



Evolución de medios nativos digitales de Ecuador en 2021: Estudio a La Posta y GK

Gómez Chávez Katherine

Dirección de Posgrado, Cooperación y Relaciones Internacionales. Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí. Trabajo de Titulación, presentado como requisito para la obtención del grado de Magíster en Comunicación Digital

Director: Mg. Mendoza Jhonny

6 de octubre del 2021

Declaración de autoría

Yo, Gómez Chávez Katherine Patricia con cédula de ciudadanía No. 1315074185, declaro que el contenido, ideas y criterios del trabajo de titulación: Evolución de medios nativos digitales de Ecuador en 2021: Estudio a La Posta y GK. Es de mi autoría y responsabilidad, cumpliendo con los requisitos teóricos, científicos, técnicos, metodológicos y legales establecidos por la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, respetando los derechos intelectuales de terceros y referenciando las citas bibliográficas.

Consecuentemente el contenido de la investigación mencionada es veraz.

Manta, 6 de octubre 2021

Aprobación de tutor

Certifico que el trabajo de titulación, fue realizado por la licenciada Gómez Chávez Katherine Patricia, mismo que ha sido revisado en su totalidad, analizado por la herramienta de verificación de similitud de contenido; por lo tanto, cumple con los requisitos teóricos, científicos, técnicos, metodológicos y legales establecidos por la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, razón por la cual me permito acreditar y autorizar para que lo sustente públicamente.

Manta, 6 de octubre 2021

.....

Firma

Nombre del tutor

Tema

Evolución de medios nativos digitales de Ecuador en 2021: Estudio a La Posta y GK.

Ecuadorian native digital medias on 2021: Study of La Posta and GK.

Resumen

La realidad y evolución de los medios digitales de Ecuador, sus formatos, narrativas y contenidos, forman parte de esta investigación; para el efecto se consideró el año 2021, por presentar una particularidad inédita, la pandemia global, originada por la Covid-19, que cambió abruptamente la realidad socio-comunicacional del mundo, resaltan variables como las demandas de información y los procesos informativos. En este contexto, dos medios nativos digitales de Ecuador, La Posta, con matriz en Quito y GK, con sede en Guayaquil, incrementaron su protagonismo y cantidad de visitas de internautas, sobre todo durante el confinamiento.

Mediante la implementación de metodologías cualitativas y cuantitativas, procedimientos de observación y análisis comparativo, se recolectó datos y estadísticas de estos ciber medios y se definió de manera científica, los cambios evolutivos en las prácticas, productos y desempeños del periodismo digital en Ecuador. Los nuevos escenarios e innovaciones tecnológicas, son realidades incuestionables e influyentes en este artículo, en el que, además, se determinan variables como la convergencia multimedial y laboral, rutinas periodísticas, formatos, contenidos y narrativas en estos medios digitales. Los resultados de esta investigación, ayudarán a establecer, los cambios y las adaptaciones de medios y periodistas digitales, en las constantes variaciones tecnológicas.

Palabras clave

Periodismo digital ecuatoriano, medios nativos digitales, La Posta, GK, periodismo en pandemia.

Abstract

The reality and evolution of digital media in Ecuador, its formats, narratives and content are part of this research; For this purpose, the year 2021 was considered, for presenting an unprecedented particularity, the global pandemic, caused by Covid-19, which abruptly changed the socio-communicational reality of the world, highlighting variables such as information demands and informational processes. In this context, two native digital media in Ecuador, La Posta, with headquarters in Quito and GK, based in Guayaquil, increased their prominence and number of Internet user visits on their portals, especially during confinement.

Through the implementation of qualitative and quantitative methodologies, observation procedures and comparative analysis, data and statistics were collected from these cyber media and the evolutionary changes in the practices, products and performances of digital journalism in Ecuador were scientifically defined. The new scenarios and technological innovations are unquestionable and influential realities in this article, in which, in addition, variables such as multimedia and work convergence, journalistic routines, formats, content and narratives in these digital media are determined. The results of this research will help to establish the changes and adaptations of digital media and journalists, in the constant technological variations.

Key words

Ecuadorian digital journalism, native digital medias, La Posta, GK, pandemic journalism.

