser contenidos de calidad.

Un error, por ejemplo, de algunos medios es creer que los jóvenes son tontos o que no les interesa la política y que hay que darles cualquier cosa, me he convencido de que a los jóvenes sí les interesa la política, pero a los jóvenes les interesa que les hablen en sencillo y que no les traten como tontos, ese es el reto de los medios de comunicación para el futuro.

Por otro lado, contextualizar siempre, porque hoy hay tantas fuentes, tantas fuentes, que ya la línea que sigue un medio es probable que la vuelta de la esquina se caiga porque otros medios sacan lo contrario, hay una masificación de fuentes impresionante.

#### **Anexo 4. Entrevista a Sandra Machuca**

##### **1 ¿Cómo define usted la ética periodística?**

La ética periodística lo primordial en un profesional que realice actividades periodísticas, recordemos que si bien es cierto hay periodistas graduados, con título, también hay personas con experiencia que hacen periodismo que siguen de alguna forma los formatos periodísticos, dentro de eso, creo que lo esencial en quien lo hace profesionalmente y quien lo hace de una forma experimental, pues tiene que haber la ética periodística ¿y cuál es esta?, respetar los derechos de información, de seguridad, de comunicación que se manejan dentro del trabajo periodístico que se está realizando. Entonces, para mí es algo fundamental, yo lo califico como el primer principio comunicacional que se debe realizar.

Recordemos que desde la ética se trasciende a la credibilidad o a no tener esta credibilidad. Entonces, la ética periodística no solamente enfoca al profesional de periodismo, sino también en lo personal, para que puedan estas dos áreas, tanto lo personal como lo profesional, se puedan unir y se pueda hacer un trabajo periodístico, porque cuando manejamos información también a veces se interrelaciona con la vida personal del profesional.

##### **2 ¿Considera usted que la ética periodística se mantiene aún en el periodismo digital?**

No considero que exista la ética profesional al menos en un 60 % de medios digitales no existe la ética periodista, porque la ética periodística exige parte de lo que es ir a las dos fuentes, si vemos en lo digital, a veces nos quedamos solamente con una fuente, con una versión, y esta versión está inclinada a un solo hecho, por ende, nos permite ya salirnos de la ética profesional que debemos tener.

Bueno, basándonos también en que hay que ver cuáles son los medios digitales, porque en realidad hay páginas de información, que son creados solo con el fin de apoyar a cierto político, acierta empresa o gremio, entonces hay de diferenciar las páginas de información y los medios de comunicación que están compuestos por su línea periodística, su editorial, y dentro de esto hay muy pocos medios digitales en realidad, al menos un 90% trata de cumplir con una ética periodística, pero si nos englobamos a todo lo que es páginas de información y medios digitales, pues ahí sí podemos ver un, creo yo, un 60% de que no se basan en una ética periodística, sino lo usan para, como un recurso personal para un interés propio.

##### **3 ¿Cómo el medio al que usted pertenece garantiza la ética periodística en los contenidos emitidos en tiempo real?**

Bueno, en ese aspecto yo creo que sí, cuando estamos en la noticia en la cobertura en tiempo real, considero que ahí sí podemos de alguna forma establecer una ética a un 90%, porque estamos en el momento, y este 90% seguirá dándose según la información que se está remitiendo, pero ese 10% también es donde nosotros a través de lo que estamos en tiempo real podemos elegir a quién entrevistar y a quién no. Por ejemplo, si nosotros estamos en un accidente de tránsito, se me ocurre como ejemplo, y en ese accidente de tránsito solo entrevistamos al afectado, quizás los familiares del afectado, pero no entrevistamos a la persona que cometió el accidente de tránsito y él tiene quizás una versión diferente, una versión en donde él fue afectado, el que está en este caso atropellado, pues invadió la vía o alguna cosa y solo nos quedamos con una versión de, pero de la otra persona no.

Entonces, ahí se baja también ese 10% , en tiempo real también podemos incurrir en no tener la ética periodística por no ir a todas las fuentes que tenemos en ese instante, es decir, también tenemos ese poder como periodistas, tenemos ese poder para elegir a quién entrevistar o a quién no, de ahí aparte nuestra ética periodística, lo mismo en un evento político o público, en donde entrevistamos solamente al alcalde o entrevistamos solamente a las autoridades oficiales, pero no la ciudadanía, cuando la ciudadanía quiere denunciar dentro de esa obra mismo, o solo hacemos las denuncias de la ciudadanía pero tampoco recogemos la versión oficial del alcalde estando en el mismo evento, yo creo que ahí también sí nos pasa a los periodistas de a pie que tenemos el poder de elegir a quién y no entrevistar dentro del tiempo real.

#### **4 ¿Cómo verifica la información que será compartida en tiempo real?**

Yo creo que sí, porque cuando uno llega a alguna noticia en tiempo real, antes de eso existe una pre-conformación de la nota, es decir, yo llego al escenario, analizo la situación y encamino mi información en tiempo real. Y ahí es cuando escojo los personajes, la situación, el objetivo que le voy a dar, el estilo que yo le voy a aplicar. Entonces, sí existe ese momento en donde yo puedo seleccionar qué información quiero dar, desde qué punto de vista y a quién voy a elegir.

#### **5 ¿Existe un proceso para descubrir información de fuentes falsas?**

Bueno, yo creo que antes de hacer una cobertura, nosotros llegamos y conversamos con las diferentes fuentes para saber la situación que está pasando. Primero, yo sí considero que siempre, y al menos en mi situación sí es aplicable, de que llego y analizo la situación, veo desde dónde nace, al menos unas tres, cuatro versiones antes del tiempo real, para analizar qué es lo que está pasando, qué es lo que está sucediendo.

Esto justamente es para verificar la noticia falsa o la información falsa que se pueda dar, porque otra cosa es el mismo ejemplo del accidente. Yo llego y estoy a unas cinco filas, a unos cinco o seis carros atrás y luego digo se produjo un deslave y estoy generando una información falsa, pero cuando ya me acerco veo que ha sido un accidente de tránsito, ahí ya tengo una información verificada, yo tengo que hacer mi trabajo periodístico, primero, investigar.

## **6 ¿Cuál es la importancia de ofrecer un contexto adecuado a la audiencia sobre una noticia que está siendo cubierta en tiempo real?**

El periodismo siempre y nunca va a dejar de ser investigativo, aunque sea muy superficial, en este caso, en tiempo real, es muy superficial, pero sí es investigativo porque tengo que bajar del carro, caminar lo que tenga que caminar e ir a indagar qué es lo que está pasando y luego sí salir en el en vivo y darle la información que requiere.

Siempre, así sea una información digital en tiempo real, siempre va a haber una pre-investigación, de dónde estamos, qué hacemos, y quien no lo hace, pues simplemente no hay que considerarlo periodista, porque el periodista, su base y su principio es la investigación.

Se necesita hacer una investigación previa, por más superficial que sea, para entregar una buena información por el contexto del lugar, diferentes puntos de vista por qué es tan importante brindarle esto a nuestra audiencia, por nuestra credibilidad, por tener la profesión de periodismo y porque nuestra ciudadanía merece una información real, calificada, cuantitativa y cualificada también, porque somos los periodistas, los generadores de la información y tenemos que entregarle una herramienta, una información real. Tenemos una profesión que se llama periodismo, por lo tanto, somos nosotros los llamados a dar una información correcta, veraz y creíble a la ciudadanía, porque de ahí parten los juicios de valores de la ciudadanía y con ello, toman decisiones. A veces no nos damos cuenta que los periodistas somos los generadores de toma de decisiones de la ciudadanía, entonces, ahora, por más que la información sea tan inmediata y tan superficial, porque a veces nos ha sucedido eso, que a alguien se le ocurrió decir que eso que dijo tal persona es verdad y todo se va a la veracidad, quién tiene esa potestad, y justamente es contra lo que nosotros los periodistas luchamos, es precisamente, que la información que se genera sea veraz, sea una información investigada, sea una investigación contrastada para poderle dar a la ciudadanía.

Nosotros somos los llamados a hacer una información y a combatir también la información falsa, investigar, preguntar, contrastar, yo creo que lo principal que tenemos nosotros como obligación es justamente brindar a la ciudadanía información verificada

siguiendo los protocolos, siguiendo los pasos de una información correcta que se debe realizar

### **7 ¿Qué medidas toma para reducir el impacto en una noticia con alto índice de sensibilidad?**

Yo creo que eso lo aprendemos dentro de los principios de la comunicación, en donde tenemos que saber qué contenidos podemos poner y qué no, qué pasa, ¿cuál es la información y qué es el morbo?, si bien es cierto ahora, ha trascendido de que entre más morbo mostremos, mayores seguidores tenemos, mayor alcance tenemos, tenemos gracias a la tecnología y también a las decisiones de las empresas, pues en este caso Facebook es una de las plataformas principales de información, ha puesto políticas de comunidad en donde restringe cosas fuentes y sanciona a quienes la transmiten, eso nos ha permitido también de alguna manera controlar, porque antes veíamos en las plataformas en donde trabajan o donde están instalados los medios digitales y las páginas de información, entre más morbo o amarillista era la noticia mayor alcance tenía y mayor economía era también para el periodista o para la persona que estaba atrás de esa página.

