

"LA POSTA" Y SU INCIDENCIA EN LA CONSTRUCCIÓN DE TENDENCIAS POLÍTICAS EN LOS JÓVENES DE GUAYAQUIL

"LA POSTA" AND ITS IMPACT ON THE CONSTRUCTION OF POLITICAL TRENDS IN THE YOUTH OF GUAYAQUIL

KARLA LÓPEZ CEDEÑO¹, ANDRÉ CHÁVEZ²

1 Universidad Laica Vicente Rocafuerte, Ecuador. kclopezc@ulvr.edu.ec

2 Universidad Laica Vicente Rocafuerte, Ecuador. andreo9090@gmail.com

RESUMEN

El presente estudio analiza el impacto del contenido de la plataforma digital "La Posta" en la construcción de tendencias políticas por los colectivos juveniles guayaquileños. El mismo fue abordado desde un enfoque metodológico mixto, bajo un diseño no experimental, que demandó del empleo de los métodos deductivo e inductivo para el análisis de la información, así como la descripción y exploración en el tratamiento de los datos. Se aplicaron encuestas a una muestra comprendida por 202 jóvenes guayaquileños y se entrevistaron a dos periodistas del medio digital La Posta y a un periodista del diario El Universo, empleándose, además, una ficha de observación al referido medio. En relación con los resultados, el contenido político que difunde la plataforma "La Posta" incide en la construcción de la opinión pública de los jóvenes universitarios de la ciudad de Guayaquil, en torno a los hechos políticos que tienen lugar a nivel nacional. Los formatos y recursos gráficos que usa este medio atraen la atención de los jóvenes, y buscan reactivar el debate político, la defensa de la democracia y la protección del Estado de Derecho. Al momento de hablar de las redes por las cuales, los jóvenes preferían informarse sobre los contenidos publicados por La Posta, se concluyó que Facebook y YouTube son las redes predilectas.

PALABRAS CLAVE: contenidos informativos, plataforma digital, tendencias, políticas, juveniles

ABSTRACT

This study analyzes the impact of the content of the digital platform "La Posta" in the construction of political tendencies by the Guayaquil youth groups. It was approached, from a mixed methodological approach, under a non-experimental design, which required the use of deductive and inductive methods for the analysis of the information, as well as the description and exploration in the treatment of the data. Surveys were applied to a sample of 202 young people from Guayaquil and two journalists from the digital medium La Posta and a journalist from the newspaper EL UNIVERSO were interviewed, also using an observation form for the aforementioned medium. In relation to the results, the political content disseminated by the "La Posta" platform affects the construction of the public opinion of young university students in the city of Guayaquil, around the political events that take place at the national level. The formats and graphic resources used by this medium attract the attention of young people, and seek to reactivate the political debate, the defense of democracy and the protection of the rule of law. When talking about the networks through which young people preferred to find out about the content published by La Posta, it was concluded that Facebook and YouTube are the preferred networks.

KEYWORDS: content, news, platform, digital, trends, policies, youth, groups.

DOI: <http://dx.doi.org/10.23878/alternativas.v21i3.324>

RECIBIDO: 26/10/2020

ACEPTADO: 3/12/2020

INTRODUCCIÓN

La sociedad moderna, como nunca antes, se enfrenta a un fenómeno de inminente crecimiento como lo es la masificación de la comunicación digital y demás formas de acceso a las tecnologías de la información, lo que ha cambiado de forma evidente, el escenario mediático, que por un siglo, se mantuvo hegemónicamente, aunque, con ciertas variaciones durante estos últimos tiempos, salvo con la aparición de los equipos televisivos que logró revolucionar la forma de comunicación desde su primera aparición. Si bien, la evolución de la tecnología se ha desarrollado desde años atrás, con la adaptación de contenidos en diversas plataformas; ello le dio inicio a lo que se conoce como medios digitales, el cual comprende un sin número de factores, entre ellos se encuentra la calidad como periodismo y como características de la web 2.0. Por ello, se considera que un Modelo de Calidad de Contenidos Digitales puede llegar a ser aplicado en la medición de calidad, por el contenido periodístico a través de varios medios digitales, nativos en distintos países; haciendo énfasis en aspectos tales como la actualidad informativa (Aguirre & Bernal, 2015).

Con la expansión del internet y la masificación de dispositivos tecnológicos, como celulares, tabletas y computadoras, el surgimiento de incontables plataformas digitales modificó este escenario. Por su amplia aceptación y uso en todos los segmentos poblacionales, especialmente en los adolescentes y jóvenes, estas plataformas que, inicialmente buscaban las relaciones entre individuos, se convirtieron en una importante fuente alternativa de comunicación e información. Son muy variados los factores que promovieron, por ejemplo: la llamada "viralización" de información y esto transforma con facilidad a un simple individuo en una notable personalidad mediática, generando incidencia en el comportamiento social y político de los ciudadanos a los que llega su contenido.

