

REVISTA

ENFOQUES DE LA COMUNICACIÓN **Nº 5**

**“Comunicación y nuevas realidades:
aprendizajes en contextos de pandemia”**

ISSN: 2661 - 6939



Consejo de
Comunicación

Libertad de expresión y derechos

Esta obra está bajo licencia internacional
Creative Commons Reconocimiento 4.0.

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

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

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

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



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

ISSN: 2661-6939

Depósito legal

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

Código postal: 170507

Teléfono: (02) 3938720

Correo electrónico:

revistaenfoquescomunicacion@consejodecomunicacion.gob.ec



CONSEJO EDITORIAL

- Ph. D. Diego Zambrano Álvarez, director
- Ph. D. Verónica Yépez-Reyes, miembro externo
- Ph. D. Miguel Vásquez, miembro externo
- Ph. D. Gabriela Falconí, miembro externo
- Ph. D. Kruzkaya Ordóñez, miembro externo
- Espc. María Fernanda Cedeño, editora

Equipo técnico

Dirección Técnica de Promoción del Conocimiento:

- Sofía Jurado
- Michelle Moretti
- Anastasia Valyanyuk

Diseño y diagramación:

Diego Lara Tello

6

Director de Comunicación Social:

Andrés Báez

Colaboraron en este número:

- Mgs. Rolando David Andrade Hidalgo, Universidad Técnica Particular de Loja
- Ph.D. Natalia Alexandra Angulo Moncayo, Universidad Central del Ecuador

- Mgs. Elking Raymond Araujo Bilmonte, Pontificia Universidad Católica del Ecuador
- Ph. D. Patricio Barrazueta Molina, Universidad Técnica Particular de Loja
- Mgs. Lourdes Yessenia Cabrera Martínez, Universidad Técnica de Cotopaxi
- Mgs. Andrea del Carmen Carrillo Andrade, Pontificia Universidad Católica del Ecuador
- Mgs. Nicolás Castro Suasnavas, Universidad Internacional del Ecuador
- Ph. D. Alicia Elizundia Ramírez, Universidad Iberoamericana del Ecuador
- Mgs. Cynthia Enríquez Fierro, Universidad Internacional del Ecuador
- Mgs. Karina Escalona Peña, Universidad Iberoamericana del Ecuador
- Mgs. Jorge Luis Cueva Flores, Universidad Técnica Particular de Loja
- Mgs. Franklin Eduardo Falconí Suárez, Universidad Técnica de Cotopaxi
- Mgs. Michelle Alexandra Flores Piedra, Universidad Internacional del Ecuador
- PhD. María Asunción Gálvez Caja, Universidad Internacional de la Rioja, España

- Mgs. Frantz Uliánov Jaramillo, Pontificia Universidad Católica del Ecuador
- Ph. D. María Isabel Loaiza Aguirre, Universidad Técnica Particular de Loja
- Ph. D. José Luis López García, Universidad Internacional de la Rioja, España
- Mgs. Alex Hernán Mullo López, Universidad Técnica de Cotopaxi
- Mgs. María Fernanda Paredes Gómez, Universidad San Francisco de Quito
- Mgs. Santiago José Pérez Samaniego, Universidad Técnica Particular de Loja
- Mgs. Fanny Alicia Rodas Coloma, Universidad Internacional del Ecuador
- Mgs. Álvaro Andrés Torrelli Barrera, Universidad Internacional del Ecuador
- Mgs. Eduardo Andrés Torres Carmagnola, Universidad Nacional del Nordeste, Argentina
- Ph. D. Nancy Ulloa Erazo, Pontificia Universidad Católica del Ecuador – sede Ibarra
- Mgs. Ricardo Francisco Ureña López, Universidad Técnica de Cotopaxi
- Mgs. Karen Cesibel Valdiviezo Abad, Universidad Técnica Particular de Loja
- Mgs. Fredi Patricio Zamora Aizaga, Universidad Iberoamericana del Ecuador



Comunicación y nuevas realidades: aprendizajes en contextos de pandemia

10



Consejo de
Comunicación

Libertad de expresión y derechos

Índice

Presentación.....	13
Prólogo.....	17
ARTÍCULOS CIENTÍFICOS.....	22
Innovación Educativa ante el Desafío de la Enseñanza en Telesecundaria en Tiempos del Covid-19.....	23
Desinformación y Covid-19 entre Millennials Ecuatorianos: del Consumo de Memes a Propuestas Informativas de Humor.....	71
Educación Transmedia: Confinamiento, Aprendizaje y Nuevas Plataformas.....	119
Alternativas para la Educación Escolarizada en Tiempos de Emergencia en Ecuador: la Teleducación y la COVID-19.....	160
ARTÍCULOS INTERPRETATIVOS.....	209
Condiciones para el Ejercicio Periodístico: Construyendo Libertad de Expresión en el Mundo del COVID.....	210
Pandemia, Mutación de los Medios Impresos al Entorno Digital en la Provincia de Cotopaxi.....	239
ANEXO.....	275
GUÍA EMERGENTE DE RECOMENDACIONES EN SITUACIONES DE EMERGENCIA DE SALUD: NOTICIAS FALSAS O FAKE NEWS.....	276



Presentación

Este nuevo número de la Revista Enfoques de la Comunicación se presenta a poco más de un año de que el mundo se haya visto sorprendido por la COVID -19. Es evidente que a partir de este suceso que ya es parte de nuestra historia y también de nuestro presente, los seres humanos nos vimos obligados a entender nuevas formas de vida y por supuesto, nuevas formas de realizar nuestros trabajos y oficios. La comunicación no fue una excepción y es por ello que hace pocos meses invitamos a periodistas, comunicadores, técnicos y académicos especialistas en esta área para que nos presenten sus experiencias y lecciones aprendidas. Bajo sus miradas nos adentraremos con mayor perspectiva en los cambios que se dieron durante este último año y conoceremos de cerca los contextos en los que varios investigadores tuvieron que descifrar el mundo a partir de la primera gran pandemia del siglo 21. Esta publicación reúne diversos artículos y recoge la visión de varios autores quienes nos muestran cómo lograron adaptarse a estos tiempos.

Esta edición tiene como novedad ser la primera, de ojalá muchas, que cuenta con aportes de académicos internacionales y hace referencia a las innovaciones y estrategias en el área de educación a las que se vieron abocados a vivir los docentes de la Telesecundaria Álvaro Obregón, ubicados

en Jonuta, en México. Cuenta también, con una muy interesante investigación cualitativa enfocada en el consumo de memes como medio de comunicación, específicamente en la generación de los llamados *millennials* en Ecuador durante los primeros meses de la pandemia. Entre las conclusiones interesantes a las que llegan es que los memes en sí mismos se han convertido en medios que tienen una intención comunicacional que va más allá de lo humorístico o los datos no confirmados y que su consumo es cada vez más relevante en las redes sociales en el país.

Dos de los artículos de esta revista se enmarcan en la investigación de la estructura educativa ecuatoriana y su capacidad de reacción frente a la crisis sanitaria causada por la Covid-19 y la subsecuente crisis social que ésta ocasionó. Su enfoque primordial se concentra en la teleeducación, en el uso del internet y los medios tradicionales como complemento de la educación formal.

14 Contamos también con un interesante recorrido sobre la libertad de expresión y las condiciones que se necesitan para fortalecerla. Se recogen además datos de informes y publicaciones emitidos por organizaciones especializadas y hace un análisis exhaustivo sobre la convergencia de los medios a lo digital.

Entre los artículos en esta edición contamos con uno que nos convoca a reflexionar sobre la importancia y las oportu-

tunidades que implica dar pasos concretos hacia la transformación de medios de comunicación locales hacia lo digital. La investigación utiliza como estudio de caso al diario “La Gaceta” en la provincia del Cotopaxi.

La Revista Enfoques de la Comunicación en su última versión, cuenta con un artículo que reflexiona sobre las condiciones de la libertad de expresión en el contexto de la emergencia sanitaria y los posibles escenarios para su ejercicio en una sociedad marcada por la pandemia.

Para finalizar, es importante informar que nos hemos permitido incorporar a esta edición a modo de anexo una GUÍA EMERGENTE DE RECOMENDACIONES EN SITUACIONES DE EMERGENCIA DE SALUD: NOTICIAS FALSAS O FAKE NEWS, cuyo principal objetivo es brindar a la ciudadanía, trabajadores y profesionales de la comunicación herramientas dinámicas y útiles para el abordaje adecuado de la información en emergencias de salud y establecer estrategias de gestión frente a las noticias falsas que permita identificarlas y evitar que sean reproducidas o difundidas.

Que disfruten de esta lectura.

Gabriela Falconí Jaramillo

PhD en Comunicación

Miembro externo del Consejo Editorial



Prólogo

En contextos de una de las peores crisis sanitarias de la historia, los seres humanos hemos sido expuestos a la lucha por la supervivencia, a la vez que hemos sido exigidos a retomar las claves de nuestro éxito como especie: la aptitud para organizarnos solidariamente, la capacidad de adaptación y la posibilidad de desarrollar la tecnología necesaria para salvarnos. Pese a vivir en un mundo interconectado, los efectos perjudiciales de la pandemia no han sido igualmente devastadores para todas las sociedades y dentro de ellas, ha golpeado de forma distinta a cada individuo y núcleo familiar poniendo muy en evidencia nuestras propias carencias y debilidades.

Aquellas sociedades que han desarrollado una conciencia colectivista de responsabilidad para con los demás, que son aquellas que responden a sociedades más equitativas, han logrado contener al virus y disminuir los niveles de mortalidad en sus territorios. Lamentablemente, América Latina no ha sido un ejemplo de aquello. El individualismo que caracteriza a las sociedades configuradas en la competencia y en la acumulación de dinero y poder hizo aún más evidentes las brechas sociales y tecnológicas existentes, así como la poca o ninguna empatía con el sufrimiento ajeno que por parte de quienes aprovecharon estas circunstancias catastróficas y vieron en el dolor, la muerte y el desamparo una oportunidad de lucro, casi siempre del lado de la corrupción.

La comunicación social no quedó al margen de esta realidad. Las restricciones de movilidad, el distanciamiento social y los aspectos económicos hicieron que una actividad tan trascendente en términos sociales e individuales como el periodismo se vea obstaculizada, pero a la par, nos ha obligado a sobreponernos ante la adversidad y fue el germen de un camino de mucha creatividad que desencadenó en la adopción de medidas estratégicas y urgentes para difundir información de interés social, servir de nexo entre la información generada por los entes oficiales y acompañar con programación útil a la ciudadanía.

El verdadero periodismo, aquel que asume con responsabilidad y profesionalismo su actividad, además de su compleja situación, tuvo que asumir un papel de defensa de la sociedad en contra de la propagación de noticias falsas que incrementaron la incertidumbre ciudadana y el pánico en medio de una infodemia de fuentes difusas, anónimas, que utilizaron las redes sociales y los denominados “memes” y por medio de textos cortos e imágenes manipuladas y descontextualizadas incrementaron la zozobra en la sociedad, reivindicando como nunca antes el valor de la credibilidad de la genuina actividad periodística.

Los riesgos laborales, propios de una actividad compleja como es el periodismo también se profundizaron. Recortes de personal, amenazas y atentados por revelar información

incómoda para personas sin escrúpulos, la lucha común en contra de la enfermedad, lejos de destruir a la comunicación social, generó una inédita oleada de innovación, de generación de nuevas formas de comunicación y nuevos modelos de negocio, activó nuevos canales por medio de plataformas virtuales, que si bien ya venían utilizándose, la penetración alcanzada en este último año ha sido superior a cualquier otro período.

Otro elemento que no escapa a la esfera de la comunicación como canal para la propagación de ideas es la teleeducación o educación virtual, la posibilidad de transmitir conocimiento, mantener la atención y el compromiso de los estudiantes en sus actividades académicas, también debe considerarse de máxima importancia social, por lo que resulta necesario desarrollar habilidades comunicacionales por medio de las y los docentes y hábitos de estudio y búsqueda de fuentes por parte de las y los estudiantes.

La pandemia desencadenada por la COVID-19 ha trastocado nuestras condiciones de vida, nuestro trabajo, formas de aprendizaje, incrementó algunas formas de violencia y el desarrollo de nuevas habilidades, así como trastocó nuestros hábitos de consumo mediático y la forma en la que accedemos a contenidos de interés general, obligándonos a reestructurar nuestras prioridades y a cambiar nuestro estilo de vida.

La Revista Enfoques de la Comunicación, en su 5to. Número, abre el debate sobre estos y varios temas relacionados con esta rama del conocimiento, en condiciones tan complejas como las actuales. No agota su reflexión en la descripción de estas problemáticas, los artículos incluidos aportan con información empírica, análisis fundamentados en datos, gozando además de aspectos sociales muy diversos, donde la comunicación es fundamental para superar este momento histórico.

Invitamos a todos nuestros lectores a realizar una lectura detenida, crítica y propositiva de los artículos incluidos en este número, animarles también para que formen parte de nuestros próximos números en calidad de autores, quienes, sin duda alguna, son los reales protagonistas de este esfuerzo editorial, liderado por el Consejo de Comunicación pero ejecutado por un excepcional equipo de trabajo multidisciplinario de diferentes esferas institucionales e ideológicas, que ha dado como resultado el producto académico que ponemos a consideración de la ciudadanía y muy especialmente de los distintos actores que integran el sistemas de comunicación social ecuatoriano.

Prof. Diego A. Zambrano Álvarez. Ph.D.
Director



ARTÍCULOS CIENTÍFICOS

Innovación Educativa ante el Desafío de la Enseñanza en Telesecundaria en Tiempos del Covid-19

Educational Innovation Faced with the Challenge of Telesecundaria Teaching in Times of Covid-19

Revista Enfoques de la
Comunicación No. 5
Mayo 2021, pp. 23 - 70
p-ISSN: 2661-6939
e-ISSN: 2806-5646
Recibido: 07 de marzo de 2021
Aceptado: 23 de marzo de 2021

Francisca Milagros Padilla García ¹
Centro Internacional de Posgrado, CIPAC A. C.
milipadillag@gmail.com
Tabasco, México

23

Recibido: 07 de marzo de 2021 / **Aceptado:** 23 de marzo de 2021

Resumen

Se presenta el resultado de una investigación realizada a partir de experiencias docentes de prácticas en educación a distancia a causa de la pandemia; el objetivo fue describir las estrategias innovadoras y el uso de recursos educativos implementados por los docentes de la Telesecundaria Álvaro Obregón ubicada en Jonuta, Tabasco, México en el ciclo escolar 2019-2020, ante el desafío de la enseñanza en tiempos del COVID-19. La metodología de investigación fue un estudio fenomenológico con diseño

¹ Docente en Educación Básica en la modalidad Telesecundaria con 6 años de servicio. Licenciada en Ciencias de la Educación de la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco. Master en Educación con Orientación en Docencia en la Universidad Popular de la Chontalpa. Doctorante en Educación en el Colegio Internacional de Posgrados, CIPAC, A.C.

de estudio de casos, desarrollada bajo el enfoque cualitativo de tipo descriptivo. Para la recolección de información se diseñó una entrevista definitiva vía *on line* (*Google Meet*) con preguntas abiertas. Los seis participantes fueron elegidos de manera intencional o por conveniencia. A partir de entrevistar a los participantes en estudio, en los resultados se obtuvieron las narrativas del relato, identificándose las siguientes categorías: disponibilidad de recursos, tecnología utilizada, medios de enseñanza, comunicación a distancia, recursos y estrategias educativas, registro de actividades y desempeño de los alumnos. Los resultados indican que los docentes implementaron el uso de tecnologías, demostrando la capacidad de continuar con la comunicación sincrónica y asincrónica, pese a la situación geográfica rural de los alumnos, aportando a la educación Telesecundaria nuevas estrategias para el trabajo a distancia.

Palabras clave: innovación educativa, enseñanza, COVID-19, telesecundaria, uso de recursos.

Abstract

The result of an investigation carried out from teaching experiences of distance education practices due to the pandemic is presented; The objective was to describe the innovative strategies and the use of educational resources implemented by the teachers of the Álvaro Obregón Telesecundaria located in Jonuta, Tabasco, Mexico in the 2019-2020 school year, faced with the challenge of teaching in times of COVID-19. The research methodology

was a phenomenological study with a case study design, developed under a qualitative, descriptive approach. To collect the information, a definitive interview was designed via *online (Google Meet)* with open questions. The six participants were chosen intentionally or by convenience. From interviewing the study participants, we obtained the narratives of the story, identifying the following categories: availability of resources, technology used, teaching aids, distance communication, educational resources and strategies, registration of activities and performance of the students. The results indicate that teachers implemented the use of technologies, demonstrating the ability to continue with synchronous and asynchronous communication, despite the rural geographical situation of the students, providing Telesecundaria with new strategies for distance work.

Keywords: educational innovation, teaching, COVID-19, telesecundaria, use of resources.

Introducción

La educación en México se ha visto transformada debido al confinamiento causado por el coronavirus en el año 2019 -COVID-19-, especialmente la Educación Básica -inicial, preescolar, primaria y secundaria-, la cual debe enfrentar retos particularmente difíciles, “durante el proceso educativo debe formar ciudadanos y profesionistas capaces no simplemente de adaptarse a los imprevisibles cambios de la

sociedad, sino de generar y conducir dichos cambios, debe de incidir permanente y eficaz en la sociedad” (SEP, 2011). Por tal razón, los docentes de los diferentes sistemas educativos se tuvieron que adaptar con celeridad ante la contingencia, dando prioridad a la continuidad de los aprendizajes en los alumnos, provocando así la aplicación de estrategias innovadoras.

En este sentido, la innovación educativa se ha hecho presente en las escuelas de los distintos niveles y modalidades. Se explica así, que la innovación educativa puede ser abordada desde diversas perspectivas de análisis, desde la tecnológica que centra su atención en la inserción de objetos, materiales y ordenadores con apoyo de la implementación de las Tecnologías de la Información y Comunicación –TIC- en las aulas, Área (2005) ha realizado revisiones de investigaciones relacionadas con la integración de las nuevas tecnologías en el sistema escolar; “en la perspectiva política subyace la imagen de negociación; en la cultural subyace la imagen de comunidad donde las personas están unidas por significados compartidos. Estas perspectivas funcionan como marcos interpretativos para comprender el proceso de innovación” (House, 1988). Entonces, la innovación educativa tiene múltiples perspectivas que se complementan, como menciona Moreno:

Toda innovación educativa es un proceso multidimensionado, toda vez que en él intervienen factores políticos, económicos, ideológicos, culturales y psicológicos que afecta los diferentes niveles contextuales, y desde el nivel del aula hasta el de grupo de universidades; implica a los diferentes actores educativos pues estos interpretan, redefinen, filtran y dan forma a los cambios propuestos. (2000)

Al respecto, la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura -Unesco- asocia la innovación educativa con la calidad y la competitividad internacional. En este sentido, a partir de marzo de 2019 la innovación en la educación se ha visto transformada por la pandemia, por tal motivo, el concepto ha ido evolucionando con base en las necesidades educativas del contexto, desde la implementación de herramientas tecnológicas dentro del aula, el aprendizaje *on-line*, hasta la implementación de los dispositivos tecnológicos como medios de enseñanza en la educación a distancia -ED-. En este escenario, la innovación educativa en tiempos del coronavirus favorece el seguimiento de las actividades escolares y permite a docentes continuar con el proceso de enseñanza, tal como se evidencia en un artículo que comparte la importancia de actuar en la esfera de aprender e innovar en la pandemia y las acciones de las

innovaciones en prácticas de docentes mexicanos (Almazán, A, et. ál., 2020).

La pandemia provocó un gran impacto en la educación debido a que se dejó de asistir a clases presenciales, sin embargo, los docentes tenían que dar continuidad a las actividades escolares buscando una nueva forma de enseñanza a distancia aun cuando no contaban con habilidades tecnológicas tuvieron que acelerar el proceso de adquisición mínimo de competencias digitales, como refiere Ducoing (2020):

No todos están familiarizados con las pantallas y, sobre todo, con la enseñanza a distancia. Así, muchos maestros han tenido que iniciarse de manera muy precipitada para adquirir un nivel mínimo de competencias, en virtud de que el desarrollo de éstas requiere tiempo. (p. 58)

A raíz del confinamiento y lo expuesto, se ha realizado cambios de interacción y estrategias metodológicas implementadas en las aulas, permitiendo a docentes modificar e innovar la forma de enseñanza a través del uso de herramientas y aplicaciones tecnológicas en la ED.

Así, uno de los medios de comunicación empleado por la SEP en México para mediar el aprendizaje durante la contingencia, fue la programación de televisión ‘Aprende en Casa’, “los programas televisivos tienen el propósito de apoyar el trabajo de planificación y de enseñanza de los docentes en estas circunstancias” (SEP, 2019, p. 8). Este medio de enseñanza se

implementó en los niveles de Educación Básica a través de clases programadas por horarios y grados educativos, sin embargo, dio apertura a los docentes de diseñar otras actividades para trabajar con los alumnos. “La crisis ha estimulado la innovación en el sector educativo. Se han aplicado enfoques innovadores en apoyo de la continuidad de la educación y la formación, recurriendo a la radio y la televisión y a materiales para llevar” (ONU, 2020, p. 2).

Asumiendo la innovación educativa como un proceso de modificación y adaptación a los entornos o contextos que la dinámica de la sociedad requiera, se hace imprescindible y se justifica en el contexto académico frente a la situación emergente ocasionada por el coronavirus, señala Díaz Barriga (2020) “aunque la telesecundaria es la experiencia más antigua que tiene el país, en una especie de momento estelar se optó por proyectar una imagen de suma modernidad al impulsar la educación digital en línea” (p.20). La telesecundaria es un servicio de educación básica, público y escolarizado iniciado en 1968, con el objetivo de impartir educación secundaria en las zonas rurales o de difícil acceso de la República Mexicana y para abatir el analfabetismo imperante en la década de los sesenta. Esta modalidad continúa vigente actualmente, donde un solo profesor organiza las actividades de todas las asignaturas utilizando una metodología apoyada en materiales didácticos impresos, televisivos e informáticos en forma presencial.

La escuela Telesecundaria Álvaro Obregón en Jonuta, Tabasco, México, se encuentra ubicada en el área rural, cuyas características son: municipio que se encuentra señalado con mayor porcentaje de pobreza extrema en el estado de Tabasco, población con conocimientos abstractos, y en su mayoría solo estudian hasta nivel secundaria, zona geográfica alejada del contexto urbano, carece de disponibilidad de servicios -agua entubada-, mayormente los estudiantes cuentan con viviendas con piso de tierra, se obstaculiza el acceso a la información e implementación de modernización, población que se sustenta de las actividades de agricultura, pesca y ganadería.

Ahora bien, una de las implicaciones que se presentaron durante el confinamiento bajo este marco rural en Telesecundaria que muestra vulnerabilidad social, fue la brecha digital en la disponibilidad y uso de las tecnologías; según el estudio realizado por el Instituto Nacional de Estadística y Geografía -INEGI-, que proporciona las cifras de la Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de Tecnologías de la Información en los Hogares, muestra que:

La distribución de usuarios de Internet en 2019 en el ámbito urbano fue de 76.6% y en el rural fue de 47.7%. Con relación al empleo de dispositivos móviles, señala: la proporción de usuarios de teléfono celular respecto de la población total de seis años o más en 2019, en el ámbito urbano fue de 79.9% y en el rural fue de 58.9%, cifras que demuestran la

disponibilidad del teléfono móvil para lograr una comunicación sincrónica y asincrónica con los alumnos en el proceso enseñanza-aprendizaje. (INEGI, 2019).

En el contexto actual se visualiza que la innovación educativa también afecta a las personas en situación de vulnerabilidad y en los contextos de alta marginación, debido a que las situaciones que se presentan en la urbe son diferentes en las comunidades rurales donde los alumnos cuentan con deficiente conectividad y señal de Internet, insuficiencia de recursos económicos para ingresar un plan de datos o Internet, falta de dispositivos digitales apropiados, un dispositivo propio del alumno y carencia de habilidades tecnológicas básicas. En el contexto rural los alumnos no contaban con acceso a la tecnología suficiente y adecuada para utilizar las plataformas digitales disponibles ante la pandemia; por lo tanto, en este proceso educativo se empezaron a ocupar estrategias innovadoras para la comunidad escolar en Telesecundaria.

Al respecto, estudios y trabajos recientes muestran que el implemento de las Tecnologías de la Información y Comunicación como estrategias y recursos educativos son útiles para el acceso y apoyo de prácticas pedagógicas realizadas por los docentes en la enseñanza durante la pandemia. En este sentido, se hace necesaria la transformación de las tecnologías como una herramienta útil que democratice los procesos formativos de conocimiento y aprendizaje.

De la revisión documental, los datos señalan que los primeros trabajos que hacen de esta aplicación su objeto de estudio (como posible herramienta educativa) datan de 2012, motivo por el que algunos autores ya evidenciaban el uso de WhatsApp como una herramienta del entorno de aprendizaje del alumno, “como cualquier otra aplicación ómnibus, sería adaptada eventualmente a la docencia” (Merelo y Tricas, 2012).

Además, otra herramienta que causó innovación en el ámbito educativo ante la pandemia fue la implementación de grupos cerrados a través de la red social Facebook en el cual no se necesita demasiado conocimiento tecnológico para poder utilizarlo, tal como señala García (2008) “dos son los aspectos que más hay que destacar de la red social Facebook a la hora de trabajar de manera cooperativa: el grado de implicación de los alumnos en la red y la posibilidad de crear grupos cerrados de trabajo” (p. 56).

En el ámbito rural, se hace indispensable el uso del teléfono celular como medio de comunicación factible entre alumnos y docentes frente a la situación sanitaria que se presenta, permitiendo reducir distancias para el logro de las actividades de enseñanza. En definitiva, los medios de comunicación a través de los avances tecnológicos han tenido un efecto positivo en el ámbito de la educación:

Las transformaciones tecnológicas que permiten reducir la distancia han sido una causa constante del avance insospechado de una enseñanza/aprendizaje no presenciales. Los recursos tecnológicos posibilitan mediante la metodología adecuada suplir, e incluso superar, la educación presencial, con una utilización de los medios de comunicación audiovisual e informáticos integrados dentro de una acción multimedia [...]. (García Aretio, 2016, p. 48)

En general, estos autores ponen en relieve la necesidad de responder de forma apresurada con la implementación de la ED ante la situación actual, mediante el uso de las herramientas tecnológicas, permitiendo innovar en el ámbito educativo para el trabajo a distancia ante este escenario, fortaleciendo las prácticas docentes. En tal sentido, surge la interrogante ¿Cuáles son las estrategias innovadoras y los recursos educativos implementados por los docentes de la Telesecundaria Álvaro Obregón en la enseñanza en tiempos de pandemia ocasionada por el COVID-19, durante el ciclo escolar 2019-2020? Este señalamiento da lugar al propósito central de la investigación, el cual fue describir las estrategias innovadoras y el uso de recursos educativos implementados por los docentes de la escuela mencionada ante el desafío de la enseñanza en tiempos del COVID-19.

A partir de las experiencias de enseñanza de los docentes, este estudio proporciona importantes contribuciones al ámbito educativo ante un tema relevante y emergente en la enseñanza de la educación a distancia en zonas rurales, el cual ayudará a docentes a establecer estrategias y herramientas para utilizar con sus alumnos en la mejora de la enseñanza a través de la innovación educativa, “toda innovación supone entrar en el terreno de lo desconocido y esto implica ciertas dosis de riesgo, de incertidumbre, contradicciones, y conflictos. No hay aprendizaje sin desequilibrio ni conflicto cognitivo” (Unesco, 2016, p. 22).

Metodología

La investigación fue un estudio fenomenológico, empleando como diseño, el estudio de casos desarrollado bajo el enfoque cualitativo de tipo descriptivo, de acuerdo con la clasificación de Stake (1999), se indagó sobre las estrategias innovadoras y el uso de recursos educativos implementados por los docentes ante el desafío de la enseñanza en tiempos del COVID-19.

Para señalar la importancia de la representatividad de la muestra en el estudio de caso en la investigación, Simons (2011) señala que el caso puede ser una persona, un aula, una institución, un programa. Stake (1995), citado en Simons, prefiere considerar el caso como “un sistema integrado que

se centra en lo específico, no en lo general; centra el estudio de la particularidad y la complejidad de un caso, por el que se llega a comprender su actividad en circunstancias que son importantes”. Considerando que la muestra es lo suficientemente representativa dado el conocimiento anterior, entonces, el estudio de caso parte del método de investigación fenomenológico-hermenéutico debido a que es un fenómeno que ya ocurrió y rescata la voz de los docentes.

Para la recolección de información, de acuerdo con Simons (2011), se diseñó una entrevista definitiva vía *on line* -Google Meet- con preguntas abiertas para conocer las estrategias y los recursos educativos implementados por los docentes en la enseñanza. Las preguntas incluidas se desarrollaron bajo las siguientes unidades de análisis: tecnología utilizada y recursos educativos de instrucción, aborda la disponibilidad de recursos, el uso de las aplicaciones tecnológicas y materiales ocupados para seguir trabajando a distancia; estrategias para la proyección de los aprendizajes que incluyen el registro de actividades, desempeño de alumnos y los procedimientos utilizados por los docentes para la enseñanza a distancia.

Participantes

El escenario donde se llevó a cabo la investigación corresponde al contexto educativo de la educación básica a nivel

Secundaria en la modalidad Telesecundaria, escuela pública ubicada en la región geográfico-educativa en la zona Sur-sureste en México (SEP, 2016, p.11), en una comunidad rural en el municipio de Jonuta, Tabasco, México. Localizada a 20 kilómetros de la población urbanizada más cercana, al margen del río Usumacinta, uno de los ríos más grandes y caudalosos del país. Los estudiantes viven en una comunidad rural y el municipio al que pertenece se encuentra catalogado por el Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social como uno de los municipios con mayor porcentaje de pobreza extrema en el estado; en 2015, tenía el 19% que representa a 5,352 habitantes en esta situación debido a su volumen poblacional (2020, p.75).

Entonces, es importante señalar que, en ese contexto educativo, los alumnos carecen de los medios y habilidades tecnológicas a implementar para la enseñanza en la educación a distancia; no obstante, se logra disponer del uso de un teléfono celular con el que cuenta la mayoría de la población tal como indica el INEGI (2020), la disponibilidad de Tecnologías de la Información y Comunicación –TIC- en Jonuta señala que el 9.4% de la población cuenta con computadora, el 15.2% con línea telefónica fija, el 62.9% dispone de un teléfono celular, el 56.4% tiene televisión de paga y solo el 8.4% cuenta con Internet (pp. 30-31).

Participaron seis docentes de educación básica en el nivel secundaria modalidad Telesecundaria de la escuela Álvaro Obregón zona 11, sector 07 perteneciente al municipio de Jonuta, Tabasco, México; el 66.67% eran hombres y 33.33% mujeres, con edades entre 33 y 60 años, el 33.36% tiene una licenciatura en el área de Ciencias de la Educación, el 16.66% cuenta con maestría en el área de Educación, el 16.66% tiene una licenciatura en educación especial, el 16.66% tiene licenciatura en educación secundaria, el 16.66% cuenta con una licenciatura en educación media en el área de ciencias sociales; todos cuentan con más de cinco años de experiencia en Telesecundaria.

Para fines de confidencialidad y anonimato, se les asignó un seudónimo que los representará, se agregan otros datos como el grado y grupo que impartieron, sexo y años de servicio docente.

- 1° A. Hombre. 10 años de servicio
- 1° B. Hombre 33 años de servicio
- 2° A. Hombre. 6 años de servicio
- 2° B. Mujer. 21 años de servicio
- 3° A. Hombre. 6 años de servicio
- 3° B. Mujer. 6 años de servicio

Resultados

Luego de analizar los relatos, las categorías se agruparon de la siguiente manera: disponibilidad de recursos, tecnología

utilizada, medios de enseñanza, comunicación a distancia, recursos y estrategias educativas, registro de actividades y desempeño de los alumnos.

La narrativa de las experiencias docentes mencionó la disponibilidad de los recursos educativos a través de identificar la opción más viable para la transición de la enseñanza a distancia era la implementación por medio del celular, acorde a la facilidad de acceso para las familias y el alumnado. Debido a las reuniones realizadas a inicios del ciclo escolar, en los seis casos la disponibilidad de recursos fue a través del registro de los números telefónicos de alumnos y tutores con la finalidad de establecer y tener una mejor comunicación durante la pandemia.

- Al principio de ciclo escolar, pues ya ve que siempre se hacen las reuniones y, de hecho, yo tenía algunos números de teléfonos de sus papás, de cómo comunicarme con ellos por alguna situación que se presentara en la escuela, pero, cuando se suspenden las clases por instrucciones federales, pues ya se actualiza los números [...] pero, este ya se tenía con anterioridad un directorio de los padres de familia [...] - 1° A. Hombre. 10 años de servicio-.
- Cuando el director avisa de que probablemente suspenderíamos clases, antes que nada, tuve que hacer reunión

con los padres de familia para ponernos de acuerdo, para ver ¿qué posibilidades había o tendrían que buscar ese medio? [...] hablando de un teléfono celular. Porque como fue momentáneo o imprevisto, pues no todos lo tenían al alcance y poco a poco ellos buscaron la manera de que se comprara o se pidiera con su primo, con su tío o un vecino [...] -1° B. Hombre. 33 años de servicio-

- Cuando se hicieron las primeras reuniones se les pidió el número de teléfono a los alumnos y tutores para hacer un registro de directorio telefónico de alumnos y tutores al inicio del ciclo escolar [...] -2° A. Hombre. 6 años de servicio-
- Los números telefónicos los pedí antes de que saliéramos de la escuela, pues ya ve que el director siempre nos dice: -tengan los números a la mano de sus muchachos [...] Fue en ese momento, cuando yo pasé una hoja para que ellos fueran anotando sus números telefónicos, muchos no eran números de ellos sino eran números del hermano o números de sus papás, y ya ahí fue donde yo di el mío [...] -2° B. Mujer. 21 años de servicio-
- [...] me había anticipado, que se supone que es algo que hacemos desde el principio, tener los números de

teléfono de contactos de los tutores o de los alumnos [...], entonces, pues les dije que estuvieran pendientes que aquellos que no tuvieran teléfono celular me lo informaran de una vez o números donde yo pudiera localizarlos, entonces la mayoría me dio números de teléfonos, ya sea propios o de la familia, o de algún familiar [...] -3° A. Hombre. 6 años de servicio-

- [...] los números de teléfono o de celular, tanto de los alumnos como de los papás o tutores, ya los tenía registrados al inicio del ciclo escolar [...] Entonces, ya contaba con sus números telefónicos, sin embargo, cuando nos comentaron que se iban a suspender clases, sin saber qué día íbamos a regresar, actualicé nuevamente la lista de números, y aquellos que no contaban con algún número, que me los hicieran llegar con sus compañeros [...] -3° B. Mujer. 6 años de servicio-

Los seis casos evocan que el dispositivo utilizado, considerando el contexto geográfico de la comunidad escolar, fue el teléfono celular, y que la tecnología utilizada para continuar con el proceso de enseñanza del aula de clases fue la aplicación de WhatsApp, debido a la distancia entre docentes y alumnos. Aunque dos docentes de la muestra intentaron trabajar con videollamadas de WhatsApp y uno con plataforma Meet, por cuestiones de la señal de Internet siguieron trabajando solo con grupos de WhatsApp.

- [...] ya teniendo en cuenta este medio, ya por medio de un WhatsApp o formando el grupo de los mismos alumnos o padres de familia para poderles dar las clases a distancia (...) el grupo de WhatsApp es de los alumnos, el número de celular es de los papás, pero, los alumnos ahí interfieren para que hagan sus tareas -1° B. Hombre 33 años de servicio-.
- El medio común fue el celular, a través de la plataforma de WhatsApp, y por el momento fue lo pertinente porque varios de los alumnos tenían ese medio, un celular a la mano en el cual se podía enviar información... intenté trabajar con Meet a través de videoconferencias, pero el problema que tenía era la conexión con los muchachos, se perdía la señal... por eso optamos en el seguir trabajando por medio del WhatsApp -2° A. Hombre. 6 años de servicio-.
- La idea del teléfono es porque es el único recurso que ellos pueden tener a la mano, en caso de mis alumnos, es el único recurso, con el que ellos cuentan para trabajar [...] pero, por lo regular, yo les mando las tareas, los audios y los videos. Entonces, para nosotros fue más fácil el uso del celular porque es la única forma en que yo tengo contacto con ellos, a través del WhatsApp [...] -2° B. Mujer. 21 años de servicio-.

En los otros tres casos, además de implementar la tecnología de WhatsApp, también usaron la red social Facebook, a través de un perfil o grupo cerrado, en esta última tecnología los docentes la implementaron solo para subir material audiovisual que no se podía compartir por WhatsApp, por cuestiones de exceso de megas en los materiales.

- [...] en el teléfono estamos trabajando con el WhatsApp y algunos con el Facebook para subir lo que son videos [...] una de las problemáticas que tuvimos al inicio era que los videos hasta los libros digitales, como son pesados, muchos de ellos se les dificultaba ese tipo de situación, poderlos descargar. Además de que la señal no es muy optima en algunas zonas en donde viven algunos alumnos [...] -1° A. Hombre. 10 años de servicio-.
- [...] entonces, desde el momento que reconocí eso dije: -bueno, voy a formar un grupo en Facebook, bueno una página, un perfil en Facebook, para compartirlo con los alumnos y que ellos se puedan conectar a través de esa plataforma, por si yo tengo que mandarles fotos o videos. En aquel momento solo imaginaba utilizar el Facebook para compartir los videos e imágenes y el WhatsApp para la comunicación instantánea o directa [...] -3° A. Hombre. 6 años de servicio-.

- [...] en mi caso ya contaba con un grupo de WhatsApp con los números personales de algunos alumnos... cuando sucedió la suspensión de clases, se reforzó este medio de comunicación integrando al resto del grupo de los alumnos, entonces fue así como se creó el grupo de difusión para los alumnos a través del WhatsApp [...]; también se implementó el uso de un grupo de Facebook, este grupo era compartido por los dos grupos de tercero [...] -3° B. Mujer. 6 años de servicio-

Las narraciones dan evidencia de cinco casos en que los docentes intentaron implementar en los medios de enseñanza el uso de las clases televisadas, al inicio de la pandemia fueron adaptando la programación de ‘Aprende en Casa’ debido a que no existía una parrilla de contenidos, se encontraban desfasados de lo que estaban viendo académicamente en ese momento, por lo que no les permitió trabajar completamente con ese canal o medio de transmisión de enseñanza, solo por dos semanas, por tanto, el medio de enseñanza seguía siendo el uso del celular por medio de WhatsApp.

- [...] cuando se dejó de trabajar presencialmente fuimos adaptando lo que eran los programas de televisión de ‘Aprende en Casa’, se daba la situación de que como todavía se estaban implementando muchos de ellos, pues entraban en contradicción de que los programas

no estaban tan ordenados [...] se buscó la forma de ir adaptando y trabajar solo con el libro de texto, apoyado ya solo de algunos temas de ‘Aprende en Casa’ -1° A. Hombre. 10 años de servicio-

- Estos recursos pues una parte lo implementó la secretaria de educación a través del programa ‘Aprende en Casa I’, pero había muchas dificultades con los contenidos porque algunos contenidos no se enfocaban a las circunstancias que estábamos llevando nosotros en el salón de clases [...] en mi caso decidí buscar información fuera de esa plataforma de manera personal, por otros medios... no tardé mucho ocupando ‘Aprende en Casa’, después de las vacaciones, cuando regresamos a clases, ya no utilicé mucho las clases televisadas [...] -2° A. Hombre. 6 años de servicio-
- Se empezaron a transmitir en ciertos canales de televisión programas que iban a continuar con la parrilla, con la programación, con el contenido programático que estaba previsto en los contenidos de los libros de telesecundaria, puesto que es el único sistema que tenía material audiovisual para compartir en educación [...], me di cuenta de que no podía usarlos abierta ni completamente, debido a que, por cuestiones de que siempre en el trabajo normal en el aula en algunos estaba atrasado, en otros estaba adelantado, y eso no me permitía a mí

continuar la línea a como lo indicaban los programas de televisión [...] pero, llegué a la conclusión de que no iba a poder emplear el canal abiertamente para trabajar con los muchachos. Sin embargo, le di una oportunidad, las primeras dos semanas [...] -3° A. Hombre. 6 años de servicio-

- [...] los últimos días que se estuvo asistiendo a clases les entregué esas planeaciones de dos semanas en forma impresa y les pedí que llevaran sus USB para que les enviara material audiovisual [...] después, salieron por parte de la secretaria de educación pública programas televisivos que se llamaron ‘Aprende en Casa’, hice uso de esa programación, pero solo durante las siguientes dos semanas antes de salir de vacaciones debido a que no coincidían los temas que estábamos viendo en ese momento [...] -3° B. Mujer. 6 años de servicio-
- Solo uno de los casos siguió trabajando con el uso de la programación ‘Aprende en Casa’ y con el apoyo de los libros de texto.
- Los canales y medios para podernos informar son de acuerdo a la secretaria que también mandó una información en los medios de la televisión y la radio que teníamos que utilizar [...] dándonos un horario de los programas televisivos que implementó la secretaria, utilicé ‘Aprende en Casa’ y me apoyé también en los libros de textos -1° B. Hombre 33 años de servicio-

Se identifica entonces que, para mantener la comunicación a distancia con los estudiantes en el desarrollo de los aprendizajes, cuatro de los casos mantenían una línea de comunicación directa con alumnos y tutores, haciendo uso de las llamadas telefónicas a celulares o teléfonos de casa; en dos de los casos se realizaron videollamadas y un caso además intentó comunicarse a través de *Google Meet*, pero dejaron de hacerlo por la falta o poca señal de conectividad debido al contexto geográfico de los alumnos.

- Al principio busqué la forma de cómo comunicarme con ellos por videollamadas, pero la situación de la señal y de la comunicación es muy difícil para ellos [...] y se me dio la situación de que muchos de ellos, como son por recargas de teléfono celular, muchos de ellos comentan la situación de que se les terminan muy rápido los datos o los megas y se consume muy rápido el saldo que ellos meten a su teléfono... implementé llamadas telefónicas [...] -1° A. Hombre. 10 años de servicio-.
- En caso de los alumnos que no contaban con celular, se buscó el apoyo con algunos vecinos o familiares cercanos para la entrega de actividades digitales o llamadas [...] se intentó trabajar a través de *Google Meet*, pero la señal era inestable y quedaban pocos alumnos en la sala, utilicé las llamadas telefónicas de manera particular con los muchachos [...] -2° A. Hombre. 6 años de servicio-.

- [...] por lo regular yo les mandaba las tareas, los audios y los videos [...] a través del WhatsApp para darle recados o las clases o para marcar con ellos a través de un video, que es la forma en que yo me comunicaba con ellos... en el transcurso de la semana, si a ellos les surgen las dudas es que ya me preguntaban a través de audios o las indicaciones, que no entendían a través de audio [...] -2° B. Mujer. 21 años de servicio-.
- Les llamaba para preguntarles, cómo iban con sus actividades, o cuando ellos me preguntaban por alguna actividad, ya que se encontraban en señal [...]; en otros días por la situación geográfica y la falta de señal, no podía hablar con ellos, la mensajería asincrónica por WhatsApp en el grupo o de forma personal nos ayudó mucho para seguir en comunicación, y por este medio ellos me mandaban sus actividades o dudas con relación a las tareas que iban a realizar -3° B. Mujer. 6 años de servicio-.

Uno de los casos, además de las llamadas telefónicas, también implementó las visitas domiciliarias guardando la sana distancia, debido a que vive cerca de la comunidad donde se encuentra la escuela. Esto permitió implementar otro tipo de comunicación.

- Pues nada más llamadas por medio del celular, pero de que visitas sí con los padres de familia de vez en cuan-

do, no fueron reuniones periódicas y llamadas de vez en cuando. Las visitas domiciliarias fueron a casa donde los alumnos viven, allí asesoraba a los padres de familia ya platicaba yo con ellos de cómo se iba a trabajar y nos poníamos de acuerdo en el horario, tiempo -1° B. Hombre 33 años de servicio-.

Comenta uno de los casos que inició el primer mes a implementar las llamadas telefónicas, pero al final desistió de este medio de comunicación, optando solamente por el uso del celular a través del intercambio de mensajes de WhatsApp.

- En un primer momento me dediqué a llamar a los alumnos cada día de la semana, intentaba al principio que fueran todos, pero me di cuenta de que no iba poder llamarlos a todos... entonces, ya empecé a llamarlos de un alumno determinado día y les avisaba [...] eso fue durante el primer mes, fue poco complicado, al final desistí de las llamadas diarias porque tampoco le veía yo mucha producción, es decir, no tenía mucho sentido ya que no es tan sencillo tratar de explicar algo que no pueden ver, además de la comunicación, era algo complicada [...] -3° A. Hombre. 6 años de servicio-.

Respecto a los recursos y estrategias educativas que se implementaron para la enseñanza a distancia fueron las planeaciones o cuadernillos digitales, libros de texto, los documentos

en PDF, el envío de videos o imágenes que pudieran dar apoyo a los alumnos en la realización de sus actividades. Sin embargo, cualquiera que fuera el recurso o estrategia, en cinco casos, los docentes trataron de no exceder el tiempo o contenido de los videos o imágenes ya que, de lo contrario, los alumnos no podrían descargar toda la información enviada.