Entonces, ahora sí hay políticas de comunidades de Facebook que no permiten sacar eso y nos ha llevado a que nosotros también veamos una información de calidad para poderle llevar a la ciudadanía y no maltratar el ámbito psicológico de la persona, porque en realidad lo que estamos atentando es la parte psicológica de las personas y especialmente de los niños y las personas con salud mental que están mal, entonces es para ellos, para las personas con depresión, con ansiedad, para los niños a quienes se les afecta directamente y hay que protegerlos, entonces yo creo que el hecho de que haya políticas de comunidad de Facebook nos ayuda muchísimo. En TikTok también, que es una plataforma muy fuerte ahora, ya existe la restricción. y veo que también en la plataforma X, también ya se está trabajando en esto, igual en Instagram, eso nos ayuda de alguna forma a nosotros hacer conciencia de lo que estamos haciendo mal, porque en realidad a veces el periodismo solamente quiere basarse en lo económico y no se da cuenta el compromiso que se tiene con la ciudadanía.

### **8. ¿Cómo actúa en caso de que no exista presión en la información y se cometan errores?**

Yo creo que pidiendo disculpas públicas y enmendando el error, es la mejor manera de hacerlo. Somos humanos y siempre vamos a tener una información quizás imprecisa o

quizás en ese momento cuando estamos en el en vivo alguien nos dice, mire, es tanto el dinero o es tanta la situación y resulta que no ha sido así, y luego nos corrigen.

Yo creo, que lo que tenemos que hacer es ponernos y hacer uso de la ley de comunicación que tenemos, la réplica, salir en pantalla, pedir disculpas públicas y precisar la información. En un en vivo, asimismo, salgo en el mismo espacio en donde hice la cobertura y digo, bueno, el día de ayer estuve aquí, en este lugar, sin embargo, la cifra correcta es esta, para dejarles a su conocimiento.

Y no está además un post en donde se puede dejar fijado en donde se dice y se enmienda el error, yo creo que es la mejor forma de gestionar un error que se puede cometer y que a todos nos ha pasado y nos seguirá pasando, y la mejor forma es pedir disculpas públicas y enmendarlo en el espacio en donde se hizo y además de un post.

### **9. ¿Cómo se garantiza la privacidad de la fuente en una noticia en cobertura en tiempo real?**

Yo considero que ahí es bastante difícil poder cuidar la privacidad de la gente, primero porque si salen a una marcha, obviamente es una marcha pública, en donde los medios de comunicación no principalmente son los que delatan a los ciudadanos que forman parte de la marcha, si no es la policía de inteligencia, los funcionarios de las diferentes instituciones de seguridad, que son los que principalmente toman fotografías policía se basa para hacer una investigación. Por ejemplo, acá en Zamora, Chinchipe, viene un medio de Loja, los periodistas de Loja no conocen a las personas que hacen las marchas acá, entonces ellos no podrán dar mayor información, pero en cambio las personas que trabajan acá de seguridad, ellos ya conocen todo el historial y ya apuntan a las personas que son líderes de las diferentes marchas, digamos que a través de los medios pueden identificar a las personas, ellos mismos exponen su privacidad ¿por qué? porque están saliendo a una marcha donde ellos saben que va a haber medios de comunicación, inclusive ellos mismos invitan a los medios de comunicación, por tanto, punto número uno, son ellos, los personajes en este caso de la marcha, los que exponen primeramente su privacidad, punto número dos, si nosotros como medio no queremos que los identifique, que es bastante complejo, lo que podemos hacer es en el en vivo no entrevistar a nadie, por ejemplo, para que no le reconozcan la voz. Pues antes del en vivo converso con las personas, qué es lo que denuncian, qué es lo que quieren hablar, qué es lo que quieren decir, y yo voy y les digo, bueno, en esta marcha hemos recolectado la información, hemos hablado con los diferentes representantes, en donde dicen esto, ellos no quieren hablar ante nuestra cámara, y eso es preciso decirlo, no quieren hablar

en nuestra cámara por medio de represalias, sin embargo, el pedido de ellos, porque nosotros nos convertimos en la voz de los que no tienen voz.

Entonces, en ese momento ellos no tienen voz, nosotros somos su voz, y en ese instante nosotros decimos, bueno, los marchantes piden esto, en este caso, que se vaya la minería o que se quede la minería, que no pase esto, que suceda esto, que suceda esto.

Nosotros gestionamos su privacidad y respetamos su privacidad acogiendo y no diciendo los nombres de las personas que nos están dando la información, yo creo que es una forma de gestionar la privacidad que es bastante difícil, en una marcha, pero alguna forma que lo podemos hacer, simplemente no entrevistándolos y no diciendo sus nombres, sino acogiendo sus pedidos, nada más.

### **10 ¿Cómo se gestiona el compromiso del medio con la información en una noticia en desarrollo?**

El periodismo en este instante está pasando por situaciones bastante complicadas, tanto económicamente como éticamente y se relacionan los dos, aunque cueste identificar. Para usted hacer una investigación y estar completamente todo el día en una noticia, necesita al menos tener un periodista ahí todo el día ¿qué representa esto? representa que un periodista para poder cumplir con la ética y el compromiso de los medios de comunicación, se mantenga en el evento hasta que dé finalidad, para que pueda decir fin de la nota, cierto, pero resulta que ese periodista tiene que sacar al menos cinco noticias diarias, hace una cobertura, ya no se ven los resultados, noticia en desarrollo y me voy, o lo que se hace es, me pasas la información, me ayudas y listo pero no hay una información ya contrastada, porque ya como periodista no estoy ahí y solo espero que me pasen la información. El compromiso, yo creo que de los medios de comunicación es bastante difícil pedirles un compromiso cuando no se tiene también ese apoyo económico dentro de los medios de comunicación, lamentablemente es en mi caso, yo hablo por ser dueña de un medio digital también, yo he sido periodista, he sido dueña, he sido todo, entonces yo sé cómo funciona esto y en realidad pedir un compromiso de los medios de comunicación para que estén en toda la nota es bastante difícil en el Ecuador.

Si existe uno o dos medios de periodismo digital de investigación, es bastante, porque se necesita bastante recurso económico, cosa que no hay, y por ende es bastante complicado hacer una investigación o hacer un periodismo de investigación digital, al menos contrastar la información. Es decir, voy a un evento, saco las dos fuentes, y las publico en la misma nota.

Ahora, ¿qué es lo que estamos haciendo? vamos a un evento y sacamos solo una parte, la otra parte no nos interesa o la sacamos en otra nota, que no va a tener el mismo alcance. Por ejemplo, denuncian a Sandra Machuca por estafa, un ejemplo pero van a fiscalía, sacan la información, pero a mí nunca me preguntaron, la inmediatez en la comunicación digital nos ha quitado la investigación, la contrastación y el trabajo periodístico por eso ahora cualquiera se cree periodista con un teléfono, porque simplemente voy, publico y no hago una contrastación de la información para que sea la ciudadanía quien juzgue o quien defina quien tiene o no tiene la razón.

Nosotros solo somos un puente, una herramienta para publicar, para informar a la ciudadanía y ellos serán quienes juzguen, y dejarnos de la inmediatez, es aplicarle o apostarle a la investigación, quizás hasta superficial, una investigación básica.

Llamémosle una investigación básica en donde se cumplan los principios de la comunicación, que es la contrastación de la información, creo que es el primer compromiso que nos hace falta en los medios de comunicación digital y que no se necesita mayor recurso para cumplir con este principio fundamental, que una noticia periodística sea contrastada.

Punto número dos, necesitamos también el compromiso de que si ponemos noticias en desarrollo le demos un fin, quizás, aunque sea hasta el otro día es decir, en un accidente de tránsito siempre se da, ya nos ha pasado, hay un accidente en tal lugar noticias en desarrollo entonces la gente pregunta, pero ¿quiénes son los que se accidentaron? puede ser mi familiar, puede ser alguna persona, entonces al otro día sacar la noticia en donde diga las personas accidentadas son tal, y si no, es en la tarde, ya se tiene la lista y es tal. Es decir, el otro compromiso es completar la información que hemos generado, que tampoco necesitamos de bastante recurso, sino que necesitamos de tener la pericia para llamar a nuestras fuentes y completar la información.

Y el tercer compromiso es no hacer un periodismo digital sentados, sino de territorio. Es decir, yo sé que existe un deslave, solo estoy esperando que me pase la información del relacionador público o de la alcaldía, o estoy esperando nada más que un amigo que pasa por ahí todos los días me pase una fotito y todo eso, no, tenemos que ir a la fuente.

Si ya sabemos que pasó algo, entonces nos trasladamos hasta el lugar y hacemos la cobertura, por algo somos llamados medios de comunicación digital, sino seríamos simplemente una página de información y las páginas de información publican lo que les llega, no contrastan, no van a lugar nada.

Si somos un medio de comunicación digital nos toca ir allá, al lugar, contrastamos, vemos la información, sacamos la información y justamente hacemos la comunicación

digital en tiempo real. Entonces yo creo que esos son los tres compromisos principales que tiene que tener la comunicación digital.

### **11 ¿Cómo el medio al que usted pertenece maneja responsabilidad al reportar en tiempo real?**

Si mi director, me envía a hacer esa nota, la que tiene la obligación de contrastar, de investigar antes para hacer la nota, es la reportera, el director o editor no va a poder decir, no digas esa cantidad porque estas en cobertura en tiempo real, si fuera una noticia como medios impresos, que uno se sienta, hay una revisión, ahí se fue mal una palabra a los editores que revisan la noticia, entonces ahí sí es el medio de comunicación y el periodista. Pero si estamos en tiempo real es el periodista sobre el que recae la responsabilidad, porque él llega al lugar los hechos, él maneja la información, es la responsabilidad exclusivamente de él.