Introducción

Esta investigación busca profundizar en la realidad estructural y procesal de los medios nativos digitales y el ejercicio del periodismo digital, cuyo punto de referencia se centra en dos ciber medios, con sede en las dos ciudades más pobladas del Ecuador, La Posta en la ciudad de Quito y GK, en la ciudad costera Guayaquil.

Dichos medios nativos digitales, se destacan al proponer e innovar continuamente en estrategias periodísticas, por lo consiguiente, los cambios políticos, sociales y culturales de la sociedad y el ejercicio periodístico, también presentan transformaciones. (Loor, 2018).

A pesar de que La Posta y GK, tienen inicios y enfoques diferentes, son dos ciber medios que se convierten en muestras significativas, con las cuales se podrá establecer los niveles de transformación del periodismo nativo digital ecuatoriano.

El estudio se realiza tomando como referencia la actividad profesional generada por estos portales en el trimestre de mayo, junio y julio de 2021. Este espacio temporal tiene una estrecha vinculación con lo ocurrido entre los años 2020 y 2021, en los que se marca con mayor rigurosidad y sentido humano la labor periodística, ya que, a principios de la pandemia mundial, causada por la Covid-19, todos los países del planeta adoptaron una serie de medidas sanitarias o de bioseguridad, siendo la más radical el aislamiento físico de las grandes masas sociales; esta inédita situación causó un giro en las demandas de los consumidores de noticias; Browne & Del Valle, manifiestan que “El confinamiento forzado trajo consigo un considerable aumento en el consumo de información que tuvo su correlato en un incremento inusitado de la producción informativa ligada al tema” (p.84) con esta realidad se generó una fuerte infoxicación “ que alude a la sobrecarga informativa que recibe el usuario de las herramientas tecnológicas, lo que puede llegar a generar cuadros de angustia y ansiedad ” (Quesada y Trujano, 2015, p. 6) y con ello

aparecieron las famosas fake news o noticias falsas.

En este sentido, la presente investigación escudriña técnicamente en dos de los medios nativos digitales ecuatorianos considerados como los pioneros del periodismo digital en este país suramericano. Los medios y la muestra tienen un alto nivel de representatividad y cumplen estándares que nos permitirán al final, dilucidar respecto del objeto de estudio planteado. Sobre el tema, Goodrick (2014) hace hincapié en la comparación de contextos de dos o más casos, para los cuales se requiere recolección de datos tanto cualitativos como cuantitativos para una correcta comprensión de estos; además entre los métodos de recolección de datos predominan la observación, las entrevistas y el análisis documental, para poder realizar una síntesis final de diferencias, similitudes o metas en común.

Por ello la presente investigación analizará la evolución de los procesos informativos y prácticas periodísticas de los medios nativos digitales ecuatorianos La Posta y GK en el 2021, identificando similitudes y diferencias en estos medios online; mediante la ejecución de un proceso científico y un estudio comparativo a través de la implementación de una ficha de observación como instrumento de investigación, también se determinará cuáles son los procesos, contenidos y periodicidad que implementan estos medios digitales para el ejercicio profesional del periodismo.

Y respecto a los contenidos estos serán, recolectados y analizados específicamente de dos plataformas digitales muy utilizadas como Twitter y Facebook, las cuales en base a resultados de informes, como en el más actualizado de la web We are Social y la plataforma Hootsuite (<https://wearesocial.com/>) revelan que; el listado de las 15 plataformas sociales más utilizadas en el mundo durante el año 2020, continúa siendo liderado por Facebook y, a pesar de no estar entre las primeras posiciones del ranking, Twitter sigue siendo considerado dentro de la lista.

Asimismo, en estudios como *The American journalist in the digital age key findings* realizado para la Universidad de Indiana por Willnat y Weaver, en el que se habla sobre los periodistas estadounidenses, se manifiesta que Twitter y Facebook son los canales de información más utilizados por los profesionales de la comunicación.

Marco Conceptual

La tercera revolución industrial, llamada también revolución tecnológica hace presencia en la historia de la humanidad a mediados del siglo XX, es impulsada y constituida, a partir de semiconductores y de sistemas informáticos originarios de la década de los 50, siendo estos quienes facilitaron el desarrollo de dispositivos que actualmente forman parte del mundo electrónico.