- [...] buscaba también por medio de enciclopedias, buscaba por medio de Internet algunos artículos que también iban relacionados con lo educativo, videos de YouTube... pues ahí también ese material me ayudaba a que el alumno comprendiera mejor, de una forma animada, los temas, trataba de buscar una forma más sencilla para que el alumno no se saturara tanto en la actividad -1° A. Hombre. 10 años de servicio-.
- [...] se manejaban las infografías dependiendo de la materia [...], de igual manera, en los PDF que les mandaba, les mandaba lecturas cortas sobre algunos textos literarios y ahí íbamos coordinando, si había alguna información extra, se los mandaba a través de un video o trataba de buscar información para que a ellos se les facilitara el aprendizaje -2° A. Hombre. 6 años de servicio-.
- Al principio fueron las clases televisadas, todas. Pero después me fui más a los libros, porque me di cuenta o sentí que no eran suficientes las explicaciones. Enton-

ces, fue ahí donde yo ya empecé a grabar y enviar los videos, o buscar los videos para reforzar la actividad del libro [...] -2° B. Mujer. 21 años de servicio-

- [...] se planteó hacer cuadernillos para que los muchachos trabajaran, yo desde antes de la situación siempre he tenido material audiovisual [...] entonces pues ya tenía la costumbre de observar diferentes productores de material audiovisual en los canales como YouTube, canales de televisión, de diálogos documentales [...] Las notas de voz solamente las usé para plantear respuestas a las dudas o a las incertidumbres que ellos pudieran tener en relación a las actividades, para dar algún aviso o comunicado [...] -3° A. Hombre. 6 años de servicio-
- Les enviaba material de acuerdo a un cuadernillo digital semanal, se les enviaba información al WhatsApp y Facebook del grupo con videos, audios, imágenes y demás información para ayudar a la comprensión de los temas y desarrollo de las actividades, de forma personal realicé pocos videos, donde grabé la explicación, para que ellos pudieran realizar los ejercicios de matemáticas o química [...] -3° B. Mujer. 6 años de servicio-

Un caso de la muestra comenta que solo hace uso del libro de texto y de la programación televisada mediante una serie

de actividades que les enviaba a los alumnos de forma semanal:

- Por medio del celular, les programaba yo algunas actividades que iban a realizar y ya les mandaba yo el número de página, o sesión y el tema que se iba a trabajar. Me apoyé también en los libros de textos... planeaba las actividades que se iban a trabajar, las planeaciones eran cada fin de semana, las planeaciones eran semanal -1° B. Hombre 33 años de servicio-

Se identifica, también, que estos canales de comunicación, estrategias y actividades tenían que ser registrados mediante la compilación de la entrega de evidencias, en cinco casos se muestra el registro de las actividades de los alumnos que se dio por medio de la impresión de la lista de cotejo o de evaluación continua. Sin embargo, en este proceso de enseñanza-aprendizaje los docentes enviaron retroalimentación y observaciones a sus alumnos haciendo uso de las herramientas tecnológicas como WhatsApp web, editor de imagen y Google Forms.

- [...] yo manejo un archivo o una hoja impresa que yo le tengo llamado *valoración de evaluación continua* (...) De hecho, ya ve que con la aplicación de WhatsApp Web enlace mi teléfono con la computadora y, a partir de ahí, puedo abrir la imagen, puedo copiarla, pegarla y puedo hacer observaciones con el editor de Paint y ya ahí le pongo la observación al alumno [...] -1° A. Hombre. 10 años de servicio-

- [...] la evidencia que ellos me mandaban la evaluó, pues, revisándola, revisando la actividad que ellos me mandaban y ya me pongo a revisar y, ya por medio de ello, ver si están correctas las preguntas, si está bien contestadas, si no, pues, les hago ver a los alumnos sus errores, en cuáles se equivocaron, y en cuáles no, y ya lo vuelven a realizar... utilizo una lista de cotejo impresa para evaluar -1° B. Hombre 33 años de servicio-.
- [...] en el sistema de evaluación manejé como 3: la lista de cotejo, las rúbricas y en el caso de matemáticas las evaluaciones a través de Google Forms de la plataforma, hago mi examen y lo subo a la plataforma y se los mandaba a manera de encuesta, ya ellos iban contestando y ya iba viendo los resultados -2° A. Hombre. 6 años de servicio-.
- [...] en la forma de calificar tareas y revisar, este para mí siempre es más tedioso, le llamo así porque yo lo reviso en el celular. Entonces, en el celular iba checando las actividades que ellos ya me mandaban, pero, y reenviando ya señalando los errores que ellos tenían, ese es en el caso de las tareas [...] -2° B. Mujer. 21 años de servicio-.
- [...] el registro primero empecé con una hoja de Excel, a colocar los datos, o cumplió o no cumplió, y luego

hasta por códigos de colores, pero, también, me di cuenta que eso era mucho trabajo en cuanto a estar revisando, cambiando, modificando [...], me di cuenta que impreso era más sencillo, imprimir la hoja, dejarla en blanco y anotar [...]; la lista de cotejo me permitió sumar o abultar las cantidades de actividades que tenían en el periodo [...] -3° A. Hombre. 6 años de servicio-

Uno de los casos mencionó que hace uso del registro de las actividades y tareas realizadas por los alumnos con apoyo de Excel y observando las evidencias mediante WhatsApp web.

- [...] cuando revisaba sus evidencias, realicé un formato en Excel y ahí realizaba el vaciado de los datos con respecto a las calificaciones que les asignaba [...] las evidencias las revisaba en la computadora a través de WhatsApp web, les realizaba observaciones sobre los aspectos incorrectos que tenían en las actividades, así como también los felicitaba por sus trabajos [...] -3° B. Mujer. 6 años de servicio-

Se observa la preocupación de los docentes, debido a que los seis casos consideran que bajó el desempeño de los alumnos con relación al rendimiento académico que se venía dando en el aula de clases, y tienen la inquietud de que no se

dieron los aprendizajes esperados, debido a las actividades marcadas a los alumnos, quienes realizaban las tareas por completo eran los compañeros, tutores o familiares, incertidumbre que presentan los docentes debido a que los alumnos se relajaron, pensando que eran vacaciones. Por tanto, el hecho de que hayan cumplido con sus actividades no quiere decir que garantice el aprendizaje.

- Considero que bajó, porque nosotros no tenemos garantía de que realmente hizo la actividad solo, no podemos tener un criterio de decir, exactamente él lo hizo. Porque, así como la tecnología nos ha ayudado a llevar este seguimiento hasta el momento, muchos de ellos también tienen comunicación entre alumnos y muchos de ellos también comparten algunos resultados de algunas actividades [...] -1° A. Hombre. 10 años de servicio-
- [...] en esta situación o en este caso pues el aprendizaje si repercutió porque realmente hubo un desacomodo [...] no había cierta relación o había complicaciones, tanto ellos como los papás, no sabíamos qué hacer [...] no estábamos acostumbrados o hicimos la adaptación del medio de comunicación de la televisión de los programas, pues ahí repercutió que no tuviéramos mucho avance -1° B. Hombre 33 años de servicio-

- Considero que bajó [...] porque en ese tiempo los alumnos no vieron la gran dificultad que nos llevó la pandemia, ellos tomaron como que era un proceso de relajación, se relajaron el último trimestre y es ahí donde les costó mucho. Había tareas que se entregaban a destiempo, había proyectos que no entregaron y fue mermando la calidad del proceso que nosotros teníamos en el aula [...]; era muy difícil contrarrestar todo lo que ellos estaban haciendo en casa con lo que hicimos en la escuela [...] -2° A. Hombre. 6 años de servicio-.
- Si les afectó, pero me refiero en esta parte de que hubo los que siguieron cumpliendo a como ellos pudieran entender y yo aclararle las dudas para mejorar el trabajo a distancia, algunos pensaron que no era tan importante mandar las tareas, como estábamos trabajando a distancia para ellos era como si fuera vacaciones... entonces fue en esa parte de la situación que bajaron [...] -2° B. Mujer. 21 años de servicio-.
- [...] yo llegué a la conclusión de que el aprendizaje al 100% no se estaba logrando pues porque las actividades solamente eran: lee, trata de responder y si en el proceso de eso trata de responder o concluir o abstraer cierta información que se volvía un aprendizaje, pues,

ya lo veía yo como una ganancia [...] entender que no se iba a lograr el aprendizaje como tal, eso sí es definitivo, no se logró como tal, pero, quiero pensar que el aprendizaje, aunque mínimo, fue suficiente en la medida que fueron constantes en el trabajo de sus actividades -3° A. Hombre. 6 años de servicio-.

- Considero de forma general que bajó el desempeño de los alumnos debido a que al final solo las dos terceras partes de los alumnos terminaron conmigo teniendo esa comunicación constante y activa, así como en la entrega de sus evidencias [...] pero, los estudiantes que estuvieron permanentes, considero para ellos un aprovechamiento significativo, ya que, incluso, desarrollaron algunas habilidades tecnológicas durante este proceso -3° B. Mujer. 6 años de servicio-.

Se aprecia en los resultados obtenidos que, para lograr la innovación educativa ante el desafío de la enseñanza en tiempos de contingencia sanitaria, se requiere docentes con las siguientes características: habilidad en el uso de tecnología educativa, aprovechando las habilidades tecnológicas en el uso de mensajería instantánea WhatsApp y la red social Facebook; “realmente la creación de grupos de trabajo con Facebook es una tarea fácil, que no requiere inversión, ni es necesario ser informático para implementarlos” (García,

2008, p.60); de este modo seis docentes utilizaron los grupos de difusión en WhatsApp y tres usaron el grupo cerrado en Facebook como estrategia de comunicación a distancia, demostrando así la capacidad de continuar con la comunicación sincrónica y asincrónica pese a la situación geográfica de los alumnos.

Por otra parte, el programa de televisión ‘Aprende en Casa’ - cinco profesores lo ocuparon solamente dos semanas de clases; solo un docente siguió trabajando con el contenido propuesto por la SEP. Cinco docentes implementaron el envío de actividades a través de cuadernillos o planeaciones digitales mediante imagen o en formato PDF. Además se identificó la habilidad para selección y diseño de material, confirmando la importancia de señalar los recursos y estrategias educativas para sus clases, cinco profesores demostraron e hicieron uso de su experiencia en su quehacer educativo para ubicar y elegir el material acorde a los contenidos temáticos que se trabajaban; en cuanto a la evaluación de contenidos de enseñanza, seis profesores dieron seguimiento para la valoración y registro de las actividades, continuando así con la retroalimentación y observaciones a los alumnos, cuatro profesores hicieron uso de las herramientas tecnológicas como WhatsApp web, Paint o Google forms.

Discusión

La pandemia ha generado el aceleramiento del uso de las tecnologías implementadas en el proceso enseñanza-aprendiza-

je del sistema educativo, proceso que se venía dando en forma paulatina. Debido a ello, se aprecia que los docentes tuvieron que responder ante la situación emergente logrando incorporar habilidades tecnológicas, tal como señala la Comisión Nacional para la Mejora Continua de la Educación (2020):

Este escenario representó una oportunidad formativa para que los docentes generaran nuevas estrategias didácticas o adaptaran las ya conocidas a fin de dar continuidad al proceso educativo. Se lograron aprender nuevas formas de trabajo, incluyendo en algunos casos el desarrollo de competencias digitales para la enseñanza en contextos no presenciales. (p. 70)

Por tal motivo, con la educación a distancia los docentes de Educación Básica en la modalidad Telesecundaria tuvieron que adaptarse a este sistema emergente educativo, haciendo uso de habilidades y herramientas tecnológicas de un profesor que trabaja a distancia, aun cuando nunca tuvo este tipo de enseñanza. Por tanto, esta modalidad a distancia en el contexto escolar de la comunidad rural permitió a los profesores implementar nuevos recursos tecnológicos y adaptar la enseñanza a este tipo de educación.

Se advierte que les costó trabajo implementar la enseñanza de educación a distancia con sus alumnos, y esta se hizo evidente cuando dio inicio la pandemia:

- [...] de mi parte con los medios tecnológicos sí me costó trabajo, investigué por otro lado, con el apoyo de esas personas es que voy avanzando con mi trabajo y es que voy sacándolo adelante, es algo que me enfrenté, pero me vi en la necesidad de, una de comprar una lap y segunda de meter Internet a la casa por esa parte yo soluciono mi problema. Pero, con mis alumnos no se puede [...] se presentan esas dificultades con el uso de la tecnología, sobre todo no tienen datos, no tienen señal, no les llega las clases [...] -2° B. Mujer. 21 años de servicio-

Al tenor de los resultados, se puede afirmar en el uso de las herramientas tecnológicas que la aplicación WhatsApp y la red social Facebook fue la más utilizada como medio de enseñanza por los docentes en la creación de grupos de difusión y comunicación con los alumnos, lo que coincide con los resultados nacional e internacional de los estudios recientes de Expósito, E., & Marsollier, R (2020) y Sánchez Mendiola, M. et al. (2020), referidos al uso de recursos tecnológicos para la comunicación en la educación a distancia, quienes han podido confirmar el uso del celular en las redes sociales más utilizadas son las aplicaciones de mensajería WhatsApp y Facebook. Sin embargo, los resultados de las investigaciones ponen en evidencia las desigualdades socioeducativas de los

estudiantes donde se manifiestan en relación con el tipo de gestión, el nivel educativo, la situación socioeconómica de los alumnos, el rendimiento académico y el apoyo por parte de la familia del estudiante.

Con referencia a la comunicación a distancia hay constantes que se repiten en los relatos, una de ellas es la comunicación sincrónica mediante llamadas telefónicas con horarios establecidos previamente o asincrónicas con audios de voz o mensajes a los alumnos, remarcando que el alumnado en Telesecundaria se desarrolla en un contexto geográfico en zona rural y presenta mayor dificultad para el seguimiento de las clases a distancia. Este resultado se alinea con otros estudios (Baptista Lucio, P., et. ál., 2020) que en la región Sur-Sureste en México es la única, en la cual los docentes se comunican con sus alumnos principalmente a través de llamadas a celular. Por tanto, los medios de comunicación en la educación a distancia en el ámbito rural han sido primordialmente a través del uso del celular.

Con relación al uso de recursos y estrategias educativas se pudo observar que los docentes implementaron material digital, imágenes y videos de YouTube con fines educativos, estos datos concuerdan con los aportes de otros estudios en estrategias de enseñanza multicanal implementadas por docentes de Educación Media y Superior en México respecto al envío

y recepción de información (Portillo, S., et al., 2020), destacando la importancia del material multimedia para apoyo didáctico de las clases a distancia debido a su viabilidad en el ámbito rural para descargar cuando los alumnos cuenten con conectividad y señal de Internet, evidenciando nuevamente el nivel socioeconómico desfavorecido de la comunidad escolar. Tal como sostiene Kem-Mekah-Kadzue (2020):

Sea donde sea la digitalización de la educación ya no es una opción para las innovaciones educativas sino una necesidad para responder a los condicionantes que nos plantean la realidad del contexto educativo o las circunstancias de todo tipo como la de la pandemia del COVID-19. (p.70)

En lo que concierne al registro de actividades, los docentes optaron mayormente por la forma tradicional de realizar el asentamiento de evaluación continua a través de una hoja impresa; aunque algunos docentes intentaron realizar el registro a través de Excel, desistieron de este tipo de estrategia. En un estudio realizado en Argentina nivel Universitario Cannellotto (2020) evidencia “lo digital, aunque forma parte de nuestra realidad, no había tenido una presencia destacada en el espacio «analógico» de las aulas [...]” (p. 216). Este es un aspecto relevante, debido a que en tiempos de pandemia se ha dado importancia al uso de la tecnología en la educación a

distancia, entonces, se visualiza la situación difícil que docentes dejen por complemento materiales, recursos y herramientas en la forma analógica de enseñanza.

En cuanto a los hallazgos relacionados con el rendimiento de los alumnos, los docentes confirmaron el bajo nivel de desempeño debido a la falta de apoyo familiar, insuficiente responsabilidad por parte de los alumnos y a las situaciones propias del contexto rural -falta de conectividad y señal de Internet, falta de dispositivos digitales apropiados, escasa disposición de recursos económicos y habilidades tecnológicas-. A la luz de autores como Chiecher Costa, A. C. (2019) y Vivanco A. A. (2020), las variables personales consideradas en el estudio son aquellas que parecen tener vinculación con trayectorias de logro con el nivel educativo de los padres, las metas de aprendizaje y las atribuciones causales internas y modificables.

Vivanco en su estudio realizado en Ecuador señala:

El paso de la presencialidad a la virtualidad de la educación, ha afectado, en mayor medida, a los estudiantes de los estratos socioeconómicos más desfavorecidos, a los estudiantes de la educación pública, más todavía, a los que residen en zonas rurales, y aún más, a los estudiantes con padres con bajos niveles de instrucción. (2020)

Estas variables analizadas ante el contexto rural de vulnerabilidad social señalan retos y adaptaciones de la metodología

ante la enseñanza a distancia en tiempos de pandemia, ubicando la innovación educativa con los resultados positivos de las experiencias docentes, por ende,

[...] la innovación tiene que ir a la par con la actitud y disposición del docente, para poder alcanzar el verdadero cambio en el quehacer educativo, específicamente en el proceso de enseñanza y aprendizaje, sobre todo en estos momentos de pandemia. (Neira y Pulgarín, 2021, p.100)

En este sentido, los profesores se adaptaron a la educación a distancia, relacionando la innovación con la obtención de nuevas habilidades y procesos de autoformación, empezando a aprender el envío de archivos, aprender a ser empático en la recepción de tareas de los alumnos en diversos horarios, revisión y adquisición de estrategias metodológicas orientadas al aprendizaje a distancia, creación de las redes sociales como grupos de difusión, aprendizaje sincrónico y asincrónico, generando nuevas formas de comunicación y enseñanza, orientación de enseñanza mediante recursos multimedia, organización del tiempo para atender a los alumnos a distancia mediante llamadas telefónicas o mensajería instantánea, exploración de materiales y recursos en Internet para la enseñanza, actividades y estrategias que aprendieron de forma autónoma en su aprendizaje autodirigido.

Se demuestra que los profesores emplearon diferentes recursos y aplicaron diversas estrategias, intentando cumplir con un currículo para que los alumnos permanecieran en la escuela, logrando un incremento de ocho alumnos en la matrícula del siguiente ciclo escolar 2020-2021. Sin duda, se logró el aprendizaje de nuevas formas de trabajo, incluyendo el desarrollo de competencias digitales para la enseñanza en contextos no presenciales; las habilidades que desarrollaron los docentes lograron establecer el uso de recursos y estrategias innovadoras para lograr la continuidad de enseñanza, pero antes tuvieron que pasar el periodo de transición de una enseñanza presencial a una educación a distancia apoyada con medios digitales y tecnológicos.

Conclusiones

En la innovación educativa ante el desafío de la enseñanza en Telesecundaria en tiempos del COVID-19, los docentes fueron capaces de responder ante la situación de emergencia, haciendo frente a un nuevo escenario de aprendizaje de educación a distancia; buscaron generar nuevas estrategias educativas y modalidades alternas para enfrentar el reto de continuar las clases y así atender a la diversidad de necesidades educativas de los alumnos.

En consecuencia, en la adaptación al cambio en la forma de enseñanza a distancia los docentes optaron por un modelo asíncrono acompañado de diversos medios de comunica-

ción. Las herramientas empleadas fueron el uso de los videos de YouTube como medio de comunicación asincrónica que permitió a los alumnos una interactividad multimedia con la información presentada; el uso de la red social Facebook con la creación de grupos cerrados que posibilitó la publicación de materiales educativos para ser compartidos con los alumnos; WhatsApp como herramienta de difusión comunicativa asincrónica y de apoyo en el proceso enseñanza-aprendizaje.

De igual forma, los docentes realizaron llamadas telefónicas de forma semanal en un horario establecido con los alumnos, para el seguimiento de dudas o retroalimentación de los alumnos, se constata que ocuparon planeaciones y cuadernillos digitales, documentos en PDF y los libros de texto. Con la implementación de dichas herramientas intermediarias y aplicaciones tecnológicas en el ámbito educativo, ayudaron al intercambio de información y comunicación para gestionar el proceso de aprendizaje más flexible, posibilitando la educación a distancia a los estudiantes de la comunidad escolar en Telesecundaria.

Debido a la situación de vulnerabilidad social, provocada por la falta de recursos económicos, en la que se encuentran los alumnos, no está funcionando al 100% el uso de Facebook ni WhatsApp, entonces se tiene que regresar a la forma analógica, revalorizando la importancia de recursos educativos impresos, por tal motivo, además se está implementando cuadernos de trabajo impresos, a partir de la revisión de algunos contenidos,

realización de actividades por medio de los libros otorgados por la SEP y visitas periódicas programadas en la escuela con las medidas correctas, usando la sana distancia.

Es preciso señalar que en el desarrollo de esta investigación se encontraron algunas limitaciones en el registro en tiempo y forma de la recolección de datos por circunstancias de la pandemia ocasionada por el SARS-COV2, por tal motivo, no se dio la oportunidad de entrevistar a los docentes en el momento de la implementación de las estrategias educativas. A su vez, se logró describir el uso de recursos e implementación de estrategias por docentes de una comunidad rural de modalidad Telesecundaria durante la situación emergente, que constituye un estudio representativo, habría que investigar si está ocurriendo lo mismo en otras zonas. Por tal motivo, se recomienda que en futuras líneas de investigación se realice el análisis de otras categorías y niveles educativos para poder ampliar esta investigación o generar discusiones en otros espacios.

Referencias

- Almazán, A.; Loeza C., y López V. (2020). *Aprender e Innovar en la pandemia. Revista El mundo de la educación*, (17), 54-58.
- Area, M. (2005). Las tecnologías de la información y comunicación en el sistema escolar. Una revisión de las líneas de investigación. *Revista Electrónica de Investigación y Evaluación Educativa*, 11 (1).

- Baptista Lucio, P.; Almazán Zimerman, A.; Loeza Altamirano, C.A.; López Alcaraz, V.A.; Cárdenas Domínguez, J. L. (2020). Encuesta Nacional a docentes ante el Covid -19. Retos para la educación a distancia. *Revista Latinoamericana de Estudios Educativos*, L (Esp), 41-88. <https://doi.org/10.48102rlee.2020.50.ESPECIAL.96>
- Cannellotto, A. (2020). Pensar la educación en tiempos de pandemia. Entre la emergencia, el compromiso y la espera. *Universidades viralizadas: la formación en y post pandemia*, 213-228. UNIPE.
- Chiecher Costa, A. C. (2019). Estudiantes en contextos de educación a distancia. Variables vinculadas con el logro académico. RIED. *Revista Iberoamericana de Educación a Distancia*, 22 (2).
- Comisión Nacional para la Mejora Continua de la Educación (2020). El sentido de la tarea docente en tiempos de contingencia. *Talleres emergentes de formación docente. Itinerarios para el reencuentro*. <https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/563597/cuaderno1-docentes-eb.pdf>
- Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social. (2020). *Informe de pobreza y evaluación 2020*. CONEVAL.
- Díaz-Barriga, A. (2020). La escuela ausente, la necesidad de replantear su significado. *Educación y pandemia. Una visión académica*, 19-29. <http://www.iisue.unam.iisue/covid/educacion-y-pandemia>

- Ducoing Watty, P. (2020). Una expresión de la desigualdad en educación básica durante la emergencia sanitaria: el caso de una alumna. *Educación y pandemia. Una visión académica*, 55-64. <http://www.iisue.unam.iisue/covid/educacion-y-pandemia>
- Expósito, E., & Marsollier, R. (2020). Virtualidad y educación en tiempos de COVID-19. Un estudio empírico en Argentina. *Educación y Humanismo*, 22(39), 1-22. <https://doi.org/10.17081/eduhum.22.39.4214>
- García Aretio, L. (2016). *La educación a distancia. De la teoría a la práctica*. Ariel.
- García Sans, A. (2008, julio-diciembre). Las redes sociales como herramientas para el aprendizaje colaborativo: una experiencia con Facebook. *RE Presentaciones, Periodismo, Comunicación y Sociedad*, 5, 49-59.
- House, E.R. (1988). Tres perspectivas de la innovación educativa: tecnológica, política y cultural. *Revista de Educación*, 286, 5-34.
- INEGI. (2020). *Censo de Población y Vivienda 2020. Panorama sociodemográfico de Tabasco: Censo de Población y Vivienda 2020*. Instituto Nacional de Estadística y Geografía.
- INEGI. (2019). *Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de Tecnologías de la Información en los Hogares*. https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/534997/INEGI_SCT_IFT_ENDUTIH_2019.pdf

- Kem-Mekah-Kadzue, O. (2020). Enseñanza en línea durante la crisis del Covid-19 en la educación universitaria camerunesa: logros y desafíos. *Ehquidad. International Welfare Policies and Social Work Journal*, (14), 57-74. <http://dx.doi.org/10.15257/issn.2386-4915>
- Merelo, J.J. y Tricas, F. (2012). La irresistible ascensión del WhatsApp. *Revisión*, 6 (2), 1-4. <http://www.aenui.net/ojs/index.php?journal=revisión&page=issue&op=view&path%5B%5D=13>
- Moreno, G. (2000). Formación de docentes para la innovación educativa. *Revista Electrónica de Educación*, 17, 24-32. <https://www.redalyc.org/pdf/998/99817933004.pdf>
- Neira-González, M.F., Pulgarín Morán, E.E. (2021). La Innovación Educativa como herramienta pedagógica en el proceso de enseñanza-aprendizaje en tiempos de pandemia de la Unidad Educativa Fiscal José Jesús Ocampo Salazar. 593 *Digital Publisher CEIT*, 6 (1), 96-120. <https://doi.org/10.33386/593dp.2021.1.425>
- ONU. (2020). *Informe de políticas: La educación durante la COVID-19 y después de ella*. Naciones Unidas.
- Portillo, S., Castellanos, L., Reynoso, O., y Gavotto, O. (2020). Enseñanza remota de emergencia ante la pandemia Covid-19 en Educación Media Superior y Educación Superior. *Propósitos y Representaciones*, 8 (SPE3), e589. <http://dx.doi.org/10.20511/pyr2020.v8nSPE3.589>

- SEP. (2019). *Aprende en casa. Orientaciones para fortalecer las estrategias de educación a distancia durante la emergencia por COVID-19*. SEP
- SEP (2016). *4to. Informe de Labores 2015-2016*. SEP.
- SEP. (2011). *Plan de estudios 2011. Educación básica*. SEP
- Sánchez Mendiola, M., Martínez Hernández, A. M., Torres Carrasco, R., de Agüero Servín, M., Hernández Romo, A. K., Benavides Lara, M. A., Rendón Cazales, V. J. y Jaimes Vergara, C. A. (2020). Retos educativos durante la pandemia de covid-19: una encuesta a profesores de la UNAM. *Revista Digital Universitaria*, 21(3).
<http://doi.org/10.22201/codeic.16076079e.2020.v21n3.a12>.
- Simons, H. (2011). *El estudio de caso: Teoría y práctica*. Morata.
- Stake, Robert E. (1999). *Investigación con estudios de casos*. Morata.
- Unesco. (2016) *Texto 1. Innovación educativa. Serie “herramientas de apoyo para el trabajo docente”*. <https://repassopcmasumet.files.wordpress.com/2018/09/art-unesco-innovaciones-educativas-e-metodolog3ada-4-innov-educ.pdf>
- Vivanco, A. A. (2020). Teleducación en tiempos de COVID-19: Brechas de desigualdad. *CienciAmérica*, 9 (2). <http://dx.doi.org/10.33210/ca.v9i2.307>

Desinformación y Covid-19 entre Millennials Ecuatorianos: del Consumo de Memes a Propuestas Informativas de Humor

Misinformation and Covid-19 among Ecuadorian Millennials: From the Meme Consumption to Educommunicative and Informative Humorous Proposals

María Doménica Rivadeneyra Arboleda¹

drivadeneyra@estud.usfq.edu.ec

Pamela Johana Cruz Páez²

pamela.cruz0752@utc.edu.ec

Universidad San Francisco de Quito

Quito, Ecuador

Recibido: 11 de marzo de 2021 / **Aceptado:** 26 de marzo de 2021

¹ Licenciada en Periodismo Multimedia por la Universidad San Francisco de Quito. Como parte de su trabajo de grado “Periodismo de salud y redes sociales: análisis del consumo de memes sobre la Covid-19 por parte de millennials ecuatorianos”, elaboró el paper “Desinformación y Covid-19: análisis del consumo de memes por millennials ecuatorianos” que es un antecedente del presente trabajo avalado por el Observatorio Interuniversitario de Medios Ecuatorianos (OIME). Ha realizado pasantías laborales en medios como Radio Cocoa y GK, ha colaborado con blogs como Front Row y publicado varios reportajes en medios como La Hora, Ecuador Tv y Radio Pichincha Universal.

² Doctoranda por la Universidad de Málaga, en la línea de comunicación audiovisual. Es maestra en Ciencias Sociales, con mención en Comunicación, y especialista en migración, desarrollo y derechos humanos, por Flaco - Ecuador. Fue coordinadora de proyectos del desaparecido Foro de Periodistas de Ecuador que lideró las iniciativas de capacitación financiadas por la embajada de Estados Unidos: “Periodismo de investigación y política democrática en Ecuador: capacitación e innovación en metodologías colaborativas de investigación sobre hechos de corrupción”, “Impulso a la investigación académica en temas de periodismo y libertad de expresión por parte de profesores universitarios de periodismo”, “Training for journalists on new communications and freedom of expression legislation”, entre otros. Actualmente es docente de la Universidad Técnica de Cotopaxi, en la carrera de Comunicación, y docente no titular de la Universidad San Francisco de Quito, carrera de Periodismo. Hasta marzo de este año, coordinó el Observatorio Interuniversitario de Medios Ecuatorianos (OIME), fue docente titular de la Facultad de Derecho y Ciencias Sociales de Universidad UTE, donde dirigió al Grupo de Investigación Diversidades, Inclusión y Convivencias. Colabora como docente invitada en programas de comunicación de posgrado del país. Es co-autora del libro *El periodismo cultural en los medios ecuatorianos* y, también, co-autora del estudio “La gripe A(H1N1) en Ecuador: el discurso presentado en Televistazo”, auspiciado por la Organización Panamericana de la Salud. Su producción académica está disponible en Orcid: <https://orcid.org/0000-0001-8657-0415>

Resumen

Este artículo registra los resultados de una investigación cualitativa con un objetivo teórico – práctico: Analizar el consumo de memes sobre la pandemia de la Covid-19 entre la generación de “nativos digitales” del Ecuador, ubicando las características informativas o desinformativas de los mismos, para, a partir de allí, diseñar un proyecto multimedia de humor en el que se propongan formatos diversos que alrededor de una narración transmedia combatan la desinformación.

La primera parte de ese propósito se cumplió en ocho memes de seis cuentas de Facebook: El Univero, El Mercio, El Mercio, Ecuawave, Memes Ecuador y Ratas, ratones y memeros, las cuales fueron escogidas por el número de seguidores y por la interacción generada con la audiencia *millennial*. La apuesta metodológica fue una etnografía virtual que partió con una observación del consumo de contenidos humorísticos, que implicó tres niveles de análisis a los memes. Además, se realizaron nueve entrevistas en profundidad y una parte de ellas se utilizó como fuentes para la producción de tres formatos periodísticos transmedia: un reportaje multimedia, un *podcast* y un meme sobre las vacunas, que dan cuenta de que alrededor del humor sí se puede informar, convirtiéndose en un instrumento comunicacional para la lucha contra la desinformación.

Palabras claves: Pandemia, Facebook, transmedialidad, jóvenes, humor

Abstract

This article records the results of a qualitative research with a theoretical - practical objective: To analyze the consumption of memes about the Covid-19 pandemic among the generation of “digital natives” of Ecuador, locating their informative or misinformative characteristics and, from there, design a humorous multimedia project in which various formats propose to combat misinformation through a transmedia narrative.

The first part of that purpose was fulfilled with the analysis of eight memes from six Ecuadorian Facebook accounts: El Universo, El Mercio, El Mercio, Ecuawave, Memes Ecuador and Ratas, Ratones y Memeros, which were chosen by the number of followers and by the millennial audience interaction generated. In the other hand, the methodological part of the paper consisted of a virtual ethnography that started with an observation of the consumption of humorous content, which involved three levels of analysis of memes. In addition, nine in-depth interviews were carried out and a part of them were used as sources for the production of three transmedia journalistic formats: a multimedia report, a podcast and a meme about vaccines, which shows that humor can be used to inform, becoming in this way into a powerful educommunicational instrument in the combat against misinformation.

Keywords: Pandemic, Facebook, humor, transmediality, young audiences

A Manera de Introducción

El 31 de diciembre de 2019, la Comisión Municipal de Salud de Wuhan, China, notificó a la Organización Mundial de la Salud –OMS– que se había registrado un nuevo tipo de coronavirus, ahora conocido como Covid-19, entre sus habitantes. El virus llegó a Ecuador el 29 de febrero de 2020, convirtiéndolo así en el tercer país de Latinoamérica en registrar un caso de este nuevo virus. A mediados de marzo, con la declaración de emergencia nacional y las medidas de confinamiento impuestas por el gobierno ecuatoriano, los ciudadanos tuvieron la obligación de quedarse en sus hogares donde la tecnología acentuó los cambios en nuestra forma de incorporar la información, como ya lo advirtiera Pascual Serrano en la segunda década de este siglo (2013,10).

Desde ese mes, lo digital se fortaleció como característica del lugar de trabajo, la educación e, incluso, las relaciones sociales, por medio del uso del Internet y sus distintos entornos, como las redes sociales, donde confluyeron la información, la saturación informativa y la desinformación. En distintos soportes y formatos mediáticos, los contenidos llegaron y en el caso de los *millennials*, también llamados la generación de “los nativos digitales” (Cevallos, 2017), entre los de mayor preferencia estuvieron los contenidos humorísticos en redes sociales.

Según un estudio de Fundación Telefónica, los jóvenes ecuatorianos, específicamente los *millennials* -personas que hoy tienen entre 24 y 40 años de edad-, afirman que, por la tecnología, “su forma de acceder a las noticias ha cambiado por completo” (Gutiérrez-Rubí, 2016, 15-23). Además, ese estudio evidencia que informarse a través de las redes sociales es una de las principales actividades realizadas por los *millennials*, esto sin tomar en cuenta el origen y el grado de veracidad que tenga la información que circula en estas plataformas *online*.

En Ecuador, la red social con más usuarios es Facebook, con una cantidad total de 13 millones de personas que la utilizan. El estudio Ecuador Estado Digital (Del Alcázar, 2020) revela que en el país las redes sociales son el segundo canal de acceso para los cibernautas *millennials*, quienes están acostumbrados a recibir información a través de videos cortos, imágenes que contengan un breve resumen de la noticia y de memes, los cuales surgieron en gran cantidad durante la pandemia de COVID-19.

Hoy en día, gracias a las infinitas oportunidades que el Internet ofrece para la comunicación, la información puede ser obtenida incluso a través del humor, como sucede en el caso de los memes. El sociólogo Erly Ruiz (2020) explica que la circunstancia pandémica es un importante momento del “mor”: Amor, temor y humor. “Aunque indudablemente

el temor brota como el estado más típico y el amor se formula como una suerte de estabilización en todas sus variantes, el humor a través de los memes crea representaciones inmediatas sobre la situación” (p. 7).

Esta cita ayuda a entender que los memes, a pesar de tener un sentido humorístico, han surgido como una respuesta para explicar u opinar sobre temas bajo los que hay gran incertidumbre. Pero, aunque los memes funcionen como mecanismo de defensa o, incluso, como sesión terapéutica para algunos, estos pueden llegar a tener un lado oscuro: la desinformación.

De acuerdo con Gabriel Pérez Salazar (2020), durante la pandemia estas imágenes “ganaron espacio respondiendo de manera rápida, creativa y diversa a hechos y situaciones que se insertan en el menú informativo, llegando a muchas personas a través de las redes sociales” (p. 11). Pero esa presencia tuvo información contaminada.

El artículo “Impacto del COVID-19 en el sistema de medios: consecuencias comunicativas y democráticas del consumo de noticias durante el brote” registra que la expansión mundial del virus “vino acompañada de una gran circulación de noticias falsas” (Casero-Ripollés, 2020, p. 8). Esta afirmación nace desde el análisis de las cifras arrojadas por la base de datos CoronaVirusFact Alliance, la cual registró 3.800 engaños relacionados con el coronavirus circulando por todo el mundo, solamente hasta mediados de abril de 2020. El

artículo también afirma que el origen de esta desinformación se puede dar por el hecho de que la fuente principal para leer noticias a nivel global fueron las redes sociales, como Facebook e Instagram.

En esa base de datos no hay pistas sobre los memes; por lo que se puede decir que la producción académica sobre el consumo de estos contenidos humorísticos durante el contexto de la pandemia por COVID-19 ha sido escasa. Al ser esta una nueva pandemia al igual que su relación con el consumo de memes por parte de los usuarios de la web, esta problemática no ha sido estudiada por los académicos en los campos del periodismo o de la comunicación.

Aunque a nivel nacional, los académicos sí han tomado en cuenta el uso del “humor periodístico” para tratar a la pandemia del COVID-19. Esto lo han hecho solamente desde la mirada de las caricaturas publicadas en los diarios nacionales como es en el caso del trabajo de Bravo, Larrea y Ruales (Bravo y Galindo, 2020, p. 3). Los memes, por otra parte, han sido estudiados por la academia ecuatoriana, pero no desde una mirada del periodismo de salud, sino que vistos como una nueva forma de ejercer el periodismo dentro de un contexto político (Romero y Andrade, 2016, p. 4) o el uso de los mismos en épocas de campañas preelectorales (Carrión, 2020, p.6).

En cuanto a los estudios nacionales realizados dentro del área del periodismo científico, la ponencia de Cruz y Orbe es importante ya que en la misma se habla sobre una doble pandemia en Ecuador: el COVID-19 y la desinformación que se ha incrementado como consecuencia de la misma (2020, p. 6). Ahora, con respecto a otras pandemias que han afectado al país y al mundo, existen algunos trabajos académicos que se han enfocado en el tratamiento periodístico que se les ha dado a las mismas, tal como es el caso de la investigación sobre el Zika de Orbe, Tituaña y Samson (2020, p. 196) o sobre la AH1N1 de Amoroso (2020).

Con respecto a los trabajos académicos que se han realizado sobre los contenidos digitales y la pandemia, el estudio de M. Rossi enfatiza la importancia del periodismo de salud en la era digital, especialmente en el contexto de la COVID-19, en donde “la información debe ser cuidadosamente difundida por los medios de comunicación, debido a que el periodista se convierte en un intermediario entre la información científica y la población” (2020, p.17).

Si bien hay trabajos sobre las pandemias desde la mirada de los contenidos informativos, no existe una investigación de las mismas desde el humor; de allí que este artículo registre los resultados de una investigación que analizó las características del consumo de información y humor de la COVID-19, específicamente alrededor de ocho memes, por parte de los *millen-*

nials ecuatorianos durante el primer trimestre del estado de emergencia sanitaria impuesto por el gobierno – desde el 29 de febrero hasta el 31 de mayo-. A partir de ese propósito, se fijó uno práctico: Diseñar productos periodísticos para Internet y sus entornos digitales que, en conjunto, constituyan una propuesta de una sola narración transmedia de lucha contra la desinformación. Es así como ambos objetivos respondieron a la pregunta de investigación: ¿Qué características tuvo el consumo de información de los *millennials* a través de los memes? A partir de la cual se desprendieron dos interrogantes más: ¿Cuál es la relación entre memes y desinformación? Ante esa relación, ¿hay posibilidad de construir representaciones humorísticas sobre la pandemia de la COVID-19 desde enfoques educacionales e informativos?

Marco Referencial

En la web se producen contenidos masivos e instantáneos que incluyen, principalmente, imágenes, videos cortos y otros formatos interactivos. Entre estos últimos se encuentran los memes que son fenómenos virales, denominados de esta manera por cómo se reproducen y replican en el ciberespacio.

Mejía explica que los mismos “están presentes en cada acontecimiento local, nacional e internacional” (2019, p. 7). Esa presencia tiene explicación en su origen: El concepto inicial se le atribuye al biólogo inglés Richard Dawkins, quien, según la Real Academia Española, usó el término memes

para referirse a un rasgo cultural o de conducta que se transmite por imitación de persona a persona o de generación en generación.

Para él, a través del meme y la imitación, los seres humanos asimilan la información cultural, las ideas, las costumbres y los tipos de lenguaje que han sido generadas por una sociedad. En ese reflejo de la realidad, no obstante, pueden darse distorsiones o trastornos de la información.

La desinformación es uno de ellos y se caracteriza por información falsa y creada deliberadamente para dañar a personas e instituciones, incluyendo la institucionalidad democrática (Warlde y Derakhshan, 2017 citado en Cruz y Orbe, 2020). Como fenómeno social, la desinformación no es nueva en la historia de la comunicación humana, este trastorno ha tomado fuerza, precisamente, por la libertad que el internet y, sobre todo, que las redes sociales como Facebook les han otorgado a los cibernautas. De allí que Warlde y Derakhshan sostengan que hay una contaminación de la información a escala mundial, por medio de la tecnología. Esa polución informativa tiene distintas motivaciones como formatos y técnicas para difundirse, sin que sea posible la cuantificación de sus efectos.

En el caso de Ecuador, la desinformación estuvo latente desde 2009, según registros académicos, y creció en octubre

de 2019, con las protestas por las medidas económicas que anunció y derogó el gobierno de Lenín Moreno (2020, pp. 5-6). Siguió en aumento con la crisis sanitaria por COVID-19, constituyéndose también en un “virus para la democracia”, como lo señalan S. Coughlan y P. Valadier (Citados en Tusa y Durán, 2019).

En la pandemia, este trastorno de la información se ha sentido, principalmente, en Internet, redes sociales y aplicaciones de mensajería privada donde, como lo explican Cortázar Rodríguez, los memes tienen fuentes de origen variadas. “Son un nuevo vehículo mediante el cual circulan los rumores y las leyendas urbanas, constituyen un comentario sobre la actualidad y son una forma de presentación de sí” (2014, p. 192).

Además, al albergarse en la web, los memes pueden persistir y trascender alcanzando a millones de personas que se identifiquen e informen a partir de lo que ven en esas imágenes, generando de esta manera una interacción y comunicación entre los cibernautas y los medios periodísticos a través del humor.

Según Cruz et. ál. (2016), lo humorístico atrae a los públicos mediáticos en el país. El humor fue la marca de las ficciones ecuatorianas que tuvieron altos índices de audiencia entre 2010 y 2015 y, al mismo tiempo, se han constituido en estudios de caso sobre interacciones con las audiencias por medios

de comunicación distintos a la televisión. En la actualidad, el humor ha migrado al Internet, las redes sociales y todo lo que conforma el ciberespacio, el cual se expresa en “el uso, prácticas y códigos desplegados en las comunidades virtuales” (Cucurella, 1999, pp. 7, 93).

De esta forma, alrededor del humor los usuarios digitales no solo sienten que un contenido representa una situación, sino que, también, tienen la posibilidad de compartir, interactuar e, incluso, producir construcciones de sentido con humor, desde una mirada más personal.

Esas acciones son importantes desde un enfoque de la educomunicación que, como dice Mario Kaplún, tiene como objetivo fundamental “potenciar a los educandos como emisores, ofreciéndoles posibilidades, estímulos y capacitación para la autogeneración de mensajes” (Barbas, 2012, p. 161).

Alrededor de los mensajes, según el mismo Kaplún, hay posibilidad de que las audiencias realicen análisis, discusión y participación (2012, p. 161). En ese sentido, el meme y su consumo se presentan como un espacio para la construcción y el intercambio de sentidos que orientados a una capacitación educomunicacional abren posibilidades de relacionar el humor con un discurso informativo transmediático.

Siguiendo la propuesta de Stubbs (Citado en Van Dijk y Rodrigo, 1999), el discurso responde a una organización del lenguaje más allá de la oración, alrededor de la cual se dialo-

ga o interactúa en contextos sociales.

Uno de esos contextos es Internet donde el discurso puede ser transmedia. Ese tipo de contenidos buscan “desarrollar una nueva forma de lenguaje para construir historias que se relacionan entre sí innumerables veces a través de varios vínculos y caminos” (Renó, 2013, p. 9-13).

Alrededor de lo transmedia en el periodismo Denis Renó explica que el periodista nunca deja de adaptarse y actualmente, al vivir en un entorno digital en el que el oficio evoluciona con mayor rapidez, es importante saber que las imágenes y el texto ya no son suficientes para satisfacer a las audiencias.

Es por esto que el meme apunta a llegar a públicos diversos, con textos cortos y con referencias dentro de más referencias, creando así un lenguaje propio que se adapta a todo tipo de situaciones, entrelazando a la cultura popular con la coyuntura de una manera rápida, participativa y, sobre todo, accesible.

Metodología

Este artículo registra los resultados de una investigación cualitativa que utilizó la etnografía virtual, como método, y con una observación estructurada en Facebook, a partir de las cuales se obtuvieron datos cuanti-cualitativos. Este diseño metodológico se aplicó en las páginas ecuatorianas más populares de memes, específicamente en la red social seleccio-

nada, la cual, según el estudio Ecuador Estado Digital, es la red que tiene más usuarios en el país, “con una cantidad total de 13 millones de personas” (Del Alcázar, 2020, pp. 11-36).

De acuerdo con Christine Hine, “la etnografía virtual se adapta al propósito práctico y real de explorar las relaciones en las interacciones mediadas, aunque no sean “cosas reales” (2004, p. 82). Además, este método virtual “funciona como un módulo que problematiza el uso de Internet” (2004, p. 82).

Esa interacción mediada por la tecnología se dio alrededor de ocho memes, que se constituyeron en las unidades de análisis. Esos contenidos fueron ubicados en seis cuentas de Facebook, con varios miles de seguidores como se muestra en la Tabla 1.