### **12 ¿Qué desafíos éticos consideraría usted importantes de afrontar?**

Creo los desafíos que tenemos, prepararnos mejor, el primer desafío creo que es la preparación del reportero, al lugar en donde va a hacer la información, porque a veces pueden haber personas heridas, pueden haber personas también que fallecieron y saber manejar la información, entonces yo creo que previo a un evento que vamos a ir el primer compromiso tiene el primer desafío es prepararnos para la cobertura que vamos a realizar, punto número dos, otro de los desafíos es saber sobre el manejo de la información, para no caer en el morbo ni para caer en alguna información incorrecta, necesitamos saber cómo vamos a manejar la información que tenemos en nuestras manos, número tres, otro de los desafíos dentro de la comunicación digital, creo que es muy importante también dentro de la ética no relacionarnos mucho con las fuentes, porque creo que es uno de los compromisos que también adquirimos, sigo poniendo el mismo ejemplo, llegamos a un accidente y encontramos que es un amigo cercano y tratamos de que la información no lo perjudique, es bastante difícil, es bastante complicado, entonces uno de los desafíos es no involucrarnos con las fuentes y tratar de ser lo más creíbles posible y de dar toda la información que se tenga que dar en tiempo real.

Otro de los desafíos de la comunicación digital es de que no vendamos nuestra ética por intereses propios, creo que ahora la mayoría de los medios digitales, y bueno, creo que ha pasado durante todo el tiempo porque también las empresas grandes de los medios de comunicación respondían a los intereses empresariales, ahora sucede lo mismo, un medio digital responde también a los intereses empresariales, gubernamentales y ahí es cuando caemos en eso de no tener esa responsabilidad.

Y otro de los desafíos, considero yo, es de que los medios digitales nos convirtamos en no solamente portadores de información negativa, lamentablemente en nuestro país lo que mayormente tenemos es información negativa y no información positiva. Como desafío y como compromiso debería ser que exponamos información propositiva, positiva, para contrarrestar toda la información negativa que tenemos de cuentas oficiales.

## **Anexo 5. Entrevista a Rubén Darío Buitrón**

### **1 ¿Cómo define usted la ética periodística?**

No existe la ética periodística, existe la ética personal, que se forma en la casa, en la familia, en el entorno social inmediato, la ética periodística es una farsa.

Javier Darío Restrepo lo decía, de una forma muy clara, hay periodistas y medios que creen que cuando uno entra a trabajar, solo porque está pegada en la puerta las 10 normas del código de ética, este medio automáticamente se convierte en ético y eso es falso, es mentira, la única ética es personal, uno puede decir, firme por favor este código de ética, que usted lo tiene que seguir, por supuesto pero por dentro, puede estar robando, puede estar mintiendo, puede estar consiguiendo favores de las fuentes, puede ser muchas cosas.

### **2 ¿Considera usted que la ética periodística se mantiene aún en el periodismo digital?**

Es una farsa y hay que tener mucho cuidado en creer que el periodismo digital es distinto al convencional en el sentido de que ante, es muy típico de nosotros los seres humanos, antes era todo bonito antes era todo chévere, antes se respetaba la ética, ya no, no es cierto, no es cierto, de ninguna manera, la ética es ética independientemente del medio.

### **3 ¿Cómo el medio al que usted pertenece garantiza la ética periodística en los contenidos emitidos en tiempo real?**

Con la calidad de mi equipo de trabajo, conocer lo capacitados que están para brindar información de calidad.

### **4 ¿Cómo verifica la información que será compartida en tiempo real?**

Con los datos, si tienes datos puedes contrastar, comparar, el todo son los datos, informar sin datos es el mayor pecado antiético que existe.

### **6 ¿Cuál es la importancia de ofrecer un contexto adecuado a la audiencia sobre una noticia que está siendo cubierta en tiempo real?**

Informas algo porque el contexto demanda que informes y tienes la obligación, por tanto, de describir en qué contexto te estás moviendo para que el público sepa exactamente de qué se trata lo que le estás informando.

### **7 ¿Qué medidas toma para reducir el impacto en una noticia con alto índice de sensibilidad?**

No puedes afirmar lo que no tienes, para decirlo, eres simplemente un irresponsable, un sensacionalista, un amarillista que estás buscando impacto, que estás buscando likes, que estás buscando seguidores, pero no estás diciendo la verdad. A veces hay presión por tener la información y a veces las personas que hacen este tipo de actividades cometen errores, es

importante cerciorarse de toda la información contrastando para evitar difundir información de carácter sensible.

### **8. ¿Cómo actúa en caso de que no exista presión en la información y se cometan errores?**

Tiene que haber filtros, tiene que haber una dirección adecuada, tiene que haber una pedagogía donde desde el más joven que entra a trabajar contigo aprenda del resto, como director o como jefe sepa exactamente lo que hay que hacer es la única manera, no hay otra no hay otra y a mí me parece muy relevante.

### **9. ¿Cómo se garantiza la privacidad de la fuente en una noticia en cobertura en tiempo real?**

Mucho depende del medio, tú no tienes derecho, de tomar el micrófono y la cámara y te saco y te publicó, pero tú nunca me autorizaste, eso se llama primero tener respeto de la dignidad de las personas y segundo tener el puente de empatía, solo si tú tienes confianza en mí, vas a decir muy bien, yo sí quiero hablar con usted porque yo creo en el medio que usted dirige o que usted maneja o donde usted es reportero, yo le llamo a la persona a la persona, solo en esos casos en otros no.

Yo vuelvo a la primera pregunta, fijate, es que es un círculo todo. Hace muchos años también sucedió lo mismo, siempre se ha hecho esto de, por ejemplo, una marcha cercana y pedirle la opinión a alguien que capaz que esa opinión que la publicas le puede comprometer, le puede meter preso, ahora mucho peor con la violencia narco que hay, le puede comprometer, le puede causar la muerte no tenemos derecho a irrespetar su privacidad, no tenemos.

¿Qué clase de formación tienen dentro de los medios? ese es el problema, que ni la universidad, y lo digo con pena, pero es la verdad, ni la universidad ni los medios te dan la formación que tú necesitas para hacer un periodismo responsable.

### **10 ¿Cómo se gestiona el compromiso del medio con la información en una noticia en desarrollo?**

Es una farsa para disfrazar que no tienes los datos completos, por eso yo te voy a hablar siempre de los datos, como no tienes los datos completos, noticias en desarrollo, pero tengo que informar antes que el otro consiga la primicia, la exclusiva, la mayor cantidad de seguidores, una cosa es que el Presidente de la República le sucedió tal cosa y le pregunté que por qué, cómo así, que qué pasó y solo me dice que eso es lo que puede informar por ahora, eso sí es noticia en desarrollo, pero ni siquiera eso ¿por qué tengo que calificarle noticia en desarrollo? la primera vez, CNN hace más de 30 años se inventó la noticia en desarrollo sólo para ganarles a los otros medios, no podemos hacer periodismo pensando

que hay que ganarle a la competencia, incluso la palabra competencia a mí me disgusta, porque va a ser competencia mía un periódico que no le considero competencia al universo al Expreso, a La Hora, al que sea, yo hago mi trabajo, trato de hacer mi trabajo honesto, limpio, ético, lo que hagan los otros a mí no me interesa, si lo hacen bien o lo hacen mal problema de ellos pero si lo hacen mal y perjudican a la sociedad o a un grupo de la sociedad, ahí sí me toca decir que hay gente, que hay medios, que hay periodistas que están haciendo mal su trabajo, lo que quieras, menos periodismo.

**11 ¿Cómo el medio al que usted pertenece maneja responsabilidad al reportar en tiempo real?**

Siempre sobre el medio, en el caso mío que soy director, cualquier error que se cometa frente al público es mi error, no voy a tener la bajeza de decir, ah no, es que le mandé a ella y como ella no sabía entonces ella se equivocó y condénenle a ella, sáquenle el aire a ella insúltenle a ella yo no tengo que ver, yo soy director, yo creo que el medio debe de recibir todo, si el medio se equivocó, el único responsable es el director, eso clarito.

**12 ¿Qué desafíos éticos consideraría usted importantes de afrontar?**

El desafío más grande es dejar de buscar la primicia, dejar de buscar likes, seguidores y enfocarnos en lo que de verdad interesa, la búsqueda de la verdad.

## **Anexo 6. Entrevista a periodista de La Hora Loja**

### **1 ¿Cómo define usted la ética periodística?**

Para mí la ética periodística son esos valores trascendentales, esos valores que guían la dirección de lo tú representas, de lo que tú quieres dar a conocer. La ética personal no se cruza con la ética periodística del Diario, si el diario tiene una línea, pues, esa línea hay que respetarla y tratar de guiar las cosas por esa ética y siempre tratando de conservar toda esta parte de los derechos, la integridad de las personas.

Cuando se exponen ciertas temáticas, tratar de hacerlo delicadamente, tratando de no comprometer primeramente al periodista, no comprometer al medio, no comprometer a los implicados y siempre tratando de informar las personas que es el objetivo principal.

### **2 ¿Considera usted que la ética periodística se mantiene aún en el periodismo digital?**

Por mi parte creo que sí hay, pero también depende un poco de la persona y de la responsabilidad. Uno es el que dirige y conserva esa dirección que tiene el diario, que tiene uno como periodista.