La mundialización de la comunicación ha permitido que se globalice y unifique el globo terráqueo en un solo sistema de comunicación digital en donde miles y millones de personas interactúan de manera rápida e instantánea, desde cualquier punto donde se encuentren. (Cantos & Cumba, 2018, p.122)

Sin duda el avance de la tecnología es un fenómeno que ha ayudado a la vida de las personas, sobre todo ahora en la era digital, en la que prácticamente toda actividad humana, se desarrolla en torno a la Internet y a las nuevas tecnologías.

Cabe recordar que la Internet es una abreviación del concepto International Network of Computers, es el medio donde se conectan medios, tecnologías y protocolos con el fin de que sus usuarios tengan libre acceso al intercambio de información, además de este son múltiples los recursos y servicios que este provee a sus consumidores, el más destacado la World Wide Web conocida mayormente por sus siglas www o web, entendida como el sistema que utiliza hipertextos o contenidos vinculados entre sí por enlaces. De hecho, los términos Internet y web son empleados recurrentemente de forma indistinta siendo por lo contrario técnicamente diferentes.

“Cuando se lanzó la World Wide Web, rápidamente se hizo muy popular, y luego, en 1994-1995, algunas compañías de medios de todo el mundo comenzaron a considerar la

posibilidad de utilizar ese servicio y empezaron a abandonar Servicom o CompuServe.”(Díaz Noci, 2013, p.259).

En medio de toda esta evolución digital, la práctica de la comunicación y el periodismo, tuvo su propio episodio, aunque fue parte de este transitar. El auge del periodismo digital en el mundo se presentó hace dos décadas, la evolución ha sido permanente de tal manera que incluso en la actualidad al ciberperiodismo se han sumado el periodismo móvil o mobile journalism que lo define Larrea & Montaser, como un proceso de recopilación, producción y entrega de contenido periodístico mediante la implementación de un teléfono móvil por lo general inteligente o una tableta.

León & Rivera consideran que “El periodismo digital involucra todo el proceso de periodismo aprovechando los recursos que ofrece la tecnología, promoviendo el desarrollo constante de información que la audiencia puede recibir en cualquier momento y lugar” (p.11). Esta constante evolución ha generado el desarrollo de diversas investigaciones, relacionadas con la forma en que este nuevo formato se impone en el ejercicio profesional del periodismo y la comunicación.

La investigación sobre innovación en el ciberperiodismo tiende a centrarse en los grandes medios de referencia, generalmente anglosajones. Esto deja fuera la realidad del periodismo en otros lugares, donde también existen importantes transformaciones y diferentes estrategias para afrontar el escenario digital. (Vázquez et al., 2019, p. 192)

En Sudamérica esta realidad de poca investigación a la que se refiere Vázquez, está cambiando, cada año son más las investigaciones sobre ciberperiodismo que muestra la ciencia y la academia. Este auge de estudios se da en gran medida a la evidente migración de los medios

tradicionales hacia las plataformas digitales; a este fenómeno se suma el surgimiento de nuevas propuestas comunicacionales conocidas como medios nativos digitales. Al respecto, Orihuela (2004, citado por Salaverría, 2019), indica que “entender el ciberperiodismo obligaba a conocer sus cambiantes tecnologías. Y es que internet no ha supuesto solamente una evolución de las herramientas del periodismo, sino un cambio integral en sus paradigmas” (p.11).

Ecuador es un país en el que el periodismo y la comunicación profesional fueron protagonistas de un proceso de transición. Una Ley Orgánica de Comunicación, publicada y puesta en vigencia en 2013, se convirtió en un instrumento legal que tenía como objetivo normar la práctica de la comunicación, del periodismo y de los medios en este país. (Ley orgánica de comunicación 24, 2013). Paralelamente, se presentó un incremento en el número de medios digitales en plataformas, estas iniciativas de profesionales en comunicación, se evidencia con más fuerza especialmente en redes sociales como Facebook y Twitter, podría decirse que esto ocurrió a razón de que, el marco legal citado, no contempló la regulación de la información que se emite a través de Internet.

Los medios convencionales tradicionales, migraron a estas plataformas digitales y redes sociales, mientras que nuevos medios, denominados nativos digitales se presentaron como nuevas alternativas comunicacionales; en este contexto Rivera (2016) explica que paralelamente a la consolidación de medios tradicionales en la red, fueron surgiendo tímidamente los primeros medios exclusivamente digitales en Ecuador, uno de los primeros, surgido en el año 2004, fue Ecuadorinmediato.com, su pionera presencia digital le permitió ganarse la denominación del primer periódico nativo digital del país.