Bajo esta mirada, es evidente el impacto generado por el uso de las plataformas digitales últimamente, así lo reporta Casero (2018), cuando destaca el hecho de la utilización de las redes sociales a nivel global en la vida política de los Estados, lo cual hace que irremediablemente, los medios de comunicación se conviertan en objetos de estudio y debate, tanto en la esfera académica como en la política, generando resultados reales.

Según el informe de Medición de la Sociedad de la Información del (2018), el 43% de la

población mundial tiene acceso a internet, unos 3.200 millones de personas, aunque la calidad de conectividad varía, dependiendo de la ubicación geográfica donde se encuentre, registrándose el mayor índice de acceso en los países denominados occidentales, y un menor acceso en los países africanos; asimismo, en el informe se establece, que el 95% de la población está en condiciones de recibir una señal móvil, pero esta situación no implica que posea un teléfono.

Por otra parte, el impacto de las plataformas de redes sociales y las compañías tecnológicas en el periodismo estadounidense es mucho mayor que la transición del papel impreso a los medios digitales. Es así como diversas empresas como Facebook, Snapchat, Google y Twitter están reemplazando rápidamente el papel que los editores han desempeñado de manera tradicional en un proceso que plantea serias dudas sobre cómo se pagará el futuro periodismo (Bell & Owen, 2017).

Por esta razón, se considera que estas empresas han ido más allá de su papel como canales de distribución y ahora se encargan de controlar el contenido que ve el público, lo que les llama la atención e incluso existen varios ejemplos acerca del contenido difundido por estas plataformas digitales, como Facebook o Twitter, las cuales habrían influido en resultados de procesos electorales, un caso citable; es el que llevó a la presidencia de los Estados Unidos a Barack Obama, o en el comportamiento social, como en las protestas de los denominados "chalecos amarillos" en Francia en las que las convocatorias y difusiones de información jugaron un papel importante. Con ello, cabe indicar que la juventud en la actualidad se encuentra más inmersa en la utilización de la tecnología y con ello se determina que los jóvenes se construyen y reconstruyen históricamente, por lo que es imposible establecer una categorización o conceptualización estándar de los mismos. Cada sociedad define a la juventud de acuerdo con sus parámetros culturales, sociales, políticos y económicos, por lo tanto, no existe una definición única (Cevallos, 2015).

En América Latina, de acuerdo con la CEPAL (2018) refiere sobre acceso a las TIC que, el 56% de los hogares en los Estados Latinoamericanos tienen acceso al servicio de internet, lo que ha permitido convertir a las TIC en una solución posible para enfrentar la agenda de desarrollo y generar formas de comunicación alternativa. Según cifras publicadas por el Instituto

Nacional de Estadísticas y Censo (INEC, 2017) en Ecuador, el acceso a las tecnologías de la información alcanza un 86%, lo que ha permitido, la creación de un caso generalizado en América Latina, implicando el empleo de las TIC como una herramienta poderosa de comunicación y educación. En este sentido, el creciente acceso a las tecnologías de la información ha permitido también, aumentar la participación ciudadana en los asuntos de interés para sus Estados, esto ha generado que hoy en día, las redes sociales sean fuertemente utilizadas por políticos para masificar campañas políticas, de la misma forma que se utilizaría para una campaña comercial. Por ello, el interés de generar estrategias que buscan alcanzar al mayor número de usuarios e incidir en su comportamiento social y político.

Bajo esta perspectiva, las redes sociales han logrado ampliar el número y tipo de actores que interactúan en la comunicación política, la fácil difusión de contenidos y la velocidad de intercambio de información han abonado a ello, de modo que, cualquier usuario puede producir y difundir noticias sin mucha preparación teórica o práctica en el ámbito periodístico. En este orden de ideas, el impacto de redes como Facebook en el comportamiento político es un tema que se analiza en este estudio, un fenómeno que es extendido, por las condiciones de acceso a dispositivos con conexión a internet que poseen últimamente los jóvenes, y que promete ir en ascenso cada vez más. De allí que, analizar los contenidos informativos emitidos por la plataforma digital “La Posta”, e identificar en qué medida las tendencias políticas que se generan en sus plataformas digitales incide en los colectivos juveniles de la ciudad de Guayaquil han sido los objetivos de partida del estudio que se presenta en estas líneas. Esto con la intención saber cuál es la red social, por la que se llega con más factibilidad a los jóvenes guayaquileños y si los contenidos políticos emitidos por “La Posta”, se adhieren a la ética profesional a la cual deberían apegarse los medios de comunicación, indiferentemente, si el medio es tradicional o digital.