Tabla No.1

Cuentas de Facebook analizadas, según número de seguidores y de “me gusta”

Cuenta de Facebook	Número de seguidores	Número de “me gusta”
El Universo	151.269	144.478
El Mercio	222. 723	222. 228
El Mercio	44. 243	44. 049
Ecuawave	164. 593	150. 221
Ratas, ratones y memeros	43. 621	40. 703
Memes Ecuador	9.015	8.557

Nota: Elaborado por Doménica Rivadeneyra

Las tres primeras cuentas se seleccionaron porque desde sus nombres dan cuenta de que son una burla a tres medios ecuatorianos con cobertura nacional. Sus memes incluyen titulares de noticias falsas con humorística, siguiendo la tipología y diseño de las versiones digitales de esos periódicos.

Las otras tres cuentas, en cambio, se seleccionaron por ser humorísticas. Por lo tanto, si bien sus memes pueden llegar a ser desinformativos, las imágenes que las mismas publican siempre están apoyadas en las situaciones coyunturales vistas desde el humor.

A los memes se los seleccionó porque fueron los más compartidos durante la pandemia y por el alcance que estos tuvieron en números de compartidos y número de reacciones.

La fecha inicial del análisis fue el 29 de febrero, cuando se registró el primer caso de COVID-19 en el país, mientras que la fecha final fue el 31 de mayo. A partir de la selección de los memes, se diseñó una matriz de datos que fue construida con el objetivo de caracterizar el contenido humorístico para, luego, proceder con el análisis de consumo de los mismos. Frente a esto, dentro de la matriz se tomó en cuenta a las siguientes variables que se dividieron en tres niveles de análisis:

Primer nivel-Datos de identificación:

1. Cuenta de Facebook
2. Enlace
3. Fecha

4. Temas: salud, cuarentena, prevención, animales y medio ambiente y política
5. Elementos de contenido: fotografías, animación, texto y captura de tweets.

Segundo nivel-Características de contenido:

6. Tipo de meme: humorístico, informativo, desinformativo y sátira política
7. Tipo de contenido: contenido personal, genérico y uso de *hashtags*
8. Tipo de lenguaje usado: explicativo, enunciativo, exhortativo e interrogativo

Tercer nivel-Características de consumo:

9. Número de reacciones de los usuarios
10. Número de comentarios en cada meme
11. Número de veces que el meme fue compartido

Fue importante centrarse solamente en Facebook ya que, de acuerdo con un comunicado del Ministerio de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información -Mintel- “para muchas personas, el uso de esta red social es algo normal como un mecanismo para informar e informarse” (2020). Además, en el comunicado de dicho ministerio, son las personas entre los 15 y los 29 años quienes más usan redes sociales en Ecuador, en su mayoría desde un *smartphone*.

En cuanto a los *millennials*, en el Ecuador hay un total de 3,9 millones, por lo que, en comparación con la población

actual, estos representarían un 23,2% de la población total. Aunque se considera como *millennials* a aquellas personas que tienen entre 24 y 40 años, como son las personas entre los 15 y los 29 quienes más usan redes sociales, este trabajo se centró principalmente en entrevistar a un grupo de personas que tengan entre 22 y 29 años, para que así se cumpla con el objetivo de estudiar a los *millennials*.

Para completar la investigación se utilizaron dos herramientas web de búsqueda avanzada a partir de las imágenes. Con el tradicional 'Google Imágenes', se puede ver un panorama general de los sitios web en donde una imagen ha sido publicada, el sitio también arroja un listado de imágenes similares a la buscada y otras versiones que hay de la misma.

Pero, por el hecho de que el contexto que esta herramienta ofrece es muy general, la información se complementó usando 'TinEye', otro buscador de imágenes que permite al usuario saber el número de veces que dicha imagen aparece en internet y también se puede filtrar la búsqueda por fecha, para así saber cómo se originó y dónde estuvo el meme que se estaba buscando.

A partir de los datos de la observación a los contenidos y sus usuarios, se aplicaron nueve entrevistas en profundidad a los sujetos de estudio -consumidores *millennials*-, expertos en el tema y creadores de páginas de memes. Así, de los cuestionarios aplicados a los jóvenes ecuatorianos cuyas edades oscilan entre los 22 y los 32 años de edad, se obtuvo material fundamental en el

que la voz que lidera la investigación fue la de los *millennials*.

También se entrevistó a uno de los creadores de memes más populares del país, quien además de ser *millennial* pudo complementar su visión del meme como medio informativo sin dejar de ser humorístico no solo desde una perspectiva del creador sino también de consumidor. Y, finalmente para comprobar la pregunta de investigación, se entrevistó a los expertos Darwin Franco, investigador y docente de la Universidad de Guadalajara, y Sofía Cabrera, investigadora en el Observatorio Interuniversitario de Medios Ecuatorianos, quienes pudieron darle al estudio un enfoque no solo académico sino educomunicacional e informativo, basándose en cómo el periodismo se adapta y los retos que la profesión tiene, especialmente en tiempos de pandemia, en donde la incertidumbre prima y las audiencias son cada vez más exigentes y requieren ser formadas.

Con las entrevistas y los otros materiales de apoyo anteriormente mencionados, se diseñaron tres productos multimedia, todos albergados en una página web a la cual se la denominó “Humor Viral” (2021). Este proyecto mediático que se desarrolló en un lapso de dos meses y medio, desde octubre de 2020 hasta mediados de diciembre del mismo año, se enfocó en la realización de propuestas periodísticas transmedia para ver al meme como algo más que un simple producto humorístico. Es decir, se apuntó a darle un uso informativo, transmediático y educomunicativo.

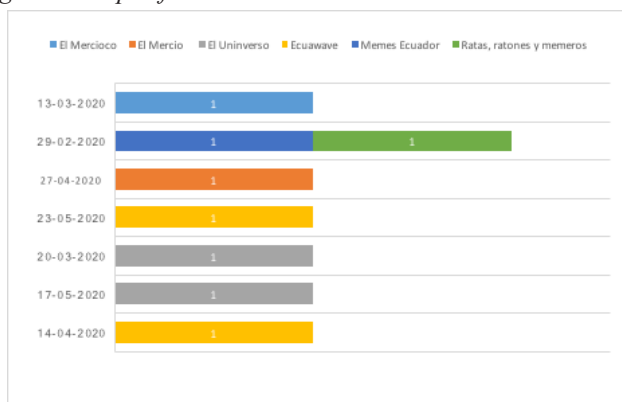
Hallazgos

Entre el 29 de febrero y el 31 de mayo se recopilaron ocho memes sobre la pandemia de COVID-19 en Ecuador, a partir de los cuales se tuvo una perspectiva general de la producción de estos contenidos que “se transmiten por imitación de persona a persona o de generación en generación”.

En esos tres meses, la producción de memes fue sostenida en el tiempo de análisis, sin embargo, no fue masiva. Como lo registra la figura a continuación, el promedio mensual de difusión fue de dos memes, no obstante, en febrero esa producción se concentró en un solo día: el 29 de febrero. Esa fecha fue la misma en la que el Ministerio de Salud Pública confirmó la llegada del primer caso de COVID-19 al país.

Figura No. 1

Memes generados por fecha



Nota: Elaborado por: Doménica Rivadeneyra. Fuente: El Mercio, El Mercio, El Universo, Ecuawave, Memes Ecuador y Ratat, ratones y memeros.

En la Figura No. 1 también se puede observar que las cuentas de Facebook El Universo y Ecuawave fueron las que más publicaciones hicieron durante el trimestre analizado, con un total del 25% de los memes respectivamente. En total, concentraron el 50% del total de las difusiones.

En una entrevista, el creador de memes de la página Ecuawave, quien maneja cuentas tanto en Facebook como en Instagram, sobre la primera de esas redes dijo:

[...] es una red social mucho más abrasiva que Instagram, ahí los contenidos se difunden mucho más rápido, al igual que los comentarios y los compartidos, por lo que puedo decir que la interacción en esta red incluso se puede describir como salvaje, a comparación de Instagram en donde mis seguidores son más segmentados y donde siento que tengo una comunidad más específica (Hidrobo, comunicación personal, 2020).

Esta apreciación entre Facebook e Instagram lo confirma una usuaria de Facebook, Francisca Sojos, quien, a pesar de no ser una seguidora de cuenta de memes, compartió el meme que más veces fue compartido -dentro de los estudiados- porque sus amigos son usuarios de cuentas como El Universo, Ecuawave o El Mercico y los difunden.

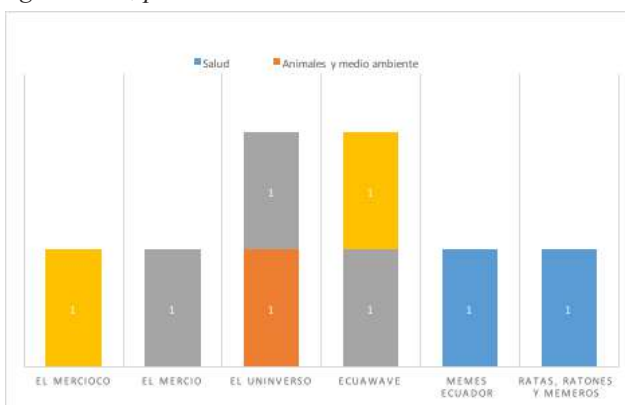
Esa percepción evidencia que el consumo de memes no está anclado al seguimiento de cuentas humorísticas en Facebook, sino que el flujo y la inmediatez de las redes hacen que estos

memes lleguen a múltiples usuarios sin filtros, en su sección de noticias.

Como se puede observar en la siguiente figura que se relaciona con el nivel de análisis de las características de los contenidos, con respecto a estos dos memes generados por las cuentas de El Univero y de Ecuawave durante el 20 de marzo, 14 de abril, 17 de mayo y el 23 de mayo, respectivamente, se puede decir que la mitad de su contenido se basó en la cuarentena, que fue el tema más popular entre todos los memes generados durante este primer trimestre de estado de excepción. Esto sin contar aquellos que mezclaron los temas de la Covid-19 con la política, que también fueron bastante populares durante este tiempo.

Figura No. 2

Memes generados, por temática



Nota: Elaborado por: Doménica Rivadeneyra, con fuente de El Merciooco, El Mercio, El Univero, Ecuawave, Memes Ecuador y Ratas, ratones y memeros.

Como se mencionó anteriormente, con un total del 37,5 % el tema de la cuarentena fue el más popular entre las imágenes humorísticas generadas por las distintas cuentas de la red social Facebook. Sin embargo, en este gráfico también se puede ver que los memes sobre salud y de política fueron importantes durante el trimestre de febrero a mayo, ocupando un total del 25% por cada tema. Y por último estuvieron los memes sobre animales y medio ambiente, que representaron solamente el 12,5 % del total.

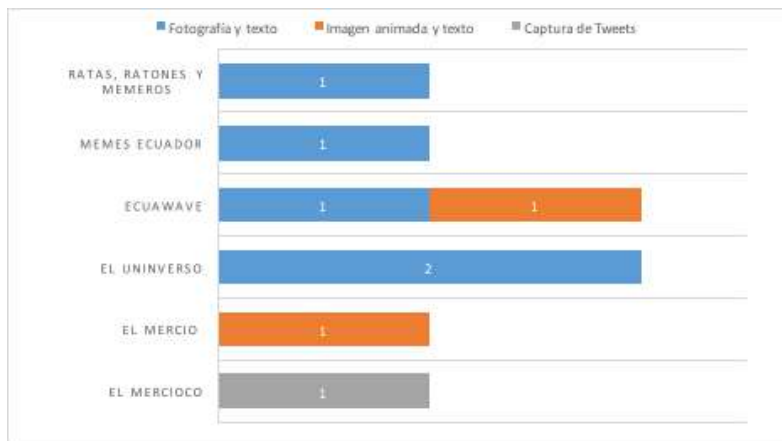
Volviendo a lo que el informante Hidrobo mencionó sobre cómo crea memes, es importante destacar que de acuerdo con él no sólo son relevantes los temas que trata sino conocer a su audiencia, que son las nuevas generaciones. Para él, estas “entienden más una situación política si es que las explicas a través de memes; ya que para ellos son un formato más digerible que una noticia de un periódico tradicional, por ejemplo” (Comunicado personal, 2020).

Además, Hidrobo mencionó que los memes también pueden desinformar, pero todo depende de la intención que tengan sus creadores.

Lo que yo quiero hacer con mis memes es decir lo que no se dice y decirlo de una forma que sea irónica y humorística, sin dejar de hacer una crítica social, para que a la final sí les llegue un mensaje a las audiencias. (Comunicado personal, 2020)

Figura No. 3

Elementos de contenido de los memes



Nota: Elaborado por: Doménica Rivadeneyra con fuente: El Mercio, El Mercio, El Univero, Ecuawave, Memes Ecuador y Ratras, ratones y memeros.

De acuerdo con la figura anterior, la cual registra cuáles fueron los elementos que han usado las diferentes cuentas de Facebook para ilustrar estas temáticas en sus memes, se puede decir que el recurso gráfico de la combinación de fotografía y texto fue el más usado por los creadores de memes. Siendo así que, de los ocho memes analizados en este estudio, cinco estuvieron compuestos por una fotografía con texto.

En la Figura No. 3, también, se puede observar que, con un 62,5 % del total de memes, las cuentas de Ratras, ratones

y memeros, El Univero, Memes Ecuador y Ecuawave optaron por usar una combinación de fotografía y texto. Por otra parte, el 25 % de los memes usó como recurso gráfico la combinación de una imagen animada y texto, como es en el caso de El Mercio y de Ecuawave. Y, por último, la captura de tweets fue el recurso menos usado por los creadores, ya que su uso solo se pudo ver en uno de los memes elaborado por la cuenta El Mercio.

Para ilustrar de mejor manera lo que se ha explicado en la Figura No. 3, a continuación, se ha colocado un ejemplo de los diferentes elementos de contenido que puede tener un meme. El meme es de la cuenta de Facebook El Univero, el cual ha basado su contenido en la creación de una imagen falsa y un titular con las mismas características que hablan sobre un supuesto cambio positivo en el medio ambiente por la pandemia de COVID-19 (Figura No. 4).

Este meme contribuyó, de cierta manera, a las fake news que se generaron en la cuarentena, al trastornar elementos gráficos como el logo del medio real -El Univero-, los colores que usa el mismo medio para presentar sus titulares, el mismo tipo de texto y por supuesto una fotografía manipulada para colocar delfines dentro del río Machángara.

Figura No. 4

Ejemplo de meme compuesto por una fotografía y texto. Imagen tomada de la cuenta de Facebook “El Uninverso”



Nota: Elaborado por Doménica Rivadeneyra

Como se mencionó anteriormente, este es un meme que, al ser una noticia falsa, está dentro de aquellos memes que además de ser humorísticos, son desinformativos, algo que se detallará a continuación.

En la Figura No. 5, se han dividido a las imágenes estudiadas en cuatro categorías según el tipo de meme que sean, es decir, si son informativos, desinformativos, humorísticos o de sátira política.

Figura No. 5
Tipos de memes



Nota: Elaborado por Doménica Rivadeneyra con fuente en El Mercio, El Mercio, El Univero, Ecuawave, Memes Ecuador y Ratras, ratones y memeros.

En términos generales, se puede decir que la mayoría de los memes generados estuvo dentro de la categoría humorísticos. Esto significa que, a pesar de que, si bien estos memes están

basados en un hecho real, los mismos no cumplieron con ningún criterio informativo o desinformativo, sino que solamente existen para el mero entretenimiento de las audiencias que los consumen.

En este gráfico también se puede ver que, como se dijo anteriormente, los memes humorísticos fueron los más populares durante este primer trimestre de estado de excepción con un 37,5 % del total. Sin embargo, esta categoría se dividió en dos tipos de memes más, que son aquellos que además de ser humorísticos son informativos o desinformativos.

Entonces, en el caso de los memes analizados, se pudo observar que del total de imágenes publicadas un 25 % fue de carácter desinformativo, 12, 5% de los mismos fue informativo y el otro 25% restante fue de sátira política.

En este análisis se dividió a las diferentes imágenes humorísticas según sus características visuales y lo que las mismas han logrado expresar de acuerdo a sus diferentes temáticas. Es decir que, a partir de saber qué es lo que cada meme contiene, fue importante clasificar si estas fotografías, animaciones o textos fueron un contenido personal o genérico.

Entonces, a continuación, se han adjuntado dos ejemplos de memes que se hicieron virales por las cuentas de Facebook Ecuawave y Ratas, ratones y memeros, mismas que, junto con El Univero fueron las cuentas que más popularidad tuvieron durante el primer trimestre del estado de excepción.

Figura No. 6

Ejemplo de meme hecho con contenido personal



Fuente: Meme tomado de la cuenta de Facebook “Ecuawave”

Este meme, creado por la cuenta de Facebook Ecuawave, es importante ya que a la vez que el mismo cumple con el papel de ser un meme de sátira política, el mismo está de alguna forma informando a la ciudadanía sobre lo que sucedió con la alcaldesa de la ciudad de Guayaquil, Cynthia Viteri, el 18 y 19 de marzo del 2020.

El 18 de marzo, la alcaldesa de esta ciudad alcanzó mayor exposición mediática después de que ordenó bloquear con autos la pista del aeropuerto José Joaquín de Olmedo para impedir el aterrizaje de un avión de la aerolínea Iberia, como medida de protección por la pandemia del coronavirus. Horas después de este acontecimiento, la Fiscalía anunció que se investigaría a Viteri por la presunta obstaculización de tareas sanitarias y humanitarias, por lo que las autoridades informaron que la alcaldesa tendría que pagar “por las consecuencias de sus actos”, como informa el diario El Comercio.

Un día después, Viteri confirmó que había salido positivo al virus, por lo que los trámites sobre el delito que se había cometido no pudieron ser procesados. Entonces, a pesar de que este meme fue publicado el 23 de mayo del 2020, para que las personas puedan entender el tono humorístico de esta imagen, tuvieron que haberse informado sobre lo sucedido con Viteri en aquellas fechas, por lo que se puede calificar a este como un meme que informa a través del humor.

El contenido del mismo es de carácter personal porque, aunque la imagen originalmente pertenece a la película animada Kung Fu Panda, el creador del meme ha hecho un montaje de los personajes con la cara de la alcaldesa, uniendo esta imagen al titular del diario El Comercio sobre un acontecimiento parecido en Perú.

Figura No. 7

Ejemplo de meme con contenido genérico



Fuente: Meme tomado de la cuenta de Facebook “Ratas, ratones y memeros”

En la Figura No. 7, se puede ver el segundo ejemplo de meme. En este caso la imagen cumple con la característica de ser una publicación con contenido genérico, es decir que, es un meme que utiliza una imagen que ya se ha usado muchas veces para expresar la misma emoción de pánico frente a un acontecimiento.

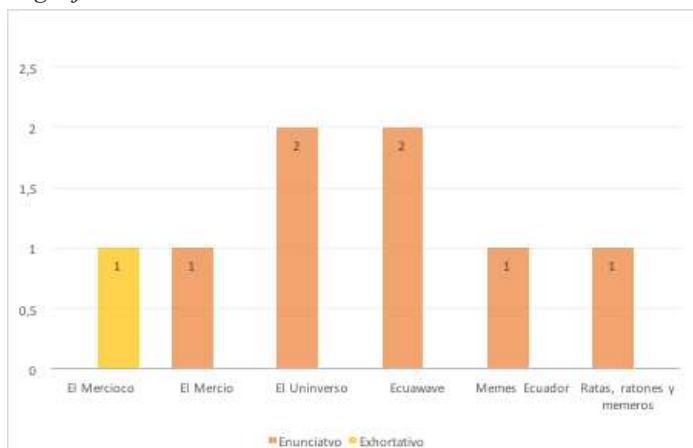
En este caso, el meme es de tipo informativo y humorístico, ya que el mismo fue publicado el 29 de febrero, fecha en la cual se confirmó la llegada del primer caso de coronavirus al país. Este

meme se compone de dos imágenes que se usaron en otros memes: Una es la captura del titular del diario El Universo anunciando lo que sucede, y la otra es una imagen tomada de la película Titanic en la que los músicos se despiden porque ya ven que su muerte está cerca. Entonces, el meme es informativo porque está anunciando algo que sí era real, que es que el COVID-19, pero a la vez es humorístico por hacer referencia al filme Titanic.

Después de haber evaluado los elementos de contenido, los diferentes tipos de memes que hay y sus respectivas características visuales, se analizó el tipo de lenguaje que estos memes usaron. En la siguiente figura se puede observar que el lenguaje enunciativo y el exhortativo fueron los que dominaron en la producción de los memes.

Figura No. 8

Tipo de lenguaje usado en los memes



Fuente: Elaborado por: Doménica Rivadeneyra con fuente en El Merocioco, El Mercio, El Uninverso, Ecuawave, Memes Ecuador y Ratas, ratones y memeros.







Pero, como se puede ver en la Figura No. 8, de los ocho memes analizados en este trabajo, solamente uno tuvo una publicación de carácter exhortativo. Por lo tanto, se puede decir que, en un 87,5 % del total, los memes sobre el Covid-19 en Ecuador utilizaron al lenguaje enunciativo como principal formato de comunicación, mientras que solamente el 12,5 % de los memes fueron exhortativos frente a sus audiencias, quienes interactúan con estos memes a diario.

En relación con la interacción alrededor de los memes, se realizó una tabla en la cual se divide a la popularidad de cada meme según las tres diferentes categorías que la red social Facebook ofrece para la interacción de las audiencias: las reacciones, los comentarios y el número de compartidos.

Tabla No. 2

Interacción de cada meme: Número de reacciones, comentarios y veces compartidas.

Cuenta de facebook	Meme	Número de reacciones	Número de comentarios	Número de veces que el meme se compartió
Ratas, ratones y memeros		364	29	541
El Merciooco		592	11	665

El Univero 1		1901	256	1271
El Univero 2		509	97	124
Ecuawave 1		1340	39	671
Ecuawave 2		929	6	292
El Mercio		2421	90	1100
Memes Ecuador		65	1	37

Nota: Elaborado por Doménica Rivadeneyra

Como se puede observar en esta tabla, el primer meme de la cuenta de Facebook El Univero, fue el que tuvo el mayor número de comentarios y de compartidos, con un total de 256 comentarios y 1251 veces compartido. Pero, por otra parte,

en cuanto al número de reacciones, el meme que más interacción obtuvo fue el de la cuenta de Facebook El Mercio, que además de tener un total de 2421 reacciones, fue el segundo meme con el mayor número de compartidos.

Ahora, con respecto a los memes que tuvieron menos interacción por parte de las audiencias, según la tabla, la imagen humorística de la cuenta de Facebook Memes Ecuador es el meme que menos reacciones, comentarios y compartidos tuvo. De todas las interacciones que tuvo esta imagen, solamente el 1% pertenece a los comentarios, el 36% a los compartidos y el 63% de las interacciones es de las reacciones de los usuarios.

A partir de estos hallazgos, se diseñó y ejecutó un proyecto multimedia que, como se ha mencionado antes, se tituló “Humor Viral”. Este es una página web que nace a partir de la combinación del periodismo con la investigación académica. En el mismo se pueden encontrar varios formatos como el reportaje transmedia, un *podcast*, una galería y una encuesta, que fueron construidos con un sentido educacional.

El tema abordado en los diferentes formatos multimedia fue el de los memes como discurso informativo, haciendo énfasis en la importancia de la intención bajo la cual se manejen los mismos y el rol de los elementos visuales dentro de la información, ya que las audiencias claramente prefieren consumir este tipo de contenido.

En el caso del reportaje transmedia, el mismo consiste de una historia principal que se vincula con otras microhistorias. Se centró en el relato de la experiencia de una usuaria de Facebook, quien compartió un meme de la cuenta satírica El Universo, una página que publica imágenes que normalmente están disfrazadas de noticias oficiales. Aunque esta historia pudo haber funcionado para ir en contra de los memes y decir que desinforman, el reto principal en esta historia fue darle la vuelta a lo que se ve a simple vista y analizar que finalmente en el amplio mundo de la web: No se puede asumir cuáles son las lecturas que los demás le darán al contenido que a diario se publica en las redes.

Figura No. 9

Reportaje transmedia



Para el *podcast*, se trabajó en un reportaje radial de una duración de 6 minutos con 30 segundos. Para este formato, se buscó romper con lo tradicional y tener un *podcast* que no

solo se pueda escuchar sino también ver, es decir, con imágenes en movimiento. Para la puesta en escena de este material audiovisual que pretende darles la voz principal a los *millennials*, se utilizaron las entrevistas hechas en la investigación académica, encuestas y varios datos que se recopilieron de los resultados del estudio académico.

Figura No. 10

Podcast Millennials: ¿Prefieren informarse con un meme o a través de un medio tradicional?



El podcast *Millennials: ¿Prefieren informarse con un meme o a través de un medio tradicional?* se tituló de esta manera porque después de haber analizado cuáles son las preferencias de los jóvenes al momento de informarse, se obtuvieron muchas respuestas que los medios no están tomando en cuenta, tales como: el tiempo de lectura que estos tienen y qué tanta atención le prestan a una noticia que está escrita de manera tradicional.

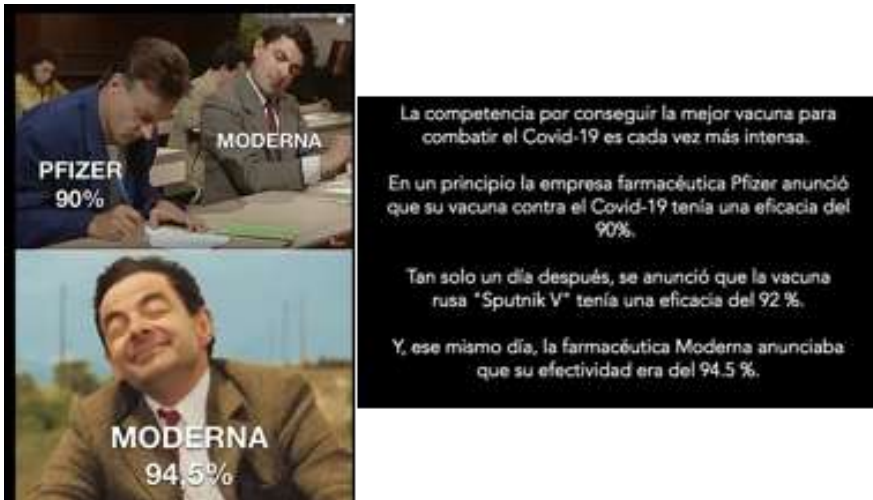
Es por esta razón que los principales aportes no solo del reportaje transmedia, del podcast y de la investigación tienen que ver con despertar al medio periodístico y ver que hoy en día existen una infinidad de herramientas para poder captar la atención de los *millennials*, una generación que cada día busca innovar su forma de consumir contenido.

Finalmente, en la página web Humor Viral, se ubicó una propuesta de un meme que informe sin dejar de lado su lado jocoso, que tanto disfrutaran las audiencias, haciendo un balance perfecto de lo tradicional y lo moderno, combinado con lo educativo y con la transmedialidad.

La meta que tuvo esta propuesta final del meme informativo es poder llegar al objetivo que busca la acción educativa, el cual, según explica Barbas, es lograr que haya una práctica y un proceso de “aprendizaje colaborativo, en donde conocer es comunicar y es dialogar” (2012, p. 165). Así, el componente transmediático de la propuesta del meme es una invitación que la imagen humorística hace a los usuarios al ser difundida a través de redes sociales, en varios dispositivos al mismo tiempo, generando de esta manera, una difusión interactiva, inmediata y participativa.

Figura No. 11

Propuesta de meme informativo



Discusión y Conclusiones

De acuerdo con lo expuesto, es evidente que la producción y difusión de memes coincide con la agenda diaria de hechos actuales locales, nacionales e internacionales, como lo ha sido la pandemia, en los medios de comunicación.

A partir de la crisis sanitaria por COVID-19, que el 29 de febrero del año pasado tuvo el primer caso confirmado en Ecuador, las cuentas de redes sociales con contenidos humorísticos lo hicieron alrededor del virus. En el caso del Ecuador, esos contenidos fueron permanentes, pero no masivos, principalmente alrededor de temas relacionados con la pandemia, pero, también, hubo asuntos de la coyuntura política.

Durante el periodo de estudio, se observó que mientras los casos de víctimas y contagiados se multiplicaban, también, las cuentas humorísticas de Facebook aumentaron no solo su frecuencia de publicación, sino que las mismas cambiaron su agenda temática; por lo que dejaron de hacer contenido con asuntos varios para enfocarse solamente en memes sobre COVID-19. Y es que esta enfermedad respiratoria era, también, de interés de los internautas, incluyendo a los *millennials* de esa red social.

A pesar de que autores, como Cortázar Rodríguez, sostengan que los memes que circulan en las redes “son un nuevo vehículo mediante el cual circulan los rumores y las leyendas urbanas, constituyen un comentario sobre la actualidad y son una forma de presentación de sí” (2014, p. 192), se puede decir, que a partir de lo investigado, el meme tiene una intención comunicacional más allá de lo humorístico o los datos no confirmados.

De allí que su consumo sea independiente a individuos o cuentas generadoras de este tipo de contenidos, anclándose a construcción de sentidos sobre acontecimientos actuales que atraen por el humor.

Hay un reto alrededor de su consumo que está en que quienes los construyen, direccionen al humor hacia un discurso informativo, es decir, organizar el contenido de su lenguaje para que exista una interacción o diálogo en contextos sociales, como el de la crisis sanitaria. En el caso del ejercicio periodístico, ese tipo de discurso es urgente en narraciones alternativas, considerando que

las audiencias deben tener conocimientos previos para leer los hechos relatados con humor y, por tanto, consumirlos como si se tratase de una pieza periodística de seguimiento a cualquier suceso.

De allí, que la principal conclusión es que, a pesar de que sí son un vehículo para el humor y el rumor, los memes pueden ser formatos en los cuales se logre un conocimiento de la coyuntura con contenidos atractivos para las audiencias jóvenes, pudiendo transmitir un mensaje verdadero y combatir la desinformación.

Estos últimos son propósitos desafiantes que fueron asumidos en esta investigación, cuyos resultados sirvieron de pistas para aplicar un diseño periodístico transmediático alrededor de la relación periodismo de salud y humor. La estrategia consistió en la producción y difusión de tres piezas periodísticas y comunicacionales, con énfasis visual, en distintos formatos.

Una primera propuesta fue un reportaje que incluyó la historia de una *millennial* de Facebook que replicó un meme con contenido falso sobre el impacto positivo de la pandemia en el medio ambiente. En este formato, no solo se visibilizó la voz de una representante de esa generación de los nativos digitales, sino que dio cuenta que un meme tiene múltiples lecturas que no se limitan al humor; por lo que un meme no es el reflejo sino los reflejos de una realidad compleja que requiere ser contada y consumida desde la información.

Este formato se complementó con un *podcast* y un meme muy informativo y contrastado en los cuales lo humorístico estuvo presente y, al mismo tiempo, se incorporaron las voces de expertos de la comunicación y realizadores de ese tipo de contenidos. De allí que se colija que lo humorístico como sello de consumo de lo ficcional televisivo ha mirado con éxito a lo digital donde el ejercicio de la comunicación social tiene un gran espacio para explorar en nuevas narrativas y perspectivas para alcanzar a las audiencias más jóvenes que han cambiado su forma de acceder y consumir noticias.

La combinación de textos, audios y, en especial, imágenes confirman las características de consumo de contenidos en la sociedad actual donde hay saturación de información, desinformación y otros trastornos de la información, pero, al mismo tiempo, hay oportunidades para iniciativas que toman esas características del consumo, pero van más allá de lo mercantil para anclarse en lo informativo con una intencionalidad de formación de las audiencias.

Referencias

- Agüera, M. (2017). *Millennials, la generación indignada. Análisis del ciberactivismo a través de los memes para los alumnos de Periodismo de la Universidad de Sevilla* [Trabajo de Fin de Grado, Universidad de Sevilla]. Facultad de Comunicación. <https://idus.us.es/handle/11441/64481>

- Amoroso, A.A. (2012). *Análisis del tratamiento dado por el noticiero Televistazo a la información de la pandemia AH1N1 en los meses abril agosto 2009* [Tesis de grado, Pontificia Universidad Católica del Ecuador]. <http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/8189/T-PUCE-5628.pdf?sequence=2&isAllowed=y>
- Barbas, A. (2012). *Educomunicación: Desarrollo, Enfoques y Desafíos en un mundo interconectado*. [Universidad Nacional de Educación a Distancia Madrid]. Dialnet.
- Buchel, B. (2012). *Internet Memes as Means of Communication* [Tesis de Masterado, Masaryk University]. Facultad de Ciencias Sociales. https://is.muni.cz/th/bhfw/h/Buchel_thesis.pdf
- Bravo Mancero, J., y Galindo Arranz, F. (2020). Humor gráfico: abordajes del Covid-19. *El Universo, Correspondencias & Análisis*, (11). <https://doi.org/10.24265/cian.2020.n11.02>
- Carrión, E.G. (2020). *La Presencia de Memes en Cuentas de Instagram de Diarios Ecuatorianos. Un Análisis de esta Nueva Forma de Ejercicio Periodístico* [Tesis de Grado, Universidad Técnica de Machala]. Facultad de Ciencias Sociales. <http://repositorio.utmachala.edu.ec/handle/48000/15686>
- Casero-Ripollés, A. (2020). Impact of Covid-19 on the media system. Communicative and democratic consequences

- of news consumption on during the outbreak. *El profesional de la información*, 29 (2), e290223. <https://doi.org/10.3145/epi.2020.mar.23>
- Cevallos, F. (2017). *INEC presenta el primer informe de Millennials en Ecuador*. Teleamazonas. <https://www.teleamazonas.com/2017/07/inec-presenta-primer-estudio-millennials-ecuador/>
- Cortázar Rodríguez, Francisco Javier (2014). Imágenes rumorales, memes y selfies: elementos comunes y significados. Iztapalapa, *Revista de Ciencias Sociales y Humanidades*, 77, 171-214. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=39348246009>
- Cucurella, L. (comp.). (1999). *Antropología del ciberespacio*. ABYA-YALA.
- Chamorro, J.A. (2014). *Viralización de contenidos y memes en internet* [Tesis pregrado, Universidad de Chile]. Instituto de la Comunicación e Imagen]. <http://repositorio.uchile.cl/handle/2250/132534>
- Cruz, P. J. y Orbe, T.c. (2020). Doble pandemia en Ecuador: Covid-19 y desinformación en múltiples discursos. *XV Congreso de la Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación (ALAIIC). Desafíos y Paradojas de la Comunicación en América Latina: las ciudadanías y el poder*. <https://oime.com.ec/index.php/nuestras-investigaciones/>

- Cruz, P.J, Valarezo, C.A. y Castañeda, P. (2016). Transmediación y transformatización en la ficción televisiva de Ecuador: análisis de recepción de narrativas de humor. *Tsafiqui* (8): 24-35.
- Del Alcázar, J. (2020, enero). Ecuador Estado Digital. *Mentinno- Formación Gerencial- New Media*.
<https://drive.google.com/file/d/1Yd5h5z2xXyABzj05-j6DEtVhS2O5Ywmw/view>
- Deloitte (2019). *Encuesta Millennial 2019: Prioridades y preocupaciones de los millennials y de la Generación Z*. Deloitte Global Services Limited. <https://www2.deloitte.com/ec/es/pages/about-deloitte/articles/millennials-ecuador-2019.html>
- Redacción El Universo. Ecuador Confirma primer caso de coronavirus (2020, febrero 29). *El Universo*.
<https://www.eluniverso.com/noticias/2020/02/29/nota/7760757/ecuador-confirma-primer-caso-coronavirus>
- Echevarría, M. C y Viada, M.M. (2014). *Periodismo en la Web: Lenguajes y Herramientas de la Narrativa Digital*. Editorial Brujas. <http://www.digitaliapublishing.com.ezbiblio.usfq.edu.ec/visor/35450#>
- Gutiérrez-Rubí, A. (2016). *Millennials en Latinoamérica. Una Perspectiva desde Ecuador*. Fundación Telefónica. Editorial Ariel. <https://fundaciontelefonica.com.ec/millennialec/>

- Hine, C (2004). *Etnografía Virtual*. Colección Nuevas Tecnologías y Sociedad. Sage Publications. Inc.
<https://seminariosocioantropologia.files.wordpress.com/2014/03/hine-christine-etnografia-virtual-uoc.pdf>
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (2014). *Hablando de Millennials*. <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Infografias-INEC/2017/millennials.pdf>
- IKI Media Communications (2020). *Así consumen medios digitales los millennials y la Generación X*. <https://www.ikimedia.es/blog/asi-consumen-medios-digitales-los-millennials-y-la-generacion-x/>
- Lévy, P. (2007). *Cibercultura. Informe al Consejo de Europa*. Anthropos Editorial
- Maniou, A.T; Veglis, A. (2016, 27 de mayo). ‘Selfie Journalism’: Current Practices in Digital Media. *Red Frame Journal*.
<https://doi.org/10.11114/smc.v4i1.1637>
- Mejía, D. (2019). *Consumo de memes de Internet en estudiantes universitarios de primer semestre. Caso de estudio: Facultad de Diseño, UAEM* [Tesis para obtener el grado de maestra en imagen, arte, cultura y sociedad]. Facultad de Diseño UAEM.
<http://148.218.65.90/xmlui/bitstream/handle/20.500.12055/1022/MECDMN06T.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Ministerio de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información (2020). *91% de ecuatorianos utiliza las redes sociales en su teléfono inteligente*. <https://www.telecomu->

[nicaciones.gob.ec/91-de-ecuatorianos-utiliza-las-redes-sociales-en-su-telefono-inteligente/#:~:text=En%20Ecuador%2C%20para%20muchas%20personas,mecanismo%20de%20informar%20e%20informarse.&text=A%20nivel%20urbano%20se%20registra,accede%20a%20las%20redes%20sociales](https://comunicacion.gob.ec/91-de-ecuatorianos-utiliza-las-redes-sociales-en-su-telefono-inteligente/#:~:text=En%20Ecuador%2C%20para%20muchas%20personas,mecanismo%20de%20informar%20e%20informarse.&text=A%20nivel%20urbano%20se%20registra,accede%20a%20las%20redes%20sociales).

Orbe, T; Samson, E y Tituaña, K. (2020). Cobertura y tratamiento informativo del Zika en Ecuador: análisis de las noticias de los diarios nacionales El Universo y El Telégrafo. *Ética, Comunicación y Género: Debates Actuales*. Universidad San Francisco de Quito.

Organización Mundial de la Salud (2020). *Covid-19: Cronología de la actuación de la OMS*. <https://www.who.int/es/news-room/detail/27-04-2020-who-timeline---covid-19>

Pérez, J. (2020). Imágenes, metáforas y representaciones visuales de la pandemia COVID-19. *Revista Temas de Comunicación*, 1(40), 33-53. <http://revistasenlinea.saber.ucab.edu.ve/temas/index.php/temas/article/view/4598>

Pérez Salazar, Gabriel, y Aguilar Edwards, Andrea, y Guillermo Archilla, María Ernestina (2014). El meme en internet. Usos sociales, reinterpretación y significados, a partir de Harlem Shake. *Argumentos*, 27(75), 79-100. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=59533233004>

Ramírez, M. (2019, 7 de enero). Los memes: la terapia de los Millennials. *Revista Vogue México*. <https://www.vogue>.

[mx/agenda/cultura/articulos/por-que-los-memes-son-terapeuticos/14129](https://www.elpais.com.mx/agenda/cultura/articulos/por-que-los-memes-son-terapeuticos/14129)

- Real Academia Española (2020). Diccionario de la lengua española, 23. <https://dle.rae.es>
- Renó, D, Campalans, C, Ruiz, S y Gosciola, V. (2013). *Periodismo Transmedia: Miradas Múltiples*. Colección Textos de Ciencias Humanas. Editorial Universidad del Rosario
- Rivadeneira, D. (2020). *Periodismo de salud y redes sociales: análisis del consumo de memes sobre la Covid-19 por parte de millennials ecuatorianos*. [Tesis de Grado. Universidad San Francisco de Quito].
- Romero, M. y Andrade, K. (2016). *Los memes políticos de Facebook en las campañas políticas para la alcaldía de Quito 2014 caso “Crudo Ecuador”: Análisis del humor político en redes sociales*. [Tesis de Grado. Universidad Central del Ecuador- Facultad de Comunicación Social].
- Romero, D. (2020, Junio 15). Moreno decreta nuevo estado de excepción en Ecuador por el covid-19; regirá 60 días. *El Comercio*. <https://www.elcomercio.com/actualidad/ecuador-excepcion-pandemia-moreno.html>
- Rossi, M. (2020). *Periodismo de salud en Ecuador: Análisis de la cobertura de la Covid-19 en cuentas periodísticas de Instagram*. [Tesis de Grado. Universidad San Francisco de Quito].

- Ruiz, E. (2020). Logos meme: Pronunciando Coronavirus en Venezuela. *Revista Temas de Comunicación*, 1(40), 64-84. <http://revistasenlinea.saber.ucab.edu.ve/temas/index.php/temas/article/view/4600/3839>
- Serrano, P. (2013). *La comunicación jibarizada*. Cómo la tecnología ha cambiado nuestras mentes. Editorial Península Atalaya.
- Shifman, L. (2014). Memes in Digital Culture. *The MIT Press*. https://books.google.com.ec/books?id=cZI9AQAA-QBAJ&printsec=frontcover&dq=inauthor:%22Limor+Shifman%22&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwjYuYGT_u3rAhVKjlkKHbSCD7kQ6AEwAHoECAAQAQ#v=onepage&q&f=false
- Tusa, F. y Durán, M. (2019). La era de la desinformación y de las noticias falsas en el ambiente político ecuatoriano de transición: un análisis de caso. *#PerDebate*, 3, 18-41.
- Van Dijk, T. A. (1999). *Análisis del discurso social y político*. Abya Yala.
- Vivero, M. (2017). *Del periodismo tradicional al de la generación de los millennials: Análisis de la transición de la vieja escuela a los nuevos formatos en prensa digital*. [Trabajo de titulación presentado como requisito para la obtención del título de Periodista, Universidad San Francisco de Quito]. Colegio de Comunicación y Artes Contemporáneas. <http://repositorio.usfq.edu.ec/handle/23000/7081>

Educación Transmedia: Confinamiento, Aprendizaje y Nuevas Plataformas

Transmedia Education: Lockdown, Apprenticeship and New Platforms

Revista Enfoques de la Comunicación No. 5 Mayo 2021, pp. 119 - 159 p-ISSN: 2661-6939 e-ISSN: 2806-5646 Recibido: 12 de marzo de 2021 Aceptado: 05 de abril de 2021
--

Nicolás Castro ¹

nicastrosu@uide.edu.ec

Patricia Hidalgo²

phidalgo@uide.edu.ec

Universidad Internacional del Ecuador

Quito, Ecuador

Recibido: 12 de marzo de 2021 / **Aceptado:** 05 de abril de 2021

Resumen

El proceso de transformación digital ha obligado al sistema educativo a reinventarse. Sobre todo, si se consideran los cambios cognitivos y culturales que traen consigo las TICs, y que

¹ Periodista y Magister en Comunicación Estratégica. Su trabajo académico y profesional se ha desarrollado alrededor de tres ejes: nuevas narrativas, representación y cultura digital. Actualmente, es docente de la Escuela de Comunicación de la UIDE

² Doctora en Ciencias Sociales por FLACSO - Ecuador. Directora de la Escuela de Comunicación de la Universidad Internacional del Ecuador. Miembro del Consejo de Investigación. Su trabajo de investigación y docencia, con más de 30 años de experiencia, se centra en cinco campos específicos: comunicación política, comunicación organizacional, planificación estratégica, democracia participativa y gestión local. Miembro activo de AMECIP, ALACIP, Red de Politólogas, del Consejo de Investigación de la UIDE y de la Red Alfamed (Red interuniversitaria americana europea de investigación). Representante de la UIDE como Embajadora de Buena Voluntad para la Organización de Naciones Unidas (ONU).

inciden en los procesos de aprendizaje. Desde hace 40 años, los estudios de educomunicación remarcan la necesidad de incorporar nuevos recursos pedagógicos. Precisamente, el confinamiento producto de la pandemia, sólo aceleró una serie de modificaciones en las dinámicas de enseñanza tradicional: las tendencias invitan, en la actualidad, a proponer prácticas cada vez más didácticas, lúdicas, colaborativas y participativas. Es así que la presente investigación, se concentrará en evidenciar -a manera de diagnóstico- los cambios que ha impuesto la digitalización (retos, desafíos), así como las respuestas y estrategias que se puedan trazar desde las narrativas transmedia y la educación 2.0.

Palabras clave: transmedia, educación, educomunicación, participación, centennials

Abstract

Digital transformation has forced the educational system to reinvent itself. Especially when there is consideration not only of cognitive and cultural changes that Information and Communication Technologies (ICTs) bring but also its influence in learning processes. Communication studies from more than 40 years ago already stressed the need to incorporate new pedagogical resources. Pandemic lockdowns only accelerated the modifications that were needed into traditional teaching dynamics. Trends invite today to propose more and more didactic, ludic, collaborative and participatory practices.

This investigation will focus on finding evidence that reveals the changes that digitalization has imposed into academic communities to find answers and strategies to overcome transmedia narratives and 2.0 education challenges.

Keywords: transmedia, education, educommunication, participation, centennials

Introducción

La digitalización va más allá del desarrollo de software o la implementación de tecnologías de distribución (Jenkins, 2008): constituye, en esencia, un proceso marcado por cambios de índole social, cultural y educativo -nuevos contratos de aprendizaje, significación e interpretación-. Alrededor de la convergencia -concepto que describe cómo los viejos medios mutan y conviven con nuevas plataformas-, la discusión epistemológica suele centrarse en la inserción cotidiana de los dispositivos móviles sin entender que el fenómeno incluye transformaciones significativas en los procesos de entendimiento, lectura e interacción -no todo se reduce al número de teléfonos inteligentes o los índices de acceso a internet-. Cuestión de pensar en el predominio que hoy tiene la visualidad gráfica -cultura visual-, en detrimento del lenguaje textual -cambio semiótico que se explica desde el surgimiento de la televisión y que se ha acentuado por apps como *Instagram* o *TikTok*-. Las imágenes, en un mensaje, transmiten, pesan más que las palabras. La virtualidad ha traído desplazamientos en los códigos de interpretación.