Los medios nativos digitales son los que en la actualidad suelen proponer las estrategias de innovación en el periodismo local. En gran medida, varios de estos espacios son el resultado del clima de polarización política generado por el debate y la aprobación de la Ley Orgánica de Comunicación en Ecuador. (Morán, 2015, citado en Loor, 2018, p.213).

Aunque en Ecuador no contamos con registros o un número preciso de medios de comunicación que hayan nacido en la era digital y se desempeñen en este ecosistema, mediante recolección de informes voluntarios de varios actores se puede identificar un aumento de medios nativos digitales ecuatorianos, como en el registro público de medios con 93 existentes en el año 2018 y en el directorio de la organización internacional Sembramedia en el 2019 con 56 medios. (Trampúz, 2021).

El medio digital GK surgió en el año 2011 e inicialmente se llamó Gkillcity, esta denominación fue considerada ambigua, por lo que fue cambiada por el nombre actual. En un inicio este medio fue una plataforma de periodismo ciudadano contracultural, en el que periodistas, políticos, activistas, académicos y críticos del país y la región, colaboraban semanalmente. El análisis, el ensayo y la opinión han sido, los géneros periodísticos fundamentales en su contenido. En este momento sus productos editoriales incluyen desde coberturas hasta podcasts y videojuegos periodísticos.

Mientras que La Posta fue fundado unos años más tarde, formando parte del panorama digital, a finales del 2017. Es un medio de corte informativo-comercial, desarrollándose a partir del programa de entrevistas Castigo Divino, producido por Luis Eduardo Vivanco a través de la plataforma YouTube. Este medio arrancó publicando reportajes cortos y artículos de opinión, en la actualidad ha ampliado su portafolio de contenidos, entrevistas y la producción de videos, memes y coberturas en vivo.

Con respecto al origen de estos dos medios nativos digitales, se evidencian varias analogías y diferencias existentes, las cuales, a nivel de exposición, presencia, prácticas, contenidos, finalidades, estrategias y objetivos comunicativos, son menos visibles, lo que es importante recalcar y fundamentar en los resultados de este diagnóstico científico y análisis comparativo.

Metodología

El presente estudio de carácter exploratorio, analítico- descriptivo y documental, realizará; un diagnóstico integral y detallado de cada una de sus partes como las variables que promovieron los cambios, los componentes que han sido influidos y las consecuencias de estos cambios. Además, el análisis se fundamentará en resultados de investigaciones y documentos previos con igualdades en objetivos, población utilizada, problemática y aspectos estudiados.

Los métodos a utilizar serán el deductivo, para el efecto se parte de una situación general como es la evolución del periodismo digital y cuáles han sido sus desencadenantes, para luego pasar a lo particular, con el estudio de estos cambios evolutivos en dos medios nativos digitales ecuatorianos GK y La Posta durante el trimestre de mayo a julio de 2021, tiempo en el que se evidencia el alza de consumo y mayor interés de estar constantemente informados por plataformas digitales en donde se brinda información instantánea sobre la pandemia mundial y problemáticas globales, nacionales y actuales. Además, se utilizan los métodos analítico - sintético y descriptivo por los cuales se establecen, detallan y profundizan en cada uno de los datos e involucrados en este estudio.

La población de este diagnóstico consta de todo el contenido productos periodísticos realizados y publicados por los dos medios nativos digitales ecuatorianos en sus redes sociales más utilizadas como Facebook y Twitter en el trimestre antes mencionado, se toman como referencia estas dos redes, por razón de ser un análisis comparativo entre estos y a la vez siendo estas plataformas digitales en las que coinciden y en las que tienen mayores visitas, publicaciones y seguidores.

Mediante el análisis y el conteo manual de contenidos, se determinó que la cantidad total de la población de este diagnóstico es de 507 publicaciones de La Posta y 604 publicaciones de

GK, en Facebook; mientras que en Twitter se consideran 934 tuits de La Posta y 1,232 tuits de GK, siendo esta la cantidad total de publicaciones en las dos redes o plataformas consideradas en el espacio temporal del trimestre mencionado, lo que sirvió para determinar la muestra de la población.