El análisis en contexto se orientó, desde la reflexión sobre impacto que genera el contenido de plataforma digital “La Posta”, en la construcción de tendencias políticas en los colectivos juveniles guayaquileños, debido a que es importante saber que, de todas las perspectivas presentadas en los medios, tanto tradicionales como modernas en relación con la juventud,

pueden transformarse, deconstruirse y reconstruirse. En este sentido, el presente análisis cobra importancia por la necesidad creciente que existe, en todos los aspectos del quehacer humano, de entender a profundidad cómo incide en el comportamiento social y político el contenido difundido en las redes sociales, y como mecanismo de convocatoria, tal es el caso de Facebook y específicamente la plataforma digital “La Posta”, con el propósito de enriquecer los contenidos e información generados en el debate de ideas, en torno a temas de relevancia nacional, como la política, la economía, entre otros. Los resultados de la presente investigación buscan contribuir a través de información veraz, en la profesionalización, mejoramiento de campañas y demás mecanismos de difusión digital que aporten al desarrollo social y académico de nuestro entorno.

REVISIÓN TEÓRICA

En la revisión de la literatura se ha podido constatar información diversa y relevante que permite analizar a la luz del tema tratado su comportamiento en el tiempo y las relaciones que se entretienen en el ámbito del periodismo de análisis político en la actualidad y hacia donde se perfila, por ello, se exponen las que a juicio de los investigadores poseen afinidad.

Chase Ney (2017) en su estudio “Periodismo digital y millenials: la preferencia de los millenials por los contenidos digitales en los medios online, en la facultad de Comunicación Social de la Universidad Central del Ecuador”, identifica la preferencia existente del grupo millenials por los recursos multimedia visuales en el periodismo digital, buscando estudiar las principales características de los contenidos multimedia que consumen los millenials y los distintos tipos de dispositivos que emplean para acceder a este tipo de información digital. Este autor determinó que, los millenials de la facultad de Comunicación Social gastan de 4 a 6 horas diarias para conectarse a internet por medio de dispositivos electrónicos diferentes; de este tiempo invertido ocupan de 1 a 3 horas para ver contenido online, contrastando estos resultados con estudios realizados previamente se determinó que el tiempo de uso de las plataformas noticias se aumenta con el pasar de los años. En la controversial disputa en la que están envueltos los medios tradicionales vs los medios digitales, se concluyó que los millenials tienen una preferencia innata por el uso de cualquier medio de comunicación digital.

Flores, Chancusig, Guaypatín, Montaluiza y Cadena (2017), en su investigación "La influencia de las redes sociales en los estudiantes universitarios", para la Universidad Técnica de Cotopaxi, afirman que en los últimos años las redes sociales han pasado de ser un simple medio de comunicación a una herramienta de influencia negativa para los estudiantes.

La problemática planteada es que al tener los estudiantes acceso a una herramienta que le permite realizar varias actividades a la vez, se pierde el verdadero uso de la tecnología en el aula de clases, por lo que se distraen y no aprovechan los beneficios académicos que este tipo de dispositivos electrónicos trae consigo. Por lo que el objetivo fue determinar el nivel de influencia de las redes sociales en los estudiantes de la Universidad Técnica de Cotopaxi, con la intención de saber, si la utilización de las redes sociales dentro de los salones de clases es beneficiosa o destructiva para el proceso educativo. Concluyó que las redes sociales inciden de manera negativa en los estudiantes universitarios de la Universidad Técnica de Cotopaxi. Además, se determinó que las redes sociales afectan el comportamiento de un individuo, como ejemplo de esto, mencionan que una persona que es tímida se puede expresar sin ningún temor por medio de las redes sociales.

MEDIOS DE COMUNICACIÓN TRADICIONALES

Los medios de comunicación tradicionales se distinguen porque pueden llegar a grandes cantidades de audiencia, es decir su rango de difusión es amplia, es por este motivo por el cual se conocen como medios de comunicación masivos (Jácome, 2016); estos fueron fabricados con el objetivo de difundir un mensaje a nivel masivo, entre los cuales se distinguen a los siguientes:

Periódicos: estos se distinguen por ser medios de comunicación escrita, los cuales basan su nombre a la forma periódica en la que sus ediciones son emitidas. Emiten sus publicaciones de forma diaria, semanal y anual.