Precisamente, este contexto de mutación sugiere también algunas inquietudes en materia de educación. Más aún, si se considera que las lógicas de consumo mediático inciden ya significativamente en los procesos de aprendizaje: las metodologías educativas remarcan, desde los estudios de educación de los años 80, la necesidad de incorporar nuevos recursos pedagógicos. El confinamiento y las clases *online* solo aceleraron una serie de modificaciones en las dinámicas de enseñanza tradicional: las tendencias invitan, en la actualidad, a proponer prácticas cada vez más didácticas, flexibles, colaborativas e inclusivas.

Al respecto: ¿Está preparada la comunidad académica para incluir dentro de las metodologías de enseñanza a la tecnología?, ¿se aprovechan las nuevas plataformas en el proceso de formación?, ¿se consideran las motivaciones y las destrezas de los jóvenes?, ¿se desarrollan las competencias digitales necesarias para trascender el uso de entretenimiento y redes sociales?, ¿se fomenta, desde las entidades de Gobierno, una cultura de resiliencia y adaptación en las instituciones educativas?, ¿se entiende a la educación más allá de la conectividad?

Es así que la presente investigación, se concentra en evidenciar -a manera de diagnóstico- los cambios que ha impuesto la digitalización -retos, desafíos-, así como las respuestas que se puedan delinear desde las narrativas transmedia.

Complementariamente, en el estudio se abordarán algunas soluciones que se han tomado desde el sector educativo para enfrentar dicho proceso de transformación. Existen algunas creencias sobre la relación entre los jóvenes y la tecnología -con especial énfasis en aquellas que enfatizan en el empoderamiento de los nativos digitales-. En contraste, algunos autores van más allá de dichos supuestos y encaminan sus observaciones hacia la oportunidad que representa la creación de esquemas pedagógicos funcionales. Estudios recientes de Fundación Telefónica ponen en entredicho algunas concepciones sobre la relación entre los jóvenes *centennials* o generación Z y la tecnología. Entre ellas, puntualiza en su condición de huérfanos digitales -se rompe con las visiones optimistas: sí, nacieron y han convivido toda su vida con dispositivos y plataformas; sin embargo, nadie les preparó para entender las implicaciones de la web y aprovechar sus potenciales. ¿Qué hacer ante este contexto? ¿Se preparan autoridades y docentes para el futuro?

Convergencia: de lo Tradicional a lo Digital

Las reglas cambiaron desde que llegó la web. ¿Por qué? Básicamente, porque la comunicación digital se guía por nuevos principios: interacción y participación (Scolari, 2013). Como respuesta, las prácticas de todos los actores sociales -incluidas las instituciones educativas, así como sus iniciati-

vas de capacitación-, han tenido que adaptarse para simular estas condiciones, alcanzar protagonismo -mantener su papel central- y sobrevivir. “La industria informática está convergiendo con la industria televisiva en el mismo sentido en que el automóvil convergió con el caballo” (Gilder, 2008). Los viejos medios no van a desaparecer, mutan, convergen.

La mutación comunicativa se expresa en nuevas ritualidades que corresponden a formatos- experiencias narrativa [...] Si este es el contexto. Hay que reinventar los discursos de la narración comunicativa: pasar de informar al proveer al ciudadano con una gama más amplia de emociones. Y esto se hace contando-interpelando-jugando en transmedialidad y narratividad-fusión. (Rincón, 2019)

Igualmente, los nuevos medios -gracias al papel que desempeñan los dispositivos móviles- han captado y concentrado la atención de las personas. Esto deriva en que cada vez sea menor el tiempo de exposición hacia la oferta tradicional: cuestión de ver cómo los jóvenes invierten horas en tabletas o teléfonos inteligentes. La televisión, por mencionar un caso, se ha visto relegada por las denominadas segundas pantallas -*second screen*-: interacciones en *Twitter*, *Facebook* e *Instagram*. De hecho, una reciente investigación de *Google* detalla que el 81% de los estadounidenses y el 74% de los británicos, usan su *smartphone* mientras consumen otros medios

como TV, videojuegos o revistas (Scolari, 2011). Situación que se evidencia diariamente en los salones de clase: los docentes compiten con los dispositivos por la atención de los alumnos. Los cambios en los hábitos de consumo, anclados en el rol que desempeñan las redes sociales como principal fuente de información y entretenimiento, erosionan el poder de la institucionalidad.

Desde la economía hasta la política, desde la educación a la cultura, prácticamente todos los aspectos de la vida humana se han visto transformados por las diferentes formas de las tecnologías de la comunicación y la información [...] La ecología mediática ha mutado del sistema tradicional de emisión a un nuevo entorno donde las viejas «razas de los medios» tienen que competir con las nuevas y cambiar para poder sobrevivir. (Scolari, 2013)

Hoy, con lo digital, la dinámica de reinención mediática y organizacional se aceleró. Los gustos son cada vez más atomizados. Los usuarios buscan más aquellos contenidos que cumplen con su emocionalidad y expectativas. Asimismo, las aplicaciones ofrecen la posibilidad de consumir contenidos desde una perspectiva *on demand* -veo lo que quiero, cuando quiero-. Y fue en este contexto, que todo el sector educativo -desde autoridades, entidades públicas e instituciones- se vio empujado a emprender cambios y repensar la manera en que conectan con sus audiencias.

De hecho, el Ministerio de Educación del Ecuador, en varios de sus instructivos y políticas de mejoramiento pedagógico, destaca la importancia de implementar metodologías prácticas en la medida que fomentan la participación activa de los educandos en el proceso de enseñanza. “El trabajo por proyectos sitúa a los estudiantes en el centro del aprendizaje, gracias a un planteamiento mucho más motivador en el que entran en juego el intercambio de ideas, la creatividad y la colaboración” (Ministerio de Educación, 2018). El aprender - haciendo posibilita un mayor entendimiento e interpretación de los conocimientos, así como su aplicación en la cotidianidad. Asimismo, es necesario señalar los lineamientos constructivistas trazados por esta cartera de Estado durante la pandemia, cuyo enfoque contempla el uso de recursos didácticos - tecnológicos, al tiempo que subraya la trascendencia de capacitar al personal docente.

La educación, considerando un entorno de fácil acceso a la información y altas velocidades para su distribución en múltiples plataformas, de hipersegmentación, de nuevos lenguajes y renovadas formas de ser, comunicar y pensar (Gutiérrez - Martín, 2010) está en el deber de revisar los efectos socio-culturales que acarrear dichos cambios en entornos escolares. Una idealización que dista de las prácticas cotidianas. ¿Qué sucede en las instituciones? Muchas veces, los procesos de alfabetización -más allá de discursos de innovación- siguen bajo

el predominio de lo verbal; mientras que el contexto prioriza el consumo gráfico y audiovisual. De ahí que constituye un error no planificar programas curriculares, sin tomar en cuenta la dinámica multimodal.

En los inicios del tercer milenio la forma en que se produce la información y se accede a ella ha pasado de depender casi exclusivamente de la imprenta y el papel (cultura del libro) a estar más relacionada con bases de datos electrónicas y de redes de intercambio y distribución de documentos multimedia. (Gutiérrez - Martín, 2010, p.172)

De la mano de la transformación tecnológica y simbólica, surgen diversas problemáticas que los docentes deben resolver para encaminar el alfabetismo del futuro. Sobre este punto, es importante destacar los desplazamientos en los rituales de consumos derivados de una lógica de distribución tradicional - masiva, sustituida por soportes interactivos. Años atrás, los contenidos, pensados desde el *mainstream*, constituían el fin del acto comunicativo: las personas observaban cierto programa, los estudiantes escuchaban en sus pupitres y hasta ahí llegaba la conversación. Una práctica que se explica por la ausencia de espacios de participación -hablamos de modelos verticales, incuestionables-. La relación era unidireccional y las audiencias -por error- consideradas pasivas. Es más, las grandes discusiones e investigaciones comunicacionales del

siglo XX -lideradas en Adorno y Horkheimer- enfatizaban el rol subalterno de los públicos. ¿Qué cambió? Nada, pero la llegada de internet permitió a todos los usuarios amplificar su capacidad de interacción, descentralizando el poder de los *mass media*.

El papel activo de las audiencias -en todos los ámbitos que abarquen un intercambio discursivo- siempre ha existido: apropiaciones, discusiones, mediaciones (Barbero, 1987). El problema estaba en medio de un ecosistema que no facilitaba el diálogo y la participación. Por ello, el término consumo pasivo se debería entender no como una referencia a una lógica interpretativa limitada o sesgada, sino a una recepción mono-mediática, en el que las personas, debían estar pendientes de la oferta y ajustarse a sus propuestas.

En la era del *broadcasting*, la gran mayoría de los televidentes o radioyentes tendía consumir su programa favorito y disfrutar pasivamente de sus contenidos [...] una recepción limitada a un único medio donde el consumidor ve capacidad de interacción reducida al mínimo (off, on, cambio de canal). (Scolari, 2013, p. 229)

Justamente, la realidad se extiende también en el ámbito educativo. Las instituciones se enfrentan con comportamientos que difieren con muchas de sus prácticas –ritualidad-, metodologías y actividades. Es por ello que resulta pertinente

examinar si las soluciones que brinda la tecnología, motivan la participación de los estudiantes y estimular el uso adecuado de herramientas en un entorno multiplataforma.

Narrativas Transmedia

Las reglas -sociales, políticas, culturales- cambiaron desde que llegó la web. ¿Por qué? Básicamente, porque la comunicación digital se guía por nuevos principios: interacción y participación (Scolari, 2013). Por efecto de este proceso, las prácticas de los medios de la mayoría de actores sociales en general, han tenido que reinventarse para caminar a la par del progreso digital. Sin embargo, la intención de ir a la par de las mutaciones tecnológicas y conductuales ha derivado varias brechas y conflictos. Scolari, recogiendo las ideas de Manuel Castells, detalla la grieta entre los jóvenes y el sistema escolar. Las prácticas, los gustos, los rituales, la forma de ser de los jóvenes no conectan con los modelos arcaicos de la mayoría de instituciones educativas. En otras palabras, mientras los jóvenes se ven volcados hacia las múltiples pantallas, las prácticas didácticas se siguen centrando en el libro.

Si tenemos en cuenta que los adolescentes son muy activos en las redes sociales y en las plataformas para videojuegos, entonces se pueden plantear más preguntas: ¿Qué hacen los adolescentes con los nuevos medios digitales interactivos? ¿Qué tipos de prácticas llevan a cabo? ¿Qué tipo de contenido producen y

comparten? ¿Cómo han aprendido a hacerlo? Y, de nuevo: ¿Cómo se pueden «explotar» estas competencias en el aula? (Scolari, 2018, p.83)

Las narrativas transmedia -que en realidad marca una tendencia semiótica, mediática y cultural- representan un concepto -actual desde su dimensión teórica pero cuya práctica marca varios antecedentes-, que hace referencia a aquellos relatos -sin importar el género- que se despliegan en diferentes plataformas -saltos de un espacio a otro- desde una lógica de complementariedad. Pero no solo ello, el segundo elemento que define esta nueva forma de entender la comunicación sugiere la participación activa de las personas. Distribución -física y digital-, profundidad narrativa y colaboración activa del usuario.

Scolari, considerado uno de los precursores de lo transmedia junto a Henry Jenkins, define a este concepto de la siguiente manera:

$$\mathbf{IM + CPU = NT}$$

IM: Industria de los medios

CPU: Cultura participativa de los usuarios

NT: Narrativas transmedia

Todo este nuevo contexto es, en perspectiva, el sustento de las narrativas transmedia: flujos de contenidos y de significación que se complementan entre sí y distribuyen por múltiples canales (Jenkins, 2003). No obstante, es necesario considerar

que la propagación multiplataforma, requiere un segundo elemento: la participación del usuario. Precisamente, este punto responde a un cambio sustancial en los rituales de consumo.

La discusión semántica alrededor de las narrativas transmedia - *storytelling* apunta a las nuevas formas de comunicar en el entorno digital, a pesar de que este concepto no se circunscribe a la web. En este punto, si consideramos a la educación como espacio de interacción marcado por la producción e intercambio simbólico, es por demás evidente que muchas de las prácticas descritas, se aplican en el aula y las diferentes plataformas de formación: las clases se propagan en la web y cada estudiante expande el relato académico mediante prácticas lúdicas y una creciente participación.

Este fin asignado a la educación multimedia de formar una sociedad justa e intercultural con personas críticas, sólo puede lograrse si como alfabetización consideramos la capacitación para transformar la información en conocimiento y hacer del conocimiento un elemento de colaboración. (Gutiérrez, 2010, p. 180)

Desde el sector educativo, en los últimos años, se ha enfatizado en la necesidad de innovar en las actividades lúdicas y educativas. ¿Cómo orientar las nuevas prácticas? Estudios aplicados alrededor de las narrativas de no ficción -periodismo y documental transmedia-, señalan ya esfuerzos

en función de una alfabetización transmedia (Lugo, 2016). Igualmente, se han realizado proyectos para llevar las actividades del aula hacia una lógica multiplataforma y, de esta manera, aumentar el compromiso de los estudiantes -favorecer la actividad de los receptores-. Una idea que ilustra lo planteado: los libros de inglés, además del material físico, incluyen códigos para la página web, actividades lúdicas, juegos, videos, canciones y otras actividades que hacen de la enseñanza de idiomas, una experiencia inmersiva.

Cada estudiante aprende mejor a través de diferentes modos de comunicación y, por lo tanto, la lección es más efectiva cuando se transmite a través de más de un modo de expresión. Podemos reforzar lo que comunicamos a través de palabras o textos escritos con soportes visuales o actividades. (Jenkins, 2010, p. 22)

El conflicto está en que gran parte de las instituciones educativas, todavía persiste en viejas metodologías de enseñanza tradicional; y se mantiene una cultura de resistencia al cambio: la tecnología entendida como algo opcional, adicional, que agrega valor, pero prescindible. Al contrario, un entorno dinámico e hiperconectado sugiere modelos didácticos apegados a las preferencias y rituales de consumo de los *centennials*. ¿Los libros y la transferencia convencional de conocimiento, se ajustan a sus demandas? Aquí, Scolari expone

que muchos de los fundamentos -identikit- de lo transmedia -aplicado a los relatos publicitarios y de ficción-, pueden ser ampliados al campo de la educación. No obstante, se tienen que considerar ciertos aspectos que son propios de un proceso de formación “debemos tener en cuenta que también existen otros principios, básicos para la enseñanza/aprendizaje transmedia, que no serán explorados si simplemente tratamos de adoptar para este espacio lo que ya sabemos sobre el entretenimiento transmedia”(2018).

Es así que surge la siguiente pregunta: ¿Qué principios de lo transmedia se pueden aplicar en el aula? La respuesta no es sencilla; empero, varias investigaciones sobre el tema, recomiendan seguir la dinámica que siguen los contenidos de la industria mediática. Para ello, es importante entender que las clases (la explicación, los proyectos, la transferencia de conocimiento) componen relatos que podrían ser distribuidos en diferentes soportes y lenguajes -la dinámica multiplataforma implica que cada medio plantea su propio contrato de lectura: Instagram es visual, Twitter un blog de pensamiento, Facebook un espacio de encuentro e integración- Del mismo modo, es importante fomentar un aprendizaje experimental en el que se priorizan los contenidos ¿aprendizaje por proyectos? generados por los mismos alumnos: “se trataría de pasar de los *user-generated contents* a los *student-generated contents*”.

Scolari marca una diferencia esencial: “es impensable que el entorno educativo formal no adopte una posición [...] la escuela, además de estudiar y aprender a través de los medios de comunicación, ha considerado necesario analizarlos y comprenderlos” (2019). No es lo mismo un aprendizaje de los medios que un aprendizaje con medios. El primer enfoque apunta hacia aquellas competencias digitales que los alumnos deben adquirir para hacer uso adecuado de la tecnología y apuntar hacia un cambio social: lectura crítica, características de las plataformas y entendimiento de las herramientas didácticas que fortalecen el proceso de enseñanza.

Por su parte, la educación con medios, o alfabetización mediática digital, abarca el uso de las nuevas tecnologías en el contexto educativo. Una puntualización: no se trata de un entendimiento consciente de los medios y su repercusión sociocultural, sino de la implementación recurrente de diversas plataformas en los procesos de enseñanza -la cuarentena obligó a cientos de instituciones a romper con preceptos conservadores e incorporar aplicaciones que les permitan continuar con el desarrollo de los planes de estudio-. El inconveniente de limitar las prácticas de transformación digital a la incorporación de tecnologías, es que dicho enfoque no involucra un entendimiento claro del impacto que ejerce el ecosistema digital en las dinámicas cotidianas de los jóvenes. De ahí,

que muchas de las iniciativas y de las inversiones en equipos, recursos y software, no siempre se traducen en incremento del interés escolar y la obtención de mejores resultados de aprendizaje.

Estudios de Kaplún, Osorio y García manifiestan que los estudios en educomunicación y pedagogía, se concentran en el medio en sí -lenguajes, ventajas, representaciones, análisis discursivos y semiológicos-, y la tecnología vinculada estrictamente con el aula, sin entender que el fondo del asunto recae en los comportamientos, en las conductas, en los contratos de lectura que se originan en otros espacios -videojuegos, *apps*, internet, redes sociales-; es decir, el ciberespacio como lugar de inmersión, creación de vínculos e identidad, consumo mediático y participación. Justamente, el hecho de desestimar y no considerar las transformaciones socioculturales de la convergencia que se originan alrededor de entornos educativos informales, acarrea vacíos en el plano pedagógico y formativo: las conductas y preferencias de los *centennials* no se ven acompañadas por metodologías lúdicas y colaborativas que incorporen sus prácticas y formas de relacionarse.

Hay una tendencia cada vez más acentuada en investigar aspectos relacionados con los públicos y las producciones de las tecnologías digitales, la telefonía móvil, los videojuegos. En síntesis, el objeto de

estudio, investigación y producción de la cultura digital en este momento tiene lugar, principalmente, fuera del aula. (Aparici, 2010, p. 21)

Fuera del aula. Los cambios son ajenos al sistema educativo en sí. En la actualidad, la cotidianidad conlleva nuevas habilidades, estrategias, destrezas para presentar y compartir diferentes formas del ser (Gaspard & Horst, 2018). Hablamos de hábitos, procedimientos, costumbres y percepciones -¿cultura?- que se crearon con la ecología mediática. La lógica de consumo -y propagación- de contenidos en un contexto multiplataforma ha traído nuevas formas de ser, comprender, leer, significar; pero el sistema educativo todavía mantiene el desafío de aprovechar dichas competencias para potenciar las capacidades creativas en los públicos jóvenes. Mientras en plataformas y redes sociales se fomenta un comportamiento activo -los jóvenes, de hecho, incurren inconscientemente en el manejo de programas de edición de fotografía y video, comparten, crean *memes*-, las instituciones siguen enfrascadas en prácticas pedagógicas pasivas: metodologías mono mediáticas, relaciones de poder, proyectos que van a terminar al cajón de padres y docentes (Scolari, 2013).

Alrededor de este punto, el proyecto de investigación interuniversitaria *Transmedia Literacy* analizó cuáles son las estrategias que emplean los jóvenes para crear, consumir, compartir e interpretar contenidos, así como las competencias

e innovar que debe liderar el sistema educativo -presencial y *online*- para fomentar el aprendizaje.

Hacia un Nuevo Modelo

Para entender el enfoque de un sistema educativo transmedia, debemos partir de la dicotomía planteada previamente: la educación *de y con* medios. Con relación a este punto, es importante considerar ciertos principios de aprendizaje informal recogidos como Carlos Scolari y que subrayan justamente en la importancia de las instituciones que inciden en la formación integral de las personas. En esencia, este concepto se refiere a todas aquellas experiencias, conocimientos, actitudes, vivencias cotidianas que marcan -además de la enseñanza formal- la orientación del individuo. Como bien lo analizan Marsick y Volpe (1999):

Tras analizar una serie de estudios sobre las prácticas informales de aprendizaje [...] se puede caracterizar a esta específica forma de conocimiento en los siguientes términos: conformado por la rutina diaria; se activa mediante la experimentación; no es conscientemente adquirido; es desordenado y está influido por la casualidad. (p.45)

Llegados a este punto, es importante analizar las nuevas prácticas que, en la actualidad, componen y expanden la esfera del aprendizaje informal tradicional -museos, trabajo, familia restaurante, etc-. Si analizamos cuáles son las nuevas

fuentes de información, enseñanza, entretenimiento, de interacción, creación de vínculos y proyección de identidad, destacan internet y las redes sociales. Los centennials son influidos directamente por los medios: poseen hábitos de lectura, así como lógicas, rituales y dinámicas de consumo que distan de las prácticas convencionales.

Siguiendo los postulados del proyecto *Transmedia Literacy*, este proceso de autoformación en el que los estudiantes desarrollan competencias transmedia (educación *de* medios), conlleva la presencia de ciertas modalidades o estrategias de aprendizaje. Si bien en el estudio, se mencionan seis enfoques entremezclados siguiendo los lineamientos de Clark, es importante resaltar las ventajas de la imitación, las actividades lúdicas y la instrucción mediante la enseñanza. En esa línea, recurrimos a los videojuegos para ilustrar esta premisa: los jóvenes, ante una complicación, buscan soluciones para solventar los conflictos: cuando se presentan dificultades en la interfaz -por ejemplo, no se sabe qué hacer con el personaje para superar un nivel-, la misma actividad lúdica y de esparcimiento propicia la búsqueda de tutoriales -investigación e imitación- en diferentes espacios -YouTube, Twitch, Instagram-; y, una vez puestos en práctica los conocimientos adquiridos, los usuarios comparten lo aprendido con terceros -a través de diferentes redes- lo cual deriva en una cultura participativa y colaborativa. Sí, los jóvenes como prosumidores. Un punto:

existen motivaciones y elementos de conexión en la narrativa que despiertan el empoderamiento y la cooperación.

Las prácticas del sistema informal son inherentes a los entornos digitales; empero, por qué no se aplica la misma lógica en el circuito educativo formal. La respuesta es sencilla: la ausencia de motivación en término de la conexión que debería existir entre ciertos contenidos -ajustados al lenguaje y dinámica de cada plataforma- y los usuarios -estudiantes, jóvenes-. De acuerdo con Scolari, no se diversifican las modalidades de enseñanza de acuerdo al contexto y los estímulos subyacentes. En consecuencia, es pertinente pensar cómo trasladar este interés por las TICs, a las metodologías del aula.

Un caso emblemático sobre este tema es *Julio Profe*, un fenómeno viral de internet que ilustra cómo los conocimientos tradicionales -ciencias exactas- pueden suscitar conversación, *engagement* e interacción. De hecho, este youtuber y docente colombiano que distribuye sus contenidos audiovisuales en diversas plataformas digitales, ingresó en los Récord Guinness por transmitir la clase de matemáticas más vista y debatida de la historia. ¿Por qué tiene estos niveles de reconocimiento? Básicamente, sus contenidos -tutoriales para resolver ejercicios- solventan ciertos vacíos que surgen en la presencialidad -ausencias, distracciones-; se distribuyen en canales visuales, emplean material de apoyo, y porque las

explicaciones se realizan en un lenguaje directo y fácil de entender (Semana, 2020).

YouTube, más que Google, es para muchos adolescentes la principal herramienta de búsqueda. Por otro lado, los youtubers (vloggers) se han convertido en un modelo para los adolescentes (muchos de ellos desean convertirse en youtubers en el día de mañana, y lo consideran una profesión), lo cual implica la existencia de elementos que les seducen y con los que se sienten identificados (Scolari, 2018, pp. 90 - 91).

Como ya se ha manifestado, el proceso de convergencia mediática ha modificado los hábitos de consumo y, ante todo, sugiere nuevas prácticas y rituales que los jóvenes han asimilado durante la marcha: no hay guías sobre el tema, se trata más de un proceso de adaptación. Si bien en las instituciones, más a partir del *boom* de la transformación y los efectos de la pandemia, se han visto en el encargo de replantear su infraestructura y adoptar nuevos recursos para continuar con el desarrollo de la malla curricular, resulta pertinente comentar las principales barreras que esconde el sistema educativo tradicional: modelos arcaicos que no sintonizan con los retos de la educomunicación, contenidos poco interactivos y proyectos dirigidos que no siempre se ajustan a las motivaciones e intereses de los alumnos.

Nuevas Prácticas, Nuevos Modelos: el Caso UIDEPlay

La suspensión de actividades educativas presenciales, decretado por el Gobierno de Ecuador en marzo de 2020, debido a la propagación del coronavirus, obligó a las instituciones de instrucción primaria, media y superior, a rediseñar sus mallas curriculares y, más que nada, a repensar sus dinámicas pedagógicas: el anuncio se realizó durante el transcurso de los programas académicos, lo cual produjo un mayor impacto. ¿Por qué? La formación a través de pantallas dista de la presencialidad acostumbrada. En este proceso de adaptación, los docentes se vieron obligados a desarrollar competencias tecnológicas -desde entender cómo funcionan las plataformas hasta aplicar estrategias para incentivar la participación de los estudiantes-, motivar una cultura de cambio y rediseñar sus metodologías de enseñanza. Por su parte, los estudiantes enfrentaban obstáculos y desafíos inesperados; mientras las autoridades estaban ante la necesidad de entender el impacto de la virtualidad y articular una respuesta. Un punto aparte que se debe considerar a futuro son los estímulos y el enfoque de la capacitación de profesores y orientadores.

Cabe mencionar que, si bien varias entidades educativas -por efectos de la TICs, el auge de la educación en línea y el uso recurrente de nuevas plataformas-, ya se hallaban en proceso de transformación (Vistazo, 2020), el confinamiento aceleró esta iniciativa; no obstante, dicha inserción de las tec-

nologías -gracias a la oferta en línea- permitió a las instituciones de educación superior, principalmente, reaccionar con relativa rapidez. En el caso de la Universidad Internacional del Ecuador, ésta decidió suspender sus actividades académicas el jueves 12 de marzo; al día siguiente, se realizó una capacitación básica docente sobre la plataforma *Blackboard* -crear sesiones, compartir pantalla, grabar las clases, crear carpetas y repositorios-; los estudiantes recibieron en sus correos, tutoriales y manuales de eso. El lunes 16, aún con múltiples interrogantes y dudas, se habían retomado las clases *online* de manera sincrónica. Este escenario planteó un primer problema: a pesar de que la institución contaba y activó un plan de contingencia, éste se concentraba solo en la tecnología; su uso estratégico, en el proceso de formación, requirió más tiempo. Resultado: mientras los profesores intentaban replicar las mismas metodologías presenciales -que no se sienta tanto el cambio-, los estudiantes perdían interés y concentración.

Cabe añadir que este cambio abrupto provocó -de un día a otro- la creación de espacios de estudio improvisados: la educación en línea exige otras lógicas de enseñanzas, así como el desarrollo de conductas, compromisos, motivaciones, competencias y habilidades de comunicación. Cuestión de pensar en las distracciones que provoca un entorno -el hogar- que no es controlado y que se rige por otros comportamientos -distintos a las normas implícitas del aula-. En esa línea, la preocupa-

ción abarcó el diseño de nuevas experiencias didácticas: ¿qué hacer para que los estudiantes conecten con los contenidos y estimular el aprendizaje por propia cuenta? ¿Cómo incluir las plataformas en la cotidianidad?

En primera instancia, las acciones apuntaron hacia la integración de las plataformas de Moodle, Blackboard, Zoom: la articulación de estos espacios permitió reunir en un solo espacio digital sesiones sincrónicas, grabaciones y recursos didácticos en diferentes lenguajes. Asimismo, se estimuló el uso de nuevas herramientas -Cisco Webex, Teams-. Empero, se adelantaron iniciativas en materia tecnológica, aparecían obstáculos de aprendizaje -'no me concentro con las clases *online*', 'no es lo mismo', 'yo no pagué por eso'-. Los puntos de vista de los estudiantes, sus retrocesos y conflictos, despertaron las siguientes inquietudes: ¿qué hacer para estimular la participación?, ¿cómo aprovechar el entorno en favor de una formación colaborativa?, ¿de qué manera se deben emplear las herramientas digitales -considerando que, bajo otras condiciones, éstas promueven resultados positivos-?

La mayoría de comentarios por parte de los alumnos remarcaron la necesidad de cambiar las dinámicas y la forma de impartir conocimientos; al no contar con un entorno propicio, se pierde el interés: 'no es lo mismo, las clases se vuelven monótonas y aburridas', 'solo habla el profesor, existe poca participación', 'me aburro y pierdo la concentración en las clases en

línea', fueron algunos de los comentarios más comunes.

En consecuencia, autoridades y docentes propusieron un modelo educativo basado en proyectos y la resolución de problemas. ¿Qué cambió? Varias asignaturas optaron por la construcción de campañas, planes, proyectos y contenidos; las clases sincrónicas, por el contrario, se orientaron hacia actividades lúdicas e interactivas como debates, talleres, foros y dinámicas colaborativas. El propósito: promover la participación activa de los estudiantes y estimular el aprendizaje autónomo. Igualmente, se acompañó la formación mediante canales directos de comunicación: grupos de WhatsApp, redes sociales y correo electrónico.

La adaptación invitó a repensar la manera en que se alcanzan los resultados de aprendizajes –RdA-: lo importante no son contenidos o conceptos, sino las competencias que desarrollan los estudiantes durante el proceso de enseñanza. Al respecto, uno de los recursos que se implementó para evaluar el alcance de las nuevas metodologías durante el confinamiento fue UIDEPlay; una plataforma interactiva pensada para el desarrollo de contenidos. La creación de entrevistas y contenidos, el lanzamiento a los públicos externos, las estrategias de difusión, los proyectos y especiales multimedia, estuvieron a cargo justamente de los mismos educandos quienes aplicaban los criterios teóricos en la construcción de productos tangibles de comunicación.

Hoy, la página UIDEPlay se nutre constantemente por los contenidos generados por los estudiantes *-student-generated content-*. Este escenario marca una mutación en la formación: los esfuerzos y trabajos *-siguiendo con las ideas de Scolari-* no terminan en el aula virtual o en el cajón de los docentes, sino que se destinan al desarrollo de un proyecto práctico. De acuerdo con Emilia Salazar, estudiante de la Escuela de Comunicación, 'crear contenidos que van a ser publicados en la web, nos motiva a hacer mejor las cosas ¿aprendizaje informal?' La página está vigente desde julio de 2020; ocho meses después, cuenta ya con encuestas, trivias, videos interactivos, eBooks, entrevistas, podcasts, crónicas y demás recursos multimedia e interactivos.

Plataforma UIDEPlay: Empoderamiento y Participación

Es así que, para el presente caso de estudio, se involucró a 28 estudiantes de la Escuela de Comunicación de la UIDE, de 3er semestre *-cuyas edades oscilan entre los 19 y 21 años-*, quienes cursaron la asignatura de Narrativas Transmedia en el periodo agosto - diciembre 2020. El objetivo: salir del modelo pedagógico convencional y promover un ejercicio de producción y propagación contenidos por parte de los estudiantes; evaluar su participación y entender si se asimilan ciertos conceptos. La metodología combina la etnografía, las entrevistas a profundidad y el análisis comparativo en función de

las estrategias de aprendizaje informal. Cabe mencionar que el proyecto consistió en la creación de un relato - serializado -documental o de ficción- pensado para ser propagado en diferentes plataformas -al menos tres redes sociales además de la página de UIDEPlay-.

Para medir el impacto, se definieron las siguientes categorías e indicadores:

Tabla No. 1

Categorías e indicadores

Categoría	Indicadores
Grado de participación	emocional / tecnológica / relacional / construcción de inteligencia colectiva.
Estrategia de aprendizaje informal	aprender haciendo; imitación, actividades lúdicas, instrucción; mediante la enseñanza.
Uso de medios	activo / pasivo

Nota: elaboración propia

Para aplicar las categorías, como ya se mencionó, se estructuró una dinámica colaborativa que consistió en la conceptualización, creación y distribución multicanal de un relato expandido; es decir, los alumnos fueron los encargados de construir los diferentes capítulos –entregas- de un proyecto comunicacional multimedia. Los contenidos fueron publicados en UIDEPlay mientras que los recursos promocionales

-expectativas, debates, iniciativas de participación- subidos en los perfiles sociales creados por los estudiantes. Así, el proyecto abarcó tres fases:

1. Creación narrativa:
 - b. Crear un relato en función de un conflicto social -para suscitar conversación-
 - c. Seleccionar el género: documental o ficción
 - d. Escribir un relato serializado -que funcione por entregas-
5. Transformación de una historia en un relato –experiencia- de marca:
 - f. Definir la personalidad y los atributos de marca
 - g. Crear los diferentes perfiles de redes sociales
 - h. Propagar publicaciones y contenidos
9. Gestión de la comunidad:
 - j. Diseñar experiencias mediáticas
 - k. Generar expectativa
 - l. Interactuar con públicos y despertar conversaciones

Resultados de la Intervención

En las entrevistas realizadas después de la publicación del último episodio, los alumnos manifestaron entender, desde la práctica, la producción de un relato transmedia. La asimilación de los puntos importantes teoría dan cuenta de la obtención de un RdA que se evaluaba continuamente en la presencialidad bajo otras metodologías:

- 'Contar historia y hacer comunicación, hoy, es algo diferente; Son muchos los espacios en los que debemos estar'
- 'Nuestros contenidos tienen que convertirse en experiencias para enamorar a la gente'
- Asimismo, el uso de TICs en todo el proceso y las acciones orientadas a la interacción y conformación de una comunidad digital, estimuló su participación activa:
 - 'Contar una historia que nos gusta, a nuestra manera, nos motivó a hacer mejor las cosas'.
 - 'Ver los resultados que obtenía el proyecto nos alentó a crear mejor contenido'.

Finalmente, el hecho de conformar grupos, crear redes sociales, idear campañas de expectativa, generar artes y subir periódicamente contenidos en plazos establecidos, motivó un aprendizaje por cuenta propia.

- 'Comprendí el funcionamiento de un proyecto editorial transmedia así como la importancia de crear perfiles en diferentes redes sociales'.
- 'Me encargaron crear videos cortos y no sabía cómo hacerlo; para ello, recurrí a diferentes tutoriales; luego les enseñé a amigos a editar mediante una app'.

Discusión: Educación y Enseñanza Transmedia

La iniciativa de UIDEPlay da cuenta de que las dinámicas pedagógicas centradas en el uso de la tecnología, cuando conectan con las motivaciones e intereses de los estudiantes, generan apropiación de conocimientos -se asimilan mediante proyectos de adaptación y propagación narrativa- y estimulan entornos participativos y colaborativos. Las opiniones emitidas durante las entrevistas, dan cuenta que las diversas actividades -que incluyeron la creación de historias colaborativas en diferentes lenguajes: textos, videos, podcasts, infografías, la publicación de contenidos y la interacción con públicos en redes sociales-, arrojaron como resultados un mayor entendimiento alrededor de conceptos y la creación de experiencias didácticas satisfactorias para los alumnos. Además, demostró que ellos valoran más las temáticas revisadas en clase, cuando se adecúan las teorías en línea a sus realidades, necesidades y preferencias. Algo que se asemeja a las dinámicas informales.

El enfoque en la producción narrativa demostró ser útil para trabajar a partir de las prioridades de los estudiantes [...] A partir de los testimonios se puede decir que aumentó tanto la comprensión de la obra como el interés en ella y se potenció el trabajo colaborativo. En algunos casos esto fue más allá e incluso incidió

en que tuvieran un concepto positivo de sí mismas como creadoras y dieran valor a algunas de sus prácticas mediáticas. (Scolari, 2019)

Cuando los contenidos y las narrativas se convierten en experiencias pedagógicas positivas, los estudiantes –usuarios- comprenden mejor los conceptos y se incentiva su empoderamiento en el proceso educativo. Es más, los componentes del proyecto transmedia -aplicado en cualquier ámbito- contempla dicho punto: transformar un relato en una experiencia multiplataforma. Los textos, los discursos, los contenidos son simples productos comunicacionales sino se acompañan de una vivencia de uso. Es decir, al considerar los diferentes puntos de contacto -o momentos de verdad-, se busca crear una dinámica inmersiva. Resultados: participación, conversación y fidelización.

Estos mismos principios son los que han motivado la creación de iniciativas de educación transmedia en el mundo: pasar de una enseñanza centrada en la vieja transferencia de conocimientos y la recepción pasiva, hacia una pedagogía basada en el desarrollo de proyectos participativos. En España y varios países de la región ya se han adelantado iniciativas de educación transmedia cuyos resultados evidencian la necesidad de incorporar nuevas estructuras curriculares. No obstante, y llegados a este punto, resulta importante entender lo que

representa la participación. Siguiendo las ideas de Joan Ferrés i Prats (2010), catedrático español, son algunos los errores que surgen cuando se intentan definir a dicho concepto:

La participación propicia algunos equívocos que conviene desenmascarar, tanto en relación con la supuesta pasividad (carencia de participación) [...] como en relación con la supuesta excelencia participativa de las nuevas tecnologías. Para afrontar con cierto rigor el concepto, resulta pertinente distinguir los diversos grados de la participación. (p. 253)

En primera instancia, es necesario reafirmar que todo acto comunicativo proviene de la interacción entre un emisor y un receptor; y es éste último, a través de sus mediaciones, de sus capitales -económico, cultural, social-, de sus experiencias, actitudes y conocimientos previos, quien construye sentido, reinterpreta la intencionalidad y emite una respuesta. Corrientes teóricas marxistas que estudiaron los efectos de las industrias mediáticas, confundieron la ausencia de canales de participación, con una lectura pasiva en la que las personas asimilan o aceptan todo lo representado. La realidad dista de esta suposición. Más, si anclamos la discusión en un entorno multipantalla donde existen diversos espacios y redes de intercambio simbólico.

La industria mediática entendió que los discursos impersonales, acartonados, alejados de la comunidad, no despiertan interés. Sí, lo mismo que sucede en los salones de clase: los estudiantes no se sienten atraídos por los temas de la malla curricular. La respuesta, que se ha convertido en tendencia en los últimos años, está en el espectáculo -aplicado incluso en noticieros y contenidos informativos-, en desplegar narrativas sentimentales que provoquen interés, identificación y proyección. Los sentimientos como mecanismo de inmersión.

La misma lógica subyace en los videojuegos y las dinámicas lúdicas de roles: crear nuevas experiencias y emociones. Considerando este contexto, ya se resuelven algunas interrogantes de por qué los alumnos no se sienten atraídos por las clases. No obstante, la participación en función de intereses, se tiene también que examinar los espacios que ofrecen mayor interactividad. Las redes sociales, las páginas web, las aplicaciones, los videos, en esencia, el ecosistema digital ha motivado el empoderamiento de los usuarios. ¿En qué ámbitos? Según los estudiantes, Internet propicia el intercambio de información y conocimiento -Email, Twitter, YouTube, Spotify-; crea relaciones y comunidades -Facebook, Instagram, WhatsApp, TikTok-; incentiva la interacción, conexión, circulación e intercambio de contenidos - algunos falsos- ; construye redes de cooperación encaminadas a encontrar

soluciones de índole colectivo, promueve iniciativas -#11M, #MeToo, #BlackLivesMatter- y fomenta cambios a nivel social -como menciona Castells, redes de indignación y esperanza-. Si consideramos todos estos elementos, es claro que la participación producto de las dinámicas de la web 2.0, empa-ta con los postulados de la Unesco alrededor de la educación: promover una lectura crítica del cambio social.

La educación... ¿fomenta la participación? Tomando en cuenta la conexión sentimental, las plataformas interactivas, las propuestas de cambio, las transformaciones e incluso la creación de inteligencia colectiva; es decir, los grados básicos -elementales- y superiores de la participación, queda claro que las instituciones educativas no logran cohesionar todas estas vertientes en favor de un aprendizaje colaborativo. Ahora, cómo hacerlo. Fundamentalmente, el estudio destaca la relevancia del aspecto emocional: la estructura y la metodología pedagógica tradicional suele priorizar el aspecto racional, lógico, aislando lo sentimental y el sentido de pertinencia.

La marginación y hasta el menosprecio que la cultura occidental ha venido mostrando hacia las facultades mensajes consideradas inferiores, como las emociones o el inconsciente, han sido puestas en entredicho por los estudios sobre el cerebro humano [...] El despliegue efectivo de las estrategias de razonamiento

depende en gran medida de la capacidad continuada de experimentar sentimientos. (Joan Ferrés i Prats, 2010, p. 250)

Estudios sugieren que, en los cimientos de los aspectos cognitivos racionales, se encuentra una emocionalidad que guía el correcto funcionamiento de las facultades de cooperación e interacción. Empero, la separación entre las dos esferas ha sido una discusión desde la antigüedad. Sócrates, de hecho, ya se preocupaba por el riesgo que representaban los sofistas: supuestos hombres sabios que engañaban a la gente mediante presuntas verdades. Argumentaba que las personas caían ante su facilidad de palabra -retórica emocional-, su capacidad de persuasión y daban validez a sus argumentos por una apariencia de autoridad. Los sentimientos como base de la integración y el intercambio simbólico afectivo.

La participación en los entornos de educación, en ese sentido, demanda un enfoque emocional, considerando que los sentimientos guían las actitudes y acciones de las personas. Una vez que los estudiantes desarrollan un sentido de pertenencia y se apropian de los proyectos, la realización de actividades y el intercambio de ideas fluye de mejor manera. Además, mediante contenidos lúdicos e inmersivos, se pueden promover movilizaciones y cambios de índole social. Como se ve, la simple adopción tecnológica no representa beneficios si no está acompañada de una estrategia pedagógi-

ca que incluya: la enseñanza *de y con* medios, sustentada en sólidos componentes emocionales.

La participación no es inherente a la tecnología per sé; para que los *centennials* asuman un rol activo en el acto comunicativo, la motivación emocional tiene que constituir un puntal en la educación. El relacionamiento, el empoderamiento para crear contenidos propios, la viralización de mensajes y la inmersión que despiertan videojuegos, redes sociales, blogs y páginas web no es solo cuestión de diseño y usabilidad; detrás del éxito de estos espacios se esconden estrategias y estímulos que sintonizan con -¿y originan?- las expectativas, las conductas y los rituales de los *centennials*. Este escenario, sin duda, conduce a un dilema ético. ¿Debería la educación recurrir a las mismas estrategias de la publicidad y las industrias de entretenimiento para estimular el trabajo colaborativo entre los estudiantes? ¿Es ético apelar al subconsciente y las emociones con el fin de fomentar una lectura crítica del entorno?, ¿para promover una inteligencia colectiva y empujar cambios sociales? O, por el contrario, el uso de estas herramientas ¿no daría cabida a la manipulación, el adoctrinamiento y la imposición ideológica? Tampoco se puede negar que, detrás de las redes existen intereses de grandes corporaciones y de mercado, hay un manejo oscuro de los datos personales de los usuarios.

La respuesta, sin embargo, sí mantiene una constante: la educación es más que enseñanzas formales. La formación, como plantea Jesús Martín Barbero, no se reduce a la escolarización: abarca muchas a más esferas en la que los educandos exploran, participan, configuran su identidad y crean sus propios discursos. En un entorno narrativo multipantalla, el intercambio simbólico es mayor, lo cual aumenta las posibilidades de descubrimiento y exploración (Gallardo-Camacho, 2020). Es así que las instituciones se ven obligadas a cambiar de paradigma para aprovechar las ventajas de lo digital. “No pensamos que lo que “adquirimos” de nuestras interacciones sea precisamente eso, aprendizaje. Aún domina la tradicional idea de que la educación es asunto de la escuela y que las pantallas, divierten” (Orozco, 2010, p. 271). La clave en la formación, hoy, recae en la articulación de los sistemas convencionales e informales; en entender que lo que sucede fuera de las aulas atañe e incide en la dinámica de la clase. Y eso involucra, necesariamente, incorporar metodologías y técnicas mediáticas disruptivas, en favor del intercambio comunicativo entre los educandos.

En conclusión, las instituciones educativas convencionales que pretenden mantenerse en vigencia, están ante la siguiente disyuntiva: reinventarse o verse superados por aplicaciones y plataformas. ¿Qué hacer? Al respecto, las narrativas transmedia, en la medida que abarcan experiencias multiplataformas,

rutas de contenidos inmersivos e interactivos y la participación activa de los usuarios, se presentan como una solución efectiva, en la medida que promueven y fortalecen vínculos entre los educandos y los contenidos académicos. Los roles, las dinámicas, las conductas cambiaron; ya no se habla de audiencias sino de ser audiencias -de la mano de los cambios culturales, cognitivos y estéticos que impulsó la convergencia-. (Orozco, 2010); los productos culturales fluyen por múltiples pantallas y evadirlas no es una opción. Por ende, las soluciones pedagógicas deben actualizarse, incorporar herramientas lúdicas, propiciar la interacción, profundizar la lectura crítica, desarrollar competencias mediáticas y, sobre todo, impulsar la creación de productos culturales en pro del cambio social.