### **3 ¿Cómo el medio al que usted pertenece garantiza la ética periodística en los contenidos emitidos en tiempo real?**

Bueno, primero creo que es con la capacitación de todos quienes trabajamos, estar constantemente actualizando los conocimientos, aparte la planificación y la comunicación interna dentro del medio. Es importante el diálogo entre nosotros con los dueños, con quienes editan, nosotros somos un medio que también es a nivel nacional que tiene diferentes regionales, entonces la comunicación entre cada uno de estas regionales es fundamental para juntos tener esta dirección, correcciones que uno tiene que acatar, tiene que seguir, aprender y es un trabajo en equipo. Trabajar todos en equipo para guiarnos entre nosotros y con ello tratar de hacer lo mejor posible.

No tratar de competir con los otros medios locales, sino dándonos nuestro propio estilo, no dejándonos llevar por tendencias, uno tiene más bien que buscar la noticia en pro de la comunidad y no en pro de las instituciones ya que a veces quieren acaparar todo en cuestión de noticias, eso pasa muchísimo en el campo de la comunicación, al menos sí me he fijado que buscan la primicia en muchísimos de los temas.

### **4 ¿Cómo verifica la información que será compartida en tiempo real?**

Bueno, creo que primero, antes de llegar a esa cobertura tienes que hacer una indagación previa, enriquecerte en el tema y una vez estando en campo te vales de todo lo que puedes observar, de todo lo que puedes escuchar y tratar de hacer las preguntas correctas. Debes tener un fundamento previo, entonces puedes tú preguntar y no dejar que la persona que entrevistas, quiera llevar el mando de toda la información hacia su lado.

Si tú conoces que información necesitas para contrastar, siempre debes preguntar y buscar más fuentes, por ejemplo, en una cobertura de prensa que hay varias autoridades, siempre tratar de buscar diferentes puntos de vista, también entrevistar a la ciudadanía, no solo de las autoridades. Lo mismo pasa reportajes in situ, es importante valerse de imágenes, valerse de fotografías, conversar con la comunidad.

### **5 ¿Existe un proceso para descubrir información de fuentes falsas?**

Sí, yo creo que, conversando con el equipo, nosotros tenemos periodistas que ya tienen varios años de experiencia, también estamos los que somos jóvenes, los que todavía estamos aprendiendo. Entonces, siempre conversar entre todos y ellos te van guiando, pero también que ellos te escuchen, porque hay veces que entre nosotros compartimos videos de noticias nuevas que salen en TikTok que son al momento y pues uno tiene que tratar de corroborar con otros medios.

También es importante la comunicación entre los comunicadores, siempre es importante una red de contactos y esta comunicación llevarla entre todos los del medio, para con ello ponernos en acción y buscar información para aclarar todo el tema.

### **6 ¿Cuál es la importancia de ofrecer un contexto adecuado a la audiencia sobre una noticia que está siendo cubierta en tiempo real?**

A la audiencia le gusta que sea súper conciso, súper entendible en un idioma que ellos puedan digerir fácilmente en cualquier momento del día, porque la noticia se consume, el trabajo, en el bus o cuando están comiendo, la noticia consumida en cualquier momento del día.

Entonces debe ser algo que sea muy entendible para ellos y también de la forma más gráfica posible, por ejemplo, en una cobertura en vivo, si bien hay que presentar al periodista, pero también es necesario mostrar el entorno, que la persona pueda visualizar lo que está pasando, en dónde está pasando, el momento del día o a las personas que se entrevista y cómo se está dando la situación.

## **7 ¿Qué medidas toma para reducir el impacto en una noticia con alto índice de sensibilidad?**

Bueno, yo creo que principalmente cuando se están dando cosas muy fuertes, pues primeramente hay que recordar las normas de los derechos humanos, en caso de delincuencia no se puede mostrar rostros o cosas de muerte, no mostrar cosas gráficas, porque primero se tiene que respetar los derechos de las personas, de los heridos, de los familiares, situaciones muy sensibles.

No se puede enseñar tal cual lo gráfico, uno puede mostrar el entorno a las personas, la situación un poco más alrededor y además uno tiene que saber discernir cuándo es prudente un en vivo o no. Por ejemplo, si es que es un tema muy sensible, lo mejor sería pues grabar y con ello luego se hace un reportaje, recortando todas estas partes muy sensibles, nosotros no somos un medio que como tal se dedica a la crónica roja o a noticias un poco amarillas, sensacionalistas, sino más bien un poco más informativas, entonces por lo cual nosotros no hacemos ese tipo de en vivos y no los encuentran tampoco en nuestras páginas.

## **8. ¿Cómo actúa en caso de que no exista presión en la información y se cometan errores?**

Uno como la persona que comunica tiene que utilizar estas herramientas del lenguaje, las palabras especializadas, primero reconocer cuando un dato puede ser impreciso, la palabra ‘aproximadamente’, o ‘hasta el momento esa es la cifra que se maneja’, o ‘esta cifra puede variar según datos de tal’, ya que no son datos exactos, se puede decir ‘en base a lo que me comenta tal persona, tal autoridad’ mediante las palabras, esclarecer de dónde tomó los datos o hasta qué punto los datos son verídicos.

## **9. ¿Cómo se garantiza la privacidad de la fuente en una noticia en cobertura en tiempo real?**

La verdad creo que lo principal es preguntar, porque depende del tema, por ejemplo, ahora que estamos viendo el tema de los mercados, que hay varios problemas, incluso por tomar la foto puedes resultar agredido, peor, si llegas grabando con el celular para una entrevista, puede resultar muy peligroso para el periodista. En ese caso, pues siempre preguntar antes de grabar, aunque vayas a hacer solo audio o video o fotografías, siempre preguntar para evitar cualquier tipo de problema.

## **10 ¿Cómo se gestiona el compromiso del medio con la información en una noticia en desarrollo?**

Bueno, dependiendo de la noticia, por ejemplo, si son noticias políticas, el caso de Salcedo, que ahorita se está dando mucha cobertura, pues sí, se da un seguimiento y cada cosa que se va dando, o de juicios, etc. Pero, por ejemplo, Crónica Roja como tal, no se le puede dar el seguimiento porque mismo las autoridades no te brindan esos datos, más bien, después uno puede hacer como un resumen, una recapitulación de lo que pasó, porque al comienzo cuando la noticia se da y pasa una semana, los datos todavía no están disponibles para toda la gente. Así uno quiera, no te van a responder las preguntas, no hay la información tampoco pero conforme pasa el tiempo, se van aperturando esos canales de comunicación y puedes preguntar.

## **11 ¿Cómo el medio al que usted pertenece maneja responsabilidad al reportar en tiempo real?**

Bueno, en este caso, el error lo asume el medio, pero por el momento no hemos tenido, así como un problema mayor, solo tenemos algunos problemas con copyright de la música, o a veces con los errores que existen en los nombres de las personas, por lo que en ese momento a uno se olvida el nombre de la autoridad que va a hablar o cosas así. Errores pequeños, no de gravedad, en los que hayamos tenido que pedir disculpas públicas o cosas así, no se han dado todavía.

## **12 ¿Qué desafíos éticos consideraría usted importantes de afrontar?**

Sí, la veracidad de la información, buscar las fuentes necesarias, además de discernir bien la información si es verídica o solo amarillista, solo por moda, es importante encontrar noticias que le importan a la gente. Si bien hay noticias que ya vienen dadas en boletines de prensa, siempre tratar uno de darle esa dirección, de humanizar la información, además de contrastar. Por ejemplo, si es que es un boletín, siempre buscar también la opinión de las personas, de la comunidad en donde se da esa noticia, contrastar, buscar otros puntos de vista y planificar bien, no hacerlo a la ligera, sino planificarlo.

En caso de cada diario, pues siempre hay un equipo detrás, un equipo que tiene que estar trabajando todos en conjunto para tratar de dar información de la mejor manera y siempre comprometerse con las cosas que uno hace, tratar de hacerlas bien e incluso utilizar todas estas herramientas que existen hoy en día, pero siempre humanizándolas, revisando, poner el toque personal, su sello para poder sobresalir y que la información, no te gane, sino más bien tú ofreces esa información. Tú eres el dueño de la información.

## **Anexo 7. Entrevista a periodista de La Hora Loja**

### **1 ¿Cómo define usted la ética periodística?**

La ética periodista tiene que ver mucho con tu integridad personal en el desarrollo del periodismo, te pongo un ejemplo que recientemente lo tuve, cuando haces una nota siempre la tienes que contrastar con dos fuentes, en el sitio, en el lugar, eso habla mucho de ti y de la noticia, aparte dejas completa la nota, eso tiene que ver mucho con tu ética profesional, debes conocer las leyes, políticas que existen con los medios de comunicación para que no existan equivocaciones a la hora de redactar.

Todo lo que es ética tiene que ver también con tu formación académica y también diría con tu formación personal, cuando escribes una nota no debe ir tu opinión sino lo que sucede en el acto, por eso se contrasta siempre. En una nota se debe contrastar con dos y máximo tres fuentes entonces todas estas situaciones tienen que ver mucho con la ética periodística

### **2 ¿Considera usted que la ética periodística se mantiene aún en el periodismo digital?**

Te diría que no, lamentablemente hay muchos medios, tú sabes que ahorita cualquier persona puede crear un medio digital, entonces la información que manejan muchas personas no es ética. Hablando de lo que es La Hora, acá es un medio más conocido, entonces es más serio.