Radio: la radio es un medio que usa ondas electromagnéticas que son reproducidas mediante antenas que posibilitan llegar a lugares lejanos al punto de emisión, entre las ventajas que tiene la radio están la selectividad geográfica, demografía elevada y la aceptación.

Televisión: el término televisión se da porque este abarca todos los aspectos de programación y transmisión, que tienen el objetivo de informar y entretener a la audiencia, este

medio al igual que los otros medios de comunicación también es utilizado para promocionar servicios y productos.

MEDIOS DE COMUNICACIÓN DIGITALES O NEW-MEDIA

Los medios de comunicación digital ofrecen una variedad de herramientas las cuales pueden ser empleadas por los usuarios no cabe duda de que los medios digitales son completamente distintos a sus predecesores, pero esto no significa que se haya alcanzado su punto máximo de evolución. Se menciona esto porque los medios digitales están en un periodo de transformación permanente y con mayores opciones para los usuarios (Chaparro & Guzmán, 2015). Los medios de comunicación en versión online a lo largo de la historia siempre han sido multimedia o bimedia, los cuales han fusionado los medios escritos en conjunto con los de los medios audiovisuales, por lo que lo primero que se incorporó fueron las imágenes, con el avance de la tecnología se fueron incorporando los audiovisuales, brindando una hipertextualidad de los medios, lo que provoca que internet sea una fuente fiable de contenidos audiovisuales. Las modificaciones digitales, utilizan variadas herramientas que complementan y respaldan las noticias que son expuestas en tiempo real, lo cual enriquece la información del contenido (Catalina, García, & Montes, 2015); es importante mencionar las ventajas que los medios digitales otorgan, entre los cuales se encuentran: actualización constante, interactividad, hipertextualidad, multimedialidad.

CONTENIDOS DIGITALES

La transformación que lleva hacia el mundo digital, que tiene espacio en los medios de comunicación desde su creación, está modificando la forma en la cual realizan sus actividades y negocios. De los medios tradicionales se ha pasado a una multiplicidad de medios, en las que conceptos como digital, movilidad o banda ancha permiten nuevas posibilidades. Se conceptualiza a los contenidos digitales como la información que se almacena en formato electrónico, la cual se puede transmitir, copiar y emplear por medio de redes de telecomunicación y herramientas como las TIC (Rivilla, 2018). El formato por el cual se transmiten estos contenidos digitales es variado: vídeos, aplicaciones, redes sociales, audios, portales, software, imágenes, videojuegos, blogs, textos, entre otros.

El futuro del contenido digital está directamente ligado con la digitalización de los medios, las nuevas tecnologías y los cambios en los hábitos de los consumidores, que se modula por la creciente disponibilidad de equipos tecnológicos. Lo que les permite a los usuarios una amplia y creciente gama de herramientas digitales. También se ha observado que estos usuarios están constantemente conectados, especialmente con los más jóvenes. Con estas herramientas y perfiles, los usuarios sienten un deseo poco saludable de contenido digital, creando una nueva tendencia: se transmiten en múltiples dispositivos (web, móvil, social o video). Dan contenido en línea más tiempo que nunca a los medios tradicionales. Delante del televisor multitarea (los televisores intentan mostrar dos pantallas al mismo tiempo por primera vez) por lo tanto los pagos como noticias, música o juegos son extremadamente bajos. Todos estos fenómenos representan una profunda transformación en el mundo de los medios y el contenido digital.

PERIODISMO DIGITAL: EVOLUCIÓN Y CARACTERÍSTICAS

Se puede definir al periodismo como una forma de comunicación colectiva, de carácter informativo, que responde a la necesidad social que el ser humano tiene de mantenerse informado de los hechos que ocurren en la sociedad en la que se desenvuelve, y saber lo que ocurre a nivel global. En la actualidad las sociedades democráticas han establecido que informarse es un derecho natural y personal, la cual repercute directamente en el desarrollo de un individuo. En el ámbito de la información el periodista ocupa un rol importante, pues es por medio de este profesional que la información llega a los habitantes de un territorio. El avance de las nuevas tecnologías, y el aumento de la conexión de los usuarios, en conjunto con el aumento de tráfico de la red, exigen profesionales que estén capacitados en el empleo de estrategias en internet.

Esta situación ha provocado que existan dos tipos de profesionales que laboran en los contenidos generados en la red, en el primer grupo se encuentran los periodistas que ocupan la internet para que las noticias que se generan en los medios tradicionales, se puedan visualizar también en los medios digitales; y en el segundo grupo están los profesionales que difunden contenidos para espacios en la red. Es así como Moreno (2016) afirma que en poco tiempo se ha pasado del periodismo elaborado para vigilar

el poder, al periodismo que es vigilado por los ciudadanos. Esto se ha dado porque los ciudadanos y periodistas tienen acceso a las mismas herramientas de comunicación, de forma que los espectadores tienen una voz y poder, haciendo sentir su presencia en los contenidos informativos difundidos, cuestionando tanto a los medios de comunicación, como la forma en la que se ejerce la labor periodística.