Referencias

- Aparici, R. (2010). *Educomunicación y cultura digital, en Educomunicación más allá del 2.0*. Gedisa
- Aparici, R. (2008). *Comunicación educativa en la sociedad de la información*. Universidad Nacional de Educación a Distancia
- Ferrés i Prats, J. (2010). *Educomunicación y cultura participativa, en Educomunicación más allá del 2.0*. Gedisa
- Jenkins, H. Ford, S. y Green, J. (2015). *Cultura Transmedia*. Gedisa

- Jenkins, H. (2008). *Converge Culture: La cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. Paidós
- Gutiérrez, A. (2010). *Creación multimedia y alfabetización digital, en Educomunicación más allá del 2.0*. Gedisa
- Kaplún, M. (1992). *A la educación por la comunicación. La práctica de la comunicación educativa*. Unesco-Oreale
- Kaplún, M. (1998) *Una pedagogía de la comunicación*. Madrid, Ediciones de la Torre.
- Ledoux, J. (1999). *El cerebro emocional*. Ariel y Planeta
- Martín-Barbero, J. (1987). *De los Medios a las Mediaciones*. Gustavo Gili
- Marsick, V., Volpe, M. (1999). The Nature of and Need for Informal Learning, en V. J. Marsick y M. Volpe (eds.), *Informal Learning on the Job, Advances in Developing Human Resources*, 3. CA: Berrett Koehler
- McLaren, P. (1995). *La escuela como un performance ritual*. Siglo XXI
- Orozco, G. (2010). *Entre pantallas: nuevos roles comunicativos y educativos de los ciudadanos, en Educomunicación más allá del 2.0*. Gedisa
- Rincón, O. (2006). *Narrativas Mediáticas: o cómo se cuenta la sociedad del entretenimiento*. Gedisa
- Rincón, O. (2011). Nuevas narrativas televisivas: relajar, entre tener, contar, ciudadanizar, experimentar. *Comunicar, número 36, XVIII, 2001, Revista Científica de Comunicación y Educación*, pp. 43-50

- Rincón, O. (2019). Narrativas del entretenimiento expandido. Chasqui #140. *Revista Latinoamericana de Comunicación*, pp. 149-161
- Scolari, C. A. (2004). *Hacer clic. Hacia una sociosemiótica de las interacciones digitales*. Gedisa
- Scolari, C. A. (2008). *Hipermediaciones. Elementos para una teoría de la comunicación digital interactiva*. Gedisa
- Scolari, C. A. (2013). *Narrativas transmedia. Cuando todos los medios cuentan*. Barcelona: Deusto
- Scolari, C. A. (2014). *Narrativas transmedia: nuevas formas de comunicar en la era digital*. Anuario de cultura digital
- Scolari, C. A. (2018) *Adolescentes, medios de comunicación y cultura colaborativas*. Transliteracy
- Scolari, C.A., Lugo Rodríguez, N., Masanet M.J. (2019): Educación Transmedia. De los contenidos generados por los usuarios a los contenidos generados por los estudiantes. *Revista Latina de Comunicación Social*, 74, pp. 116 a 132. <http://www.revistalatinacs.org/074paper/1324/07es.html>

Alternativas para la Educación Escolarizada en Tiempos de Emergencia en Ecuador: la Teleeducación y la COVID-19

Alternatives for Formal Schooling in Times of Emergency in Ecuador: The Tele-education and COVID-19

Revista Enfoques de la
Comunicación No. 5
Mayo 2021, pp. 160 - 208
p-ISSN: 2661-6939
e-ISSN: 2806-5646
Recibido: 11 de marzo de 2021
Aceptado: 06 de abril de 2021

María Fernanda Cedeño Égüez ¹

mfcedeno@consejodecomunicacion.gob.ec

Sofía Jurado Chaves ²

sjurado@consejodecomunicacion.gob.ec

Michelle Moretti ³

mmoretti@consejodecomunicacion.gob.ec

Consejo de Comunicación

Quito, Ecuador

Recibido: 11 de marzo de 2021 / **Aceptado:** 06 de abril de 2021

¹ Estudios de maestría en Comunicación Estratégica (etapa de tesis-Universidad Andina Simón Bolívar, Sede Ecuador) Especialista en Comunicación (Universidad Andina Simón Bolívar, Sede Ecuador) Diplomado en El Periodismo y la Situación Actual (Instituto Internacional de Periodismo José Martí, Cuba) Foreign Press Center Japan, Tokyo, Japan Fellowship Program of the Foreign Press Center Japan; Licenciada en Comunicación Social (Universidad Central del Ecuador-mejor egresada de la especialización en Comunicación Impresa). Directora Técnica de Promoción del Conocimiento en el Consejo de Comunicación; creadora y productora de la primera revista de ciencia y tecnología "Desafío"; Coautora (investigación y documentación) del libro "Tormenta del Desierto", diario de una guerra; ex directora, asesora, consultora, coordinadora de Comunicación en universidades, instituciones públicas y empresas privadas; editora, productora de televisión.

² Socióloga con mención en Ciencias Sociales aplicadas a las Relaciones Internacionales; ha desarrollado su trabajo en ámbitos relacionados a la cooperación internacional, cultura, investigación y desarrollo social. Cuenta con estudios de Maestría en Dirección Estratégica, lo cual le ha permitido involucrarse en la elaboración, seguimiento y evaluación de proyectos en varias instituciones del sector público y privado. Actualmente, se encuentra cursando la Maestría de Gestión de Desarrollo y Crisis en la Universidad Andina Simón Bolívar, Sede Ecuador.

³ Magíster en Investigación en Antropología por la Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (FLACSO-Ecuador). Tiene una Especialidad en Patrimonio por la UNESCO-Argentina; además, es Licenciada en Comunicación Social con especialidad en Desarrollo por la Universidad Politécnica Salesiana. Se ha desempeñado en cargos de Dirección, Investigación y Realización de Contenidos para medios de comunicación, agencias y productoras. Ha participado en proyectos y ejercido funciones en espacios públicos y privados, relacionadas a la investigación social, con énfasis en temas como performatividad, medios, periodismo y género. ORCID ID <https://orcid.org/0000-0002-9409-6634>

Resumen

El presente artículo realiza un acercamiento a la estructura educativa ecuatoriana y su capacidad de respuesta frente a una crisis social o sanitaria. A través de la revisión de documentos oficiales, normativa, investigaciones, estudios de caso y datos históricos, se abordan algunas aristas que permitirán comprender cómo está cimentado el actual modelo educativo, donde prima la modalidad presencial y los cambios a los que se somete en una emergencia. Pone especial interés en la teleeducación, el uso del internet y los medios tradicionales -radio y televisión- como alternativas de formación escolarizada en tiempos de la COVID-19. A su vez, testimonios del estudiantado, plataformas educativas, recursos audiovisuales y propuestas desde lo privado, servirán para reflexionar sobre algunos efectos puntuales de la pandemia y visibilizar realidades donde la vida y la salud se anteponen a otros derechos.

Palabras clave: teleeducación, educación escolarizada, COVID-19, internet, plataformas educativas.

Abstract

The present article gives an approach to the educational structure and its capacity of response during a social or sanitary crisis. The review of official documentation, current legislation, investigations, case studies and historic data, will address different edges to understand how is built the educa-

tional model, which is based actually in a face to face model and the changes that this suffer during the emergency. This document emphasizes the interest in Tele-education, the use of internet and the traditional media -radio and television-like alternatives of formal education in times of COVID-19. At the same time, we provide student testimonies, examples of educational platforms, audiovisual facilities and private proposals that will serve to reflect about some punctual effects of the pandemic and display realities where life and health take precedence over other human rights.

Keywords: Tele-education, formal education, COVID-19, internet, educational platforms.

Introducción

Desde el año 2020, la COVID-19 afectó todos los ámbitos de la sociedad, incluyendo el educativo (Echeita, 2020). Como se expone a lo largo de este documento, en Ecuador se implementaron alternativas como la teleducación para dar continuidad a los procesos de aprendizaje formal.

Esta respuesta no es un hecho aislado, sino una alternativa donde frente a las emergencias, sociales y de salud, se utilizan herramientas que reemplazan o complementan la enseñanza presencial. En ese sentido, una vez definida la idea de teleducación, se realiza una revisión histórica a hechos donde una determinada crisis modificó la dinámica educativa;

y, posteriormente, se presentarán generalidades de la estructura pedagógica contemporánea y su mutación con la actual pandemia.

Será tema central de reflexión, la teleeducación y su relación con el internet y/o medios de comunicación, como la radio y la televisión, a modo de sustitutos, apoyos o extensiones de las aulas físicas. Se revisarán normativa y escritos técnicos actuales que sustentan las acciones aplicadas en escuelas y colegios ecuatorianos; a su vez, mediante un análisis cualitativo se revisarán casos prácticos como: el proyecto gubernamental 'Aprendemos juntos en casa', testimonios de estudiantes de instituciones públicas y la experiencia del colegio privado EMDI SCHOOL. El objetivo central de este escrito será esquematizar y denotar algunos de los efectos reales del contingente utilizado en la enseñanza formal actual, en una época donde salvaguardar la vida y la salud se antepone a cualquier derecho.

Acercamiento a la Definición de Teleeducación

Dado que la arista central del debate de este documento es la teleeducación, se parte de una descripción técnica, así como sus alcances en el plano pedagógico. Se pone especial atención en el uso de nuevas tecnologías y medios de comunicación que incluyen la radio y la televisión como parte de los procesos educativos.

Como antecedente se deben considerar los modelos de educación y su implicación con la tecnología y la pedagogía, los mismos que son de dos tipos: síncrono y asíncrono. Según lo expone la Universidad de Desarrollo Profesional:

[El primero] es un modelo de enseñanza en línea que incluye herramientas de, la comunicación en tiempo real (Zoom, video conferencias, chats en vivo) Las clases se llevan a cabo en un horario estipulado, se toma asistencia y se realizan dinámicas en las que se proponga participación de los estudiantes guiados por el docente; [el segundo] se realiza a través de actividades de aprendizaje donde NO hay una interacción en tiempo real. Se trabaja con actividades concretas que el estudiante puede consultar en cualquier hora (Correo electrónico, actividades, chats, debates, foros) Generalmente las “Actividades-Tareas” se suben a una plataforma de educación en línea. Los docentes revisan y dan sus comentarios. Las actividades están realizadas especialmente para este tipo de plataformas y para este tipo de modelo. Es decir, tienen un objetivo claro sobre lo que los alumnos de educación a distancia tienen que aprender. (2020)

No se puede afirmar cuál de los dos modelos es mejor ya que, según las circunstancias y los objetivos, estos pueden variar tanto para profesores como para estudiantes. Por ejemplo,

se deben considerar los dispositivos electrónicos disponibles -computadora, teléfono u otro-, la facilidad de conexión a internet, el tiempo de los alumnos para asistir y de los profesores para dictar las clases, el diseño de las materias, el espacio físico para atender una asignatura, entre otros.

Ahora bien, en lo que refiere directamente al tema planteado, según el “Glosario de Educación a Distancia” (Roquet, 2018), la teleeducación es...

[...] la utilización de tecnologías de la información y comunicación, como una estrategia de educación que contribuya al aprendizaje en personas que se encuentran en poblaciones alejadas, que están en alguna condición especial o que están limitadas de tiempo para acudir a un centro de estudio. La teleeducación se inició en México y en Latinoamérica en los años sesenta utilizando como medio básico la televisión. (2018, p. 110-111)

Más allá de las críticas que podría tener la teleeducación, existen varios estudios que confirman la efectividad de la combinación de la pedagogía, entendida como la ciencia de la educación, y la telemática, que engloba la informática y la tecnología de la comunicación. Como lo determina la Unesco en su documento sobre las TIC's en América Latina y el Caribe, al hablar del uso de nuevas tecnologías en el ámbito educativo, estas ofrecen...

[...] oportunidades para acceder al conocimiento disponible, para comunicarlo más rápida y eficazmente y para medir mejor y a menor costo los resultados de aprendizaje, incluyendo oportunidades para la evaluación formativa, y también apoyan el desarrollo de estrategias diferenciadas a partir de los resultados obtenidos en el proceso. (OREAL y Unesco, 2013, p. 36)

Hasta hace poco, sostiene la UNIDEP (2020), la educación asíncrona era la más utilizada; pero, con los avances tecnológicos es la síncrona la que hoy en día se aplica, debido a que existe un mayor ancho de banda y la posibilidad de transmitir vídeos y audios en tiempo real. Si bien el modelo asincrónico tiene algunas ventajas como el hecho de que el estudiantado puede manejar sus tiempos y no depender del internet permanentemente, las dificultades aparecen cuando las dudas no pueden ser resueltas inmediatamente al no tener contacto directo con el docente; esto no quiere decir que no sea un modelo útil para determinadas coyunturas.

Dicho esto, y una vez que se ha definido la teleeducación y sus implicaciones, en el siguiente punto se expone un panorama histórico de la educación en Ecuador para comprender la preferencia del modelo presencial en la educación formal y su variación en tiempos de emergencia social o sanitaria.

Panorama Histórico de la Educación Presencial en Ecuador y las Respuestas en Tiempos de Crisis

El presente apartado está dedicado a establecer las bases de la estructura actual de la educación formal ecuatoriana y su preferencia al formato presencial, para contrastar con los cambios que ocurren en circunstancias de emergencia. Para ello, se realiza una revisión histórica de la importancia dada a este derecho desde la constitución de la República hasta la exposición de hechos puntuales donde se utilizó la teleeducación.

Como antecedente general se puede decir que el modelo presencial de la educación formal contemporánea, según investigadores como Ríos y Toro (2018), no es más que la evolución del sistema tradicional de Prusia para la formación de sus ejércitos, instaurado a mediados del siglo XVIII y principios del XIX, mismo que se extendió en casi todo el mundo como proceso de escolarización.

[...] en América coincidieron con las ideas de raíz prusiana sobre el hecho de que era necesario que todos los niños concurrieran a la escuela, que la educación debía ser evolutiva en dificultades y estos niveles debían ser superados paso a paso, y finalmente que la preparación era una sistematización similar a la producción en cadena de Henry Ford, donde se amoldaba a los alumnos en un producto final tendiendo a ser

igual o similar. Y con beneplácito la población aceptaría las bondades de que dicha educación debía ser gratuita. (2018)

Es así que desde la primera Constitución de la República del Ecuador se determinó que “la enseñanza primaria y la de artes y oficios son gratuitas, y, además, la primaria es obligatoria” (1907, Artículo 5) bajo esta lógica presencial. Sin embargo, como se verá rápidamente, los objetivos y la priorización de la educación formal tomaron diferentes perspectivas según los gobiernos de turno.

Como lo desarrolla Sandoval (2017), tuvo impulso en la presidencia de Vicente Rocafuerte, de 1835 a 1839, donde se gestó el primer intento de un liceo para mujeres y cuyo fracaso fue resultado del dogma reinante, aunque se ampliaron las posibilidades para el acceso a los hombres; en los periodos presidenciales de Gabriel García Moreno, entre 1861 a 1865 y 1869 a 1875, la gratuidad perdió sentido por la dependencia de los religiosos quienes cobraban, aunque sea un valor mínimo, por esta tarea; situación que empieza a revertirse mediante el hito de la laicidad con Eloy Alfaro, de 1897 a 1901 y 1906 a 1911.

Estudiosos como Milton (2014) destacan, además, aportes del gobierno de Camilo Ponce Enríquez quien, entre 1956 y 1960, incrementó el acceso, amplió el cuerpo docente y dio énfasis en lo técnico. Ya, para la década de los 70's, dice este

autor que, la considerable inversión estatal en educación, debido al auge petrolero y las alianzas con organismos internacionales, impulsó un círculo virtuoso de oferta y demanda pues contó con un mayor número de carreras profesionales, oportunidades de empleo, entre otros beneficios.

Sin embargo, la mayoría de mandatarios republicanos no tenían como eje transversal a la educación en sus proyectos para el país (Sandoval, 2017), sea por motivos ideológicos o coyunturas que requerían priorizar otros ámbitos. Un ejemplo de ello, es la aparición de la pandemia a inicios del siglo XX, como lo describe Germán Rodas en un artículo donde cita partes de su libro “Pensamiento médico: el liberalismo radical y la revolución juliana. Trazos de la figura de Isidro Ayora” (2017) al referirse al caso de la gripe española en Ecuador, cuando fueron detectados los primeros casos en diciembre de 1918, el 13 en Guayaquil y el 16 en Quito:

Al día siguiente [17 de diciembre de 1918], por disposición de las autoridades de higiene, se cerraron las instituciones de educación, se clausuraron las actividades públicas y se informó a la población de la circunstancia epidémica. [...] El 19 de enero de 1919, las autoridades sanitarias del país señalaron que la epidemia de la ‘gripe española’ había sido controlada y procedieron a autorizar la reanudación de clases, entre otras cosas. (Rodas, 2018)

No se tienen datos oficiales del estudiantado de la época, pero, al ser una población reducida, el confinamiento y la cancelación de la asistencia presencial sin otra alternativa para la continuidad no causaron mayor revuelo; más aún, considerando que esta medida fue efectiva para paliar la enfermedad y el tiempo de encierro fue mínimo.

En general, lo que se puede afirmar con la implementación de la enseñanza formal es que, más allá del interés por la educación en épocas regulares o de crisis, el modelo presencial sigue siendo el común denominador en los planes de los gobernantes. Con el avance y acceso a las nuevas tecnologías, así como la diversificación de las problemáticas, las opciones para la enseñanza formal se amplían y se adaptan con la implementación de la formación a distancia y la teleeducación.

En el caso de las comunidades indígenas, durante el siglo XX, sus luchas desembocaron no solo en el uso de sistemas alternativos para la alfabetización a distancia y la teleeducación, sino en la incorporación de la educación bicultural y luego en la intercultural bilingüe (Caiza, 2001) lo que da cuenta del dinamismo y los resultados positivos que se pueden obtener de esta forma de enseñanza.

Uno de los ejemplos emblemáticos son las Escuelas Radiofónicas Populares del Ecuador, ERPE, fundadas por Monseñor Leónidas Proaño en 1962, que nacen con el objetivo de “organi-

zar campañas de alfabetización por radio; instruir a las clases populares en materias fundamentales para su desarrollo e incorporar al campesino indígena a la vida social y económica de la nación” (Escuelas Radiofónicas Populares del Ecuador, 1963, p. 5); donde, en sus primeros 10 años, 13.000 indígenas y campesinos (Crespo, 1983, p. 163) tuvieron acceso a alfabetización y el uso de lenguas originarias a través de la radio.

Tras esta década, el primer modelo de educación fue insuficiente por lo que se implementó un “Sistema de Teleducación” del que participaron 16 mil indígenas y campesinos, entre 1975 y 1986 (Escuelas Radiofónicas Populares del Ecuador ERPE, 2020). Dicho sistema de educación formal a distancia incluyó la radio, material escrito y reuniones grupales (Crespo, 1983, p. 175) como métodos de enseñanza.

Otro ejemplo, en esta misma línea, es el Instituto Radiofónico Fe y Alegría, -Irfeyal-, que, desde 1976, representó una alternativa para la alfabetización y la posalfabetización adulta. Dicho Instituto utilizó el uso combinado de medios difundido en Latinoamérica conocido como Sistema ECCA, cuyas siglas refieren a la Emisora Cultural Canarias de España (González, 2009); y, con una metodología similar a la de ERPE, incluyó alternativas visuales, auditivas y presenciales de formación.

Cabe señalar que, para aquellas épocas, el tema de la alfabetización se consideró una emergencia nacional y mundial lo que obligó al Ecuador a adoptar una serie de procesos que incluyeron educación presencial, clases puerta a puerta, material audiovisual y otras herramientas alternativas desde los 60's hasta los primeros años del siglo XXI (Ministerio de Educación del Ecuador, 2012). Incluso a partir del retorno a la democracia en 1978 (Escobar, I. et ál. 2010. p. 253) el interés por este tema se mantuvo y la suma de esfuerzos desde diferentes frentes dio como resultado la reducción considerable del analfabetismo en el país, como se evidencia en el Gráfico No.1:

Gráfico No.1

Porcentaje de analfabetismo en Ecuador de 1950 a 2010



Nota: SIISE, con base en Censos de Población y Vivienda. (INEC citado por Ministerio de Educación del Ecuador, 2012)

En este breve recorrido por algunos puntos históricos relacionados con la educación, queda en evidencia que el modelo presencial es el imperante; pero, que las emergencias obligan a utilizar otros canales de acceso o, en su defecto, suspender este derecho como medidas para enfrentar una crisis.

Con estos antecedentes, a continuación, se reflexionará sobre el proceso contemporáneo para explicitar los rasgos aún vigentes de la mentada estructura; así como, el marco en el que funciona el ámbito educativo regular para escuelas y colegios ecuatorianos como un preámbulo de la pandemia de la COVID-19.

La Estructura Educativa del Ecuador Contemporáneo

A través de consulta popular, se aprobó el Plan Decenal de Educación (Ministerio de Educación del Ecuador, 2006) durante la presidencia de Alfredo Palacio (Torre, 2008) y, como lo resume Luna (2014), incluyó políticas como: universalizar de la educación inicial, fortalecer de la educación bilingüe, mejorar las condiciones del profesorado, entre otras.

En 2007, el gobierno de Rafael Correa ratificó este Plan y promovió incentivos educativos para garantizar el acceso. Se reafirmó este proceso en el marco de la Constitución de la República del Ecuador, donde se cuenta con numerosas referencias sobre el tema; por mencionar algunos, en el artículo 27 se manifiesta que...

La educación se centrará en el ser humano y garantizará su desarrollo holístico, en el marco del respeto a los derechos humanos, al medio ambiente sustentable y a la democracia; será participativa, obligatoria, intercultural, democrática, incluyente y diversa, de calidad y calidez; impulsará la equidad de género, la justicia, la solidaridad y la paz; estimulará el sentido crítico, el arte y la cultura física, la iniciativa individual y comunitaria, y el desarrollo de competencias y capacidades para crear y trabajar. (2008)

En el artículo 344 del citado documento se determina la rectoría del ámbito educativo al Estado “[...] a través de la autoridad educativa nacional, que formulará la política nacional de educación; así mismo regulará y controlará las actividades relacionadas con la educación, así como el funcionamiento de las entidades del sistema” (2008). El documento, además de ratificar la gratuidad de la educación, define como responsabilidades estatales el garantizar la educación intercultural bilingüe y las modalidades formales y no formales de educación, fortalecer la educación pública, erradicar el analfabetismo y promover la enseñanza una lengua ancestral al menos, entre otros elementos.

Como parte de ese proceso, en 2013 se implementa el proyecto de teleeducación a nivel nacional, mediante acuerdo

ministerial Nro. 0233-13 (Ministerio de Educación del Ecuador, 2013), para promover y gestionar programación con contenido educativo a través de la televisión que, para octubre del mismo año, pone al aire EDUCA TV, con una duración de una hora en todos los canales nacionales como “[...] una televisión que opera a través de un sistema multimedios complementario con llegada para la comunidad educativa y población en general” (2013, p. 64) como una alternativa adicional a las aulas presenciales.

Desde el sector privado y/o en alianza con el público estuvieron, además, algunas iniciativas bajo esta línea que llegaron a reemplazar la educación presencial. Con base al Informe de Desarrollo Humano Ecuador 2001 (PNUD, 2001), entre ellas se encuentran:

- EDUNET: surgió en 1999 como una red de televisión educativa para capacitación de docentes y la promoción de valores; a través de la alianza entre el grupo TV Cable, Repsol y el Ministerio de Educación del Ecuador.
- Programa del Muchacho Trabajador: inició en 2001 y contó con el financiamiento de la Organización de los Estados Americanos –OEA- y del Banco Central del Ecuador. Promovió el conocimiento de nuevas tecnologías a jóvenes, mediante la utilización de herramientas para el adecuado manejo de la información.

- Fundación Esquel: se enfoca en las comunidades indígenas para reducir la brecha digital, a través de la utilización de tecnologías de la información, mediante la donación de equipos, la instalación de bases de datos, la dotación de aulas, el desarrollo de capacitaciones y de proyectos que incidan en la calidad de vida de los jóvenes de las comunidades. En 2001, la Fundación promovió el proyecto: “Internet para el colegio”; misma que trabajaba en alianza con Microsoft y la Fundación Hoy en la Educación con la intención de, entre otras cosas, incentivar el uso de la tecnología como una alternativa y una herramienta para el intercambio de aprendizajes y de herramientas pedagógicas a través del desarrollo de una comunidad virtual.
- Fundación Teleducando: busca la educación masiva y la capacitación para niños, niñas, jóvenes y adultos con un modelo de educación a distancia y el uso de internet, televisión abierta y aulas virtuales.

Tanto en los ámbitos público y privado, incluyendo la participación de organizaciones no gubernamentales y Fundaciones, la fusión de canales y herramientas educativas se maneja como una respuesta a problemas de acceso, nivel formativo, edad, entre otros, frente a lo que se pueden considerar crisis o estallidos sociales prolongados que obligaron a reemplazar o reforzar el modelo presencial.

Sin embargo, más allá de estos hechos particulares y usos especializados de la teleeducación, la pandemia de la COVID-19 obligó a tomar cambios radicales y masivos que serán desarrollados en el siguiente apartado.

Cambios en la Normativa de la Educación Escolarizada Ecuatoriana Durante la Pandemia de la COVID-19

En este punto se cree necesario contextualizar los cambios en el dogma con la presencia de la pandemia en el país. Para ello, se realizará un recuento de los principales instrumentos legales utilizados; al igual que datos estadísticos y la definición de conceptos clave.

Para caracterizar la población a la que refiere este documento previo a la pandemia, con base a datos socializados por el Ministerio de Educación del Ecuador (2019), se puede decir que para 2019 el sistema educativo registró “[...] 4.385.168 estudiantes de todos los niveles, tipos de educación ordinaria, especial y sostenimientos en educación escolarizada, en 16.316 instituciones educativas y un total de 217.351 docentes a nivel nacional” (2019, p. 12-13). En cuanto al acceso, con base al Instituto Nacional de Estadísticas y Censos –INEC– (2020), para ese mismo año se registra un 45% de hogares a nivel nacional con acceso a internet; un 41% de la población mayor a cinco años utiliza un computador; y, el 60% de la población accede al servicio de internet a través de distintos dispositivos.

A manera de contexto sobre la realidad de la pandemia en la que se centra la atención de este escrito, se conoce que la crisis sanitaria inició en el municipio de Wuhan -provincia de Hubei, China- con una “neumonía de causa desconocida” (Organización Mundial de la Salud, 2021) que, posteriormente, fue identificada como un coronavirus y bautizada como SARS-CoV-2 causante de la enfermedad del coronavirus -COVID-19- (Centros para el Control y la Prevención de Enfermedades, 2020). Según datos de la Organización Mundial de la Salud sobre la cronología de la pandemia (2021), en diciembre 2019 se declara públicamente la existencia del primer caso a nivel mundial; y, pocos meses después, el 29 de febrero de 2020, el Gobierno ecuatoriano “registra el primer caso confirmado en el país” (Secretaría General de la Presidencia de la República, 2020), siendo el detonante para una serie de acciones en varios campos, uno de ellos el educativo.

Para 2020, se puso en evidencia esta desigualdad en el acceso a internet. Dicho por Andrés Michelena, un millón de estudiantes no tiene acceso a “[...] un computador, laptop o un teléfono; y segundo, porque no tienen cuentas de internet en sus casas ni en sus móviles” (El Universo, 2020) y, por tanto, dificultó cualquier cambio a una modalidad virtual o de teleeducación que dependa del internet.

Con el antecedente de un tercio de los estudiantes sin internet y un uso relativo de medios de comunicación, la pandemia estalla en el país. Para el 11 de marzo de 2020, el Ministerio de Salud Pública, declara el “estado de emergencia sanitaria en todo el territorio nacional [y la adopción de mecanismos] como teletrabajo, teleducación, entre otros, con el objetivo de evitar la propagación del virus” (2020). Días después, el Decreto No. 1017 (Presidencia de la República del Ecuador, 2020) declararía “[...] el estado de excepción por calamidad pública en todo el territorio nacional” (2020).

En mayo, la Presidencia de la República renovó el “estado de excepción” mediante el Decreto No.1052 (2020); y, posteriormente se emitiría nuevamente dicho estado a través del Decreto No.1074 (2020) y lo mantuvo con el Decreto No. 1126 (2020). Cabe señalar que, la Corte Constitucional, a través de la Sentencia: No. 5-20-EE/20 (2020), dictaminó que “no admitirá una nueva declaratoria sobre los mismos hechos que configuraron la calamidad pública” (2020). Por tal razón, Centro de Operaciones de Emergencia –COE- Nacional, emitió “los lineamientos que serán de obligatorio cumplimiento una vez finalizado el régimen [...]” (COE Nacional, 2020) e incluye dar la potestad a los Gobiernos Autónomos Descentralizados para que realicen tareas de control, regulación y autorización; cabe señalar que dicha entidad, así como los

COE provinciales se convirtieron en la voz oficial del manejo de la emergencia sanitaria.

En el marco de los lineamientos presidenciales, del COE Nacional y demás organismos responsables, se emitieron varios documentos para regular la educación en escuelas y colegios; a continuación se expondrá algunos de los más relevantes. Cabe puntualizar que, para fines de este artículo, se exponen las afectaciones y las acciones relacionadas a la “educación escolarizada ordinaria” (Ministerio de Educación del Ecuador, 2019), misma que incluye los niveles de educación inicial, general básica y bachillerato general unificado: ciencias y técnico; bachillerato complementario: técnico productivo, artístico e internacional.

El Ministerio de Educación del Ecuador mediante el Acuerdo MINEDUC-MINEDUC-2020-00014-A (2020) suspende las clases presenciales hasta el 5 de abril en la región Sierra; con el Acuerdo MINEDUC-MINEDUC-2020-00020-A (2020) extiende la medida hasta el 30 de abril; y, con el Acuerdo MINEDUC-MINEDUC-2020-00024-A (2020) posterga el inicio de clases en las regiones de la Costa y Galápagos. Finalizados los estados de excepción, deja en manos del COE cualquier resolución.

El 12 de marzo, representantes del Gobierno Nacional anunciaron que “desde el lunes 16 de marzo se comenzará a

trabajar en la plataforma virtual y se trabajará con la radio y televisión” (El Comercio, 2020). A partir de ahí se tomaron algunas decisiones que propendían a garantizar la continuidad en la formación del estudiantado a través de la teleeducación.

Rige, entonces, el Plan Educativo COVID-19 (Ministerio de Educación del Ecuador, 2021), cuyo objetivo central es:

[...] proveer herramientas pedagógicas, metodológicas, psicoemocionales y psicosociales, que fomenten y fortalezcan la construcción de un modelo educativo adaptable y contextualizado, que responda a las diversas necesidades del territorio nacional y permita garantizar el derecho a la educación en medio de la crisis. (2021)

El mencionado Plan incluye dos fases. La primera denominada “Aprendamos Juntos en Casa” (2021) busca “que los estudiantes continúen con sus actividades académicas desde sus hogares” (2021). Para cumplir el cometido se cuenta con: 160 canales de televisión donde se transmite el programa educativo A-Prende la Tele, 100 radios rurales comunitarias, acompañamiento permanente al docente, fichas pedagógicas, portal educativo recursos2.educacion.gob.ec y plataforma para Tercero de Bachillerato.

La segunda fase se llama “Juntos Aprendemos desde Casa” (Ministerio de Educación del Ecuador, 2020).

En septiembre, mediante Acuerdo MINEDUC-MINEDUC-2020-00044-A (2020), se establecen lineamientos para la aplicación del Plan de Continuidad Educativa, permanencia escolar y uso progresivo de las instalaciones educativas, mismos que se detallarán en los estudios de caso.

Es necesario, para fines de esta investigación, considerar que en el mencionado Acuerdo se define la teleeducación como: “[...] una forma de educación a distancia que usa diversos medios tecnológicos de comunicación; por lo general se le diferencia de la educación en línea; en la teleeducación se privilegian medios de comunicación como la radio y la televisión” (2020). En el capítulo II (2020), del mismo documento, se explica en qué consisten las tres Fases del proceso educativo en el contexto de la emergencia sanitaria:

- Fase 1: Aprendamos juntos en casa, estudios, exclusivamente, desde casa.
- Fase 2: Juntos aprendemos y nos cuidamos, estudios desde casa y uso progresivo de las instalaciones educativas.
- Fase 3: Todos de regreso a la escuela, una vez superada la emergencia sanitaria, regreso a la educación presencial.

Lo expuesto son algunas de las herramientas que intentaron dar continuidad al sistema educativo. Sin embargo, para 2021, 103.411 niños, niñas y adolescentes desertaron de la enseñanza

formal (Quishpe, 2021) en medio de la tercera ola pandémica (COVID-19 EC, 2021); esto demuestra que, si bien existe la intención de instaurar la teleeducación como alternativa ante esta crisis de gran escala, los factores de acceso impiden que sea un sistema que se pueda aplicar de manera masiva.

Una opción frente a esta situación fue autorizar el retorno progresivo a las clases que, con relación a datos oficiales recogidos por Trujillo (2021), hasta finales de marzo de 2021, con aprobación del COE, 24.775 estudiantes y 1.918 docentes asisten a clases presenciales en 626 establecimientos educativos divididos 566 de son fiscales, 24 fisco-misionales y 36 particulares.

No se tiene datos certeros del impacto del uso de la teleeducación en todo el sistema educativo ecuatoriano. Sin embargo, a continuación, se realizarán algunos análisis de casos bajo una metodología cualitativa y con base a entrevistas a profundidad para socializar algunos resultados concretos.

La Educación en Tiempos de la COVID-19. Estudios de Casos

A continuación, se presentarán tres estudios de casos en un intento por presentar algunos resultados del impacto de la implementación de la teleeducación durante la pandemia de la COVID-19 en Ecuador. Con base en un análisis cualitativo desde lo público, lo privado y testimonial se presentarán realidades puntuales de la educación ecuatoriana.

Desde lo Público: Aprendemos Juntos en Casa

El primer estudio de caso se refiere al proyecto ‘Aprendemos juntos en casa’, ‘Aprendamos juntos en casa’ o ‘Juntos aprendemos en casa’, que son nominaciones que el Ministerio de Educación del Ecuador otorga al plan educativo creado en el contexto de la pandemia para “que los estudiantes continúen con sus actividades académicas desde sus hogares” (2021). Al no tener unificado este término, para efectos de este estudio, se utilizará la denominación *Aprendemos juntos en casa*.

Esta inició con la creación de un Currículo Priorizado que...

[...] promueve el desarrollo de habilidades para la vida, como la capacidad de adaptación a la incertidumbre, el desarrollo del pensamiento crítico, el análisis y la argumentación considerando diversas perspectivas, la comunicación empática, la toma de decisiones, el trabajo colaborativo, el manejo de las tecnologías, la formación en valores, la contención emocional de los estudiantes y la participación de las familias. (Ministerio de Educación del Ecuador, 2020)

Según el documento titulado “Currículo Priorizado para la Emergencia. Régimen Sierra-Amazonía. 2020-2021” (2020) y que fuera elaborado con el apoyo de la Unesco...

[...] una de las herramientas propuestas para el efecto son los proyectos mensuales interdisciplinarios que se desarrollan a través de una ficha pedagógica que contiene actividades orientadas a la consecución del objetivo de aprendizaje y giran en torno a los siguientes ámbitos: Problemas de mundo contemporáneo, La vida y la diversidad, El calentamiento global, Tecnología, ciencia y arte; Salud, cultura y entretenimiento; Ecuador como parte de un mundo megadiverso y pluricultural; y, Cultura de paz y ciudadanía mundial. (2020)

Andrés Bedón (2021) explica que las fichas pedagógicas se difunden a través de varias vías: la plataforma web del Ministerio del ramo, los grupos de WhatsApp -alrededor de 16 mil que maneja el Ministerio, en territorio- y de los contenidos para radio y televisión. A criterio del Bedón (2021), estos son los espacios de mayor cobertura, alcanzando un 93% de familias en todo el país, considerando la brecha existente a nivel de equipos y conectividad; y, de no existir ningún tipo de tecnología, se distribuyen fichas impresas que cuentan con el acompañamiento de los docentes del lugar.

En el portal “Aprendemos juntos en casa” (Ministerio de Educación del Ecuador, 2020) se encuentran los proyectos para los ciclos Sierra-Amazonía y Costa-Galápagos; además, una serie de recursos para docentes, estudiantes y sus fami-

lias. En el primer caso: guías de apoyo pedagógico, metodologías, lecturas, modelos de planificación de proyectos escolares y la herramienta informática Office 365 para crear, acceder y compartir documentos de Word, Excel, OneNote y Power Point. En el segundo caso: información de participación estudiantil, lecturas, lineamientos generales y eventos.

Adicionalmente, existe un espacio titulado “Lineamientos Protocolos” (Ministerio de Educación del Ecuador, 2020), donde están documentos relacionados a violencia intrafamiliar, líneas de acción para consejería estudiantil, manejo de pérdidas humanas, mapeo de actores, entre otros instrumentos técnicos de apoyo.

También, se pueden encontrar recursos agrupados por subnivel con juegos, cuentos karaokes, el profe *youtuber*. Por ejemplo, según se visualiza en el portal (2020):

- En el Mundo virtual de Eugenia, se aborda el uso adecuado de las tecnologías digitales con el fin de conocer los riesgos y los peligros a los que están expuestos los infantes y adolescentes cuando navegan por internet y utilizan las redes sociales. Además, se busca que la comunidad educativa en general conozca e identifique rápidamente estas amenazas para intervenir adecuadamente y, de esta manera, cuidar la integridad de los más pequeños.
- El Programa Yo Leo, que busca transformar y fortale-

cer el comportamiento lector de la comunidad educativa.

- En el link Juntas y juntos nos protegemos se localizan guías, manuales y protocolos de prevención de violencias y embarazo adolescente.
- La revista mensual Chispiola dirigida a estudiantes de elemental y media de Educación General Básica con el objetivo de reforzar sus procesos de aprendizaje en interculturalidad, conservación ambiental, género, derechos de la infancia y adolescencia.
- En el espacio Etnoeducación se realiza un acercamiento al pueblo afroecuatoriano, a través de recursos multimedia, lecturas y bibliografía.

Otra de las opciones que incluye la fase descrita incluye la propuesta televisiva A-prender la Tele. Está definida desde el Ministerio de Educación del Ecuador (2020) como una experiencia pedagógica que, diariamente, aborda diversos temas enmarcados en las áreas de lengua y literatura, educación cultural y artística, matemática, ciencias sociales y ciencias naturales; además, aspectos necesarios para épocas de emergencia.

[...] este nuevo programa se han creado diferentes contenidos en función de dos grupos de edades: de 5 a 8 años y de 9 a 14. Los espectadores podrán sentarse

frente a su televisor en un único horario de 15h00 a 16h00 pero será necesario sintonizar un canal determinado en función de la edad del estudiante. (2020)

Cabe resaltar que A-prender la Tele tiene la colaboración de la oficina de Unicef en Ecuador, del Instituto Iberoamericano del Patrimonio Natural y Cultural –IPANC- y de Educación (2020).

Bedón (2021) menciona que la Institución trabaja en un proceso de levantamiento de información para evaluar los recursos educativos digitales puestos a disposición de la comunidad educativa en el contexto de la pandemia. Asimismo, en la construcción de competencias digitales en docentes y estudiantes.

Desde la Vivencia del Estudiantado: Tatiana y Helen

El segundo estudio de caso se basa en el testimonio de estudiantes. Al ser menores de edad se protegerá su identidad y ciertos datos sensibles, sin desestimar su opinión o detalles de las entrevistas realizadas:

La primera experiencia es la de Tatiana (2021), de 17 años de edad, quien es estudiante del tercer año de Bachillerato, en Quito. Cuenta que, ella y sus tres hermanos, de 15, 9 y 6 años, estudian virtualmente. Para ello, tienen dos teléfonos celulares que su papá, quien es albañil, ha logrado adquirir con mucho esfuerzo.

Me distraigo mucho. Estudiar en la casa es difícil porque hay mucho movimiento a mi alrededor. Adicionalmente, no puedo ver bien a los profesores ni lo que muestran porque la pantalla del teléfono es muy pequeña y, tampoco, escucho bien. La señal se entrecorta permanentemente. (2021)

Tatiana asegura que no está aprendiendo; pero, que es mejor que nada. Ella, al igual que sus 28 compañeros de clase, debe conectarse todos los días a las 14h00 y seguir las indicaciones de sus maestros y maestras. Luego, hacer las tareas y enviarlas por correo electrónico; pero “las explicaciones de los profesores no son suficientes; no se entienden bien; y, a veces, la mitad de la clase se va tomando lista” (2021); por lo que ella preferiría regresar al colegio.

El segundo caso es de Helen (2021), quien vive en Mira, provincia del Carchi; actualmente, al igual que Tatiana, cursa el tercer año de Bachillerato. Ella vive con su mamá, quien tiene un pequeño negocio, y con su hermano mayor de edad. Cada uno tiene una computadora laptop y reciben clases a diario a través de diferentes plataformas. Ella, para el colegio y él, para la universidad.

“En mi Institución utilizamos las plataformas Zoom y Teams. Y lo hicimos de inmediato. Es decir, a la semana de que las clases presenciales se suspendieron iniciamos virtual-

mente” (2021); Helen destaca el esfuerzo que realizan sus maestros para, además de cumplir con el currículo obligatorio, prepararles para los exámenes Ser Bachiller.

“La pandemia nos complicó todo. Debimos lidiar con el encierro, con el sentimiento de querer salir y luego con estudiar desde casa que no es lo mejor porque el aprendizaje es un poco aburrido y deficiente” (2021). Aunque quiere regresar a las clases presenciales, está consciente del riesgo y espera que la situación mejore para volver a sus estudios de forma regular.

Tanto Tatiana (2021) como Helen (2021) afirmaron no utilizar los recursos pedagógicos-educativos que ofrece el portal “Aprendemos juntos en casa”, con excepción de las fichas pedagógicas.

Desde el Ámbito Privado: Colegio EMDI SCHOOL

Como tercer estudio de caso, desde el ámbito privado, se abordará la experiencia del colegio EMDI SCHOOL, ubicado en el Valle de los Chillos del Distrito Metropolitano de Quito. Esta Institución fue fundada en 1993 como un centro de estimulación de la inteligencia, concepto que implica la capacidad del ser humano de resolver problemas, pensar; procesar y representar símbolos y la capacidad de adaptarse a los cambios cotidianos (Morelo y otros, 1998); además, “mantiene como filosofía la interrelación entre el crecimiento socioemo-

cional y el conocimiento fomentando la independencia y la responsabilidad en los estudiantes” (EMDI SCHOOL, 2021).

Con base en la entrevista realizada al rector del Colegio, Hugo Íñiguez (2021) se describirán detalles del funcionamiento de la entidad y las acciones tomadas frente a la COVID-19; al tiempo que se ampliarán algunos conceptos técnicos.

Íñiguez (2021) cuenta que, actualmente, el Colegio presta servicios de educación inicial para niños desde los tres años de edad; educación básica para edades comprendidas entre los cinco y los 10 años y bachillerato general unificado para jóvenes desde los 11 años de edad en adelante; además, es de carácter mixto; su modelo de educación se fundamenta en la enseñanza multilingüe y en el trabajo de la inteligencia intencional. Este último concepto se refiere a la capacidad en la que la persona actúa de forma intencionada para integrarse de manera adecuada en su entorno o medio (Morelo y otros, 1998) y el campo ético; para lograrlo, se utilizan elementos de la pedagogía constructivista, donde los estudiantes son los constructores de su propio conocimiento (Ecured, 2021).

Relató que, previo a la pandemia, el Colegio tenía en proceso un proyecto de desarrollo tecnológico; por lo que las consecuencias de la crisis epidemiológica no les tomaron desprevenidos. De manera general comentó que se continuaron

con las clases de manera virtual, a través de la herramienta para reuniones denominada Zoom; además, que los docentes trabajaron en la generación de guías de estudio; mismas que fueron y son incluidas en la página web institucional.

Los horarios se adaptaron al igual que las materias impartidas, a fin de lograr un adecuado acercamiento hacia los niños y jóvenes; las horas de conectividad subieron en función de la adaptación de los alumnos; y, al finalizar el año escolar 2020, se brindó casi la totalidad de materias de manera virtual. Esto implicó que los estudiantes recibieran clases a través de un dispositivo tecnológico -computadora, Tablet o celular- de manera sincrónica.

Al iniciar el año escolar 2020-2021, el Colegio adquirió varias plataformas como Nearpod y Razplus, para la generación y el aprendizaje de contenidos; su acceso fue incluido como parte de la lista de útiles (Íñiguez, 2021). Como una descripción general se puede decir que: Nearpod es un software que permite crear presentaciones interactivas y dinámicas de manera atractiva y cómoda (Nearpod, s.f.); y, Razplus que...

[...] es una plataforma de enseñanza semipresencial que combina instrucción guiada por el profesor para el aula completa, grupos pequeños o de forma individual con recursos de tecnología para lectura per-

sonalizada de English / Literacy. Todos los recursos están disponibles en línea y en formatos imprimibles, proyectables y digitales para fortalecer la conexión entre lo que se enseña y lo que los estudiantes practican independientemente. (RAZPLUS, s.f.)

Según Íñiguez (2021), el factor diferenciador para obtener resultados positivos en estudiantes ha sido la metodología interactiva que utilizan los profesores en cada una de sus clases. Los docentes, quienes son capacitados de manera permanente, cuentan con libertad de cátedra para promover el conocimiento: utilizan presentaciones interactivas, juegos, concursos y otras actividades para motivar la atención del alumnado. Si bien los resultados no son iguales a los que se obtendrían de manera presencial, el despliegue de conocimientos, por ejemplo, de los idiomas se puede verificar en las casas abiertas donde, a través de reuniones virtuales, el estudiantado realiza diversas presentaciones frente a un público, con buenos resultados.

Profundizando más en el aspecto emocional del alumnado, la preocupación de la Institución se centra en la presencia de cuadros de depresión causados por el cambio de rutina. Por ello, el Colegio realiza un seguimiento, a través del Departamento de Psicología, como un pilar fundamental de su proceso de enseñanza.

En definitiva, la Institución particular EMDI SCHOOL implementó una propuesta que, con base en lo dicho por uno de sus personeros, sus estudiantes pueden continuar con su educación a pesar de la pandemia.

Conclusiones y Recomendaciones

La pandemia de la COVID-19 obligó a docentes, estudiantes y tutores a adaptarse a una realidad de confinamiento donde, en su mayoría, para mantener los procesos de enseñanza se conectaron a través de un computador, un teléfono, un aparato de televisión o una radio. Las acciones gubernamentales modificaron obligatoriamente, de un día para otro, los hábitos que implican asistir a la escuela o colegio de manera presencial, incluyendo la socialización.