Nosotros tenemos, por ejemplo, un manual para redactar, para ver cómo se escribe un titular, un subtítular, cómo poner un dato y todas esas circunstancias. Ahora el hecho de que Internet nos permite tener oportunidades para uno mismo crear una página, desde ese punto de vista no está siendo ético el periodismo.

Pero sí se lo puede considerar como ejemplo con los medios, digamos, más conocidos como La Hora, El Universo, El Comercio, son medios más formales en los que se puede creer en la información.

### **3 ¿Cómo el medio al que usted pertenece garantiza la ética periodística en los contenidos emitidos en tiempo real?**

Para que la noticia sea ética, la debes contrastar, con una buena imagen que defina el texto de tu información. Siempre lo debes contrastar con dos fuentes mínimo para que ellos solventen lo que tú quieres decir.

Entonces desde ese punto siempre nos indican que nosotros, aparte, y te lo vuelvo a mencionar, no es un punto de opinión, sino debe ser lo que sucede en el trayecto de la nota. Entonces no te puedes inventar absolutamente nada. Toda la información que va en la nota, en el texto, debe ser acorde a lo que sucede en el destino de la información.

### **4 ¿Cómo verifica la información que será compartida en tiempo real?**

Sí, mira, ahí algo tiene que ver con la ética y eso es con la personalidad. Y te hablo de ello, por ejemplo, mis compañeros, algunos de otros medios, ellos viven, por ejemplo, de boletines de prensa. En mi caso, acá en La Hora, yo busco la información, te lo planteo así, recién hice una nota de los senderos del sur de la ciudad, de la Argelia hasta el Podocarpus para que la noticia sea ética, las fotos y las contrastaciones de las fuentes sean reales, tú tienes que estar en el sitio, me movilité arriba en bicicleta porque no hay cómo ingresar en carro, contrasté e hice las imágenes y eso demuestra a la ciudadanía, las fotos demuestran más que mil palabras.

Hicimos la nota y aparte hicimos un fotoreportaje, recontratas toda la información y eso es suficientemente ético para que la noticia sea verídica.

### **5 ¿Existe un proceso para descubrir información de fuentes falsas?**

A ver, yo voy, busco las noticias, veo un problema, hablo con los moradores del sector, lugar, barrio y posterior para decir aquí hay un problema, me tienen que decir más de dos o tres moradores porque a veces hay intereses particulares que quieren ayudarse con los medios, eso también uno debe cuidarse, a veces quieren aprovecharse de que si trabajas en La Hora y te dicen, sí, a mí me está afectando, pero a veces solo es para el beneficio propio, ese pequeño dato siempre lo debes tener presente.

Pero desde mi punto personal y como consejo, yo siempre digo nunca es bueno escuchar, sino asistir. Estar ahí, observar y luego publicar, porque eso te da tranquilidad como periodista.

Yo, por ejemplo, cuando hago una nota que obviamente le va a afectar al municipio de Loja y a otras autoridades, yo la recontrasto bien porque lo van a acusar al medio, entonces siempre fotos, siempre dos, tres fuentes y bien redactado sin opiniones mías.

### **6 ¿Cuál es la importancia de ofrecer un contexto adecuado a la audiencia sobre una noticia que está siendo cubierta en tiempo real?**

Mira, no he hecho en vivos, pero sí he estado con personas que lo han hecho al lado mío, no he tenido la oportunidad de hacer esto, pero sí te puedo decir que tú cuando haces un en vivo, no puedes ir de la nada sin información, creo que cuando tú vas a hacer este tipo de eventos, tú tienes que ir preparado porque cuando a veces no sabes qué decir en el evento, puedes dar datos, llevar anotado, llevar en el celular. Bueno, ahí cada quien se acomoda a su estilo, pero siempre es bueno recalcar con información.

Cuando tú estás en un en vivo, también debes tener las fuentes, acercarte a las personas o al encargado de un evento o acercarte un poco al accidente para que no solo sea tu palabra, sino que también se alimente de las propias personas que están en el lugar.

No solo decir me encuentro en tal lugar y cómo podemos observar y ya, creo que entre más contundente seas con la información, es mucho mejor, cuando tú contrastas con una entrevista en el en vivo, es mucho mejor. Le creen más al entrevistado que al periodista.

### **7 ¿Qué medidas toma para reducir el impacto en una noticia con alto índice de sensibilidad?**

Ahí te diría que igual tiene que ver mucho con la formación de uno, profesional y personal, también tiene mucho con la línea del medio, por ejemplo, La Hora no es sensacionalista, algunas veces mandaba titulares y mi editora me decía que eso es muy sensacionalista para el medio, entonces tenía que buscar las palabras adecuadas.

En ese punto, los medios tienen una línea de editorial que siempre se debe respetar. La Hora es neutra, no ataca ni defiende, siempre tiene que ir en por la mitad, desde ese punto de vista es fabuloso, La Hora, al ser conocido a nivel nacional y local, es un medio que te da bastante poder para que muchas personas te estén leyendo y te estén observando

### **8. ¿Cómo actúa en caso de que no exista presión en la información y se cometan errores?**

Me pasó alguna vez que estaba haciendo prácticas y yo hago periodismo deportivo también y se me fue mal la tabla de posiciones.

Yo mandé mal el dato y cuando ya la editora manda al final para que solo se publique, cuando es impreso o en su versión digital PDF ya no hay cómo hacer nada y fue publicado, ahí te podría poner el ejemplo que me pasó.

Al otro día, mi editora me dijo que debía pedir disculpas por ese dato mal interpretado y lo vuelves a poner a la noticia rectificando el error.

Así hemos trabajado con La Hora cuando nos equivocamos, pero bueno, solo me pasó una vez, me hicieron rectificar la nota, citando el párrafo cuatro de la noticia tal y listo. A veces hay medios que simplemente comentan error y no lo rectifican y se quedó ahí. Cuando es digital no hay ningún inconveniente porque tú puedes cambiar, te lo permite, pero ya cuando está en un PDF que no puedes mover absolutamente nada, ahí es más complejo el tema.

### **9. ¿Cómo se garantiza la privacidad de la fuente en una noticia en cobertura en tiempo real?**

Sí, ahí van dos cuestiones, tú cuando trabajas con camarógrafo, él también debe saber hacer su trabajo porque no depende de mí como presentador, digamos, si pasa el hecho de que una persona, por ejemplo, está pegando a un niño, el camarógrafo en el en vivo no puede mostrar eso, sería llamado de una atención para él, tendría que evitar la toma y, aunque sea mostrar otro lado, que se escuche el audio no es ningún inconveniente.

La cuestión es el problema visual. Entonces, desde ese punto, el camarógrafo también tiene que estar preparado.

Ahora, si es en un en vivo, haría una pre-conversación para poderle decir, mire, yo le voy a preguntar esto. Si usted está de acuerdo, puede responder entonces no vas a tener inconvenientes. Creo que siempre es bueno dialogar con los entrevistados.

### **10 ¿Cómo se gestiona el compromiso del medio con la información en una noticia en desarrollo?**

En ese aspecto los medios tienen que ser pilas, La Hora trabaja en el digital y en formato digital PDF, como medio tienes que tener la noticia lo más pronto posible que otros medios para hacer la noticia inédita, entonces, puedo dar ejemplo, a las cinco de la tarde, hubo un inconveniente, mataron a un municipal, por ejemplo, entonces, yo le digo a mi compañera, por favor, esta nota, publícala solo diciendo tres a cuatro cosas o algo tal vez que alguna persona comparta, pero no desarrollo del todo la noticia ese día.

Esa nota solo la pongo para redes sociales, para que pegue nomás, para que sea como el enganche. Y al otro día, sí, se va al lugar, se investiga. Y ahí es lo que te mencionaba, sacas fuentes, si puedes hacer un fotoreportaje, lo contrastas con el mismo. Y así lo trabajas, digamos, de una manera más completa, pero es muy buena tu pregunta porque en el tema de noticias en desarrollo no la puedes hacer en ese instante. Según también el horario y según la noticia.

### **11 ¿El tema de tener la primicia involucra la veracidad de la información?**

Sí, pero es lo que te menciona, tienes a la primicia de la información, tiene que ver también mucho con la nota y el horario y cómo se maneja el medio si este problema se hubiera dado de la mañana. Tengo todo el día para desarrollarla y hacerla en la tarde para que salga el otro día.

Ahora, si es en cuestión de la tarde, digamos, tres de la tarde, imposible acabarla porque estar abajo, venir a mi computadora, escuchar los audios, redactar el texto, poner la imagen adecuada, toma tiempo, acá en la hora trabajamos hasta las seis de la tarde si pasa de ese horario, ya te queda para el siguiente día, entonces en el tema de cómo trabajan los medios, es tu desempeño.

En estas noticias, lo que te digo, el tema de horario es muy importante, si a las ocho de la mañana hubo un accidente en el centro comercial, tranquilamente la saco a la nota en el día porque tendría suficiente tiempo para estar investigando, estar contrastando, tomando fotografías y todas estas circunstancias.