TEORÍAS QUE ESTUDIAN EL COMPORTAMIENTO POLÍTICO EN LOS JÓVENES

Es evidente que la participación política de los jóvenes se da en menor medida de la que se produce en los adultos, sin embargo, es necesario recalcar que esta participación política se va desarrollando a medida que se llega a la edad adulta, esto no significa que en su totalidad los jóvenes no se vean inmersos en ella, señalando que en el grupo de jóvenes que comprende de 15 a 18 años el interés político es bajo, en comparación a los jóvenes que se encuentran en un rango de edad entre 19 a 25 años, cuyo interés político se da en mayor medida (Hernández, 2016).

Se aprecia que, al momento de adquirir obligaciones políticas, como el voto, también se genera cierto grado de conciencia política en los jóvenes. Por lo que se puede decir que la conciencia política se aumenta paulatinamente con la edad, y que el inicio de la misma se da al momento de poder ejercer su derecho al voto.

Por tanto, la postura política de los jóvenes mantiene mayormente una posición de centro, dado que ellos aún no comprenden en su totalidad lo que significa pertenecer a uno u otro bando político. Según Cevallos (2015) “los pocos jóvenes que tiene una afinidad ideológica con la izquierda o la derecha, es porque tienen conocimiento de cómo funciona la dinámica política” (pág. 26). Se finaliza mencionando que, parte de la influencia que tienen los jóvenes para elegir un bando político es por las propuestas y campañas políticas difundidas a través de los medios digitales.

PERIODISMO POLÍTICO

Se concibe al periodismo político como el que tiene la capacidad de analizar la información que está ligada con la política, tanto a nivel nacional como internacional, este tipo de periodismo abarca el análisis de los parlamentos, partidos, campañas, entre otros. El periodista debe practicar la neutralidad en este tipo de periodismo, practicando la ética periodística, pues no puede inclinarse hacia un partido político.

Según Román (2018) este tipo de periodismo se caracteriza por:

Tener una relación estrecha con el periodismo de investigación: el tratamiento que se le da a este tipo de periodismo puede ser tanto investigativo como informativo, dado que para crear el contenido se debe recurrir a varias fuentes, que en diferentes situaciones suelen ser escasas, proporcionando a los espectadores una historia de interés público.

Periodismo de servicio: el periodismo político es de interés, ya que trata sobre los temas que inciden de forma directa en el estilo de vida de los ciudadanos. Aunque no todos los habitantes de una sociedad estén al pendiente de este tipo de información, ésto no significa que no afecte en la cotidianidad de sus vidas. Al ser un servicio público, se puede convertir en un negocio: esto indica que la difusión de ciertas historias de acontecer político dependerá de las ventas, rating, competencias y la posición de los accionistas del medio.

Es así como se demuestra que para ejercer el periodismo político se debe tener un fuerte sentido de la independencia, pues el periodista no puede verter opinión sobre los acontecimientos que abarca la nota periodística. Además, aunque no muchas veces el periodismo político sea bien recibido por parte de la ciudadanía, no implica que la información emitida en estas cápsulas informativas, no afecte el desarrollo de la vida de los habitantes.

EL MEDIO LA POSTA

La Posta es un medio de comunicación online creado por Anderson Boscán, experiodista de Diario Expreso y Luis Eduardo Vivanco ex editor general de Diario La Hora, estos dos profesionales con amplia experiencia en el periodismo escrito, tenían la visión de hacer un periodismo distinto, que logre cautivar a las masas, dado que aunque son apasionados por su profesión, consideraban que el periodismo que se emitía desde un papel tenía limitaciones (La Posta, 2017). La Posta se fue consolidando como una de las plataformas con más credibilidad dentro de su campo.

Para cubrir los intereses de los ciudadanos, sus noticias se enfocan mayormente en el ámbito político, económico, social y ecológico, tomando la estrategia de difundir los contenidos publicados a través de las redes sociales: Twitter, Facebook e Instagram. Adicional a esto, este medio digital posee una cuenta YouTube, a la cual suben las entrevistas que realizan. La sede de este medio

de comunicación se encuentra en la provincia de Pichincha, en la ciudad de Quito.

Este medio, en su página web deja en claro que vende publicidad, porque están conscientes que es el mejor medio para financiar un periodismo de calidad, pero el hecho de vender publicidad no significa que vendan su conciencia afirman sus creadores.