Desde muchos frentes de investigación se afirma que el cierre de los centros educativos a todo nivel provocó un fuerte impacto; y, para paliar los efectos...

[...] muchos países se han dado a la búsqueda de soluciones de enseñanza a distancia, la mayoría de las cuales implica que el estudiante tenga en casa no sólo una computadora, sino acceso al internet. Sin embargo, esa solución no es realista porque excluye a los estudiantes más pobres. (ONU, 2020)

Con esta idea precedente y como centro de reflexión sobre el uso de la teleeducación en Ecuador en ciertos momentos de la historia y, específicamente, en la crisis sanitaria actual, se

intentó analizar la efectividad de esta alternativa como una forma de ampliar el debate sobre el tema y profundizar en algunas aristas. A continuación se expondrán algunas reflexiones y conclusiones:

- La teleducación, con el uso de medios de comunicación como la radio y la televisión, resultó históricamente funcional en la medida en que se consideró el acceso a estos canales y se generaron programas de formación especializados. En ese sentido, no basta con cumplir con la formalidad, sino anteponer al ser humano y sus necesidades como punto de partida para desarrollar programas de enseñanza efectivos.
- El desarrollo de las tecnologías ha puesto en escena nuevos modelos de educación que no requieren la presencia física ni de estudiantes ni de profesores; la historia demuestra que es necesario evaluar el asunto relacionado con el acceso y potenciar los recursos existentes en épocas donde la crisis requiere respuestas inmediatas y eficaces.
- En la actual coyuntura, donde el Ecuador no tiene un acceso equitativo a internet, es necesario potenciar los medios tradicionales (radio y televisión) como alternativas para la educación; sobre todo porque, en otras épocas, un modelo que incluyó a estos medios demostró ser una respuesta adecuada.

- La pandemia por la COVID 19 ha visibilizado las brechas de desigualdad existentes, donde el aspecto económico es determinante al momento de responder ante una emergencia y garantizar la continuidad educativa de la niñez y adolescencia; esto deja en la indefensión a aquellos con menos recursos. Evaluar las posibles alternativas para equilibrar este desfase es uno de los retos urgentes que se debe afrontar desde el gobierno y la sociedad.
- Alternativas como la plataforma “Aprendemos juntos en casa” es un recurso que puede aportar de manera importante a la formación en época de pandemia; esto, en la medida en que tanto maestros como estudiantes, conozcan su funcionamiento y tengan acceso. Por tanto, desde las entidades gubernamentales se deben fortalecer las herramientas para que, sobre todo, los más vulnerables puedan utilizar estos espacios de formación.
- Es fundamental robustecer las capacidades de los docentes en el uso de nuevas herramientas pedagógico-tecnológicas; ellos son la pieza clave para proporcionar una adecuada continuidad de la educación en épocas de emergencia. Desde el Gobierno y las entidades educativas se debe trabajar constantemente en

la actualización de conocimientos como una dinámica permanente; con ello, la tecnología se convierte en una extensión y aliada del docente y no en un obstáculo para su labor.

- La crisis sanitaria involucró a los responsables de los estudiantes de facto en el proceso de la educación formal. Algunos sin ningún nivel de instrucción o manejo de nuevas tecnologías y, en general, sin conocimientos pedagógicos suficientes. Es importante que en épocas de crisis, esta arista de la educación se fortalezca y exista un acompañamiento que garantice la formación de niños, niñas y adolescentes.
- En épocas de crisis es indispensable trabajar en el aspecto afectivo de la niñez y la adolescencia. No basta con la instrucción en las ciencias cuando los seres humanos están siendo afectados por un entorno caótico que impide su pleno desarrollo intelectual y emocional.
- Es fundamental evaluar el impacto de estas herramientas en la formación de los niños, niñas y adolescentes, durante la pandemia, para modificar, sobre la marcha, las acciones que puedan afectar su derecho a la educación.

En definitiva, la teleducación como alternativa para la enseñanza netamente presencial y su conformación debe estar

pensada desde la realidad y no desde el ideal de la tecnología; y es que, al ser una opción para dar continuidad a la formación de niños, niñas y adolescentes es fundamental conocer a la población antes de estructurar un programa masivo. Quedan como tareas pendientes: evaluar el impacto de su aplicación, durante y después, de la pandemia de la COVID-19; conocer las causas de deserción del estudiantado, las necesidades del profesorado y los cambios en las mallas curriculares de enseñanza con miras a generar planes de contingencia u opciones a la educación formal presencial.

Este artículo pretende ser un aporte al debate de la educación actual y los desafíos que representan para la triada de maestros, estudiantes y tutores quienes; a su vez, apelan a una mirada crítica y propositiva de las acciones gubernamentales en épocas de crisis con el fin de aportar, desde todas las esferas, a garantizar el derecho a la educación.

Referencias

- Bedón, A. (2021, 12 de marzo). *Dirección Nacional de Tecnologías para la Educación del Ministerio de Educación/Autoras*. Comunicación personal
- Caiza, R. (2001). La interculturalidad como eje de desarrollo. Comunicación en el tercer milenio. *Nuevos escenarios y tendencias*, 102-112.
- Centros para el Control y la Prevención de Enfermedades. (2020, 1 de julio). *Identificar la fuente del brote*. <https://>

- espanol.cdc.gov/coronavirus/2019-ncov/cases-updates/about-epidemiology/identifying-source-outbreak.html
- COE Nacional. (2020, 11 de septiembre). *Resolución del 11 de septiembre del 2020*.
- COE Nacional. (2021, 28 de febrero). *Resoluciones COE Nacional de 28 de febrero de 2021*.
- Constitución de la República del Ecuador. (1907).
- Constitución de la República del Ecuador. (2008).
- Corte Constitucional del Ecuador. (2020). *Sentencia: No. 5-20-EE/20*.
- Crespo, C. (1983). Alfabetización y uso de la radio en Ecuador. *Ecuador Debate* (002), 160-171. <http://hdl.handle.net/10469/11600>
- COVID-19. (2021). *Estadísticas COVID-19*. <https://www.coronavirusecuador.com/estadisticas-covid-19/>
- Echeita, G. (2020). La Pandemia del Covid-19. ¿Una Oportunidad para Pensar en Cómo Hacer más Inclusivos Nuestros Sistemas Educativos? *Revista Internacional de Educación para la Justicia Social*, 9(1), 7-16.
- Ecured. (2021). *Ecured*. [https://www.ecured.cu/Constructivismo_\(Pedagog%C3%ADa\)](https://www.ecured.cu/Constructivismo_(Pedagog%C3%ADa))
- El Comercio. (2020, 12 de marzo). El Gobierno suspende los eventos masivos y las actividades educativas en todo el Ecuador por el covid-19. *El Comercio*. <https://www.elcomercio.com/actualidad/suspendidos-eventos-masi->

[vos-ecuador-covid.html?fbclid=IwAR3lPIIV-oqE9qT_01U
FrYk3PIHkPuAkPv1pAnSfXkfT4c8r_-wNWginJvc](https://www.eluniverso.com/noticias/2020/04/24/nota/7822794/millon-estudiantes-acceso-educacion-virtual-durante-emergencia/)

El Universo. (2020, 24 de abril). Un millón de estudiantes sin acceso a educación virtual durante la emergencia sanitaria. <https://www.eluniverso.com/noticias/2020/04/24/nota/7822794/millon-estudiantes-acceso-educacion-virtual-durante-emergencia/>

EMDI SCHOOL. (2021). EMDI SCHOOL. <https://www.emdischool.edu.ec/programa.html>

Escobar, I., Ramírez, O., Torres, I., Villafuerte, G., y Vilogné, G. (2010). La transición a la democracia en el Ecuador: una mirada histórico-política a un proceso de revalorización democrática. *AFESE*, 53, 253-296.

Escuelas Radiofónicas Populares del Ecuador. (1963). Estatuto. Escuelas Radiofónicas Populares del Ecuador ERPE. (2020, 18 de febrero). Historia. <http://erpe.org.ec/index.php/nosotros/historia>

González, J. (2009). El modelo de cooperación de radioenseñanza ECCA. *Revista de Fomento Social* (64), 321-334.

Helen. (2021, 09 de marzo). *Estudiante menor de edad sobre la teleeducación*/Autoras. Comunicación personal.

Instituto Nacional de Estadística y Censos. (2020, Agosto). Boletín Técnico No.02-2020- Encuesta Multipropósito -TIC. *Encuesta de seguimiento al Plan Nacional de Desarrollo*. <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/>

[web-inec/Estadisticas_Sociales/TIC/2019/201912_Boletin_Multiproposito_TIC.pdf](https://www.ecuadorencifras.gob.ec/web-inec/Estadisticas_Sociales/TIC/2019/201912_Boletin_Multiproposito_TIC.pdf)

Instituto Nacional de Estadísticas y Censo. (2020). *Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo*. Enemdu. <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/empleo-desempleo-y-subempleo/>

Instituto Nacional de Evaluación Educativa. (2018). *La Educación en Ecuador: logros alcanzados y nuevos desafíos. Resultados educativos 2017-2018*. https://www.evaluacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2019/02/CIE_ResultadosEducativos18_20190109.pdf

Íñiguez, H. (2021, 25 de febrero). *Desafíos de la pandemia para la educación*/Autoras. Comunicación personal.

Luna, M. (2014). Tesis doctoral de la Departamento de Historia de la Educación y Educación Comparada. UNED. *Las políticas educativas en el Ecuador, 1950-2010. Las acciones del Estado y las iniciativas de la sociedad*. Ecuador: UNED. Obtenido de dialnet.uniroja.es: <http://e-spacio.uned.es/fez/eserv.php?pid=tesisuned:Educacion-Mluna&dsID=Documento.pdf>

Ministerio de Educación del Ecuador. (2020, 15 de marzo). ACUERDO Nro. MINEDUC-MINEDUC-2020-00014-A. Ministerio de Educación del Ecuador. (2006). *Plan Decenal de Educación 2006-2015*. https://siteal.iiiep.unesco.org/sites/default/files/sit_accion_files/ec_9029.pdf

- Ministerio de Educación del Ecuador. (2012). *PROYECTO DE EDUCACIÓN BÁSICA DE JOVENES Y ADULTOS - EBJA*. https://educacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2015/11/PROYECTO_EBJA.pdf
- Ministerio de Educación del Ecuador. (2013). *Acuerdo Ministerial Nro. 0233-13*. <https://educacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/07/ACUEDO-0233-13.pdf>
- Ministerio de Educación del Ecuador. (2013). *Proyecto de Tele-educación*.
- Ministerio de Educación del Ecuador. (2020. 03 de abril). *ACUERDO Nro. MINEDUC-MINEDUC-2020-00020-A*. Ecuador. <https://educacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2020/04/MINEDUC-MINEDUC-2020-00020-A.pdf>
- Ministerio de Educación. (2020, 15 de marzo). *ACUERDO Nro. MINEDUC-MINEDUC-2020-00024-A*.
- Ministerio de Educación del Ecuador. (2020, 14 de septiembre). *ACUERDO Nro. MINEDUC-MINEDUC-2020-00044-A*. <https://educacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2020/09/MINEDUC-MINEDUC-2020-00044-A.pdf>
- Ministerio de Educación del Ecuador. (2020, 15 de marzo). *CoronavirusEcuador.com*. https://coronavirusecuador.com/wp-content/uploads/2020/03/150320_MINEDUC-MINEDUC-2020-00014-A.pdf

- Ministerio de Educación del Ecuador. (2020). *Currículo priorizado para la Emergencia. Régimen Sierra-Amazónica*. 2020-2021. <https://educacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2020/09/Curriculo-Priorizado-para-la-Emergencia-2020-2021.pdf>
- Ministerio de Educación del Ecuador. (2020, septiembre). *educacion.gob.ec*. <https://educacion.gob.ec/plan-de-continuidad-educativa/>
- Ministerio de Educación del Ecuador. (2020). *Llega “A-prender la Tele” a la pantalla de Educa Contigo*. <https://educacion.gob.ec/llega-a-aprender-la-tele-a-ala-pantalla-de-educa-contigo/>
- Ministerio de Educación del Ecuador. (2020). *Plan Educativo “Aprendemos Juntos en Casa”*. <https://educaciongob.ec/plan-educativo-aprendemos-juntos-en-casa/>
- Ministerio de Educación del Ecuador. (2021). *Plan Educativo COVID-19*. <https://educacion.gob.ec/plan-educativo-covid-19/>
- Ministerio de Educación del Ecuador. (s.f.). *Bachillerato Internacional*. <https://educacion.gob.ec/bachillerato-internacional/>
- Ministerio de Educación del Ecuador. (2019). *Informe preliminar. Rendición de Cuentas 2019*. <https://educacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2020/10/Informe-narrativo-de-rendicion-de-cuentas-2019-MinEduc.pdf>

- Ministerio de Educación del Ecuador. (s.f.). *Myschool-365*.
<https://recursos2.educacion.gob.ec/myschool-365/>
- Ministerio de Educación del Ecuador. (s.f.). *Recursos educativos para el fomento de la lectura Programa “Yo leo”*.
- Ministerio de Educación del Ecuador. (s.f.). *Revista Chispiola*. <https://recursos2.educacion.gob.ec/chispiola/>
- Ministerio de Salud Pública del Ecuador. (2020, 12 de marzo). *Acuerdo No. 00126-2020*. Obtenido de <https://www.salud.gob.ec/wp-content/uploads/2020/05/ANE-XO-No.-1-ACUERDO-MINISTERIAL-SALUD-126-2020.pdf>
- Molero, C., y otros. (1998). REVISION HISTORICA DE LA INTELIGENCIA UNA APROXIMACIÓN A LA INTELIGENCIA EMOCIONAL. *Revista Latinoamericana de Psicología*, 19.
- Nearpod. (s.f.). Nearpod. <https://somprojecte.com/recursos/herramientas/nearpod/>
- ONU. (2020, 26 de marzo). Más de 156 millones de estudiantes están fuera de la escuela en América Latina debido al coronavirus. *Noticias ONU*. <https://news.un.org/es/story/2020/03/1471822>
- OREAL, & UNESCO. (2013). *Enfoques estratégicos sobre las TICS en educación en América Latina y El Caribe*. OREAL/UNESCO Santiago. <http://www.unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/FIELD/Santiago/images/ticesp.pdf>

- Organización Mundial de la Salud. (2021, 03 de marzo).
WHO Coronavirus Disease COVID-19 Dashboard.
<https://covid19.who.int/>
- Organización Panamericana de la Salud. (2021, 29 de enero).
COVID-19: cronología de la actuación de la OMS.
<https://www.who.int/es/news/item/27-04-2020-who-timeline---covid-19>
- PNUD. (2001). *Informe sobre el Desarrollo Humano Ecuador 2001.*
- Ponce, J. (2000). La educación básica en el Ecuador: problemas y propuestas de solución. *Documentos de Trabajo de SIISE Nro.3.*
- Presidencia de la República del Ecuador. (2020, 15 de junio).
Acuerdo Ministerial No.1074. ECUADOR.
- Presidencia de la República del Ecuador. (2020, 14 de agosto).
Decreto No. 1126.
- Presidencia de la República del Ecuador. (2020, 15 de mayo).
Decreto Ejecutivo No.1052.
- Presidencia de la República del Ecuador. (2020, 16 marzo).
Decreto Presidencial No.1017.
- Psicología y mente. (s.f.). *Psicología y mente.* [https://psicologiaymente.com/desarrollo/teoria-sociocultural-lev-vygotsky#:~:text=Lev%20Vigotsky%20\(Rusia%2C%201896%2D,a%20un%20modo%20de%20vida.](https://psicologiaymente.com/desarrollo/teoria-sociocultural-lev-vygotsky#:~:text=Lev%20Vigotsky%20(Rusia%2C%201896%2D,a%20un%20modo%20de%20vida.)

- Quishpe, A. (2021). Más de 100 mil estudiantes no volvieron al sistema educativo. Plan V. doi:<https://www.planv.com.ec/historias/sociedad/mas-100-mil-estudiantes-no-volvieron-al-sistema-educativo>
- RAZPLUS. (s.f.). RAZPLUS. [https://quovix.com/raz-plus/#:~:text=RAZ%20PLUS%20\(RAZ%20KIDS%2B%20Reading,lectura%20personalizada%20de%20English%20%2F%20Literacy](https://quovix.com/raz-plus/#:~:text=RAZ%20PLUS%20(RAZ%20KIDS%2B%20Reading,lectura%20personalizada%20de%20English%20%2F%20Literacy)
- Ríos, M., y Toro, R. (2018, 18 de julio). *La educación de hoy: Un modelo no preparado para la distancia*. <https://red.novagob.org/la-educacion-de-hoy-un-modelo-no-preparado-para-la-distancia-aun/>
- Rodas, G. (2017). *Pensamiento médico: el liberalismo radical y la Revolución Juliana. Trazos de la figura de Isidro Ayora*. Universidad Andina Simón Bolívar / 13 ediciones.
- Rodas, G. (2018, 15 de abril). Cómo se combatió la ‘gripe española’ en el Ecuador. El Comercio. doi:<https://www.elcomercio.com/actualidad/combate-gripe-espanola-ecuador-historia.html>
- Roquet, G. (2018, 15 de enero). *Glosario de Educación a distancia*. Universidad Nacional Autónoma de México. <https://www2.uned.es/catedraunesco-ead/Colaboraciones/varios/Glosario.pdf>

- Sandoval, L. (2017). Reflexiones sobre la gratuidad de la educación en el Ecuador. *Revista Educere*, 21(70).
<https://www.redalyc.org/jatsRepo/356/35656000016/html/index.html>
- Secretaría General de Comunicación de la Presidencia. (2020, febrero). *Ecuador registra el primer caso de coronavirus en Ecuador*. <https://www.comunicacion.gob.ec/se-registra-el-primer-caso-de-coronavirus-en-ecuador/>
- Tatiana. (2021, 08 de marzo). Estudiante menor de edad/Autoras. Comunicación personal.
- Torre, C. d. (2008). Protesta y democracia en Ecuador: la caída de Lucio Gutiérrez Título. *Luchas contrahegemonías y cambios políticos recientes de América Latina*, 97-227. CLACSO. <http://biblioteca.clacso.edu.ar/clacso/gt/20160229034345/12torre.pdf>
- Torres, R. (2005). Analfabetismo y alfabetización en el Ecuador. *Opciones para la política y la práctica*. UNESCO. <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000146190>
- Trujillo, Y. (2021,30 de marzo). Instituciones educativas particulares autorizadas prevén retornar a clases presenciales el 12 de abril 2021. *El Comercio*, Sección Sociedad.
<https://www.elcomercio.com/actualidad/instituciones-particulares-autorizadas-retorno-clases.html>

- Unesco. (2009). La Alfabetización en el Ecuador: evolución histórica, información actualizada y mapa nacional del analfabetismo, 2009. <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000185161>
- UNIDEP. (2020, 21 de mayo). *Modelo de educación síncrono o asíncrono ¿cuál es mejor?* UNIDEP-Universidad del Desarrollo Profesional. <https://unidep.mx/modelo-de-educacion-sincrono-o-asincrono-cual-es-mejor>
- Unión Internacional de Telecomunicaciones -UIT- y Comisión Interamericana de Telecomunicaciones -CITEL-. (2001, diciembre). *Teleducación en las Américas*. AICD. https://www.citel.oas.org/en/SiteAssets/About-Citel/Publications/Teleducacion_e.pdf

ARTÍCULOS INTERPRETATIVOS

Condiciones para el Ejercicio Periodístico: Construyendo Libertad de Expresión en el Mundo del COVID

Conditions for the Journalistic Exercise: Building Freedom of Expression in a COVID World

Revista Enfoques de la
Comunicación No. 5
Mayo 2021, pp. 210 - 238
p-ISSN: 2661-6939
e-ISSN: 2806-5646
Recibido: 11 de marzo de 2021
Aceptado: 29 de marzo de 2021

Ligia Murillo¹

lmurillo@consejodecomunicacion.gob.ec

Roberto Sánchez Cazar²

jsanchez@consejodecomunicacion.gob.ec

Consejo de Comunicación

Quito, Ecuador

Recibido: 11 de marzo de 2021 / **Aceptado:** 29 de marzo de 2021

Resumen

Este artículo reflexiona sobre las condiciones de la libertad de expresión en el contexto de la emergencia sanitaria y los posibles escenarios para su ejercicio en una sociedad marcada por el COVID. Desde esa perspectiva se define la libertad de expresión como una condición que depende también de condiciones materiales para el ejercicio periodístico e identifica tres puntos que necesitan fortalecerse en la búsqueda de un entra-

¹ Código ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0329-8378>

² Código ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1517-2836>

mado comunicacional con un enfoque de derechos: condiciones laborales y seguridad, fortalecimiento de las diversidades y el debate sobre la posibilidad de establecer regulaciones que permitan mejores gobernanzas de la información. Utilizamos para el desarrollo de este artículo datos recopilados de informes y publicaciones emitidos por organizaciones especializadas, así como portales y medios digitales, así como Informes de Monitoreo elaborados por la Dirección Técnica de Monitoreo a los Contenidos del Consejo de Comunicación, de Ecuador, que realiza la revisión y análisis de contenidos de medios seleccionados aleatoriamente y que se revisa bajo los parámetros de metodología de semana compuesta.

Palabras clave: libertad de expresión, ejercicio periodístico, emergencia sanitaria, la Red

Abstract

This article reflects on the conditions of freedom of speech in the context of the health emergency and the possible scenarios for its exercise in a society marked by COVID. From this perspective, freedom of speech is defined as a condition that also depends on material conditions for journalism and identifies three points that need to be strengthened in the search for a communicational framework with a rights-based approach: working conditions and safety, strengthening of the diversities and the debate on the possibility of establishing

regulations that allow better information governance. For this article we use data collected from reports and publications issued by specialized organizations, as well as portals and digital media and analysis of multimedia content.

Keywords: freedom of expression, journalistic exercise, health emergency, the Internet

Introducción

El contexto actual es uno de los mayores retos que ha enfrentado la humanidad y ha cuestionado seriamente todo nuestro sistema de relaciones, incluidas, por supuesto, las formas en que hacemos comunicación.

Entre los efectos más serios que ha dejado la emergencia sanitaria mundial ha sido la polarización de discursos, en los escenarios virtuales, y la confrontación de visiones que han llegado a cuestionar incluso a regímenes enteros, la vida cotidiana, el papel del mercado y ha redundado en conflictos políticos de extrema magnitud.

Uno de los conflictos centrales ha constituido, sin duda, el ejercicio de la libertad de expresión en un contexto en que el acceso a los datos y a la información, vitales para la administración de la crisis, han sido objetos en disputa tanto con las fuentes oficiales como con la información falsa que se ha generado para favorecer a intereses particulares y defender privilegios.

Según la Fundación Andina para la Observación de Medios, Fundamedios, en su informe anual sobre los ataques contra la libertad de expresión, libertad de prensa y acceso a la información ocurridos entre enero y diciembre del 2020 en Ecuador:

[...] este fue un año distinto por la crisis sanitaria mundial. La llegada de la pandemia por COVID-19 significó nuevos desafíos para el ejercicio periodístico y para la libertad de expresión. En total fueron 960 medios de comunicación, periodistas, activistas o ciudadanos que fueron agredidos en este 2020, lo que representa un incremento del 254% en comparación al 2019 cuando llegaron a 373. (Fundamedios, 2021)

La libertad de expresión y la seguridad de los periodistas han sido parte de estos conflictos y se han visto amenazadas por la enfermedad misma, así como por el estrés económico generalizado que ha llevado a los medios tradicionales al borde de la extinción.

Hasta este marzo de 2021, en relación con la supervisión global de la libertad de prensa, el Instituto Internacional de la Prensa -IPI-, a través de su monitoreo de la libertad de los medios, registró 473 casos de violaciones de la libertad de prensa relacionadas con la pandemia del COVID-19 en todo el mundo, incluyendo arrestos y cargos criminales, censura, restricciones al acceso a la información, regulaciones excesivas sobre “noticias falsas” y ataques verbales o físicos (Instituto Internacional de la Prensa, 2021).

Reporteros sin Fronteras ha documentado ataques contra al menos 410 periodistas en más de 10 países en lo que va del 2021, incluyendo expulsiones, arrestos, interrogatorios, violencia policial, retiro de pases de prensa, exigencias de disculpas públicas y decomiso de dispositivos electrónicos (Reporteros Sin Fronteras, 2021).

La organización *Press Emblem Campaign* documentó que al menos 866 periodistas han muerto por causa del COVID-19, 13 de ellos fallecieron entre enero y marzo de 2021.

En un año, al menos 840 periodistas murieron a causa de Covid-19 en 68 países, más de 2 por día en promedio, el mayor número de víctimas en la comunidad de medios desde la Segunda Guerra Mundial (Press Emblem Campaign, 2021).

Los periodistas también forman parte de los trabajos en primera línea, puesto que en sus manos se encuentra la tarea de difundir información oportuna y comprobable, por lo tanto, su seguridad debe ser garantizada. En ese sentido la Corte Interamericana de Derechos Humanos ha pedido que se brinde protección especial a los periodistas y defensores de los derechos humanos, mientras que los cuatro Grupos de Amigos sobre la Seguridad de los Periodistas de la UNESCO; las Naciones Unidas, en Nueva York y Ginebra, y la OSCE, publicaron el martes 14 de abril de 2020 una declaración conjunta sobre la seguridad de los periodistas y el papel de los medios de comunicación en el acceso a la información durante la actual crisis de salud (Unesco, 2020).

A nivel mundial los medios de comunicación han experimentado una grave crisis. Según un informe publicado por la Escuela de periodismo Carlos Septién García, de México:

Medios como La Octava han decidido desaparecer su sección de deportes, “La Octava Sports”, así como hacer ajustes a la programación del canal 8. Y las televisoras grandes no se salvan. Televisa reportó despidos, así como ADN 40 y Tv Azteca, pertenecientes a Grupo Salinas, despidieron a varios conductores para reducir costos, de entre los que destacan Katia D’Artigues, que llevaba más de 13 años trabajando para la televisora del Ajusco. Otros medios han tenido que congelar o reducir los sueldos de los reporteros y colaboradores, como en el caso de Animal Político, que anunció que, de manera voluntaria, solicitaría a los reporteros y empleados de la empresa que redujeran sus sueldos para solventar gastos y poder sobrevivir, pese a la presunta gran afluencia que este medio ha tenido en estos días. (Farell, 2021)

Rodrigo Bonilla, director para las Américas de la Asociación Mundial de Editores de Noticias (WAN-IFRA), informó que la pauta publicitaria en Colombia cayó un 70%; en Brasil, 11 medios dejaron su versión impresa.

Mientras que en Ecuador la organización Fundamedios a través de una carta abierta dirigida a los poderes Ejecutivo y

Legislativo del Estado aseguró que en el contexto de la pandemia del COVID-19, decenas de medios de comunicación pueden extinguirse, haciendo énfasis en que la condición de los medios es crítica: “La alerta se encendió el 21 de abril, cuando Diario El Universo notificó la reducción de personal de las distintas áreas. Más de 150 colaboradores pasaron a estar desempleados”. Por su parte los medios de comunicación de Editorial Granasa no despidieron a sus trabajadores, sin embargo, Diario Extra, conocido por ser el de mayor circulación nacional, bajó su impresión en un 71 %. Y Expreso en 55 %” (Fundamedios, 2021).

Asimismo, Canal Uno, que despidió a 15 de sus trabajadores. Y durante el monitoreo de medios de comunicación a cargo de la Dirección Técnica de Monitoreo a los Contenidos del Consejo de Comunicación, de Ecuador, se evidenció que televisoras como Ecuador TV y Gama Tv dejaron de salir con producción propia, con la evidente desvinculación de empleados que esto implica.

Bajo estas condiciones se hace necesario pensar en cuál es el panorama de la libertad de expresión hacia el futuro y bajo qué parámetros se necesita construir mejores entornos para el ejercicio de un periodismo que aproveche el golpe recibido para dar pasos hacia una comunicación que privilegie su rol social.

Libertad y Libertad de Expresión

La libertad de expresión más allá de discursos, depende _como cualquier otra libertad humana- de las condiciones de ejercicio de las potencialidades que nos son otorgadas y los derechos que las Constituciones y las Regulaciones han sido capaces de diseñar, de lo contrario solo hablamos de postulados declarativos que pueden ser desnaturalizados para servir a intereses privados o particulares, dejando de lado el principio fundamental que debería servirle de andarivel: el interés público y el bienestar general.

La libertad es también por supuesto una negociación –no financiera, sino social- en la que se juegan principios morales, representaciones sociales, formas de relacionamiento simbólico y la forma individual de percibir la “realidad”, es decir la relación que construimos con el mundo a través de nuestros sentidos.

A fin de desarrollar este artículo adscribimos a la definición de libertad de expresión propuesta por Pallero et ál (2020): “deberá entenderse el concepto de libertad de expresión incluyendo el derecho a expresarse y difundir tanto ideas como informaciones y opiniones, así como el derecho a buscar y recibir informaciones, ideas y opiniones de toda índole” (p. 4).

Si seguimos ese camino nos encontraremos con que el ejercicio de la libertad de expresión es igualmente subjetivo y está contenido por los fundamentos que constituyen el criterio de credibilidad y por el ordenamiento específico de una sociedad ante la cual se despliegan aquellos relatos de los acontecimientos e incluso aquello que definimos como acontecimiento, es decir aquello sobre lo que vale la pena poner el ojo, vale decir: aquello que consideramos merecedor de ser contado o expresado.

Ninguna de estas condiciones es universal, se construye de acuerdo a visiones e intereses, tal como construimos nuestra visión del mundo, en un contexto, con unos objetivos y de acuerdo a visiones, no existe mayor problemática en ello, lo que sí resulta más complejo es la construcción de un edificio comunicacional en que exista cupo para voces diversas y un tratamiento informativo que no vulnere derechos fundamentales y cumpla su función como eje de la construcción de una opinión pública crítica.

En ese sentido, el Estado es el garante del mantenimiento de vías de acceso a los territorios de la comunicación, en la medida en que tiene el deber de generar condiciones equitativas de crecimiento y desarrollo para todos los sectores de la sociedad, además de integrar las visiones diversas sobre los mismos criterios y generar condiciones para su integración y

desarrollo.

Y es que la libertad no es solo una declaración, tiene condiciones objetivas para su ejercicio, la pandemia se ha posado sobre las áreas más vulnerables de nuestra sociedad como una capa de polvo se posa sobre la mueblería para obligarnos a moverla y limpiar lo que parecía estar en perfecto estado. O que no éramos capaces de ver porque estábamos demasiado ocupados en las urgencias cotidianas.

Poco productivo es decir que las crisis generan oportunidades para crecimiento si no hacemos un planteamiento sobre el cual levantar la base simbólica y relacional que se necesita para pensar en cómo superar lo que estamos viviendo, y es precisamente tratando de buscar cómo reentender el mundo en medio del remezón, que es importante plantearse cuáles serán los desafíos de la comunicación pandémica y –ojalá pronto- la pos pandémica y cuál puede ser el énfasis que las políticas públicas necesitan obtener de cara a estimular una reconstitución de un sistema de comunicación capaz de dejar atrás los vicios que enfrentaba y permitir renovadas perspectivas que cuestionen los conceptos sobre los que nos habíamos venido basando.

Libertad sin Trabajo, Trabajo sin Libertad

El fin de lo que aparentemente es la última etapa de la primera parte de la pandemia (en la medida que la vacuna-

ción mundial ya ha iniciado) nos ha sorprendido con cientos de empleos perdidos o que han sido traspasados a un régimen precario, esto es: ingresos ocasionales, relaciones laborales inestables, pago por producto o por servicio, con la consecuente incidencia que tales condiciones han demostrado tener sobre los lenguajes y prioridades en el ejercicio profesional de la comunicación.

De acuerdo al portal Periodistas Sin Cadenas: Durante el pico de la pandemia (marzo y abril), los periodistas de Guayas reportaron suspensiones de su jornada laboral y despidos. Muchos medios, sobre todo los grandes, se valieron de la crisis sanitaria para concretar reestructuraciones en sus empresas, sobre todo desvinculaciones. Quienes lograron mantener sus empleos, en cambio, vieron cómo sus condiciones empeoraron; el teletrabajo y la reducción de personal fue el justificativo para aumentar la carga laboral y extender la jornada diaria por el mismo salario. Sin tener más alternativas y ante la posibilidad de quedarse sin ingresos, los periodistas aceptaron esta nueva y precaria forma de trabajar. (Guerrero y Meléndez, 2020)

Ser precario, como ya señalábamos, no implica -necesariamente- una carencia de trabajo pero sí de flujo constante

de ingresos y una tendencia a permitir sobrecargas laborales o falta de garantías para el desarrollo de una actividad económica, lo que a la larga termina por alterar la correlación de fuerzas entre un trabajador de la comunicación, que debe negociar las condiciones para el ejercicio de su labor con espacios corporativos con mayores recursos y a los que se les hace relativamente fácil generar una circulación de personal: sin ataduras, pero sin garantías. El mismo estudio de Periodistas Sin Cadenas señala:

La precarización laboral es, sin duda, la mayor preocupación actual de los periodistas en Guayas. La pandemia del SARS-CoV-2 -COVID-19- empeoró un panorama que de por sí ya era complejo: crecieron los despidos, disminuyeron los salarios y cayó la publicidad. Quienes conservaron su empleo vieron aumentar su carga laboral, mientras que los despedidos han buscado alternativas ajenas al periodismo para sobrevivir (Guerrero y Meléndez, 2020).

Un año de confinamiento y trabajo virtual ha revelado lo quebradizo que se ha vuelto el mundo laboral para profesionales que caminan sobre hielo muy fino y la pandemia solo ha venido a enfatizar condiciones que ya estaban presentes y eran parte del debate acerca del futuro laboral de los y las profesionales de la comunicación:

En muchos medios ya era difícil la supervivencia económica, y los periodistas eran los más afectados. Si a esto se suma la poca preparación que hubo para enfrentar la pandemia, el panorama se volvió aún más complejo. El 65% de los trabajadores de la comunicación encuestados aseguró no haber recibido capacitación oportuna sobre cómo protegerse del Covid-19 durante las reporterías. Asimismo, 50% reportó que no recibió ningún tipo de aprovisionamiento (tapabocas, gel antiséptico, guantes, traje de bioseguridad, etc.) por parte del medio. (Guerrero y Meléndez, 2020, p. 3)

Porque la precariedad no solo tiene que ver con ingresos, tiene que ver con la vulnerabilidad extrema que implica el trabajo a destajo o el pago por producto, tiene que ver, fundamentalmente, con que el trabajador o trabajadora precaria debe aceptar laborar bajo mayores exigencias con menores recompensas, al caso que se describe en la cita anterior hay que sumarle el hecho de que, para producir noticias o contenido, muchas personas en ejercicio profesional han tenido que comprar sus propias grabadoras, cámaras, celulares de última generación, micrófonos y producir con sus propios recursos; recursos que no siempre están asegurados o tienen respaldo:

En el primer caso, y ante la posibilidad de quedarse sin trabajo y de que su economía empeore, los trabajadores de la comunicación aceptaron las nuevas condiciones impuestas; aquello significó más esfuerzo (por las jornadas extendidas de teletrabajo) y menor o igual remuneración. En el segundo caso, quienes se han enfrentado al desempleo, han buscado opciones freelance o han iniciado emprendimientos en negocios distintos a su profesión. (Guerrero y Meléndez, 2020, p. 2)

El Portal Chicas Poderosas describe el panorama de ejercicio profesional en el país bajo parámetros muy concretos y enfatiza la doble vulnerabilidad a la que están expuestas las comunicadoras:

[...] el periodismo en Ecuador se ejerce en condiciones precarias y de flexibilización laboral. Les periodistas se enfrentan a horas extendidas de trabajo, pagos injustos y falta de beneficios de seguridad social. Según los datos de la encuesta, los periodistas —sin importar el género— trabajan más de 40 horas semanales, incluidos quienes tienen contratos a medio tiempo. Las personas entre 26 y 45 años son las que más tiempo dedican al ejercicio profesional. Y una tercera parte necesita más de un trabajo para pagar las

cuentas, por lo que es cada vez más común el trabajo freelance sin remuneraciones extra o beneficios garantizados por la ley. (Chicas Poderosas, 2021, p. 3) [...]
... perspectiva a la que hay que sumarle inequidades de género, materia en la que el Ecuador todavía necesita de acciones contundentes.

Todas estas circunstancias son peores para las mujeres, quienes hacen más trabajo por un salario menor en comparación con sus colegas varones. Esta precariedad se ha profundizado durante la pandemia por la COVID-19 debido al incremento de las tareas de cuidado que recaen en las mujeres, y a que se ha priorizado mantener a hombres en los cargos y contratos freelance. (Chicas Poderosas, 2021)

En esa línea, entonces, la libertad de expresión depende de un todo estructural en el que el aseguramiento de relaciones laborales menos volátiles permita una comunicación verdaderamente independiente y no sometida a decisiones que en muchos sentidos no toman en cuenta las necesidades de los y las profesionales...

[...] lo anterior compromete la calidad del periodismo, pues resulta complicado que, sin contar con las condiciones mínimas de estabilidad laboral y aseguramiento socioeconómico, los periodistas puedan llevar

adelante investigaciones o producciones de largo aliento. Ellos mismos aseguran que hoy su prioridad es la supervivencia. (Guerrero y Meléndez, 2020, p. 2)

La tendencia no ha cambiado y parecería más probable, de la mano de políticas de ajuste y austeridad que no toman en cuenta la condición de emergencia sostenida en que nos ha sumido la pandemia, que el panorama se agrave produciendo altos niveles de concentración de la propiedad de la información y un deterioro progresivo de las condiciones de vida de los y las trabajadoras de la comunicación; en ese sentido se hace imperativa la intervención estatal para evitar que se sigan perdiendo empresas de medios -y sus despidos asociados- y se aliente la creación de nuevos espacios que fortalezcan la diversidad de visiones respecto de la sociedad con la consecuente y siempre deseable ampliación de la pluralidad informativa:

[...] la pandemia Covid-19 ha mostrado, una vez más, que el mercado no puede ser el sostén de las actividades esenciales de una comunidad. Entre ellas la información. [...] El periodismo no puede ser sólo un negocio para unos pocos. Menos aún en medio de una emergencia sanitaria sin precedentes y cuyas consecuencias seguiremos viviendo por un tiempo aún incierto. (Federación Argentina de Trabajadores de Prensa, 2020, p. 15)

El mundo aún no se ha acabado y si algo “bueno” nos ha dejado el virus es saber que vivimos en un equilibrio precario en el que si uno cae todos caen y que la cooperación que le es connatural a una especie gregaria como la nuestra nos hace codependientes los unos de los otros. El Estado como suprema expresión de lo público puede establecer condiciones para superar esta con mejores condiciones de vida. La posible reconstrucción del mundo implica, en este momento, pensar en qué partes de ese mundo dejado atrás queremos recuperar o si solamente implica una vuelta a la perilla de la máquina del tiempo para volver al paraíso comunicacional perdido:

La pandemia demostró lo trascendente de contar con un sistema de medios que promueva comunicación fidedigna, despojada de operadores, con un rol social. Un sistema de medios que tienda a democratizar la información y reivindique la comunicación como derecho humano. Para eso, una condición es que les periodistas cuenten con condiciones de trabajo, derechos laborales y salarios dignos. (Lecchi, 2020, p. 5)

Diversidades para Tener Libertades

El campo comunicacional es también un campo en disputa, sobre todo desde la perspectiva de las diversidades y las poblaciones históricamente excluidas, no solo para la necesidad y el derecho a una representación justa, sino por las

condiciones de accesibilidad en las que la disponibilidad de internet se vuelve indispensables para el ejercicio de la comunicación y para la dotación de información que les permita a las sociedades no solamente ser objeto de representación, sino agentes de sus propios lenguajes.

Así que tampoco puede hablarse de libertad de expresión, en su dimensión justa, cuando existen barreras hacia las diversidades desde los mismos medios que producen la información, más en el contexto del COVID-19, puesto que no todos los pueblos y personas han vivido la crisis de la misma manera ni han enfrentado dificultades similares, en muchos casos tanto la enfermedad, como el confinamiento y las medidas de bioseguridad, han sido abordados desde matrices culturales diversas y dinámicas específicas que no han sido tomados en cuenta de ninguna manera en el relato de la pandemia realizado por los grandes medios.

En general existe poca representación de pueblos y nacionalidades en los medios de comunicación, lo cual no tiene relación con la cantidad de profesionales surgidos de estos pueblos formados en las Facultades de Comunicación y en la educación superior del país; lo mismo sucede en el caso de las mujeres, lo que inevitablemente redundará en una atomización del discurso, que sigue atado a una mirada que tiende a la homogenización:

[...] este punto es crucial porque sabemos que los medios son los grandes generadores de cultura. Sus dueños también lo saben y por eso no quieren que nosotras avancemos. Por eso seguimos en lugares de poca relevancia, fuera del aire o sin forma o hablando de chimentos o del clima. Por eso no hay disidencias en las pantallas, en las radios ni en el papel. (Polak, 2020, p. 13)

Así, sin espacio para las disidencias, imposibilitadas desde una normatividad tácita, tanto la difusión de la información como las prioridades de cobertura, y el enfoque que se le otorga a un hecho, tienen serias falencias de origen que complotan contra la posibilidad de la divergencia; de acuerdo al portal de investigación Chicas Poderosas, en los medios ecuatorianos:

Faltan personas de orientación sexual y origen étnico diverso, tanto en los entornos laborales como en las coberturas periodísticas. Los datos permiten establecer que las redacciones son espacios marcados por la heteronorma y los estereotipos de género. Además, falta incluir a reporteros de diferentes orígenes étnicos. Las personas trans y las personas indígenas, entre otras diversidades, no tienen lugar en los medios de comunicación tradicionales, mientras que las personas negras son apenas un pequeño porcentaje. (Chicas Poderosas, 2021)

Jaqueline Gallegos³ (2020), de la Colectiva Afrocomunicaciones del Ecuador, refuerza estos criterios cuando habla de los medios de comunicación como parte de una construcción cultural y como uno de los campos donde se reproducen mecanismos de exclusión. Según Gallegos, la participación de las mujeres del pueblo afro es escasa y cuestiona también la ausencia de mujeres indígenas o montubias dentro de los medios de comunicación.

Asimismo, según esta investigadora, quienes forman parte de los medios tienen que someterse muchas veces a criterios estéticos para calzar en modelos dominantes cuando lo aceptable sería que, para generar dinámicas interculturales, se respete y propicie el ejercicio efectivo del derecho a la autodeterminación de las personas, en el que se incluye su imagen y la forma en la que quieren ser representadas y representados.

Al respecto expone:

Los pueblos en los medios de comunicación están relegados [...] en Ecuador en la televisión abierta hay una presentadora, porque tampoco hay representación del pueblo y de los pueblos en los grandes medios de comunicación [...]. Pero qué ¿no hay comunicadoras

³ Expositora del Foro Visión Intercultural en los medios de comunicación realizado por el Consejo de Comunicación el miércoles 1 de julio de 2020

y presentadoras indígenas, montubias, no existen? Y mucho más, cuando los pueblos puedan llegar a estos espacios, tengan que pasar por el manual de estética y estilo de los medios de comunicación que los obligan a tener una misma [...] estética, ¿creemos que todas las presentadoras en el Ecuador son los mismos cabellos largos, con el cabello a un lado y no más [...] la interculturalidad va muchísimo más allá [...] se hace necesario que cuando se hable de la transversalidad de la interculturalidad, sean los sujetos de derechos los que puedan acceder a estos espacios y desde su autodeterminación puedan también hacer su representación. (Gallegos, 2020)

Si bien la Ley de Comunicación ecuatoriana garantiza espacios para el contenido intercultural, la práctica determina que estos espacios, cuando se hacen efectivos, a menudo tienen un tratamiento igualmente exotizante, que refuerza prejuicios y criterios en los que la discriminación ha encontrado históricamente un sustento para su reproducción.

Solo la diversidad dota de valor a la palabra y la palabra en nuestras sociedades necesita redimensionarse, 140 caracteres bastan para generar movimientos, siempre y cuando estén respaldadas por principios básicos del ejercicio periodístico que aún son fundamentales para generar la credibilidad que

respalda esa palabra: contrastación, contextualización, análisis de la información y su liberación para que sus sentidos se expandan en el ámbito de la opinión pública; ninguno de estos criterios será posible sin garantizar, con políticas públicas y presupuestos, amplias vías de acceso de los pobladores de un país a los medios de producción de imagen y palabra, vitales en el ejercicio democrático.

La Disputa de la Opinión en la Red

Si bien los nuevos medios, la red y toda su potencia han ampliado los círculos de generación de contenidos e información, es igualmente cierto que las narrativas de la realidad empiezan a no ser suficientes para definir el mundo al que se refieren.

En redes sociales los usuarios tienden a rodearse de opiniones que ratifican la visión del mundo que ya tienen formada, debilitando el papel crítico de la sociedad: con la reducción del espacio para el debate público se ha producido una reducción de la perspectiva del mundo, lo cual no deja de ser paradójico dado el casi infinito universo de información que está a nuestro alcance.

Actualmente hay propuestas de varias organizaciones que se han puesto sobre la tarea de pensar en los alcances de la libertad de expresión en relación a los recursos internéticos y, fundamentalmente, estrategias en relación a asegurar “las libertades de expresión, información y opinión de los usua-

rios de plataformas y garantizar una Internet libre y abierta” (Pallero, J. et ál, 2020).

La preguntas son: ¿es lícito o posible establecer limitaciones al poder de las grandes plataformas de internet? ¿es lícito y posible pensar en un retorno pagado por las grandes plataformas por el contenido generado por los y las periodistas de un país?