## **12 ¿Cómo el medio al que usted pertenece maneja responsabilidad al reportar en tiempo real?**

Lo acusan al medio y al periodista, pero legalmente más saldrías perjudicado tú como periodista porque es tu nombre, en este caso el medio obviamente que siempre va a tratar de salvaguardar tu nombre y todas estas circunstancias. Pero por eso es lo que lo que te menciono, tú cuando das una noticia, especialmente política, las cifras, todo esto debe ser bien contrastado porque tranquilamente puede venir el alcalde Franco y decir ¿por qué me estás diciendo que los senderos están derrumbando?, y entonces yo tranquilamente le muestro las fotos. Aquí están, aquí están las entrevistas con los moradores, así que no tengo ni por dónde ponerme nervioso, en ese aspecto es importante conversar con fuentes, tener buenas fotografías. Mejor dicho, todo lo que te respalde es excelente para tu integridad como periodista.

## **13 ¿Qué desafíos éticos consideraría usted importantes de afrontar?**

Bueno, lo ético, hoy en día en los medios digitales, la brecha es muy inmensa.

Tú mismo puedes ahorita crearte una página de un periódico digital, pero tienen que contrastar, no tienen que copiar imágenes a veces los medios nativos digitales viven de otros periódicos, hago noticias y otros medios digitales me copian la nota incluso ni siquiera le cambian el texto, lo ponen tal y como está, eso no es ético, por ejemplo.

Te copian eso. También deben contrastar, deben tener imágenes, deben tratar de tener información inédita, que eso es lo que hace a un medio diferente. No tratar de vivir de boletines de prensa o de lo que digan otros medios.

Creo que La Hora y especialmente mi trabajo acá en el periódico, sí es sacrificado porque yo busco la información, no estoy esperando que me digan, oye, mira, acá el sendero está así.

Yo soy ciclista, cicleo bastante en la ciudad y eso me permite ver muchos problemas en la ciudad, entonces, esa parte me ha ayudado bastante a poder conocer algunas cosas que no se ven en la ciudad, desde ese punto los periodistas tendrían que hacer también el trabajo sucio, como se dice, salir a buscar la información, no solo sentados en un escritorio, porque en el escritorio no está la información, la información está en el campo.

Cuando haces este tipo de temas así, por ejemplo, con el tema vial bastante es importante y lo bonito del periodismo es cuando tu nota pega demasiado llega a los oídos y a los ojos de las autoridades y les han ido a atender los problemas que yo he publicado.

Por ejemplo, un día puse del barrio El Rosal, que la entrada es pésima, y al siguiente día ya fueron los del Municipio y eso es lo bueno, que tú siquiera llamas la atención a través de tu experiencia de ir a buscar la información, un buen titular y la foto es el enganche, no hay que ser sensacionalista creo y pienso que con las fotos eres lo suficientemente sensacionalista porque estás mostrando tal y como está no necesitas poner, se está cayendo Loja para que te paren bola con la noticia, tiene que ser la foto y un buen titular.

## **Anexo 8. Entrevista a periodista de Hora 32**

### **1 ¿Cómo define usted la ética periodística?**

Eso es muy complejo. Sería muy amplio explicarlo o definirlo. Ahora, la ética desde mi punto de vista tiene que ver mucho con la honestidad. O sea, debemos ser muy honestos en el trabajo que se desarrolla diariamente, sobre todo en el tema informativo, en la forma de exponer las noticias o la información que se difunde y, sobre todo, considerando el impacto que puede tener una información y el impacto que tienen en sí los medios de comunicación.

Sabemos que debemos actuar cumpliendo las normas legales, las normas morales, porque hay muchas cosas que, si bien no están en la ley, sabemos que debemos cumplirlas desde el punto de vista moral para hacer un buen trabajo. O sea, porque de eso depende ser un buen profesional, ser un buen comunicador. Hacer un tratamiento adecuado de la información de manera que no se perjudique a alguien, sino que más bien se cumpla con la función de informar y que, al final, sea la ciudadanía la que saque sus propias conclusiones.

### **2 ¿Considera usted que la ética periodística se mantiene aún en el periodismo digital?**

A ver, lo que pasa es que aquí hay que hacer una diferenciación o hay que establecer diferencias, ¿no? Lastimosamente, en la actualidad, y digo lastimosamente porque se hace un mal uso de la tecnología o de las herramientas tecnológicas que disponemos, ¿no? Cuando digo que se hace un mal uso, implica esto de que muchas personas que no son periodistas empiezan a usar las redes sociales para comunicar, para informar, pero desde su perspectiva.

Entonces, hay que establecer o hay que hacer una diferenciación entre medios de comunicación digitales y páginas de información o lo que muchos dicen, y lo digo entre comillas, que para mí no existe, el famoso periodismo comunitario. Son informaciones comunitarias, son datos comunitarios, son personas que difunden información, pero no pueden ser periodistas comunitarios si es que no han tenido una formación profesional para llevar a efecto. Entonces, me parece que, dentro de los medios de comunicación establecidos, que tienen un código, que tienen normas deontológicas, que entre su personal cuentan con profesionales en comunicación social o con personas que hacen periodismo de forma, digámoslo ya, comprometida, todo eso sí se trata de mantener esos estándares de ética que se requieren.

Sin embargo, cuando hablamos de páginas de información, pongamos el caso de estas páginas de farándula, no quiero ser peyorativo ni irme en contra de ellos, sino que tal vez como un ejemplo nomás, hay estas páginas de farándula donde a ellos lo que les interesa es generar contenidos y generar reacciones. Entonces, no les interesa si la información es verdadera o falsa, pero estas personas no son periodistas, ¿no es cierto? O sea, son personas

a veces modelos, personas que se dedican a la rama de la belleza, personas que se dedican a algunas actividades o a otras profesiones, incluso médicos, abogados, etc. Entonces, hablan desde su perspectiva.

Entonces, exigirles actuar con ética sería... actuar con ética periodística, por supuesto, a lo mejor sería exigir demasiado. Ahora, debemos actuar con ética todos. Ahora, en los medios de comunicación digitales, sobre todo en los medios de comunicación actuales, la idea es esa, ¿no? desarrollar contenidos partiendo desde situaciones reales, contrastando las noticias. Entonces, los medios de comunicación que están establecidos como tal, como medios de comunicación digitales, sí me parece que tratan de enfocarse en eso por una exigencia de la ciudadanía, porque la misma gente empieza a exigir más contenido.

### **3 ¿Cómo el medio al que usted pertenece garantiza la ética periodística en los contenidos emitidos en tiempo real?**

A ver, nosotros somos un medio de comunicación relativamente joven, ¿no? Nacimos en abril de 2020, pero para establecer un poco cuál es nuestra línea de trabajo, la mayoría de nosotros tenemos una experiencia de más de 10 años. Estuvimos en un medio de comunicación tradicional anteriormente. En mi caso, trabajé ahí 17 años. Otro compañero trabajó también 19 años, si no me equivoco. Entonces, hay una formación dentro de la actividad periodística que nos ha permitido sumar experiencia. Y es esta experiencia la que a nosotros nos lleva a tratar de hacer un mejor trabajo cada día. O sea, porque hay que aprender de las experiencias, hay que aprender de todo. Si nosotros tratamos de hacernos un nombre en la ciudad, o sea, de tener un reconocimiento, tenemos que actuar precisamente bajo esos parámetros éticos y, sobre todo, de la objetividad que se nos permite. Porque una objetividad total no existe, pero la objetividad que se nos permite.

Ahora bien, nosotros las informaciones las publicamos verificadas, contrastadas. Tratamos de siempre ver todo lo que está involucrado, pero también vamos al punto de las informaciones de la comunidad. Es decir, de escuchar a la gente, ver las necesidades que tienen, porque eso también es parte de nuestro trabajo, de dar a conocer las necesidades que tienen. ¿Nos hemos equivocado? Sí. Hemos cometido errores, a lo mejor a veces, precisamente por la premura que implica ahora la digitalización de los contenidos. Pero igual lo hemos reconocido y sabemos que eso también nos permitirá hacer algo mejor a futuro.

### **4 ¿Cómo verifica la información que será compartida en tiempo real?**

Bueno, a ver, dependiendo de donde provenga esta información, ¿no? Muchas veces hay información que piensa en la actualidad, o sea, me parece que una de las fuentes, y que

se lo considera como ya fuente de información, son las redes sociales, el internet, todo esto. Ahora, los sitios, o sea, exactamente, depende de donde provenga la información. Nosotros también escuchamos la información de la gente, lo que les decía hace un momento, vamos a la comunidad, conversamos con la gente. Pero no podemos, a la primera que nos dice, por ejemplo, alguien, me diga ¿sabes qué? acá está esta calle puro bache, y creerle a esa persona así, ah, es que me dijo que está puro bache en la calle y escribir, pero no, tengo que ir a verificar toda información, nosotros la verificamos.

Escuchamos a la gente, verificamos, acudimos a varias fuentes también, la variedad de fuentes es fundamental para poder corroborar un hecho. Y si es lo otro que decía en un inicio, si son temas que uno los obtiene de las redes, de internet, de páginas, de donde sea, consultamos mínimo unas tres o cuatro páginas más para verificar. ¿Por qué? porque hay muchas noticias falsas, solo es para generar un poco de tráfico las páginas que incluso lanzan un título súper amarillista, que no tiene nada que ver con el contenido de la noticia, solo lo ponen entre preguntas.

Entonces, estas cosas las verificamos nosotros, como digo, y por supuesto tratamos de ir a páginas oficiales. E incluso... Porque nos ha pasado, hay páginas oficiales que se equivocan, que uno dice, sí, es verdad lo que dice esta página, pero revisando o escarbando un poco más podemos verificar si eso no es verdad, pero hay que verificar mucho.