Dentro del análisis de este artículo, es necesario enfocarse en las noticias políticas que emite La Posta, para lo cual se aplica una ficha de observación (ver ejemplos en Tabla 1 y Tabla 2), con la finalidad de identificar los contenidos políticos que se difunden en la plataforma:

TABLA 1
FICHA DE OBSERVACIÓN PUBLICACIÓN POLÍTICA DE LA POSTA, 12 DE DICIEMBRE DE 2019

FICHA DE OBSERVACIÓN N° 1 PUBLICACIÓN POLÍTICA DE LA POSTA			
MEDIO	La Posta	FECHA	12 de diciembre de 2019
TIPO DE MEDIO	Digital	REACCIONES	2303
PLATAFORMA SOCIAL	Facebook	DURACIÓN DE NOTA:	0
FORMATO	Imagen	RECURSOS DIDÁCTICOS:	Infografía
DIFUSIÓN	Diaria	COMENTARIOS	1049
TÍTULO DE LA NOTA	La Gaby se refugia en la embajada mexicana	COMPARTIDA	1335
EJE O ENFOQUE	México es el país que da asilo político a los funcionarios de Alianza País. México da asilo político a supuestos implicados en corrupción.		
GÉNERO PERIODÍSTICO	Informativo		
FUENTES OFICIALES	Rueda de prensa del Canciller José Valencia.		
FUENTES DOCUMENTALES	Comunicado		
FUENTES ESPECIALIZADAS			
OTRAS FUENTES			
LEAD	El gobierno mexicano, siguiendo su tradición, recibió en su embajada de Quito a Gaby Rivadeneira para darle protección.		
COMENTARIOS DE LOS JÓVENES	<ul style="list-style-type: none"> ■ México ahora es él centro comercial en América Latina, allá van los correístas a agruparse y planear el próximo paso para desestabilizar a Moreno ■ Está muy claro, ella misma se delató ■ ¿Pero si ella es defensora del pueblo y lucha por el, que raro que pida refugio si no ha hecho nada malo? ■ Su conciencia no la deja en paz!!! 		

SÍNTESIS Entre uno de los contenidos políticos emitidos por La Posta durante el paro nacional que tuvo lugar en octubre del 2019 se publicó el asilo político que había recibido a la ex presidenta de la Asamblea Nacional de Ecuador Gaby Rivadeneira, por las persecuciones políticas acontecidas durante el paro nacional. Las interacciones que generaron los jóvenes a esta publicación tuvieron comentarios fuertes y de una posición inflexible, ante el hecho de que la ex presidenta de la Asamblea Nacional saliera del país, comentando que, si no estaba implicada en nada ilegal, por qué decidió abandonar su país.

Nota Fuente. Elaborada por: López K. y Chávez A.

TABLA 2
FICHA DE OBSERVACIÓN PUBLICACIÓN POLÍTICA DE LA POSTA, 3 DE ENERO DE 2020

FICHA DE OBSERVACIÓN N.º 6 PUBLICACIÓN POLITICA DE LA POSTA			
MEDIO	La Posta	FECHA	3 de enero
PLATAFORMA SOCIAL	Instagram	DURACIÓN DE NOTA	0
FORMATO	Imagen	RECURSOS DIDÁCTICOS:	Infografía
TIPO DE MEDIO	Digital	REACCIONES	2.089
DIFUSIÓN	Diaria	COMENTARIOS	171
TÍTULO DE LA NOTA	Rafa y sus secuaces a juicio por el caso arroz verde	COMPARTIDA	0
EJE O ENFOQUE	La independencia de la justicia en el denominado caso "arroz verde" por sobornos y corrupción, que tiene como actores principales al actor al expresidente ecuatoriano Rafael Correa, vicepresidente Jorge Glas y el exsecretario Jurídico de la Presidencia Alexis Mera.		
GÉNERO PERIODÍSTICO	Informativo		
FUENTES OFICIALES	Fiscalía General		
FUENTES DOCUMENTALES	Comunicado		
FUENTES ESPECIALIZADAS			
OTRAS FUENTES			
LEAD	#ArrozVerde = Rafael Correa, Jorge Glas, Alexis Mera y 18 personas más van a juicio por el caso #Sobornos. La jueza Daniella Camacho lo resolvió hace minutos.		
COMENTARIOS DE LOS JOVENES	<ul style="list-style-type: none"> ■ Ya era hora que saquen la verdad y se caiga la máscara de los traidores en perjuicio de su pueblo que les dio la confianza. ■ Y por qué no piden que Ramiro González también vaya a juicio, o Será que sólo por ser de derecha. ¿Ya es inocente? ■ Puuuu show ... ya verán q no pasa nada, al final de la novela el pillo ese regresa y gana las elecciones 		
SÍNTESIS	La jueza Daniela Camacho declara el inicio del juicio del denominado arroz verde, que tiene como actor al expresidente ecuatoriano Rafael Correa, vicepresidente Jorge Glas y el exsecretario Jurídico de la Presidencia Alexis Mera, son los primeros que serán sometidos a este juicio. Los jóvenes guayaquileños demuestran la aceptación de este juicio, dado que, consideran que es el momento de que sean enjuiciados por los crímenes cometidos durante la denominada década ganada para algunos y década perdida para otros.		