Por supuesto que estas preguntas tienen inserta la discusión acerca de un internet libre y accesible sin restricciones para toda la sociedad, sin embargo, y como un ejemplo de los muchos posibles, tenemos a comunicadores y comunicadoras generando gratuitamente grandes cantidades de contenido en plataformas y redes, en un esfuerzo dirigido a conseguir suficientes seguidores para generar eventualmente ingresos complementarios que les permitan solventar una situación económica complicada.

El tema es tanto más complicado en cuanto el periodismo ha acelerado un proceso de migración hacia las nuevas tecnologías. Por ejemplo, en el 2019 en el Registro Público de Medios del Consejo de Comunicación de Ecuador, se registraron únicamente 27 medios en internet, durante el 2020 este número se triplicó a 89 medios y la visita a las páginas webs informativas de los medios de comunicación durante la pandemia se duplicó (2021). Ciertamente el modelo tradicional se ha puesto en crisis y los medios se han visto en la

imperiosa necesidad de enlazar sus contenidos a plataformas virtuales y servicios de mensajería.

Algunos de los grandes ganadores de esta pandemia han sido los gigantes de internet, quienes han incrementado de manera significativa sus ingresos y que ya han empezado a ser interpelados por los gobiernos de todo el mundo en relación a la posibilidad de pagar impuestos locales o con medidas que implican que las empresas paguen por el contenido de las noticias que se alojan en sus portales, tratando, desde el ámbito jurídico, de limitar el poder de las grandes plataformas sin afectar el concepto de un internet libre y abierto, en definitiva un tipo de regulación que, como proponen varias organizaciones latinoamericanas sea...

[...] compatible con los estándares internacionales de derechos humanos y toma en cuenta las asimetrías existentes, alcanzando a las grandes plataformas de Internet sin ser un freno u obstáculo para la innovación, la competencia o el desarrollo de start-ups, pequeñas empresas o iniciativas comunitarias, educativas o sin fines de lucro. (Pallero, J. et ál, 2020)

Una de las problemáticas claves en este debate es el hecho de que las plataformas de internet ejercen un control privado, a través de políticas de moderación y contratos de aceptación de términos de servicio, sobre espacios de discusión pública que han demostrado poder para influir en las decisiones de-

mocráticas de los países y que muchas veces no se corresponden con las regulaciones que garantizan el ejercicio de derechos según estándares internacionales: “es así que el control privado en Internet es considerado uno de los tres principales desafíos para la próxima década y una amenaza a la libertad de expresión por los Relatores de Libertad de Expresión. Para ellos...

[...] una característica transformativa del entorno de las comunicaciones digitales es el poder de las empresas privadas y, particularmente, de las redes sociales, las plataformas de búsqueda y otros intermediarios, sobre las comunicaciones, con un enorme poder concentrado en unas pocas empresas. (Pallero, J. et ál, 2020)

La discusión tiene suprema actualidad y se centra en el riesgo que implica para el ejercicio de la libertad de expresión, y sobre todo para la difusión o limitación de contenidos que estén reñidos con los derechos fundamentales, el hecho de depender de posiciones que dominan la opinión desde la perspectiva de mercado y que no necesariamente son transparentes en la forma de gestión de la información: “En múltiples ocasiones tanto organismos internacionales como organizaciones de derechos digitales han cuestionado estas prácticas y formulado recomendaciones para que las empresas realicen un cambio de políticas y prácticas para ajustarse

a estándares internacionales de derechos humanos” (Pallero, J. et ál, 2020).

Frente a esto la respuesta de los gobiernos no ha logrado salir de las regulaciones encaminadas a la limitación de contenido, lo que supone también un riesgo para el derecho a la expresión de una opinión no normada o estandarizada, pero que da cuenta de lo decisivo de un debate que las sociedades deben enfrentar en este momento y de cara al futuro.

En medio de la polarización existen discursos que, desde ya, proponen una tercera vía construida para zanjar esta confrontación entre...

[...] autorregulación corporativa vs regulación autoritaria [desde una perspectiva ciudadana:] varias organizaciones latinoamericanas creemos que es necesario y posible un tercer camino. El de construir una propuesta de regulación democrática, adecuada e inteligente que sea capaz de asegurar entornos regulatorios adecuados para proteger los derechos humanos ante las acciones de los gigantes tecnológicos, a la vez que sea respetuosa de los estándares internacionales de derechos humanos. (Pallero, J. et ál, 2020)

La discusión está abierta y forma parte del panorama del ejercicio periodístico en el escenario aún vulnerable e incierto de la recuperación económica y simbólica del mundo que vamos a habitar en medio y a pesar de la peste, lo más im-

portante es que las consecuencias no recaigan sobre los más vulnerables, generando mayores tensiones y estigmatización sobre discursos, formas de pensar y poblaciones.

Referencias

- Chicas Poderosas. (2021, febrero). *Condiciones laborales de mujeres en medios de comunicación en Ecuador*. <https://asihacemosperiodismo.org/>
- Consejo de Comunicación. (2021, 10 de marzo). *Registro Público de Medios - Boletín Estadístico*. <http://www.consejodecomunicacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/Registro%20P%C3%BAblico%20de%20Medios%202020.pdf>
- Farell, G. (2021, 10 de marzo). Medios y periodismo pospandemia. *Escuela de Periodismo Carlos Septién García*. <https://www.septien.mx/wp-content/uploads/2016/12/Mediapocalipsis-y-el-periodismo-postpandemia.pdf>
- Federación Argentina de Trabajadores de Prensa. (2020, noviembre). Del COVID 19 a las buenas noticias: Un proyecto para enfrentar la pandemia y salvar el trabajo periodístico en Argentina. En *SiPreBa: Regulaciones y acciones para el sustento del trabajo periodístico pospandemia*, 13-19. <https://www.sipreba.org/wp-content/uploads/2020/11/Dossier-SiPreBA-Noviembre2020.pdf>

- Fundamedios. (2021, 10 de marzo). *Ante la pandemia, decenas de medios de comunicación pueden extinguirse*. Fundamedios. <https://www.fundamedios.org.ec/medios-ecuador-crisis-pandemia-covid19/>
- Gallegos, J. (2020, 1 de julio). Interculturalidad en las producciones multimedia. Ponencia presentada. *En Foro virtual: Visión Intercultural en los Medios de Comunicación*. Quito, Ecuador. https://www.youtube.com/watch?v=Q_uGXPgGe2Y
- Guerrero, E., & Meléndez, Á. (2020, octubre). *La pandemia empeoró las condiciones del periodismo en Guayas*. Periodistas Sin Cadena. <https://www.periodistassincadenas.org/wp-content/uploads/2020/11/informe-guayas.pdf>
- Instituto Internacional de la Prensa. (2021, 10 de marzo). *COVID-19: Number of Media Freedom Violations by Region*. <https://ipi.media/covid19-media-freedom-monitoring/>
- Lecchi, A. (2020). Medidas excepcionales para un contexto excepcional. En SiPreBa: *Regulaciones y acciones para el sustento del trabajo periodístico pospandemia*, 4-5. <https://www.sipreba.org/wp-content/uploads/2020/11/Dossier-SiPreBA-Noviembre2020.pdf>
- Pallero, J., Barata, J., Piazza, A., Mastrini, G., Becerra, M., & Ortíz Freuler, J. (2020, julio). *Estándares para una*

regulación democrática de las grandes plataformas que garanticen la libertad de expresión en línea y una internet libre y abierta. <https://www.observacom.org/wp-content/uploads/2020/09/Estandares-para-una-regulacion-democratica-de-las-grandes-plataformas.pdf>

Polak, M. (2020). Nunca aisladas. En *SiPreBa: Regulaciones y acciones para el sustento del trabajo periodístico pospandemia*, 12-13. <https://www.sipreba.org/wp-content/uploads/2020/11/Dossier-SiPreBA-Noviembre2020.pdf>

Press Emblem Campaing (2021, 10 de marzo). *Countries with the most COVID-19 related journalist deaths.* <https://www.presseblem.ch/-1.shtml>

Reporteros Sin Fronteras. (2021, 10 de marzo). *Barómetro de las violaciones de la libertad de prensa.* <https://rsf.org/es/barometro>

Unesco. (2020, 10 de abril). Joint statement on safety of journalists and access to information during the COVID-19 crisis. https://en.unesco.org/sites/default/files/joint_statement_on_covid-19_by_4_groups_of_friends_on_safety_of_journalists.pdf

Pandemia, Mutación de los Medios Impresos al Entorno Digital en la Provincia de Cotopaxi

Pandemic, Mutation of Printed Media to the Digital Environment in the Cotopaxi Province

Revista Enfoques de la
Comunicación No. 5
Mayo 2021, pp. 239 - 274
p-ISSN: 2661-6939
e-ISSN: 2806-5646
Recibido: 11 de marzo de 2021
Aceptado: 29 de marzo de 2021

Pablo Leonardo Rodríguez Salazar¹
ideaec593@gmail.com

María Fernanda Caicedo López²
fundacionangelguardaec@gmail.com

Fundación Ángel de la Guarda

Quito, Ecuador

Recibido: 11 de marzo de 2021 / **Aceptado:** 29 de marzo de 2021

Resumen

La humanidad está viviendo uno de los momentos más impactantes en la historia de la evolución, la pandemia obliga a la

¹ Licenciado en Comunicación Social - Universidad Técnica de Ambato, Magíster en Comunicación e Identidad Corporativa - Universidad La Rioja (España). Experiencia profesional: Secretaria Nacional del Agua, Demarcación Hidrográfica de Pastaza, Plan Internacional, Consejo Nacional de Gobiernos Parroquiales Rurales del Ecuador, Consejo de Regulación, Desarrollo y Promoción de la Información y Comunicación, Concejo Cantonal de la Niñez y Adolescencia, Gobiernos Autónomos Descentralizados; consultor para Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales, Ministerio de Salud Pública, Director Zonal de Comunicación de la Coordinación Zonal 3, docente Universitario de la Carrera de Comunicación Social, Director Ejecutivo de la Fundación Ángel de la Guarda.

² Licenciada en Ciencias de la Educación - Universidad Tecnológica Equinoccial del Ecuador, Magíster en Orientación Educativa Familiar - Universidad La Rioja (España). Voluntaria de la Cruz Roja Italiana, gestora de proyectos educativos orientados a jóvenes y adultos mayores rezagados del sistema educativo, responsable técnica de la elaboración de metodologías de intervención educativa en el sector indígena de Cotopaxi, capacitadora del proceso integral de protección a niños, niñas y adolescentes, docente de la Unidad Educativa Comunitaria Intercultural bilingüe Sumak Kawsay en la provincia de Cotopaxi, presidenta de la Fundación Ángel de la Guarda.

sociedad a cambiar su estilo de vida y reestructurar las prioridades en un mundo altamente globalizado, el periodismo ha debido reinventarse en tiempo récord para poder sobrevivir a los cambios fruto del COVID-19. En consecuencia, resulta importante identificar la dependencia de la convergencia digital como fuente generadora de nuevos modelos de gestión que se acentúan en el contexto local y que permitan la continuidad de actividades periodísticas y comunicacionales.

Palabras clave: pandemia, periodismo, convergencia digital, modelos de negocio.

Abstract

Humanity is experiencing one of the most shocking moments in history evolution, the pandemic forces society to change its lifestyle and restructure priorities in a highly globalized world, journalism has had to reinvent itself in record time in order to survive the changes resulting from the covid-19. Consequently, it is important to identify the dependence on digital convergence as a generating source of new management models that are accentuated in local context and that allow the continuity of journalistic and communication activities.

Keywords: Pandemic, journalism, digital convergence, business models.

Introducción

Los medios de comunicación tradicionales de la provincia de Cotopaxi, entre ellos los medios impresos, se encuentran obligados a ser parte de procesos evolutivos constantes en la lucha por sobrevivir a las plataformas virtuales que diariamente se van apoderando del mercado, como es el caso del diario “La Gaceta” que su génesis parte de un modelo de negocio único fraccionando nuevas posibilidades sociales de inmediata innovación en situaciones de crisis, convirtiéndolos en medios susceptibles a la competencia, más aún, ante escenarios de la COVID-19; por tal motivo, es imperativo emplear estrategias que puedan ser aplicadas a este contexto.

En consecuencia y relación a este medio de comunicación, que tiene 50 años de funcionamiento y ha logrado ser catalogado en la provincia como un medio tradicional, se ve en la necesidad de identificar nuevas tendencias de sus lectores en un entorno digital on line, para poder implementar estrategias de negocio y convergencia digital a fin de subsistir a la emergencia.

Este nuevo camino, que se ven obligados a seguir los informativos tradicionales a nivel mundial, también puede ser visto como una gran oportunidad para reestructurar su misión y visión institucional, acercarse a las verdaderas sendas de la comunicación, como herramienta de cambio en la sociedad, influencia directa de generaciones, los senderos periodísticos en muchos

casos se dejaron influenciar por espacios de los poderes sociales, políticos y económicos, alejándose de los varaderos propósitos como son: informar, educar y entretener.

Para Zarzuri (2013): “Los medios como las disposiciones con las que cuenta la sociedad para propagar la comunicación y operan de la misma forma que otros sistemas, o sea, como un sistema cerrado que es autorreferente y que se autoalimenta” (p.8). Debido a este fundamento, nace el interés primordial del análisis de este medio.

La importancia de la presente investigación radica en la identificación de la capacidad técnica con la que cuenta el medio de comunicación y su estructura operativa para seguir funcionando en circunstancias de crisis social, como la que vivimos a nivel mundial, realidades institucionales, que jamás fueron consideradas, y menos aún se encontraban en los procesos emergentes planificados o simulacros que se habían pensado, acciones que no iban más allá de precauciones frente a posibles erupciones volcánicas, como alertas provinciales del volcán Cotopaxi.

La pandemia originó varios escenarios sociales y laborales, lo que provocó que a partir del 17 de abril hasta finales del mes de mayo no se haya comercializado el diario de manera impresa y, como consecuencia de esta inactividad, al reducirse los ingresos recurrentes, se originó parte del desmoronamiento económico sin precedentes, según sus directivos.

El objetivo general de esta investigación es identificar el modelo de gestión que se acentúa en un contexto local y que permita la continuidad de actividades periodísticas y comunicacionales que se adapten a un contexto digital a través de Internet.

Esta propuesta pretende ofrecer nuevas perspectivas y alternativas en el manejo de contenidos digitales mediante herramientas tecnológicas que faciliten la gestión documental desde los reporteros de territorio para la entrega de información veraz y contrastada, logrando la permanencia institucional en el colectivo social, partiendo desde el renacer mediático, y la convergencia al ciberperiodismo, acciones que debieron ser plasmadas en tiempo récord para no perder espacios ganados a través del tiempo de vida del medio.

Modelos de Negocio

El Diario La Gaceta es un medio tradicional con tendencia generalista; por ello, reportan una cantidad amplia de temas y de coyuntura en formato único, lo que permite identificar una serie de posibilidades de negocio, sin que estas hayan sido desechadas con anterioridad. También, considerando a Meléndez Yúdice (2016): “El Índice de Aprovechamiento Digital (IAD) permite establecer categorías como: Diseño responsivo; Interacción en redes; mapas, datos e interactivos y narrativa transmedia a través de identificar otros canales de difusión” (p.9), temas que serán abordados desde una perspectiva de emprendimiento.

De manera que, para el autor, el estudio del IAD en varios medios de comunicación y nativos digitales deja como resultado varios modelos de negocio que se alimentan no únicamente de publicidad: “el estudio encontró que la mayoría de los medios sigue mirando a la venta de publicidad como modelo prioritario de rentabilidad, aunque varios de ellos tienen estrategias para diversificar sus entradas de ingreso” (Meléndez Yúdico, 2016, p.26).

Además, estrategias de periodismo y redes sociales con una interacción en tiempo real, mayor porcentaje de contenido propio y nuevas narrativas a través de distintas plataformas transmedia; en lo operacional, la organización de eventos y talleres, cooperación internacional, apoyo de inversionistas privados, venta de publicidad, comercialización de contenido y servicios de consultoría a través de la implementación de *Big Data*, son imprescindibles.

El modelo de negocio del medio digital *CulturaCR.net* tiene como valor agregado más importante, el hecho de que la empresa se dedica también a actividades vinculadas al sector cultural como son los tours, cursos y el servicio de una editorial. Los ingresos recibidos precisamente obedecen a estos rubros y son los que mantienen el medio de comunicación.

El éxito en la generación de contenidos de calidad debe ser acompañado de la construcción de relacio-

nes personalizadas con los diferentes clientes; redes sociales como canales de distribución efectivos; ingresos por servicios, que de entrada no se visualizan o se visualizan poco en los respectivos sitios web; la generación de contenido es la actividad clave más importante; las propuesta de valor en común es el contenido cultural; el mantenimiento del sitio web, los servicios públicos y un salario corresponden a los costos más importantes; el recurso humano especializado y el sitio web corresponde a los recurso clave; la responsabilidad del sitio recae sobre el director (a) del medio de comunicación. (Sánchez, 2013, p.50)

Todos estos elementos son considerados como el servicio que ofrece el medio de comunicación para el cumplimiento de sus metas en internet. Otro de los factores a tomar en cuenta son los segmentos de clientes, con información pertinente, que deberán ser revisados, además que parte de la gestión de negocio depende del servicio ofertado, pero también el medio de comunicación necesita ganarse la confianza de sus inversores habituales para que le acompañen en el proceso de migración de lo tradicional hacia lo digital.

Para Sánchez (2013), un segmento significativo son “clientes de servicios: empresas, asociaciones, personas físicas u otros interesados en servicios relacionados con la cultura,

pero no necesariamente provenientes del sector cultural” (p. 54); que muestren una propuesta de valor atractiva. También, el autor se refiere a que “se pueden considerar servicios de: diseño, fotografía, cursos, tours, servicios editoriales, gestión de la comunicación, servicios periodísticos, producción de eventos y otros por probar”.

Sin embargo, el medio de comunicación partió desde los métodos tradicionales a las nuevas tecnologías sin contar con estrategias digitales que le permitan guiar sus acciones frente a las nuevas tendencias mundiales, la interacción de Diario La Gaceta nace de la falta de vínculo digital entre el medio y su público objetivo, evidenciando la necesidad de conectarse de manera permanente con los lectores. Su historia demuestra que se ha limitado a publicar diariamente espacios repetitivos, siendo los primeros espacios que necesitan modernidad, como por ejemplo la selección de cartas al director, que, en la necesidad de los lectores de recibir información mediática, ha demostrado ser de poco interés del común denominador de los lectores catalogados como nuevo público objetivo.

La virtualidad en todos los campos sociales se ha priorizado y fortificado con la expansión de las redes sociales, con más fuerza e impacto transformador que la propia web. Este proceso se complica de mayor manera al ser la primera experiencia de mutación de lo tradicional a lo virtual al ser el

único medio de comunicación escrito que nace en Cotopaxi y que diariamente llega a todos los cantones de la provincia, pero la realidad mundial de la pandemia del COVID-19 ha provocado que los diarios empiecen a asumir el desafío de publicar y gestionar los contenidos aprovechando las características de los nuevos soportes y sus potencialidades.

La nueva normalidad no ha sido un proceso fácil de sobrellevar, comprometiendo el apoyo imperante de los clientes frecuentes de pauta, como por ejemplo las empresas, en un primer momento, se han debatido entre ignorar el nuevo ecosistema de medios y adaptarse replicando contenidos sin más. Las múltiples crisis, que han sacudido al sector, han obligado, sin embargo, a activar planes específicos de formación, implementar desarrollos tecnológicos acordes a las necesidades y responder a las exigencias de los usuarios con un objetivo ineludible de supervivencia.

Convergencia Digital

La evolución de medios tradicionales a medios digitales no es una tarea fácil, en primer lugar, por el cambio en la construcción de las narrativas y el desafío que representa para las sociedades identificar el beneficio de las plataformas digitales, esto más aún para los lectores que no ven con buen agrado la inversión de su dinero a través de la tecnología, ya sea por la falta de acceso o por la falta de interés.

La convergencia digital ha superado expectativas que jamás podrían haber sido pensadas como acciones afirmativas que formen parte de un antes y después en la historia de la humanidad; y la generación de contenidos ha involucrado aristas de lo social y lo tecnológico en estándares de calidad diversificados desde el sector de las tecnologías de información y comunicación –TIC- y se está extendiendo hacia otros sectores productivos maduros, como el sector automotriz, lo que está modificando los modelos de negocio y de generación de valor en las industrias.

Aprovechar de las nuevas propuestas mundiales de la mano de la tecnología significa comprender que el internet es una innovación radical e innovadora, derivada de un proceso de convergencia entre los sectores de la microelectrónica, la informática y las telecomunicaciones, que ha evolucionado para generar primicias en los sectores tradicionales, generando nuevos procesos de innovación, y que la comunicación no puede dejar de lado la posibilidad de modernizar su generación de contenidos en vías de desarrollo y la oportunidad de multiplicar sus alcances, conscientes de que la globalización obliga a crecer de manera constante y fugaz.

A las puertas del nuevo siglo, los estándares periodísticos de los diarios digitales, siguen bastante lejos de haber alcanzado un consenso y asentamiento defini-

tivos: la prensa en internet continúa en fase experimental. La creciente competencia entre los periódicos digitales los empuja a introducir paulatinamente nuevas posibilidades de personalización, documentación y, sobre todo, de interactividad y actualización de los contenidos informativos. (Salaverría, 1999, p.12)

A causa de esto, la convergencia digital está en nuestro contexto, un contexto que permite a los medios de comunicación permanecer en el espectro virtual sin perder sentido: por ello, las narrativas también cambian en el entorno digital; es así cómo se construyen historias de distinta manera y con distintos formatos y elementos multimedia, permitiendo una hibridación en el entendimiento hipertextual.

Por ahora, la emergente disciplina de la Redacción Ciberperiodística recurre al modelo taxonómico clásico de los medios impresos en función de tres grandes órdenes (géneros informativos, interpretativos y argumentativos) a los que se suman los géneros dialógicos (entrevista o encuentro digital, foro o debate, chat y encuesta interactiva). Esta nueva clasificación reconoce también la infografía digital como una categoría aparte, aunque algunos autores la incluyen dentro del grupo de los géneros informativos (Ureta, 2011, p. 18)

Aunque, para Noci (2013), existen nuevas posibilidades de relato informativo:

Somos conscientes de que probablemente sea mejor no hablar de redacción, aunque el término castellano comprehensa un significado más amplio que el inglés newswriting, en el sentido de que Redacción es más que “escribir textos”, y sea mejor dar otra definición, tal vez “construcción del discurso”, puesto que el nuevo discurso periodístico consta de texto, imágenes, sonidos, bases de datos, pero también de interfaces, diseño, motores de búsqueda y lenguaje de programación (p. 5)

Además, podemos señalar que la información utiliza estos formatos de manera cohesionada; cada uno de ellos permite afianzar el contenido en el formato predilecto de los usuarios, que son quienes deciden qué contenidos son los más idóneos para su formación y entretenimiento.

Para Salaverría (1999): “los artículos pensados para la edición en papel, cuando se trasladan sin más al ordenador, resultan por lo general demasiado extensos y obligan al lector a la engorrosa tarea de avanzar en el texto a lo largo de varias pantallas [...] obligándolo a una lectura desorientada” (p. 3). Por consiguiente, la hilaridad del hipertexto que se desea introducir debe ayudar al lector novel.

En segundo lugar, la importancia de enganchar a los usuarios es una estrategia impulsada desde los principios de las ediciones digitales; para el autor, también existen estos atributos en la prensa digital, ya que se anuncian las noticias sin más información que los titulares, por ende, el usuario se engancha a dar el clic en el siguiente aspecto de la nota periodística.

En tercer lugar, el tiempo de lectura es muy corto, como lo señala Christine Perfetti (2005), ya que en los primeros segundos los usuarios obtienen impresiones iniciales y, por ende, deciden si se hacen eco de la información o si lo siguen navegando; en concordancia con lo expuesto, Camus (2009) ejemplifica este apartado señalando que, cuando entras a un sitio web...

[...] “los usuarios que lleguen por primera vez a su sitio web podrán echar un vistazo a lo que éste ofrece durante un corto periodo para decidir si siguen leyendo o bien, lo abandonan para continuar buscando en otro lugar los contenidos”. (p. 60)

En cuarto lugar, para el autor, otra de las características interesantes de las plataformas digitales por lo que se recomienda su utilización a través de sus capacidades multimediales: “al respecto, la consideración más relevante para tener en cuenta es que el uso de archivos y audio y video no sólo es apoyo, sino que es recomendada debido al interesante aporte

que ambos soportes entregan a la experiencia del usuario que consume contenidos”.

En quinto lugar, utilización de contenidos no lineales, accesibilidad, interacción, capacidad de personalizar los contenidos entre otras recomendaciones establecidas para la elaboración de contenidos como lo identifica (Salaverría, 2005) “el ciberperiodismo es “la especialidad del periodismo que emplea el ciberespacio para investigar, producir y sobre todo difundir contenidos periodísticos”.

En concordancia con lo expuesto anteriormente, refiriéndose a la usabilidad, ya que el principal beneficiario de nuestro contenido son los consumidores de información a través de sitios web y es meritorio construir un enfoque hacia el público, como lo señala la ISO (Organización Internacional para la Estandarización) que alude a “la usabilidad se refiere a la capacidad de un software de ser comprendido, aprendido, usado y ser atractivo para el usuario, en condiciones específicas de uso” (Ruiz et al., 2005, p. 254); por ende, es pertinente consensuar estos conceptos en la consecución de los objetivos del medio de comunicación que quiera instalarse en las plataformas digitales o que requiera optimizar la comunicación.

Metamorfosis de los Medios de Comunicación

Podemos señalar, que la metamorfosis es el cambio detallado y paulatino identificando de manera positiva y negativa

un antes o después de la gestión de resultados en diferentes áreas que generaron la necesidad de innovación, así también nos referimos al cambio progresivo de un medio de comunicación de un estado a otro fruto de la necesidad de innovar su gestión en el mundo globalizado y el resultado de las modificaciones en la sociedad y la aparición de nuevos avances tecnológicos.

Visto desde otros espacios de análisis, podríamos reducir a temas claves, por los cuales los medios de comunicación necesitan entrar en procesos de cambios pragmáticos, que les permitan sobrevivir a los nuevos métodos tecnológicos de generación de la información, reduciendo el tiempo y el espacio de manera significativa, pero además, en primera instancia, cabe resaltar la aplicabilidad de esfuerzos importantes en la implementación de instrumentos técnicos operativos para iniciar el camino en las nuevas tendencias de la comunicación a nivel local, nacional y mundial.

Citamos la temática para generar espacios claros del futuro de los medios, y, de esta manera, entender la transformación de las formas de comunicar que experimentan los medios de comunicación en todos los niveles jerárquicos de contenidos y temáticas que son abordadas de manera permanente; la conciencia de la corresponsabilidad social asume su papel protagónico generalmente como resultado de los cambios culturales o la llegada de las nuevas tecnologías, los avances

tecnológicos han obligado a los medios a evolucionar de manera contundente, así también diremos que se han ampliado los espacios de cobertura gracias a la generosidad del avance científico, la evolución de los periódicos como consecuencia de la aparición en nuestras vidas del entorno digital, los diarios digitales y las redes sociales.

Para el estudioso Lubetkin (2009), “los medios no surgen de forma instantánea, sino que, poco a poco, la sociedad va evolucionando y con ella aparecen nuevos medios de comunicación” (p. 3). Esto no supone la desaparición de los antiguos medios, pues estos los complementan y deben adaptarse a dicha evolución y a los cambios que van surgiendo para poder subsistir.

La metamorfosis es posible estudiarla debido a los cambios y transformaciones que se han producido a lo largo de la historia en los sistemas de comunicación, como consecuencia de respuesta a las necesidades colectivas de las masas que marcan parte del desarrollo histórico, pero también deben existir razones de tipo social, político o económico que impulsan dicha transformación no solo en el ámbito comunicacional, el cambio va más allá de lo esperado en los principios de la modernidad, la pandemia obligó a reinventar toda estructura de gestión en los niveles administrativos, técnicos y operativos de los medios de comunicación tradicionales.

Los procesos de evolución de los medios de comunicación deben estar acompañados de procesos de planificación estratégica que permitan entender los objetivos que se persiguen haciéndose acompañar de espacios ciudadanos de transparencia y socialización, donde todas las formas de medios de comunicación coexisten y coevolucionan dentro de un sistema complejo adaptativo en expansión de la globalización y sus efectos en la sociedad quien da vida real al consumismo de productos comunicacionales.

Por otro lado, citaremos la incidencia de los periódicos digitales, que han marcado el punto de partida en el espacio del periodismo y los avances tecnológicos como muestra de eficiencia en la entrega de información, simplificando los procesos de interacción con sus lectores; la llegada del internet, además de acercar la realidad ciudadana, permite la gestión de nuevos espacios de información sin limitar condiciones sociales y, lo que ha resultado más evidente para los medios tradicionales, transparentan discursos desde las dos caras de la moneda dejando de lado las líneas editoriales de los directivos o representantes de los periódicos tradicionales.

Pero ¿cuál es la realidad de los medios de comunicación tradicionales en el mundo? La oferta y la demanda tienen diferentes miradas y la posibilidad infinita de generar análisis consientes desde la opinión pública, que día tras día reclama

su puesto en la historia y la voluntad de ser partícipe de cada suceso en la sociedad, así también la puerta se ha abierto de tal manera que la generación de debates puede ser el espacio diario ciudadano, en mucho de los casos sin control alguno y con la posibilidad de crear amotinamiento participativo a lo difundido, también llamado linchamiento mediático.

En el estudio realizado por Lubetkin (2009):
Actualmente los medios tradicionales y medios digitales necesitan coexistir de manera respetuosa enfocados en garantizar el acceso a la información sin límite, sin premisas, sin líneas discursivas que busquen beneficiar a cierto grupo de interés social, político y económico que en muchos de los casos se habían convertido en el espacio cotidiano para ejercer poder. (p. 34)

El ser humano debe ser consciente de la evolución de la tecnología que conlleva a la necesidad de adaptación a nuevos procesos educativos y de ello deriva la necesidad de expresión ciudadana desde los espacios olvidados en la historia. (Lipovetsky, 2003, p. 56)

Lo que ha permitido la construcción de espacios de opinión como blogs, páginas web, periódicos digitales o las redes sociales, pues son formas de comunicación diferentes, novedosas y adaptadas a las nuevas necesidades de una socie-

dad que ha evolucionado, pero que ha tenido mayor incidencia en las nuevas generaciones.

Sociedad de la Información y Metadatos

Los medios de comunicación, en el contexto actual, necesitan verse involucrados en un conjunto de estrategias para su sostenibilidad, y la familiaridad, con la que se asuma el Big Data, será necesaria para el fortalecimiento de estudios previos sobre las necesidades de sus lectores; así como, instrumentos de asesoría a empresas involucradas en un contexto social en una sociedad de la información.

Para Grimaldo (2004), esta sociedad de la información se justifica por:

La unión de TICs, información y procesamiento tecnológico se ha establecido como un pilar fundamental en la sociedad actual, especialmente desde una óptica político - económica; la información, es así, el mecanismo de poder de los países desarrollados sobre los subdesarrollados y en vías de desarrollo, manifestado en la hegemonía que tienen los primeros sobre los mercados mundiales. (p. 1)

También, se considera que:

El aumento exponencial en el consumo de Información se ha venido dando en todos los campos del conocimiento, desde el científico hasta el mismo

industrial, e incluso en la vida cotidiana lo que ha desarrollado nuevos conceptos para la definición de productos y servicios. (2004, p. 2)

De acuerdo a lo presentado, el manejo de software parte de la premisa y visión social ante la libertad del conocimiento y el acceso indiscriminado a plataformas mundiales creadas con miras al futuro colectivo mancomunado del buen vivir, como se conoce en Ecuador, espacios virtuales de condensación y sistematización del conocimiento desde lo privado a lo público, que permita manejar datos estadísticos, desde todos los campos, creará interés hacia el medio de comunicación; el entorno tecnológico permitirá a las empresas públicas o privadas desarrollar estrategias de gestión de datos con fines organizativos y de mercado para ofertar sus productos o servicios, a la vez que, son un potencial democratizador.

Los medios de comunicación que migren a un entorno digital on line tendrán muchas fortalezas si implementan centros de Big Data; ya que la convergencia hacia lo digital hace que exista un crecimiento exponencial. Las empresas han sido las primeras en darse cuenta de la importancia de gestionar de forma adecuada todos los datos que generan porque nunca habían llegado de forma tan distinta y en volúmenes tan elevados. En España empresas como Nestlé, Zurich o BBVA han anunciado recientemente la instalación de sus centros

de Big Data en Barcelona, posicionando la ciudad condal como un hub de esta disciplina. Y es que convertir el gran volumen de datos en información que facilite la toma de decisiones es y será crucial para el posicionamiento y crecimiento de las compañías, ya que tiene un impacto directo en la cuenta de resultados. (Cortés & Pedrol, 2016, p. 1)

Además, los autores señalan la correlación en lo comunicacional:

El *Big Data* es un terreno fértil para los comunicadores y una oportunidad para acompañar a las empresas en la generación del conocimiento para la sociedad. Debe impregnar y formar parte de las estrategias de comunicación, así como lo está haciendo ya en las estrategias de negocio. El análisis de datos con filtro comunicativo puede permitir reconocer hechos noticiables a comunicar desde una compañía, crear estudios que ayuden a reflejar la realidad de un sector mediante datos cuantitativos, saber qué publicaciones y mensajes logran un mayor *engagement*, e incluso identificar nuevas tendencias y formas de comportamiento de los consumidores. (p.3)

Aunque, al aplicar las estrategias de *Big Data*, se deben considerar varios elementos como, la privacidad, ya que con

cada 'clic' estamos diciendo quiénes somos y cuáles son nuestras preferencias; la hipercontextualización de los mensajes permitiendo personalizar la narrativa con el objetivo de una comunicación más efectiva. (Cortés & Pedrol, 2016, p. 4); entendiéndose que nos encontramos frente a un modelo experimental.

Los Medios de Comunicación en la Provincia de Cotopaxi

La provincia de Cotopaxi se encuentra en la sierra centro del Ecuador, escoltada por la cordillera andina heredera de hombres y mujeres que han dejado sus nombres y obras plasmadas en la historia del país, provincia conformada por 7 cantones: Latacunga, Pujilí, Salcedo, Pangua, Saquisilí, La Maná y Sigchos (Sandoval, 2011).

Históricamente los medios de comunicación en la provincia han sido manejados y pertenecen a ciertos grupos de poder, de una forma u otra siempre han tenido influencia directa en el acontecer local, además es importante resaltar que el gobierno nacional ha limitado el acceso a frecuencias de radio y televisión que puedan ser emprendidas en todos los cantones, la mayoría de medios de comunicación tradicional se encuentra geográficamente ubicada en la capital provincial, es decir, en la ciudad de Latacunga y muy pocos en los cantones más cercanos.

Nos referiremos a la importancia de los medios de comunicación en la provincia de Cotopaxi, más aún de aquellos que trabajan o en su visión se encuentra siempre plasmado el camino de lo comunitario, es decir, que muy pocos medios de comunicación se encuentran enfocados en sus valores reales dentro del contexto social; la generación de propuestas comunicacionales desde territorio ha tenido poco impacto debido a la tendencia de medios que responden a grupos de poder, con mucho pesar se puede identificar poca presencia de los colectivos sociales en la generación de contenidos comunicacionales que visibilicen las necesidades desde la realidad.

Para el investigador Soengas (2018), “el mercantilismo se ha tomado los espacios concebidos desde la constitución como oportunidades de diálogo ciudadano, si esa es la realidad de los medios de comunicación en lo que se refiere a frecuencias de radio y televisión a nivel mundial” (p. 78). Las tendencias siempre se repiten en toda la humanidad y este caso no es la excepción de lo investigado podríamos encontrar una radiografía breve de cuál es el panorama real en los medios impresos, entonces resaltaremos la presencia cotidiana del periódico denominado diario “La Gaceta”, fundado el 12 de abril de 1967, y que, sin duda, ha sido parte de la historia de la provincia y el país.

En los últimos años han nacido varios medios de comunicación, lo que ha significado a la población mayores espacios para poder informarse del acontecer local, provincial y nacional. Es importante analizar el público objetivo de cada uno de los medios de comunicación, que como acción histórica han nacido desde las parroquias y cantones, es decir, en los últimos años han marcado importante tendencia en las generaciones que se identifican con la globalización y el acceso al Internet como un estilo de vida. Entre los aspectos positivos que podemos citar: el nacimiento de nuevos espacios participativos y comprometidos con los pilares fundamentales de la comunicación como es informar, educar y entretener ha permitido democratizar la palabra, acceder a información verídica, contrastada delimitando las líneas discursivas que se han mantenido vigentes en los medios de comunicación tradicionales, más aún en los medios escritos.

En territorio, el inicio de la pandemia marcó un antes y un después en la estructura administrativa del medio de comunicación diario “La Gaceta”, su giro de negocio siempre estuvo pensado a lo presencial, es decir, la asistencia de los reporteros para la entrega de los productos finales, no se encontraban preparados con la capacidad operativa y tecnológica para hacerle frente a restricciones emergentes como la cuarentena. De manera imprevista los fieles lectores del medio se encontraron con la inesperada ausencia de información, también

podríamos decir que es la falta de familiaridad con la tecnología limitaba el acceso a espacios de información más aún del mismo diario “La Gaceta”.

Los primeros pasos del medio en los entornos virtuales se habían dado con poca rigurosidad, desde la visión administrativa, no tenía mayor importancia, ya que su fuerte era llegar diariamente de forma física a su audiencia, ese es el momento preciso en donde el colapso operativo obliga a buscar nuevas oportunidades, reestructurar visiones y lo más importante iniciar su convergencia desde lo físico a lo digital.

Como referencia se puede tomar al medio de comunicación “El Comercio”, siendo un diario matutino ecuatoriano fundado el 1 de enero de 1906 por los hermanos César Mantilla Jácome y Carlos Mantilla Jácome y publicado en la ciudad de Quito, este periódico es actualmente el más grande de la ciudad y uno de los más importantes del país, además de ser uno de los pioneros de ser partícipe de los espacios digitales.

Así también nos referiremos al diario ‘La Hora’, siendo el periódico con más ediciones regionales en Ecuador, fundado el 23 de agosto de 1982. El éxito de La Hora se debe a que presta una fuerte atención a las noticias locales y provinciales sin dejar de lado las noticias nacionales e internacionales y que también tuvo su presencia con una agencia en la provincia pero que, lamentablemente, la falta de sostenibilidad eco-

nómica obligó el cierre de su redacción en territorio, convirtiéndose en un ejemplo de lo complicado que resulta para los medios tradicionales acoplarse a las nuevas tendencias que, además de demandar inmediatez, puede generar desempleo de reporteros.

Finalmente, citaremos al medio digital 'Primicias', considerado como uno de los primeros medios de comunicación 100% digital, con tratamiento de noticias de Ecuador y el mundo, el espacio para un Ecuador diverso y renovado.

En la actualidad, las preocupaciones más importantes que se desarrollan dentro del contexto informativo son las que se hacen los periodistas dentro de su actividad profesional y sobremanera de su trabajo. Además, esta investigación muestra los retos por los cuales se enfrentan los medios tradicionales cuando migran a un entorno digital: la cultura de la gratuidad, la crisis del modelo de negocio y la migración masiva de los lectores hacia los medios digitales es una norma en Latinoamérica.

En el año 2019, la prensa de los países desarrollados sufre un descenso constante tanto en el volumen de ventas como en el consumo de información. Muchos son los argumentos que se han esgrimido para justificar esta situación: la atomización de las audiencias, la competencia de la prensa gratuita, escrita y digital, o

la crisis económica mundial de 2008. (Benaiza, Samia, 2016; p. 12)

Por consiguiente, los medios de comunicación tienen que evolucionar en el contexto digital para sobrevivir ante los cambios producidos por el internet, para Marcos Fernández:

Los nuevos formatos periodísticos alumbrados por el uso de la red y los medios digitales ejemplifican las nuevas posibilidades para los comunicadores (p. 358); conceptos instruidos en este panorama. También, para el autor “la innovación de la mercadotecnia, los medios de comunicación (...) y el cobro de contenidos (...) están provocando cambios con numerosos intentos fallidos de instalar sistemas de pago (p. 361) todo esto, contemplando un panorama de experimentación de medios que se da en la región y que inclusive permanece en vigilia empresarial a estos días. (Fernández et ál., 2019)

El estudio mencionado permite analizar la realidad en que se desarrolla la cotidianidad de la vida periodística en la provincia de Cotopaxi, productos comunicacionales que son entregados a la ciudadanía a través del medio de comunicación tradicional denominado diario ‘La Gaceta’, así como identificar su modelo de negocio desde su única línea de inversión y gestión que depende de la distribución física de los ejemplares en los siete cantones de la provincia.

Los procesos de entrega en territorio se han mecanizado gracias al tiempo y la planificación convencional de distribución a través del envío físico mediante transporte público en horas de la madrugada y noche, para que, de manera inmediata, sea distribuido en los principales lugares de concurrencia social en cada uno de los cantones.

La dinámica de distribución es practicada de manera repetitiva con resultados que dependen de terceras personas para llegar a los diferentes cantones y su posterior distribución, además genera poco interés en la gerencia del medio en evolucionar a plataformas digitales que ayuden a llegar a un mayor número de personas, así también se ha podido identificar que su público objetivo se encontraba en la zona de confort sin mayores necesidades de innovar el modelo de gestión.

Además, también la prestación de servicios del medio en publicidad siempre fue ofrecida o presentada con la edición de un periódico físico, lo que significó iniciar un cambio drástico, inclusive en la oferta y demanda de publicidad desde un entorno virtual como prioridad y el producto físico como un complemento de gestión.

Conclusiones

El trabajo de investigación permitió levantar información que apretura el análisis crítico de la realidad territorial de los medios impresos y su camino de mutación al entorno digital en la provincia de Cotopaxi, así también entender el com-

portamiento social frente a las estrategias institucionales del diario 'La Gaceta' y la aceptación ciudadana en los entornos virtuales fruto de la evolución y avance generacional.

- a. El medio de comunicación necesita actualizar su modelo de gestión ante el contexto de covid-19; ya que, desde su fundación (50 años) ofrece los mismos servicios los productos transmedia deberán ser una prioridad en su modelo, así como la implementación de nuevas estrategias que han sido ya probadas en espacios similares de intervención a nivel local y nacional por otros medios de comunicación, resaltando la riqueza y experiencia del contexto local que permita la continuidad de actividades periodísticas y comunicacionales adaptadas al contexto digital a través de Internet.

Diario 'La Gaceta' debería implementar una sala de *Big Data* para identificar a sus usuarios en redes, herramienta que le permitirá clarificar las estrategias de marketing que pueden favorecer la gestión empresarial y la oportunidad de generar mejores contenidos con variedad de productos comunicacionales; además proveer a sus clientes este servicio con las especificaciones técnicas de horarios, temas de discusión, características sociales, entre

otros detalles que serán de ayuda en la gestión de publicidad acorde a la necesidad del cliente.

Los nuevos modelos de gestión permiten diversificar tendencias sociales como parte del proceso de mutación emprendido por el medio fruto de la necesidad actual para sobrevivir a los cambios de tendencia generacional como mecanismos de fortalecimiento de la imagen corporativa institucional con personal que sean parte de campañas en espacios digitales, actividades que se logran con la intervención de periodistas que se encuentran familiarizados con los nuevos formatos informativos, esta actividad debe considerar la necesidad de capacitar a sus reporteros y periodistas sobre ciberperiodismo y manejo de redes sociales, así también darles mayor protagonismo y relevancia social.

- b. El medio de comunicación necesita fortalecer su trabajo organizacional priorizando nuevas narrativas y periodismo ciudadano para acercarse más a sus prosumidores –mujeres- como acción afirmativa en territorio en la búsqueda de procesos de alternatividad como fundamento del entorno virtual, visión que camina junto a las necesidades mediáticas ante la presentación de contenidos en

R/S, se determina que, un índice a tomar en cuenta es la poca interacción que existe entre el medio de comunicación y sus usuarios, por lo que es necesario trabajar en la interactividad y conducir a sus usuarios a una plataforma variada de servicios. En contexto nos referiremos a los criterios de Salaverría, R., que considera que los medios digitales están en proceso de experimentación y por ello se deben recurrir a todos los mecanismos expuestos de hipertextualidad, hipermedia para beneficiar a los usuarios del diario 'La Gaceta' hacia una lectura personalizada.

- c. La reestructuración de la misión y visión institucional debe enfocarse en las necesidades locales que permitan incluir y fortalecer el tratamiento especializado de diferentes temáticas como igualdad de género, formatos hipermedia, diversificar los tipos de formatos y contenidos para público joven; además de promocionar una interactividad y diversificación de servicios. Entre las deficiencias que se han podido identificar en la gestión del medio de comunicación resalta la falta de contenidos interculturales partiendo de la premisa que su producto informativo también es adquirido por la población

indígena sintiéndose excluido de contenidos en el idioma quichua.

Sin duda alguna, el medio de comunicación diario 'La Gaceta' deberá iniciar su camino coordinado y planificado de manera integral hacia las nuevas tendencias mundiales de la información mediática, actividad que le permita legitimar el proceso de mutación desde lo impreso al entorno digital, sin embargo, no se trata de una acción que se puede lograr de la noche la mañana; su éxito dependerá de la conciencia propia desde los altos directivos quienes deberán tener claridad de cada uno de los estándares de calidad que deberán cumplir para poder mejorar el contenido de la información que entregue a su público objetivo, teniendo como punto de partida la necesidad de reestructurar su enfoque como medio de comunicación donde se prioricen la visión comunitaria de apoyo a la sociedad como principio histórico.