## **5 ¿Cuál es la importancia de ofrecer un contexto adecuado a la audiencia sobre una noticia que está siendo cubierta en tiempo real?**

A ver, nosotros transmisiones en vivo no hacemos muchas, así como deberíamos hacer, como le decía, somos un medio prácticamente joven, cuatro años, nosotros estamos enfocados más en un producto que es nuestro diario digital, una versión PDF.

Claro, tenemos transmisiones en vivo, pero como le digo, no a lo mejor en la cantidad que quisiéramos nosotros hacerlo, porque todavía estamos en pleno crecimiento, pero las transmisiones en vivo que nosotros hacemos, que son de eventos de mucha importancia, tratamos de que sean de interés general, temas donde tratamos incluso de usar un lenguaje claro, un lenguaje que llegue a la gente, evitando cualquier situación de mal gusto entre los seguidores. Y antes de hacer la transmisión en vivo, nos informamos, si tenemos una transmisión en vivo de una entrevista, nos informamos quién es la persona, a qué se dedica, tratamos de un poco empaparnos de todo lo que esta persona, de lo que la persona necesita. Si vamos a algún evento, igual, nos informamos, digamos un desfile, nos informamos de ese desfile, tratamos de recolectar la mayor cantidad de información que nos permita también estar hablando.

## **6 ¿Qué medidas toma para reducir el impacto en una noticia con alto índice de sensibilidad?**

A ver, lo primero es saber, si vamos por el tema de videos, nunca indicamos videos que sean demasiado fuertes o demasiado sensibles, o sea, que generen molestia, nunca. Hay veces que ni siquiera videos ponemos, hay veces que fotos tampoco, pero una foto también se la puede trabajar de una manera que no sea muy fuerte, que no sea muy sensible, y también lo que uno escribe.

Ahora, el hecho de que una noticia sea sensible no quiere decir que no sea importante para la ciudadanía, tratar de reducir el impacto de una noticia sensible tiene que ver con el tratamiento que nosotros damos a la información, el enfoque que nosotros le vamos a dar. Si, por ejemplo, alguien en un accidente de tránsito falleció, tenemos que saber cómo decimos eso, de qué manera lo decimos, las noticias sensibles también tienen que ver con los familiares, porque es complicado, y es un poco que nos ha pasado también, informar sobre eso, y los familiares a lo mejor no están preparados.

Entonces, son un sinnúmero de cosas que nosotros tratamos de analizar antes de transmitir una información, no somos infalibles, cometemos errores también, porque en la premura a veces es que cometemos errores, pero siempre tenemos como referencia que la información, el impacto que puede causar esta información y también el tema de la sensibilidad, sabemos que hay temas sensibles, sabemos que hay noticias que pueden causar un gran impacto en la ciudadanía, pero tratamos de medir las palabras, sobre todo de medir las palabras, saber qué palabras vamos a usar. Las imágenes también, no poner imágenes demasiado fuertes, demasiado sensibles, y manejar así, porque igual no podemos obviar esa noticia, porque también es información que la gente tiene que conocer, pero hay que ver la forma y hay que saber cómo decirlo.

## **7 ¿Cómo actúa en caso de que no exista presión en la información y se cometan errores?**

A ver, bueno, aquí, por ser sincero, si es que hay alguna situación, o sea, que sea un error muy, muy grande, pues, lo que tocaría es ya no difundir, o sea, bajar eso de las redes, porque puede causar precisamente algún tipo de malestar debido a su susceptibilidad de alguna gente. Entonces, no quedaría, digamos alternativas o formas que se pueden hacer, borrar esa información y lo otro es reconocerlo.

Hay que reconocer si se cometió un error, igual nosotros, como tenemos el formato PDF, aunque no nos ha pasado hasta el momento, pero si es que tendríamos que hacerlo, nosotros inmediatamente publicamos, ofrecemos disculpas, una aclaración o alguna situación o una

explicación a nuestro público, sobre todo al lector, tenemos que asumir la responsabilidad en estos casos.

### **8. ¿Cómo se garantiza la privacidad de la fuente en una noticia en cobertura en tiempo real?**

Las transmisiones en Vivo no ha sido nuestro fuerte, pero es importante saber la ubicación de la cámara, la situación, la conversación con las personas, a lo mejor no enfocar rostros, igual puede ocurrir, a veces alguien no esté enfocando el rostro, pero está un espejo reflejándolo. Entonces, hay que tener mucho cuidado con ese tipo de situaciones, si se viene el caso. Ahora, es preferible para eso, que no sea una transición en vivo, porque si vamos a ver un tema que sea muy delicado, es preferible grabar, hacer el video y editarlo luego para poder difundirlo, si no hay otra alternativa que sea la transición en vivo, a mi criterio se debe buscar cualquier forma, opción para no perjudicar a ninguna persona y sobre todo mantener el sentido de la información, sí, nosotros somos muy cuidadosos con nuestras fuentes.

Eso para el tema del periodismo escrito que nosotros manejamos en el digital, entonces se nos ha solicitado a través de fiscalía, a veces que regalemos la fuente no lo hemos hecho, hemos contestado también todo dentro de la vía legal, siempre actuando en el marco jurídico vigente, pero protegiendo la reserva de la fuente. Eso para nosotros sí ha sido fundamental.

### **9. ¿Cómo se gestiona el compromiso del medio con la información en una noticia en desarrollo?**

A ver, bueno, lo primero es que las informaciones que nosotros difundimos, como les digo, son corroboradas, son confirmadas, son verificadas. Hay un proceso que se sigue, que empieza por la asignación del tema, digamos, a primera hora. No es que nosotros hacemos cualquier tema en el día, nosotros analizamos qué temas vamos a trabajar diariamente, y ese tema se le asigna a un periodista. Si el periodista tiene dudas, conversa con el editor, conversa con el editor para saber qué enfoque puede darle, cómo se lo puede hacer, cómo se lo puede desarrollar. Luego el periodista, pues ya en base a la experiencia, lo empieza a desarrollar, hace las revistas por las fuentes respectivas, lo que sea necesario hacer. Luego esa noticia el periodista la procesa, nosotros la verificamos, la revisamos, y vemos de qué, o sea, bueno, tampoco ya nos lo ha pasado, no, pero digamos, cuando se trata de personas que recién se integran, digamos, al medio, si las checamos mucho para decir qué tan validez o tan válida es la información que se está difundiendo. O sea, tiene que haber fuentes, tiene que evitarse la opinión personal del periodista en la noticia, y tiene que haber un tratamiento adecuado para que llegue a la ciudadanía.

## **10. ¿Cómo el medio al que usted pertenece maneja responsabilidad al reportar en tiempo real?**

Sobre el medio. Nosotros somos un medio de comunicación y lo asumimos todos nosotros como medio, como un todo. O sea, no, porque los periodistas de Hora 32 no trabajan de forma independiente, ellos son parte de un equipo de trabajo y la responsabilidad la asumimos nosotros, especialmente quienes estamos al frente, al punto que, si existe algún reclamo, inmediatamente, en cualquier situación, que conversen con quien está al frente en ese momento de la edición.

## **11 ¿Qué desafíos éticos considera usted importantes afrontar?**

La verificación de las noticias es fundamental, el evitar también la discriminación hacia las personas, el tener un poco la mente más abierta, no vivimos la misma realidad que hace 20 años, ni siquiera la misma realidad de hace 10 años, ni siquiera la misma realidad de hace 5 años en la etapa antes de la pandemia COVID-19. O sea, todo cambió, todo se generó, hay que tomar en cuenta que en la actualidad y a partir precisamente del 2020 hubo un boom de los medios digitales y eso también equivale a tener mucha más responsabilidad.

Muchos piensan que entre más seguidores se tiene, mejor pero me parece que también hay que ver, digamos, la calidad, la calidad de los seguidores que se tiene, quiénes son las personas que nos siguen, o sea, quiénes están dispuestos a hacer un análisis de la información porque lastimosamente en redes hoy se puede decir cualquier cosa, digitalmente se puede, hay muchas formas incluso de decir cualquier situación, pero más allá de lo que a lo mejor lo impongan las propias redes sociales, está el acuerdo nuestro, como periodistas, como comunicadores, sabiendo que una información va a generar un impacto en la comunidad.

Entonces nosotros tenemos que siempre estar muy atentos a lo que ocurre alrededor nuestro y estar también actualizándonos, básicamente hay que seguirse actualizando, conociendo las nuevas herramientas que nos permitan y que esté todo dentro de lo que hablábamos en su momento, trabajar con ética, trabajar de manera honesta para que ese trabajo llegue a la ciudadanía de la manera que nosotros queremos, lo que decía al inicio, que sean las personas las que saquen las conclusiones.

### **Anexo 9. Entrevista a periodista Hora 32**

#### **1 ¿Cómo define usted la ética periodística?**

La ética periodística es el modelo que orienta a su trabajo, al ejercicio del periodismo. Es el modelo que debe seguir el profesional en el periodismo, comunicación social, para realizar

la actividad de acuerdo con cómo lo establecen las universidades, las escuelas de comunicación.