Por medio de la plataforma QuestionPro se calcula las muestras de las poblaciones obtenidas, este sitio posee un software especializado para realizar encuestas, el cual emplea la fórmula $Z^2 * (p) * (1-p) / c^2 = \text{Tamaño de Muestra}$, para conseguir la muestra, siendo Z el nivel de confianza dado en porcentaje de 95%, p la población total y c el porcentaje del margen de error de 5%. De esta manera podemos conocer a partir de las muestras las características de la población.

Una vez aplicada la fórmula de QuestionPro, el resultado fue que la muestra de La Posta en Facebook, sería de 220 posts, mientras que en Twitter la cantidad establecida es de 273 tuits. La fórmula demanda un incremento en la muestra de GK, en la red social Facebook se determina una muestra de 236 publicaciones y en Twitter la cifra es de 294 tuits. Dichas muestras son los referentes a analizar en los meses mayo, junio y julio de 2021.

Para la recolección y análisis de información cualitativa y cuantitativa de las muestras se utilizan técnicas e instrumentos de análisis de contenido, la observación, interpretación y análisis de contenidos informatizados, los cuales son asentados y organizados debidamente en una ficha o tabla con los parámetros y cualidades detalladas para cumplir con cada uno de los objetivos y preguntas de la investigación. Este instrumento de recolección de datos fue elaborado a partir de conceptos de narrativas digitales de Noguera (2016a) y su estructura es de autoría propia, validado adecuadamente por docentes investigadores, expertos en el campo metodológico y en las ciencias de la comunicación.

Análisis y discusión de resultados

Para partir con el análisis de resultados del estudio comparativo realizado a las publicaciones de los ciber medios La Posta y GK durante mayo, junio y julio de 2021, debo mencionar que ambos portales nacieron en el contemporáneo ecosistema digital y se desempeñan de igual manera en este, cuentan con plataformas y redes sociales las cuales tienen uso diferenciado.

GK siendo un medio originalmente de enfoque cultural, utiliza su página web como el lugar idóneo para preguntas corporativas, información de sus inicios como organización y el repositorio principal de todos sus contenidos periodísticos, desde donde estos se despliegan hacia sus redes sociales como Twitter, Facebook, YouTube, Instagram y Tik tok.

Por lo contrario, La Posta un ciber medio nacido con corte informativo – comercial, maneja su página web, como central de información corporativa y de contacto para los internautas. Su contenido informativo es exclusivamente publicado en sus plataformas digitales y redes sociales como Twitter, Facebook, YouTube, Instagram y Tik tok.

Dentro del contexto de medios, se hace necesario recalcar que a su vez estos dos portales son meta medios periodísticos, entendiéndose que, de acuerdo a la definición de (Noguera-Vivo, 2016b) un meta medio es “aquel que se apoya en estructuras, procesos, lenguajes y contenidos de medios anteriores para crear sus propios rasgos identitarios, lenguajes, productos y hábitos de consumo”, siendo básicamente la suma de medios derivados de una interconexión de personas y contenidos, que sirven para definir una identidad editorial propia.

De acuerdo al diagnóstico previo de publicaciones o de productos periodísticos, el ciber medio GK, en la plataforma digital Facebook, despuntó en el género noticia. Además, se observó particularidades en cada una de las variables que conformaron la ficha de observación, así, en

narrativa digital se acentuó el uso del hipertexto como estrategia de ancla o enganche direccionado siempre a la página web, notándose que esto ocurre al ser GK un medio digital que profundiza en reportajes que demandan el uso de contenido extenso. En lo relacionado a tendencia, destacó lo social, mientras que en sesgo tiene relevancia la especialización y en la variable objetivo/fin presenta marcada presencia el formato informativo. En cuanto a la red social Twitter, existe una coincidencia plena en los resultados evidenciados respecto de la plataforma Facebook, así de esta manera, en la variable género hay una marcada acentuación de la noticia; en los ítems narrativa digital es el hipertexto el más utilizado; mientras tanto en tendencia, lo social se impone; la especialización es el punto fuerte en la variable sesgo y el informativo tiene presencia hegemónica en la variable objetivo /fin.