De lo aprendido resaltamos la importancia de evolucionar de manera conjunta con las necesidades generacionales, un ejemplo de los efectos de la globalización en los medios de comunicación podemos citar la decisión del diario 'La Hora' de abandonar Cotopaxi con el cierre de su oficina de Redac-

ción, la falta de la visión territorial terminó destruyendo su plan de gestión, el no haber identificado a tiempo la importancia de la presencia diaria en los diferentes cantones de la provincia con sus ejemplares físicos y la autoconfianza de creer que no existía la necesidad de crear espacios digitales propios donde sus lectores sean escuchados, su estrategia digital se basaba en la plataforma nacional donde la realidad territorial no se veía reflejada obligando a sus lectores a buscar otros espacios de información del acontecer local.

El proceso de mutación exige de decisiones colectivas donde el principal actor debe ser su capital humano de quien depende el éxito, más aún el aporte profesional de los periodistas en la innovación de contenidos en su trabajo desde el territorio, esta difícil tarea finalmente puede convertirse en una gran oportunidad de emprendimiento a grandes dimensiones donde los espacios digitales permitan abarcar mayores responsabilidades para con la sociedad, sin embargo es importante resaltar que el principal objetivo que debe perseguir el diario 'La Gaceta' es el trabajo conjunto en beneficio de los grupos vulnerables históricamente olvidados en la provincia de Cotopaxi.

Referencias

Camus, J. C. (2010). *Tienes cinco segundos, Gestión de Contenidos Digitales*. www.tienes5segundos.cl

- Cortés, S., Pedrol, E. (2016). El uso del Big Data en las estrategias de comunicación corporativa. *Revista Uno, Llorente y Cuenca*, pp. 1–62. <https://outlook.live.com/owa/?path=/attachmentlightbox>
- Fernández, S. P., Arrillaga, I. L., Ureta, A. L. (2019). Media and social innovation. The rise of active audiences in the digital environment. *Andamios*, 16(40), 351–372. <https://doi.org/10.29092/uacm.v16i40.710>
- Grimaldo, W. M. (2004). Sociedad de la Información: metadatos y futuro de la Internet en la recuperación de información de calidad. *Bibliotecas y Tecnologías de La Información*, 1(1). <http://eprints.rclis.org/7010/>
- Lubetkin, M. (14 de abril de 2009). *Inter Press Service*. Medios de Comunicación: La Metamorfosis: <http://www.ipsnoticias.net/2009/04/medios-de-comunicacion-la-metamorfosis/>
- Lipovetsky, G. (2003). *Metamorfosis de la cultura liberal ética, medios de comunicación, empresa*. Anagrama
- Meléndez Yúdico, J. (2016). Primer Estudio de Medios Digitales y Periodismo en América Latina INICIATIVAS, MODELOS DE NEGOCIO Y BUENAS PRÁCTICAS. *Elaborado por Factual A.C. Con Apoyo Del Fondo Regional Para La Innovación Digital En América Latina y El Caribe (FRIDA)* 1, 1, 1–71

- Noci, J. D. (2013). Hipertexto y redacción periodística ¿un nuevo campo de investigación? *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Otzen, T., Manterola, C. (2017). Técnicas de Muestreo sobre una Población a Estudio. *International Journal of Morphology*, 35(1), 227–232. <https://doi.org/10.4067/S0717-95022017000100037>
- Ruiz, J. A., Blanco, S., Luis, J., García, C., Campillo, F. F., Álvarez, G. F., De, M., Soler, F., Orosa, B. G., Ureta, L., García, G. L., Abad, G. L., Martínez, L., y García, F. T. (2005). *El ecosistema digital*.
- Salaverría, R. (1999). *De la pirámide invertida al hipertexto: hacia nuevos estándares de redacción para la prensa digital*. January.
- Sánchez, E. (2013). *Modelo de Negocio para Medios Digitales de Periodismo Cultural en Costa Rica*. <http://repositorio.uned.ac.cr/reuned/handle/120809/1165>
- Sandoval, R. (27 de marzo de 2011). *Diario La Gaceta*. Reseña Histórica Diario La Gaceta: <https://lagaceta.com.ec/resena-historica-diario-la-gaceta/>
- Soengas, X. (21 de marzo de 2018). Los medios de comunicación en la sociedad actual: crisis, negocio y politización. *Revista Internacional de Comunicación*, N°. 40, 40, 350.

- Ureta, A. L. (2011). La metamorfosis del reportaje en el ciberperiodismo: Concepto y caracterización de un nuevo modelo narrativo. *Communication and Society*, 22(2), 59–88.
- Zarzuri, R. (2013). Medios de comunicación y construcción de imaginarios sobre los jóvenes en prensa. Una aproximación desde Luhmann. *Liminales. Escritos sobre Psicología y Sociedad*, 1(February), 57–75.

ANEXO

Guía Emergente de Recomendaciones en Situaciones de Emergencia de Salud: Noticias Falsas o Fake News”

Consejo de Regulación, Desarrollo y Promoción de la Información y Comunicación
Quito, Ecuador

Antecedentes

Las situaciones de crisis como terremotos, erupciones volcánicas, inundaciones, avalanchas, incendios, emergencias sanitarias, pandemias, entre otras, son acontecimientos que constituyen hechos de interés noticioso para los medios de información. En tal virtud, ejercer una comunicación responsable en estos contextos es trascendental, ya que evita que la ciudadanía experimente sensaciones de miedo, impotencia o frustración frente a lo sucedido (OPMS, 2011) y se mantenga informada.

Por lo tanto, es necesario que los trabajadores y profesionales de la comunicación, realicen su actividad informativa con un enfoque adecuado, “con una visión de respeto hacia las víctimas y con un carácter noticioso que procure soluciones y aliente la prevención. Estas informaciones deben llevar un referente ético y científico con el fin de trascender la sensación de alarma” (OPS, 2011: 4).

El Consejo de Regulación, Desarrollo y Promoción de la Información y Comunicación, como organismo encargado de la regulación de contenidos y promoción de los derechos a la información y comunicación, consciente de que la comunicación es un pilar fundamental para mantener a la ciudadanía informada y una manera efectiva de prevenir, detener o reducir el impacto de la percepción ciudadana sobre la crisis generada por este tipo de acontecimientos, en relación al rol de los medios y la gestión de la información en contextos de crisis o emergencia, sanitarias o de salubridad, dado el contexto actual del país y el mundo, por la emergencia sanitaria en relación al COVID-19, presenta la “Guía emergente de recomendaciones en situaciones de emergencia de salud: Noticias falsas o *fake news*” con el objetivo de establecer estrategias de trabajo conjunto entre medios de comunicación y ciudadanía que permitan reducir el impacto de dichos fenómenos.

Objetivo

Brindar a la ciudadanía, trabajadores y profesionales de la comunicación herramientas dinámicas y útiles para el abordaje adecuado de la información en emergencias de salud y establecer estrategias de gestión frente a las noticias falsas que permita identificarlas y evitar que sean reproducidas o difundidas.

Desarrollo de Informe

Referencia Legal Básica

Para propender al tratamiento adecuado de la información y generación de contenidos en momentos de crisis sanitaria, que elimine la presencia de noticias falsas, es necesario tener en cuenta la normativa vigente en el país, esto permitirá establecer los límites y las posibles vulneraciones a las cuales podemos exponer a la ciudadanía.

La Constitución de la República del Ecuador, artículo 66, número 18 reconoce el derecho al honor y al buen nombre; el número 19 establece el derecho a la protección de datos de carácter personal, que incluye el acceso y la decisión sobre información y datos de este carácter, así como su correspondiente protección. La recolección, archivo, procesamiento, distribución o difusión de estos datos o información requerirán la autorización del titular o el mandato de la ley; y el número 20, reconoce el derecho a la intimidad personal y familiar.

La Ley Orgánica de Comunicación determina, algunos artículos preponderantes para el accionar periodístico:

Art. 19.- Responsabilidad ulterior.- Para efectos de esta ley, responsabilidad ulterior es la obligación que tiene toda persona de asumir las consecuencias legales posteriores a difundir, a través de los medios de comunicación, contenidos que lesionen los derechos estableci-

dos, en los instrumentos internacionales ratificados por el Ecuador, en la Constitución y la Ley.

Art. 20.- Responsabilidad ulterior de los medios de comunicación.- Habrá lugar a responsabilidad ulterior de los medios de comunicación, cuando los contenidos difundidos sean asumidos expresamente por el medio o no se hallen atribuidos explícitamente a una persona.

Art. 21.- Responsabilidad civil.- Será civilmente responsable por las indemnizaciones y compensaciones a las que haya lugar por el incumplimiento de la obligación de realizar las rectificaciones o réplicas o por las afectaciones a los derechos humanos, reputación, honor y el buen nombre de los afectados, la persona natural o jurídica a quien se le puede imputar la afectación de estos derechos, previo al debido proceso.

Art. 22.- Derecho a recibir información de calidad.- Todas las personas tienen derecho a que la información de relevancia pública que reciben a través de los medios de comunicación sea verificada, contrastada, precisa y contextualizada.

La verificación implica constatar que los hechos difundidos efectivamente hayan sucedido.

La contrastación implica recoger y publicar, de forma equilibrada, las versiones de las personas involucradas

en los hechos narrados, salvo que cualquiera de ellas se haya negado a proporcionar su versión, de lo cual se dejará constancia expresa en la nota periodística.

La precisión implica recoger y publicar con exactitud los datos cuantitativos y cualitativos que se integran a la narración periodística de los hechos. Son datos cualitativos los nombres, parentesco, función, cargo, actividad o cualquier otro que establezca conexidad de las personas con los hechos narrados. Si no fuese posible verificar los datos cuantitativos o cualitativos, los primeros serán presentados como estimaciones y los segundos serán presentados como suposiciones.

La contextualización implica poner en conocimiento de la audiencia los antecedentes sobre los hechos y las personas que forman parte de la narración periodística. Si las personas que son citadas como fuentes de información u opinión tienen un interés específico o vinculación de orden electoral, política, económica o de parentesco en relación a las personas o a los hechos que forman parte de la narración periodística, esto deberá mencionarse como dato de identificación de la fuente.

Art. 71.- Responsabilidades comunes.- La información y la comunicación son derechos que deberán ser ejercidos con responsabilidad, respetando lo establecido en

los instrumentos internacionales de derechos humanos, la Constitución y la Ley.

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

d) Contribuir al mantenimiento de la paz y seguridad; así como promover la cultura de prevención del riesgo de desastres y servir de canal para la difusión de información oficial relacionada con las causas y efectos que puedan producir los eventos peligrosos que afecten a las personas, familias, comunas, comunidades, pueblos y nacionalidades.

Art. 74.- Obligaciones de los medios audiovisuales.- Los medios de comunicación, radio y televisión de señal abierta tendrán la obligación de prestar gratuitamente los siguientes servicios sociales de información de interés general:

a. Transmitir en cadena nacional o local, en todos o en varios medios de comunicación social, los mensajes de interés general que disponga el Presidente de la República o la entidad de la Función Ejecutiva que reciba esta competencia, siempre y cuando se haya notificado al medio con al menos 24 horas de anticipación. Los titulares de las demás funciones del Estado

coordinarán con esta entidad de la Función Ejecutiva para hacer uso de este espacio destinado a realizar las cadenas establecidas en este numeral.

Estos espacios se utilizarán de forma coordinada única y exclusivamente para informar de las materias de su competencia cuando sea necesario para el interés general, de acuerdo con los parámetros establecidos en el reglamento general de esta Ley. Los servidores públicos señalados en el párrafo anterior serán responsables por el uso inadecuado de esta potestad;

b. Transmitir en cadena nacional o local, para los casos de estado de excepción previstos en la Constitución de la República, los mensajes que dispongan la o el Presidente de la República o las autoridades designadas para tal fin;(...)

d. Transmitir la vocería oficial designada, con el fin de mantener informada a la población sobre el desarrollo de los eventos peligrosos conocidos como desastres y catástrofes de niveles 4, 5 y con alerta roja, declarados por el ente rector del Sistema Nacional Descentralizado de Gestión de Riesgos, mediante el enlace de los medios de comunicación públicos, privados y comunitarios; sin que medie necesariamente la declaratoria del estado de excepción.

Se entenderá como interés general aquel conjunto de pretensiones relacionadas con las necesidades colectivas de los ciudadanos y ciudadanas del país.

Art. 91.2.- Principios de la autorregulación. La autorregulación se guiará por los siguientes principios:

- a) Compromiso con la veracidad de la información;
- b) Apego a la transparencia;
- c) Ejercicio de libertad de expresión y pensamiento; y,
- d) Respeto a los derechos fundamentales.

Art. 91.3.- Fundamentos de la autorregulación. Los fundamentos de la autorregulación son los siguientes:

- a) Defiende el derecho universal a la comunicación, en beneficio de todos los ciudadanos;
- b) Promueve y protege la libertad editorial;
- c) Promueve la calidad de la información;
- d) Establece un vínculo entre profesionales y ciudadanía sobre bases de confianza;
- e) Propicia el involucramiento de la ciudadanía como parte fundamental de la autorregulación;
- f) Fomenta la responsabilidad social de los medios; y,
- g) Respeta los derechos humanos de los trabajadores de la comunicación.

De igual manera, la Ley Orgánica de Salud establece que:

Art. 63.- La autoridad sanitaria nacional en coordinación con otros organismos competentes ejecutará campañas de información y educación dirigidas al personal de salud y a la población en general, para erradicar actitudes discriminatorias contra las personas afectadas por enfermedades transmisibles.

Además, se debe tomar en cuenta que, junto a esta normativa, se debe tomar en cuenta todo el marco jurídico vigente en el país, mismo que está compuesto por la Constitución, acuerdos internacionales, leyes, códigos y reglamentos.

Qué Son Las Noticias Falsas

El diccionario Collins, en su versión *on line*, define el término Fake News como una información falsa, a menudo sensacional, diseminadas bajo el pretexto de informar las noticias. “Siendo esta una definición general, de una acción que parece casual e aislada, pero que sin embargo es más bien, causal y frecuente” (Baidez, 2018: 12).

El Relator Especial sobre la Promoción y Protección del Derecho a la Libertad de Opinión y de Expresión de las Naciones Unidas, de manera no oficial se ha referido a las noticias falsas, como “la información que es intencionalmente distribuida o intencionalmente creada con el objeto de menoscabar el derecho del público a saber y menoscabar su habilidad para

discernir entre (...) hecho y ficción” (Comisión Nacional de los Derechos Humanos – México, 2019: 14).

Acorde con el “Estudio sobre el derecho a la libertad de expresión de la Comisión Interamericana”, las noticias falsas podrían considerarse como “una publicación o difusión masiva de información falsa de interés público, a sabiendas de su falsedad y con la intención de engañar o confundir al público o una fracción del mismo” (Comisión Nacional de los Derechos Humanos – México, 2019: 14).

En este sentido, “los rumores de antes son las ‘Fake News de hoy’. Todo ello difundido por las redes sociales y otras plataformas, debido a su potencia y viralidad frente a las noticias reales” (Baidez, 2018: 13).

¿Cómo Se Originan las Fake News?

Dado el desarrollo y la presencia masiva de tecnologías de información y comunicación en casi la totalidad de las actividades humanas desde hace algunos años, se ha dado una migración de contenidos informativos, desde los medios tradicionales a Internet, así como la existencia y gran acogida, de plataformas digitales que permiten la participación activa de personas en diversas actividades.

Hablamos de un contexto en el que los receptores son re-significados. Los teóricos ya hablan de “usuario prosumidor” o “usuario activo”, provocado por lo que Castells llama la “au-

to-comunicación de masas”. Concepto que se refiere a que los usuarios no sólo son partícipes, sino que también son parte integrante fundamental en la construcción de este nuevo “ecosistema informativo”.

Así, la acumulación de discursos, datos e informaciones se encuentra en medio de este nuevo contexto, en el que todas y todos tienen posibilidad de compartir y publicar, posturas personales, opiniones extremistas, propaganda, publicidad, etc. dado que:

Las fake news son contenidos deliberadamente falsos que se publican en sitios web cuya apariencia intenta ser formal y auténtica. A veces el diseño del sitio y su URL suplantan un portal de noticias reconocido. El propósito claro es engañar al usuario. Generalmente estos contenidos se mueven en redes sociales a través de las cuentas propias de esos portales, ya sea de manera orgánica –mediante likes, retweets y compartidos de los usuarios– o con acciones promocionadas, es decir, pagando para que estos contenidos sean publicitados por las plataformas (Cortés e Isaza, 2017: 5).

Es a partir de la existencia de plataformas virtuales que se ha vuelto mucho más sencilla la divulgación de noticias engañosas. En principio, porque al pasar a una forma de comunicación que permite el intercambio de mensajes en red, consiente

que los usuarios sean además de consumidores, también productores de discursos que circulan y que muchas veces son falsos. Y, en segundo lugar, estas plataformas utilizan un algoritmo¹ que distribuye el contenido más relevante para cada usuario, logrando que la información que se le muestra a cada uno esté condicionada y filtrada.

Además, el flujo informativo en las redes sociales se actualiza constantemente, no sólo por relevancia para el usuario sino también de acuerdo al alcance e interacciones que tiene el posteo, validando una noticia sólo por su nivel de difusión. Por otro lado, los distintos intereses políticos, partidarios, o simplemente una confusión se vuelven motivos para que de una manera más frecuente se viralice un contenido engañoso (Federación Internacional de Periodistas, 2017).

No obstante, el acceso a la información correcta y fiable es un derecho inherente a la condición de vida en sociedad, por lo que la ética personal juega un papel trascendental.

¿Cómo Reconocerlas?

Para reconocer una noticia falsa o “*Fake News*” es necesario tener en cuenta que, por lo general, estas tienen un propósito, ya sea económico (busca ganar dinero), o ideológico (busca manipular a la gente) y lo más importante, que “lo hacen con apariencia de noticias para conseguir ser efectivas” (Baidez, 2018: 12). Por lo tanto, las noticias falsas pueden ser identificadas a partir de sus características:

1. Es una acción material, que consiste en la divulgación masiva de información “falsa”. En este sentido:

(...) al hablar de divulgación masiva, se hace referente no solamente por medios tradicionales sino también aquellas difundidas por medio de las redes sociales por el impacto mediático que tienen. Por otra parte, no por considerarse una información falsa ya se encuadraría en el concepto de “*Fake News*”, ya que debe ser información que revista interés público para la sociedad (Comisión Nacional de los Derechos Humanos – México, 2019: 15).

2. La segunda característica es que la información divulgada, a pesar de parecer confiable, conlleva falsedad en la información que se fabrica o se divulga (Comisión Nacional de los Derechos Humanos – México, 2019). En el informe, “*Journalism, ‘Fake News’ & Disinformation*”, publicado por UNESCO, 2018, se establece que en un sentido material, son contenidos falsos

¹ La Real Academia Española define algoritmo como:

1. m. Conjunto ordenado y finito de operaciones que permite hallar la solución de un problema.
2. m. Método y notación en las distintas formas del cálculo.

porque genuinamente la información o imágenes son normalmente sacadas de contexto para recircular la información y hacerla parecer verdadera por redes, cuando no lo es. Es decir, “son videos o artículos de impostores en donde la información parecería verdadera, por el periodista o fotógrafo a quien se le atribuye la supuesta publicación de la información” (Comisión Nacional de los Derechos Humanos – México, 2019: 10)

3. La tercera característica es que este tipo de noticias tienen por objetivo engañar o confundir al público o a una fracción de él. “Los contenidos suelen ser fabricados puesto que, al hacer una información más llamativa, se circula en mayor medida en redes sociales” (Comisión Nacional de los Derechos Humanos – México, 2019:10).

Por lo tanto, “la UNESCO recalca que el público en general y sobre todo los medios de comunicación y periodistas, necesitan separar los elementos esenciales para ver el fenómeno del desorden de información; es decir, ver el agente, los mensajes e intérpretes” (Comisión Nacional de los Derechos Humanos – México, 2019:10).

Responsabilidad Social de los Medios de Comunicación en Relación con los Derechos Individuales a la Salud y Demás Derechos Conexos

En el “Marco Conceptual: manejo mediático en emergencias sanitarias”, realizado por la Coordinación de Promoción de los Derechos de la Comunicación e Información del Consejo de Comunicación se plantea que desde la dimensión colectiva del derecho a la libertad de expresión, los medios de comunicación social adquieren especial relevancia puesto que su capacidad operativa permite que sus mensajes puedan llegar masivamente a la comunidad; de ahí que en tiempos de crisis epidemiológica, expansión de una pandemia o cualquier tipo de circunstancia permanente o transitoria que amenace la bioseguridad de la sociedad su rol adquiere especial relevancia.

No obstante, en relación a derechos específicos y conexos al derecho a la salud, los medios de comunicación asumen responsabilidades de promoción de derechos, de buenas prácticas, de consejos para la adopción de hábitos saludables y beneficiosos para que cada persona desde su hogar o particular ámbito de acción puedan cuidarse y contribuir a la comunidad para superar la emergencia. En este aspecto es altamente recomendable que los medios de comunicación puedan indagar y difundir buenas prácticas realizadas con éxito en contextos internacionales, en poblaciones y circunstancias análogas a las que se pretende superar en el país.

Como eje transversal a cualquier forma de favorecer al pleno ejercicio de derechos, los medios de comunicación deben prever que ciertos acontecimientos sociales pueden generar un brote de xenofobia, racismo, regionalismo y otro tipo de odios en contra de cualquier sector social que se considere, con razón o sin ella, causante del mal que enfrenta la comunidad. Desde esta perspectiva, los medios de comunicación social tienen la obligación de generar información objetiva que ponga en evidencia estereotipos irracionales y la falta de fundamento para culpar a personas inocentes por el mal que acecha. Así los medios de comunicación deben emitir mensajes de reconciliación social, de tolerancia y de respeto a todas las personas, independientemente de su condición o circunstancia. Precisamente en momentos como estos, los medios de comunicación deben adoptar estrategias de lucha contra la discriminación y el respeto a los demás.

En este sentido, la calidad de la información que se espera de los medios de comunicación, no solamente alude a las personas, sino también a los contextos en los que se desarrolla la vida. Así, es necesario que la información sobre salud, tanto en el ámbito de la prevención, curación y rehabilitación, así como posibles contraindicaciones de medicamentos o alimentos; en contextos laborales, en el hogar, en los espacios públicos, en los centros académicos y hospitalarios y en cualquier otro contexto que fuese necesario, esté de acuerdo con el tipo de emergencia y los daños que pueda causar.

Contexto de la Labor Periodística Frente a las Noticias Falsas

En la labor periodística, los profesionales de la información “han tenido a su alcance una serie de fuentes de información que se consideraban hábiles y a las que podían recurrir para dar respuesta a las necesidades de sus usuarios” (López-Borrull, Vives-Gràcia, Badell: 2018: 1347). La consideración de una fuente confiable, o de referencia, exige la realización de diversos procesos de verificación y contrastación que permitan garantizar la calidad de la información que se podría encontrar. Sin embargo, la irrupción del internet, el blog, la web, las redes sociales, entre otras herramientas, ha permitido el apareamiento de nuevas formas de interacción comunicacional de las audiencias, convirtiéndose en lugares de referencia informativa al alcance de los y las profesionales y trabajadores de la comunicación.

No obstante, esta dinámica se ha visto influenciada por el apareamiento y difusión en redes sociales de noticias falsas y de campañas de desinformación, que afectan al flujo idóneo de información en momentos de crisis.

A esto se suma que, en la actualidad, nos enfrentamos a una cobertura de emergencias y desastres donde lo que prima es la inmediatez y, esto puede provocar poca profundidad de los contextos y antecedentes. De ahí que, “hay un privilegio por ocupar los lugares más visibles del periódico debido a la dimensión de las emergencias. Hay poco cuidado de parte de quien informa por tomar en cuenta los efectos psicosociales de la población

afectada pues abundan los detalles innecesarios que, sin duda, hacen revivir el dolor” (OPS, 2011: 8).

La cobertura de emergencias y desastres se enmarca en la comunicación de riesgo (Farré, 2005) o periodismo preventivo (Fraguas, 2007), y, por lo tanto, las coberturas de emergencias y desastres “deben favorecer un tratamiento transversal en todas las noticias con el fin de ayudar al lector a entender correctamente el fenómeno, por ejemplo, de una pandemia o deslizamiento y evitar informaciones incorrectas que puedan ocasionar la pérdida de confianza de la ciudadanía” (OPS, 2011: 14).

Contexto de la Labor Ciudadana Frente a las Noticias Falsas

En Ecuador las noticias falsas copan las redes sociales. Según un informe de Ecuador Chequea, el primer medio de verificación del discurso público creado por la Fundación Andina para la Observación y Estudio de los Medios (Fundamedios), se desmintieron “180 contenidos falsos” que navegaban en Facebook, Twitter y WhatsApp en 2019.

Las redes sociales son la plataforma idónea para la libre difusión de noticias y su viralización (Lerman, K., & Ghosh, R. 2010). Estas apelan a las emociones más primarias de las audiencias, transmitiendo mensajes de tristeza, miedo, sorpresa o ira (Vosoughi, S.; Roy, D.; Aral, S. 2018). Este tipo de noticias: (...) son más llamativas y propensas a ser compartidas por el usuario medio, independientemente de que sean

ciertas, ya que se da por supuesta su fiabilidad.

Este proceso de aceptación, tiene que ver con el mecanismo de segregación de dopamina, una sustancia neurotransmisora, generada de forma natural por el cerebro, cuando se produce un estímulo primario que nos satisface y que se asocia a los procesos adictivos. Parece demostrarse que no sólo las redes sociales a través de las notificaciones generan este efecto en los usuarios (Blazques, 2018: 5).

Por consiguiente, para evitar que este tipo de fenómenos se reproduzcan, la ciudadanía tiene la responsabilidad de verificar la información antes de compartirla. En este contexto, para propender a la eliminación de las distintas formas de desinformación pública y distorsiones en el proceso comunicativo o “*fake news*” en situaciones de crisis es necesario tomar en cuenta las siguientes recomendaciones.

Recomendaciones

¿Qué Hacer Frente a las Noticias Falsas o Fake News en Situaciones de Emergencia de Salud?

Tanto en las epidemias y pandemias, como en las crisis humanitarias y los desastres naturales, la Organización Mundial de la Salud, OMS, recomienda manejar una comunicación de riesgos, que consiste en “el intercambio, en tiempo real, de información, consejos y opiniones entre los expertos, los líderes comunitarios, los funcionarios públicos y las personas

en situación de riesgo” (OMS, 2018: ix). Se sostiene que la comunicación eficaz permite “que los colectivos más expuestos entiendan y adopten las medidas de protección que correspondan” (OMS, 2018: ix); a su vez, “permite a las autoridades y los expertos escuchar y atender las preocupaciones y necesidades de la población, (...) contribuirá a que los consejos que emitan sean pertinentes, fidedignos y aceptables” (OMS, 2018: ix).

La organización manifiesta que ciertas redes, como Facebook o Twitter pueden usarse desde los diferentes Estados miembros “para difundir información veraz, así como para corroborar datos cuando haya que desmontar rumores o noticias falsas en una crisis de salud pública” (OMS, 2018: 28), esto considerando que estas redes tienen amplitud de alcance, nivel de influencia, resultados y considerando la variedad de públicos coexistente.

Recomendaciones en el ámbito periodístico

En el ámbito periodístico la Comisión Nacional de los Derechos Humanos – México, 2019, establece las siguientes recomendaciones:

- a. Establecer estrategias y herramientas de medios periodísticos para combatir las noticias falsas:** Como se estableció anteriormente, los medios de comunicación podrían optar por desarrollar, en conjunto, aplica-

ciones o páginas web en donde, con base en estándares universales o interamericanos en materia de libertad de expresión, se pueda identificar con mayor facilidad si en realidad ciertas noticias que se difunden en medios electrónicos son en realidad parte de sus verdaderos artículos periodísticos.

- b. Que se incentive a los medios de información el no difundir noticias falsas:** Que entre los mismos medios incentiven por medio de estímulos, homenajes o premios la correcta realización de noticias basadas en datos verídicos, así como la confirmación de la información que difundan. Al hacer esto, se creará un entorno en donde los medios periodísticos busquen la progresividad en materia de transparencia y herramientas para prevenir las noticias falsas en la publicación de sus artículos y noticias.
- c. El refuerzo en sus Códigos en Ética relacionados con la publicación de información:** Como se estableció anteriormente, la difusión de publicación de noticias falsas ha ido en aumento, mismas que se remiten a las emociones de los usuarios, con la intención de engañar o confundir a los mismos. Por consiguiente, los medios de comunicación deben prevenir que sus colaboradores publiquen o difundan noticias falsas. En tal virtud, es

necesario que los medios de comunicación creen Códigos de Ética en sus respectivos medios o si ya cuentan con uno, que en sus Códigos de Ética incluyan que, al momento de realizar un contenido periodístico, en los colaboradores prevalece la veracidad de la investigación y no la desinformación deliberada bajo presiones de cualquier tipo.

Igualmente, este Organismo propone que en los Códigos de Ética de los medios de comunicación se establezca que, si un colaborador incumple con el mismo, sea revisado por un Comité del medio para que en su caso se ofrezca capacitación en temas del derecho a la información, libertad de expresión y noticias falsas.

Parámetros Para Detección de Noticias Falsas en la Labor Periodística

La Fundación Andina para la Observación y Estudio de Medios, Fundamedios, en su informe “Fake News: ‘información’ que desinforma”, elaborado en julio de 2017, establece las siguientes pautas para determinar la veracidad o falsedad de un contenido:

- 1. Verificar la fuente:** Hay que estar atento a historias vinculadas a sitios que terminan en “.ru” o “.co” o dominios similares; en especial si están vinculadas a un sitio de renombre. Esos dominios -así como otros, tipo

market- dan pistas sobre un sitio que puede no ser lo que parece. Otros portales pueden intentar engañar con errores de ortografía, letras que faltan en su nombre o que son reemplazadas por números.

2. **Distinguir sitios web de noticias satíricas:** La gente que dirige estos sitios (El Mercio, El Mercio, El Borrógrafo) sabe decir la suficiente ‘dosis de verdad’ para engañar al lector, al menos por un momento, y hacerlo reír o reírse de él. “Una noticia falsa toca los límites de la realidad, pero no demasiado”.
3. **Ofusca:** Los sitios satíricos tratan de revelar “nuestras inseguridades y preocupaciones”. Ese es el objetivo de una noticia falsa: tomar las inquietudes y opiniones de la gente en un momento coyuntural, y burlarse. Una fake new suele ser atractiva cuando ayuda a odiar a quienes se quiere odiar.
4. **Duda:** Es preciso confirmar noticias de última hora, o de historias poco creíbles, especialmente si proviene de una fuente desconocida o redes sociales.
5. **Desarrollo de la noticia:** El afán de los medios de comunicación por obtener noticias de última hora hace que a veces las primeras historias no sean siempre las más precisas.

Además, este documento establece que hay que diferenciar entre los portales de contenido satírico como por ejemplo El

Borrégrafo, que puede ser asumido como cierto por parte de los lectores desprevenidos; y los portales de internet montados para engañar a los incautos con el propósito de difamar a alguien o provocar efectos artificiales en los mercados de valores.

Recomendaciones en el Ámbito Personal

Varios profesionales de la comunicación trabajan sobre el tratamiento de la información en entornos virtuales, es el caso de Christian Espinoza², catedrático y periodista, que plantea algunas recomendaciones:

- Al momento de publicar contenidos es necesario reflexionar antes de publicarlos, siendo que este tema no es de inteligencia sino de actitud crítica. Así, las personas más reflexivas son más capaces de diferenciar entre noticias reales y falsas, independientemente de si el titular está de acuerdo o no a su tendencia política.
- Es importante revisar documentos e informes que nos permita identificar las noticias falsas y establecer estrategias para evitar la reproducción de noticias falsas.
- Utilizar herramientas tecnológicas como las incluidas en WhatsApp, Google o Facebook.

² Periodista. Fundador de Cobertura Digital.com <<http://www.coberturadigital.com>>. Profesor de Periodismo Móvil en el Máster de Periodismo Digital de la Universidad de la Sábana de Bogotá, catedrático del Máster de Periodismo Digital de la Universidad Mayor de Chile, catedrático del postgrado de periodismo digital de la Universidad Monteavila de Venezuela. Ha capacitado en el tema móvil a redacciones como Últimas Noticias, El Mundo, Lider (Venezuela). El Tiempo de Colombia. El Mercurio de Cuenca, TC Televisión, El Comercio, El Universo, Gamavisión, Radio La Red, HCJB, Corape, entre otras (Ecuador).

- Dudar de cualquier contenido que aparezca como “re-enviado” hasta que pueda ser verificado.
- Al momento del trabajo con redes sociales recomienda decirle no a la #infodemia (epidemia de la desinformación declarada por la OMS).
- Recomienda tomar en cuenta que no es obligatorio estar ON LINE todo el tiempo. Procura despegarte un poco del móvil y de las redes sociales para que puedas concentrarte y encontrar algo de calma. Esto permitirá evitar la exposición cada instante a noticias falsas.

El Instituto LISA (2019), es una entidad educativa internacional especializada en seguridad, recomienda 10 claves para evitar una campaña de desinformación emitida desde perfiles y plataformas aparentemente reales, pero que en realidad se desconozca su verdadero origen. Entre estas se encuentran:

- 1. Analizar la fuente de las noticias que recibes y consumes:** A veces, estas noticias provienen de plataformas digitales “no tradicionales” con escasa transparencia. Es importante conocer qué medio publica una noticia, su trayectoria y qué periodistas, empresas o países están detrás de la publicación.
- 2. Duda de los pantallazos o *screenshots* que recibas por redes sociales:** Cuando se reciben noticias también en formato de imagen se recomienda una dosis de pru-

dencia y escepticismo. Existen multitud de programas informáticos de muy fácil uso que permiten retocar o modificar imágenes con falsos titulares de medios tradicionales o de cuentas y perfiles en redes sociales de personas reales.

3. **Pregúntate:** ¿Quién te ha compartido la noticia y en qué contexto?: No se debe creer todo lo que se lee en redes sociales, especialmente si son mensajes o comentarios publicados por cuentas y perfiles anónimos. Incluso si el mensaje se recibe de un amigo, uno debe verificar la fecha del envío, la fuente y qué otros medios lo han difundido.
4. **Ojo con las falsas cuentas “humanas”:** Cada vez surgen más cuentas que parecen manejadas por humanos, pero quienes están detrás son robots (*bots*) o terceras personas que controlan perfiles diversos. Antes de seguir a alguien uno debe analizar esa cuenta, ver si genera contenido propio o si hace un excesivo uso de la red social.
5. **No seas parte del algoritmo:** Para generar una opinión bien formada, crítica y contrastada se recomienda acceder a fuentes de información alternativas. Si nos limitamos a ser informados por canales pasivos (en los que la plataforma escoge qué información nos muestra en

función de nuestras aficiones u opiniones, nuestra opinión se verá siempre condicionada por la información que decida mostrarnos o priorizar el algoritmo en cada momento.

6. **Lee la letra pequeña:** Al informarse en formatos digitales uno no debe quedarse solo con el titular o una fotografía, sino que tiene que leer la noticia completa y analizar si los datos están contrastados y si las citas y opiniones recogen pluralidad de opiniones y citación de las fuentes primarias de información.
7. **Mantente alerta con los contenidos patrocinados de origen desconocido:** Se debe desconfiar de toda polémica o contenidos políticos patrocinados por perfiles anónimos o no vinculados con asociaciones, partidos políticos o instituciones reales. Y en caso de que citen fuentes reales, siempre se debe ir a dicha fuente a ver lo que realmente ha manifestado, declarado o publicado.
8. **Desconfía de estrellas invitadas:** Algunos actores relevantes participan en determinadas discusiones de acuerdo con agendas políticas y económicas muy determinadas pero desconocidas por la audiencia final.
9. **Pensamiento crítico y cabeza fría:** Determinados agentes políticos utilizan la comunicación digital para enfrentar a la opinión pública y movilizar el legítimo

descontento del ciudadano. Participar en debates enriquece la democracia y la pluralidad política, pero se recomienda racionalidad, respeto y pensamiento crítico.

- 10. Tú puedes parar un conflicto:** Todos formamos parte y somos eslabones de las campañas de desinformación. “Es importante ser conscientes de que podemos ser utilizados como peones”. Por eso, es importante estar alerta ante los contenidos recibidos y no contribuir a difundir informaciones no contrastadas o de dudosa trazabilidad y procedencia.

Cómo Prevenir la Propagación de Rumores y Noticias Falsas

La guía editada por la aplicación WhatsApp para combatir las noticias falsas dentro de su mensajería establece³:

- 1. Aprende a identificar los mensajes reenviados:** la etiqueta “Reenviado” te ayuda a identificar si los mensajes que recibes los crearon tus amigos o familiares, o los creó alguien más. Cuando un mensaje se reenvía de usuario a usuario más de cinco veces, esto se indica con un ícono de una flecha doble. Asegúrate de corroborar los hechos si no sabes quién es el autor del mensaje original. Para obtener más información sobre los mensajes reenviados, por favor, lee estos artículos.

³ Para mayor referencia puede consultar en <https://faq.whatsapp.com/26000216>

2. **Ojo con las fotos y los archivos multimedia:** los archivos de imagen, video y audio pueden ser editados para intentar engañarte. Corroborar los hechos de una historia a través de sitios de noticias confiables. Cuando una historia se publica a través de diversos sitios confiables, hay más probabilidades de que sea cierta.
3. **Presta atención a los mensajes que luzcan diferente:** Muchos de los mensajes y enlaces a sitios web que contienen bulos o noticias falsas suelen tener errores ortográficos. Presta atención a señales como esta al corroborar la información.
4. **Mantén al margen tus propios prejuicios:** adopta una postura crítica incluso ante información que confirme tus creencias preestablecidas y corrobora los hechos antes de compartir dicha información. Con frecuencia, las noticias que parecen inverosímiles suelen ser falsas.
5. **Las noticias falsas suelen viralizarse:** El hecho de que un mensaje se comparta muchas veces no lo hace cierto. No reenvíes un mensaje solo porque el remitente te lo pida. Si identificas algo que es falso, avísale a la persona que compartió la información contigo y animala a que verifique la información antes de compartirla. Si constantemente recibes noticias falsas en un grupo o de un

contacto, repórtalos. Para obtener más información sobre cómo reportar un grupo o a un contacto, por favor, lee este artículo.

- 6. Corroborar la información con otras fuentes:** Si tienes dudas sobre la veracidad de un mensaje, haz una búsqueda en Internet de los hechos y corrobora la información en sitios de noticias confiables para identificar la fuente de la historia. Si todavía tenés dudas, trata de informarte más consultando a personas confiables o a profesionales de la información.

Finalmente se recomienda que si considera que una persona se encuentra en peligro físico o emocional, por favor, contacte a las autoridades locales que tengan la capacidad de brindar asistencia en estos casos.

Por su parte, la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura Unesco, señala soluciones como procesos frente a la información falsa, para lo cual recomienda como necesaria la alfabetización mediática e informacional (Frau-Meigs, 2019) con el fin de generar un espíritu crítico, mediante la combinación de la alfabetización mediática y la alfabetización informacional “como un conjunto combinado de las competencias (conocimientos, habilidades y actitudes) para la vida y el trabajo de hoy” (Unesco, 2017).

Bibliografía

- Alsina, Rodrigo. Cerqueira, Laerte (2018). Periodismo, ética y post verdad. En: Cuadernos Info 44. Disponible en: <https://scielo.conicyt.cl/pdf/cinfo/n44/0719-367X-cinfo-44-225.pdf>
- Alsina, Rodrigo (1989). La construcción de la noticia. Buenos Aires: Paidós.
- Asamblea Nacional del Ecuador (2008) Constitución de la República del Ecuador. Quito. Ley Orgánica de Comunicación. (2019) Quito.
- Baidez, Jessica (2018). Fake News Evolución, ámbitos de desarrollo y su repercusión en cibermedios nacionales. Casos: El País, El Confidencial, El Diario y Maldita. Universidad Complutense. Madrid.
- Blásquez, Manuel (2018) El problema de las noticias falsas: detección y contramedidas. En XV Seminario Hispano – Mexicano de Investigación en Biblioteconomía y Documentación, Ciudad de México, 16-18 de mayo de 2018. [Documento de conferencia].
- Comisión Nacional de los Derechos Humanos – México (2019). Reporte sobre las campañas de desinformación, noticias falsas (Fake news) y su impacto en el derecho a la libertad de expresión. México D.F.
- Congreso Nacional del Ecuador (2006) Ley Orgánica de Salud. Quito.

- Consejo de Comunicación (2020) Marco Conceptual: Manejo mediático en emergencias sanitarias. Coordinación de Promoción de los Derechos de la Comunicación. Quito.
- Cortés Carlos y Luisa Isaza (2017) “Noticias falsas en Internet: la estrategia para combatir la desinformación”. Universidad de Palermo. Centro de Estudios en Libertad de Expresión y Acceso a la Información. Argentina.
- Federación Internacional de Periodistas (2017). ¿Qué son las fake news? guía para combatir la desinformación en la era de posverdad.
- Frau-Meigs, Divina (2019) “Contra la Información Falsa, espíritu crítico” En Correo de la UNESCO UN SOLO MUNDO, VOCES MÚLTIPLES. Disponible en: <https://es.unesco.org/courier/july-september-2017/informacion-falsa-espíritu-critico>
- Fundamedios (2017). Fake News: ‘información’ que desinforma. Quito. Disponible en: <https://www.fundamedios.org.ec/fake-news-informacion-desinforma/>
- Ireton, Cheryl; Posetti, Julie (2018) Journalism, fake news & disinformation: handbook for journalism education and training. Paris: Unesco, 2018.
- Lerman, K; Ghosh, R (2010). Information contagion: An empirical study of the spread of news on Digg and Twitter social networks. *Icwsn*, 10, 90-97.

LISA Institute (2019) Ataques de desinformación: qué son y cómo podemos evitarlos. España: LISA Institute. Disponible en: <https://www.lisainstitute.com/blogs/blog/ataques-desinformacion-que-son-como-evitarlos>

López-Borrull, Alexandre; Vives-García, Josep; Badell, Joan (2018). Fake news, ¿amenaza u oportunidad para los profesionales de la información y la documentación? En: El Profesional de la Información. Noviembre – Diciembre. Disponible en: <http://www.elprofesionaldelainformacion.com/contenidos/2018/nov/17.pdf>

Muñoz, Priscilla (2017). Medios de comunicación y posverdad: Análisis de las noticias falsas en elecciones presidenciales de EE. UU. de 2016. Trabajo Fin de Máster en Medios, Comunicación y Cultura. Universidad Autónoma de Barcelona. Disponible en: https://ddd.uab.cat/pub/trerecpro/2017/hdl_2072_293813/TFM_Priscilla_Munoz.pdf

Organización Mundial de la Salud, OMS (2018) Comunicación de riesgos en emergencias de salud pública: directrices de la OMS sobre políticas y prácticas para la comunicación de riesgos en emergencias (CRE) Ginebra: Organización Mundial de la Salud. Licencia: CC BY-NC-SA 3.0 IGO. Disponible en: <https://apps.who.int/iris/bitstream/handle/10665/272852/9789243550206-spa.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

- Organización Panamericana de la Salud, OPS (2011). Manual periodístico para la cobertura ética de las emergencias y los desastres. Costa Rica. OPS.
- Saud, Larisa (2018). Manual para combatir fakenews y posverdades. Academia. En Periodismo y Social Media. PAC 3. M1.553.
- Unesco (2017) “Alfabetización mediática” En Comunicación e información. Disponible en: <http://www.unesco.org/new/es/communication-and-information/media-development/media-literacy/mil-as-composite-concept/>
- Valero, M.; García, M.; Gil Beltrán, J. (2001). Conceptualización y delimitación del término desastre. Jornadas de Fomento de la Investigación. Universidad Jaume I. España. Disponible en: http://repositori.uji.es/xmlui/bitstream/handle/10234/79712/forum_2001_17.pdf
- Vosoughi, S.; Roy, D.; Aral, S. (2018). The spread of true and false news online. En: Science, 359. 1146-1151.
- WhatsApp (2020) Consejos para prevenir la propagación de rumores y noticias falsas. Consulta en línea en: <https://faq.whatsapp.com/26000216>



REVISTA

ENFOQUES DE LA COMUNICACIÓN

Nº 5

“Comunicación y nuevas realidades: aprendizajes en contextos de pandemia”

A raíz de la crisis desatada por la COVID-19, el mundo experimenta una serie de transformaciones en todos los ámbitos. Las sociedades se adaptan a diario y el campo de la comunicación lo hace en interconexión con distintos escenarios. La salud, la educación, el trabajo, la economía, la política, el periodismo... afrontan nuevas realidades que mutan a gran velocidad y nos ponen a prueba en individual y colectivo. Estos cambios traen consigo resultados positivos como el uso creativo de las tecnologías para paliar la crisis sanitaria y económica que nos agobia; pero, también, negativos: la infodemia, el ciberbullying, la infoxicación, los trabajadores de la comunicación en riesgo, la falta de acceso a internet, etc. Es por ello, que, en su quinto número, la revista Enfoques de la Comunicación se centra en la *“Comunicación y nuevas realidades: aprendizajes en contextos de pandemia”*.

Desde un amplio entendimiento de la comunicación, a través de contribuciones de expertos nacionales e internacionales, de reconocido prestigio académico y profesional, se abordan temas como: innovación educativa, analfabetismo digital, teletrabajo, relaciones y distanciamiento, medios alternativos de comunicación, condiciones para el ejercicio periodístico en tiempos de COVID-19, cobertura mediática y libertad de expresión, a más de un año del origen de la pandemia.

Este número es una invitación a un intercambio propositivo de ideas que evidencien los desafíos y los obstáculos en el panorama actual, en un mundo nuevo y una forma de promover el debate profundo y la identificación de soluciones y oportunidades para contribuir con la evolución del sistema de comunicación en América Latina.



Consejo de
Comunicación
Libertad de expresión y derechos