## **2 ¿Considera usted que la ética periodística se mantiene aún en el periodismo digital?**

Bueno, al momento, y mal está que nosotros lo digamos, como medio de comunicación somos un diario digital, la situación un poco ha decaído. La ética como que ha quedado en el olvido y hay lamentablemente comunicadores sociales que no la practican, no tienen cuidado sobre esto y eso ha venido en que esta profesión sea un poco masillada, la situación del periodismo, pero por culpa de la gente que obra mal, que actúa mal y que ve en las plataformas digitales una manera de hacerse de su malismo, de agredir inclusive a la gente, de insultar a la gente, entonces, lamentablemente por esa gente, por esos malos comunicadores, paga todo el periodismo y entonces yo sí creo pues que esta situación debe realizarse y las carreras de comunicación son las encargadas un poco a enderezar esta situación, porque caso contrario todo será perdido y una buena profesión, una bonita profesión, pues se irá todo a tarde. Me da mucho dolor eso

## **3 ¿Cómo el medio al que usted pertenece garantiza la ética periodística en los contenidos emitidos en tiempo real?**

La cobertura en vivo, claro, dentro del perfil de la *fanpage* de Hora 32 si hay un espacio donde están las transmisiones en vivo lo hacemos pues este, haciendo las coberturas de aquellos eventos que nos hayan invitado, aquellos eventos que no se consideren lesivos al público, es decir, hacemos todo tipo de coberturas sin asumir atendimientos, no hay aquí el amarillismo de que hubo un muerto y nosotros vamos a cubrir, mostrar los rostros de él, de sus familiares, todo eso.

Entonces, para eso nosotros utilizamos un código, un manual de estilo que tenemos nosotros acá, manual de comportamiento o manual de ética que le llamamos nosotros para ver la situación y aplicando lo que se ha conseguido en las escuelas de comunicación, el tema sobre todo hacerlo con todos los lineamientos, la objetividad, el contraste de las fuentes y especialmente pues haciendo de que el periodismo de esta actividad sea creíble, porque mal está en un medio de comunicación. La comunicación que haya caído y la no credibilidad, eso es aprovecharlo de chapis a la borda, todo lo que se ha hecho. Como periodista en ejercicio, ¿cómo verifica usted la información antes de ser compartida? Bueno, siempre nos han dicho los universitarios de que todo humor inclusive puede ser objeto de una noticia contrastada y verificada. Siempre nosotros establecemos acá la comunicación y la entrevista cuando son temas un poco escabrosos, temas comprometedores, siempre acudimos nosotros en otra parte, al contraste que se llama. Y por eso pues no hemos tenido problemas. Ya me

leo, no hemos venido trabajando a través de, bueno ya llevo un ejercicio de 30 años, no ha habido problemas, los clásicos juicios de imprenta que se señalaba anteriormente en el pasado, que eran los juicios contra los periodistas y contra el medio, pues no ha habido eso. Sabemos dónde pisamos y sabemos sobre todo aplicar lo que se aprende de las aulas.

#### **4 ¿Cómo verifica la información que será compartida en tiempo real?**

Sí, nosotros siempre estamos en esta situación, hemos dicho en nuestro equipo de trabajadores que un rumor, solamente es un rumor que nosotros podemos convertir en noticia a través de la contrastación, la contrastación, la verificación. Eso es el éxito, es el éxito porque las noticias falsas están, ya me leo, a la orden del día, que se difunden por los diferentes medios de las plataformas digitales, sin embargo, pues eso hay que combatir y nosotros siempre creemos que una noticia falsa puede ser fatal, quizá para los actores, a su vez como para la gente que está implicada en aquello.

Entonces es fácil y sobre todo siempre, siempre acudiendo a la cuenta. Siempre señalando el tema, si es posible, pues señalando, verificando, capaz de que la noticia vaya a los lectores con la más absoluta transparencia, con la más absoluta objetividad y sobre todo la imparcialidad que se puede traer a través de nuestras páginas de Hora 32.

#### **5 ¿Cuál es la importancia de ofrecer un contexto adecuado a la audiencia sobre una noticia que está siendo cubierta en tiempo real?**

La importancia es que, si usted ofrece un buen contexto, si usted ofrece un buen contexto, si usted ofrece un buen producto, ese medio de comunicación va a crecer en credibilidad y si crece en credibilidad, crecerá en todos los aspectos, lectoría, el asunto de aceptación, el tema pauta también, eso es importante porque usted sabe que siempre una empresa, un medio, pues sobrevive por el hecho del pauta. Entonces eso es siempre, nosotros creemos que la credibilidad de todos se cuida. Es un medio de comunicación que debe estar para orientar a la ciudadanía, no para decir que no.

#### **6 ¿Qué medidas toma para reducir el impacto en una noticia con alto índice de sensibilidad?**

Bueno, nosotros establecemos nuestros códigos de ética, nuestros manuales de estilo, sabemos que no hay que publicar, que hay que publicar y haciendo lo menos invasiva posible la noticia, haciendo. Y eso es algo que es un poco asequible, o muy asequible a todos los sectores, nosotros llegamos a un público de adultos mayores, adultos, adolescentes, jóvenes y hasta niños. Entonces contra esos que son nuestros clientes externos, nosotros tenemos que

entregar un buen producto, no sensacionalista y sobre todo que abarque temas que atañan a la comunidad y que sean productivos, no así pues que deformen ni atenten contra la integridad o la moralidad de una persona.

### **7. ¿Cómo actúa en caso de que no exista presión en la información y se cometan errores?**

Bueno, ahí la situación, un periodista sabe que tiene que acudir a las fuentes, hacer el contraste respectivo y cuando ya eso pasó por alto, se deslizó, nosotros siempre tenemos la hombría de bien de ofrecer disculpas a los lectores. Porque tras aquello se puede herir a quienes están tras aquella noticia, a aquellas personas involucradas y hay que asumir con toda responsabilidad y con toda valentía el error que se sube. Y para evitar aquello es necesario ponerle mucho ojo a lo que se hace y a lo que se realiza

### **8 ¿Cómo se garantiza la privacidad de la fuente en una noticia en cobertura en tiempo real?**

Bueno, en tiempo real es un poco diferente. Sí, sí, pero en el asunto más bien este enfoque se puede hacer a través de difuminación de las imágenes, mostrar planos donde no se puede identificar a la persona, distorsionar el audio, o sea, hay formas en tiempo real. Lo importante es llegar con la información y eso pues que los lectores puedan consumirlo y tras consumirlo puedan discriminar. Pues si es bueno, es malo y todo eso

### **9 ¿Cómo se gestiona el compromiso del medio con la información en una noticia en desarrollo?**

Bueno, lo importante hoy ya no hay este tema de las noticias, esto con la llegada de la tecnología y las redes sociales, pues estamos ahí para lanzar una información sin que eso implique en la premisa. Lo que debemos hacer con toda la objetividad, nosotros por ejemplo es una noticia que la compartimos, se la procesa y vamos subiendo a nuestra plataforma digital. luego señalamos que es en desarrollo. Sin embargo, ahí dejamos nosotros un gancho para nosotros pues ampliarla en la edición del PDF, que significa pues este, nuestro periodo de elaboración.

Y entonces esa situación, siempre nos mantenemos y se puede entregar toda la información al lector, que el lector quede satisfecho, que no quede una duda en él, porque eso es el éxito de un medio de comunicación.

### **10 ¿Cómo el medio al que usted pertenece maneja responsabilidad al reportar en tiempo real?**

Bueno, aquí compartimos responsabilidades. Se han manifestado los compañeros de que para este tipo de actividad pues siempre hay que hacerlo con cabeza fría, hacerlo sin ningún

apasionamiento y, sobre todo, sobre todo, y cuando ha ocurrido algo pues, algo fuera de lo normal, a lo mejor establecerse algún daño, vamos a las rectificaciones o las erratas y ahí pues la pagan, está todo medio, como periodista, porque igual, somos compañeros, somos parte de un todo y debemos hacerlo. Entonces por eso nosotros siempre hemos aconsejado a nuestra gente, a los periodistas, hacerlo bien y hacerlo como nos manda la academia.

### **11 ¿Qué desafíos éticos consideraría usted importantes de afrontar?**

Bueno, el tema de la sinceridad, hacer coberturas que beneficien a una colectividad, comportamientos éticos, al margen de cualquier situación de intereses personales, sino ante todo el interés colectivo, el interés de la comunidad.

Hacer un periodismo honesto, un periodismo responsable y que la ciudadanía siga ganando, que los sectores oprimidos, los sectores que siempre están sedientos de obras, pues estarán ganando con ese compromiso a través de la actividad, de la actitud de quienes hacen el medio de comunicación y los periodistas que somos encargados de la obra.

## Anexo 10. Certificación de traducción

Loja, 8 de octubre de 2024

### CERTIFICACIÓN DE TRADUCCIÓN

Doctora.  
Erika Lucía González Carrión, Ph.D.

#### CERTIFICO:

En mi calidad de traductora del idioma Inglés, con capacidades que pueden ser probadas a través de las traducciones realizadas para revistas de alto impacto como: Comunicar(Q1): <https://bit.ly/3v0JggL> así como a través de la Certificación de conocimiento del Inglés, nivel B2, que la traducción del Resumen (Abstract) del Trabajo de Titulación denominado: “**Ética en el periodismo digital en tiempo real: un estudio de caso en diario La Hora Loja y Hora 32, periodo 2023-2024**”, de autoría de la estudiante: **Cinthia Yamileth Calva Ortiz** con CI: **1900834423**, es correcta y completa, según las normas internacionales de traducción de textos.

Es cuanto puedo certificar en honor a la verdad, facultando a la interesada, **Cinthia Yamileth Calva Ortiz**, hacer uso legal del presente, según estime conveniente.

Atentamente,



**Dra. Erika González Carrión. PhD.**