Nota Fuente. Elaborada por: López K. y Chávez A.

METODOLOGÍA

Esta investigación posee un enfoque mixto porque combina las técnicas e instrumentos para recolectar la información, pues al aplicarse varias de éstas se logra obtener mayor cantidad de datos, a fin de conocer, por medio de cual red social se observa la plataforma digital "La Posta", así como el nivel de incidencia de la información que maneja este medio. Se basa en este diseño, para lograr analizar el impacto que puede alcanzar el contenido de una plataforma digital, especialmente "La Posta", y era necesario ahondar en aspectos cuantitativos como cualitativos, por lo que su contenido puede tener un efecto considerable, siendo necesario conocerlo en la audiencia joven de la ciudad de Guayaquil.

El empleo de un nivel descriptivo, en el cual se da apertura a conocer de manera más detallada cada característica. De este modo se pueden identificar los factores que influyen en el pensamiento político de los jóvenes idóneos para esta investigación. Además de la exploración sobre el contenido que ofrece una plataforma digital, pues su contenido es generalmente abierto a todo público, pese a ello, lo que lo hace diferente es el tema que maneja la plataforma y la incidencia que este puede causar en un grupo de jóvenes, específicamente en la ciudad de Guayaquil.

El estudio se basa en una muestra intencional, debido a que, los 220 sujetos seleccionados se caracterizan por formar parte de los movimientos políticos de sus respectivas universidades, además de ser seguidores activos de La Posta, por tanto, son estudiantes regulares de carreras afines a las Ciencias Sociales y Derecho (Ciencias Políticas, Comunicación y Periodismo) de tres Universidades de Guayaquil: Universidad Laica Vicente Rocafuerte, Universidad de Guayaquil, Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, cuyo rango de edad oscila entre los 20-25 años.

Se entrevistó a dos periodistas que laboran en "La Posta", y a uno de Diario EL UNIVERSO, los datos proporcionados por estos profesionales, facilitaron el conocimiento sobre el impacto que genera el contenido de la plataforma digital "La Posta" en la construcción de tendencias políticas en los colectivos juveniles guayaquileños.

Además, se empleó una ficha de observación para identificar el tipo de contenido que emite la plataforma digital "La Posta" en las publicaciones que corresponden a diciembre del 2019 y enero del 2020.

DISCUSIÓN DE RESULTADOS

Los resultados de las encuestas aplicadas a los jóvenes de la ciudad de Guayaquil evidenciaron que, al momento de informarse lo hacen a través de medios digitales, además de que tienen un gran interés por estar informados, puesto que, cada vez que emplean una herramienta electrónica gran parte de los jóvenes lo hacen con este objetivo. La información que más llama su atención son los contenidos políticos, siendo La Posta el medio por el cual lo hacen

Al hablar de este medio, los jóvenes reconocieron que, al buscar información en las plataformas de La Posta, tienen mayor afinidad con Facebook y YouTube; consideran que la información que se publica en sus cuentas oficiales se extrae de fuentes oficiales y formales, por lo cual consideran que los contenidos que este medio emite, inciden en la construcción de su opinión sobre el acontecimiento tratado.

Los contenidos emitidos en La Posta afectan tanto a la opinión de los jóvenes que incluso ellos creen que tienen repercusión en sus relaciones sociales, lo que provocó la afirmación de que las publicaciones que sube La Posta en su plataforma influyen en las relaciones sociales que se generan entre la población guayaquileña.

Por su parte, las entrevistas reflejaron que La Posta realiza cobertura de hechos que interesan a la población, incluso aquellos que los medios tradicionales no tienen la intención de tratar, pero es de interés ciudadano, con un enfoque diverso, creativo y entretenido, a fin de cautivar a la audiencia. Este medio maneja un formato diario para las noticias que emite y uno semanal para las entrevistas realizadas. Las fuentes empleadas por La Posta, según sus directivos, son fuentes confiables y oficiales, además entrevistan a las personas que tienen relación directa con el hecho, del cual se elabora un reportaje.