En los resultados obtenidos del análisis al medio digital La Posta, se evidencia que en la red social Facebook, en cuanto al género más utilizado destacó la noticia. En lo relacionado al tipo de narrativa digital sobresale la selfie, entendiéndose al concepto selfie desde el enfoque de tipo de narrativas que según (Noguera 2016a), es la mixtura entre opinión e información; en tendencia, existe un fuerte protagonismo del contenido político; la ilustración se enfatiza en lo relacionado al sesgo y finalmente en la variable objetivo se observa con fuerza el contenido informativo. Respecto a la red social Twitter los resultados se repiten en comparación con Facebook en las variables género, tendencia, sesgo y objetivo, a excepción de la variable narrativa digital donde se acentúa la viralidad automatizada, entendiéndose a este término como la estrategia de tomar un contenido original viralizado, extraerle alguna particularidad para potenciarla y generar un nuevo proceso de viralización.

Adicionalmente se analizó detalles como el horario más estratégico para publicar, para lo cual ambos medios en las dos redes analizadas, establecen las horas pico o de mayor tráfico de usuarios en internet, así como los recursos mayormente implementados en sus productos.

Se evidenció que GK utiliza con más fuerza las infografías y los videos en sus productos periodísticos de Facebook, mientras que en Twitter sobresalió el texto.

Por su parte La Posta, en ambas redes sociales utiliza las infografías y los videos como sus principales herramientas de producción de contenidos informativos.

En relación a los horarios, se los dividió en lapsos temporales que van de 8:00-13:00, 14:00-18:00, 19:00-23:00, 24:00-4:00 y de 5:00-7:00.

Respecto al portal GK en Facebook mayormente sus contenidos son publicados entre ocho de la mañana y una de la tarde, lo que es diferente en Twitter, donde los tuits por lo general se publican entre las dos y seis de la tarde.

Por lo contrario, el medio online La Posta prefiere publicar sus contenidos de Facebook y Twitter en el mismo horario de entre las ocho de la mañana y una de la tarde.

En base a los resultados presentados de los dos medios nativos digitales GK y La Posta se ha podido evidenciar muchas similitudes en cuanto a las tipologías y características en sus contenidos; por mencionar algunos, en la variable género, ambos utilizan la noticia con una finalidad informativa, mientras que los recursos más utilizados son las infografías y los videos. Además, coinciden en el horario de sus publicaciones, siendo el de ocho de la mañana a una de la tarde el más productivo para sus posts.

Como analogías entre ellos se nota diferencias marcadas en ámbitos como sesgos, tendencias y narrativas digitales. Sin embargo, se valora y respeta el enfoque y estilo que cada uno de estos medios digitales posee. Pues mientras GK cuida mucho la formalidad y el lenguaje

periodístico acentuándose incluso en lo cultural y social, La Posta hace de un lenguaje audiovisual y textual cuyo estilo y códigos irrumpen estereotipos tradicionalistas.

Conclusiones

Es notablemente visible que los procesos informativos y prácticas periodísticas de los medios nativos digitales La Posta y GK han variado. Esto se establece tras la implementación de la presente investigación.

En la actualidad, Facebook y Twitter han creado actualizaciones tecnológicas que permiten a los periodistas recurrir a las transmisiones en vivo en Facebook o broadcasting en Twitter, fortaleciendo el concepto de inmediatez y ubicuidad. Esta realidad les permite a ambos medios transmitir, cubrir hechos, eventos noticiosos o contar historias en tiempo real.

El medio La Posta ha destacado desde sus inicios por las temáticas abordadas en sus segmentos y por las opiniones vertidas en sus entrevistas; además utilizan con éxito el concepto de segmentos, tanto así que cuentan con una importante variedad de ellos. Destaca la creatividad y la innovación en estos segmentos y en sus diseños, estrategias en las que siempre está presente la línea gráfica y la marca de medio digital. Destaca en La Posta la versatilidad en la producción de los contenidos, pues respetan los conceptos y formatos que son diferentes para Facebook y Twitter.

El medio GK con enfoque cultural y social, actualmente está catalogado como uno de los medios digitales ecuatorianos con mejor redacción periodística; además de tener en el reportaje a su principal aliado para sus contenidos periodísticos, ha implementado segmentos de opinión y entrevistas en temas específicos, con actores especializados en los diferentes tópicos abordados, teniendo todo esto como cualidad principal la transmisión en vivo y directo tanto en Facebook como en Twitter, habiéndose convertido esta opción, de manera progresiva, en la mayor innovación planteada en los últimos años, fortaleciendo además la instantaneidad y la interacción en sus contenidos.

Son múltiples las analogías y similitudes que comparten estos dos medios nativos digitales ecuatorianos. Ambos tienen experiencia y experticia en el enfoque en el que se desarrolla cada uno de ellos. Los dos tienen presencia, sintonía y prestigio en el campo comunicacional; además son afines en los géneros, objetivos, horarios de publicación y recursos que utilizan para producir y publicar sus contenidos y productos. Analizada esta realidad cuyo resultado salió de la investigación realizada se determina finalmente que existen más coincidencias que divergencias en los procesos informativos y en las prácticas periodísticas de GK y La Posta.

Referencias Bibliográficas

- Browne, Rodrigo; Del Valle, C. (1390). La comunicación en tiempos de Pandemia.
- Cantos García, J., & Cumba Castro, E. (2018). El periodismo en las Redes Sociales y las Nuevas Narrativas dentro de la Comunicación Digital. *Ciencia Sociales y Económicas*, 2(1), 115–129. <https://doi.org/10.18779/csye.v2i1.269>
- Díaz Noci, J. (2013). A history of journalism on the Internet: a state of the art and some methodological trends. *RIHC. Revista Internacional de Historia de La Comunicación*, 1(1), 253–272. <https://doi.org/10.12795/rihc.2013.i01.12>
- Goodrick, Delwyn. 2014. Síntesis metodológicas. Sinopsis de la evaluación de impacto N° 9. Estudios de caso comparativos.
- Larrea, D., & Montaser, M. (n.d.). *MOBILE JOURNALISM* (Vol. 148). https://institute.aljazeera.net/sites/default/files/2018/mobile_journalism_english.pdf
- León, L., & Rivera, D. (2018). INFLUENCIA DEL PERIODISMO DIGITAL EN NUESTRA SOCIEDAD ACTUAL (Vol. 3). Recuperado de <https://n9.cl/e9265>
- Ley orgánica de comunicación 24, Registro Oficial N° 22 1 (2013). <https://n9.cl/9ceyq>
- Loor, M. (2018). Periodismo emprendedor y transmedia en Ecuador: Un estudio etnográfico de GK y La Posta. *#PerDebate*, 2(November), 208–237. <https://doi.org/10.18272/pd.v2i0.1341>
- Noguera Vivo, J. M. (Ed.). (2016). Todos, todo: manual de periodismo, participación y tecnología. Barcelona: Editorial UOC. <https://elibro.net/es/ereader/ulead/58448?page=114>
- Noguera-Vivo, J.-M. (2016). Metamedios y periodismo: revisión panorámica de los nuevos cibermedios. *El Profesional de La Información*, 25(3), 341. <https://doi.org/10.3145/epi.2016.may.03>

Quesada, C., & Trujano, P. (2015). Infoxicación, Angustia, Ansiedad y Web Semántica. *Razón y Palabra*, 92, 1–27. www.razonypalabra.org.mx

Salaverría, R. (2016). Ciberperiodismo en Iberoamérica. In *Palabra Clave - Revista de Comunicación* (Vol. 19, Issue 4). <https://doi.org/10.5294/pacla.2016.19.4.7>

Salaverría, R. (2019). Periodismo digital: 25 años de investigación. Artículo de revisión. *El profesional de la información*, 28(1), 1-26.
<https://doi.org/https://doi.org/10.3145/epi.2019.ene.01>

Trámpuz, J. (2021). Medios de comunicación universitarios en Ecuador: convergencias y rutinas periodísticas en los procesos de formación del comunicador multimedia. [Tesis de doctorado]. Universidad de Málaga

<https://doi.org/10.18272/pd.v2i0.1341>

Vázquez-Herrero, J., Negreira-Rey, M.-C., & López-García, X. (2019). La innovación multimedia e interactiva en el ciberperiodismo argentino. *Revista de Comunicación*, 18(1), 191–214. <https://doi.org/10.26441/rc18.1-2019-a10>

We Are Social Inc. (Sin fecha). Digital In 2020. Recuperado de <https://wearesocial.com/digital-2020>

Willnat, L., & Weaver, D. (2014). THE AMERICAN JOURNALIST IN THE DIGITAL AGE key findings.