Las publicaciones que se suben en la plataforma de La Posta inciden en el comportamiento político de los jóvenes, así como en sus relaciones sociales, y esto se evidencia a través de la interacción de los jóvenes, al realizar comentarios sobre las noticias que se suben a las cuentas del medio.

CONCLUSIONES

El periodismo digital es una nueva forma de ejercer la labor periodística, la cual se caracteriza por llegar a una mayor cantidad de usuarios dentro y fuera del país. Mientras que el periodismo político tiene la capacidad de analizar la información netamente política, y

se caracteriza por tener una estrecha relación con el periodismo de investigación.

En la actualidad, las herramientas tecnológicas facilitan parte de las acciones que se realizan en la vida cotidiana de los ciudadanos, entre las cuales está informarse, al momento de hablar de las redes por las cuales, los jóvenes preferían informarse sobre los contenidos publicados por La Posta, se concluyó que Facebook y YouTube son las redes predilectas.

Se definió que, en la construcción de los contenidos audiovisuales, La Posta recurre a fuentes oficiales y actores que tienen relación directa con el hecho investigado. Además, recopila información en plataformas de internet confiables, con el objetivo de encontrar contenidos que respondan a la temática que se desea desarrollar.

Al valorar el contenido político que difunde la plataforma La Posta, se evidencia que el mismo incide en la construcción de la opinión pública de los jóvenes universitarios de la ciudad de Guayaquil, en torno a los hechos políticos que se registran a nivel nacional. Los formatos y recursos gráficos que usa este medio atraen la atención de los jóvenes, en los que buscan reactivar el debate político, la defensa de la democracia y la protección del Estado de Derecho.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aguirre, C., & Bernal, J. (2015). Contenidos periodísticos digitales: Hacia un modelo de medición de calidad. *ComHumanitas*, 5 (1), 75-90.
- Bell, E., & Owen, T. (2017). La prensa de las plataformas. Barcelona: School of Communication and International Relations Blanquerna.
- Casero, A. (2018). Información sobre información política y redes sociales: puntos clave y retos de futuro. *El profesional de la información*, 964 - 974.
- Catalina, B., García, A., & Montes, M. (2015). Jóvenes y consumo de noticias a través de Internet y los medios sociales. *Scielo*, 601-619.
- Cevallos, B. (2015). Diagnóstico de la situación de la participación política de los jóvenes en relación con el Municipio de Quito. Quito: Universidad Politécnica Salesiana Sede Quito.
- Chaparro, H., & Guzmán, C. (2015). Consumo digital de jóvenes escolarizados en Villavicencio, Colombia. *Scielo*, 229-243.
- Chase, N. (2017). Periodismo digital y millenials: la preferencia de los millenials por los contenidos digitales en los medio online, en la Facultad de Comunicación Social de la Univer-

- sidad Central del Ecuador. Quito: Universidad Central del Ecuador.
- Flores, G., Chancusig, J., Guaypatín, O., Montaluisa, R., & Cadena, J. (2017). La influencia de las redes sociales en los estudiantes universitarios. Latacunga: Universidad Técnica de Cotopaxi.
- Hernández, S. R., Fernández, C. C., & Baptista, L. P. (2000). Metodología de la Investigación. México: McGraw Hill.
- Hernández, J. (2016). La participación ciudadana en la construcción de ciudadanía en jóvenes universitarios de la ciudad de Puebla (2012-2015). Ciudad de Juárez: Colegio de la Frontera Norte.
- INEC . (2017). Tecnología de la información y comunicación. INEC .
- Jácome, M. (2016). Estudio de la influencia de los medios de comunicación Estudio de la influencia de los medios de comunicación del profesor de matemática en el Ecuador. Barcelona: Universitat de Barcelona.
- La Posta. (15ç de octubre de 2017). Quiènes somos. Obtenido de La Posta: <https://www.laposta.ec/>
- Moreno, E. (2016). Periodismos en tuits, propuesta teórico-metodológica para el ejercicio del periodismo digital en twitter por los medios de comunicación. Santa Clara: Universidad Central “Marta Abreu” de las Villas.
- Rivilla , F. (2018). Análisis de la presencia de nuevas plataformas de video y dispositivos digitales frente al entretenimiento televisivo. Badajoz: Universidad de Extremadura.
- Román, G. (2018). Los periodistas frente al poder político: discurso periodístico de valoración negativa de los políticos en Costa Rica (2011-2015). Madrid: Universidad Complutense de Madrid.<http://biblioteca.utec.edu.sv/siab/virtual/auprides/15998/capitulo%202.pdf>