

Revisión

Calidad periodística y cobertura de la **COVID-19** en **medios** nativos digitales ecuatorianos

Camila Villacrés Rosero
camila.villacres@oime.com

Recibido: 28 de julio de 2020 | **Aceptado:** 11 de agosto de 2020

DOI: <https://doi.org/10.18272/pd.v4i1.2004>

Referencia de este artículo:

Villacrés, C. (2020). Calidad periodística y cobertura de la COVID-19 en medios nativos digitales ecuatorianos. *#PerDebate, volumen 4* (pp. 110-127). Quito: USFQ Press.

Camila Villacrés Rosero es periodista multimedia por la Universidad San Francisco de Quito e investigadora del Observatorio Interuniversitario de Medios Ecuatorianos (OIME). En la actualidad, es coordinadora de noticias en la Radio FMMundo. Empezó como pasante en el programa de opinión de Ecuavisa Políticamente Correcto y en la revista Aula Magna.



Resumen

La llegada del coronavirus al Ecuador generó desafíos en diversos sectores, así como en los medios de comunicación. Es por eso que este trabajo presenta un análisis de contenido cuantitativo que mide la presencia o ausencia de criterios de calidad periodística en la cobertura de COVID-19 en el país. Esta investigación analiza las noticias publicadas por cuatro medios nativos digitales durante el periodo de marzo a mayo del 2020, primer trimestre de la emergencia sanitaria. Se identificaron diferentes variables abordadas mediante un estudio inspirado en el método de Valor Agregado Periodístico (VAP). Este instrumento permite comparar el trabajo en catástrofe con los patrones tradicionales del periodismo y, a partir de ello, analizar las deficiencias y dificultades en este tipo de coberturas.

Palabras clave

periodismo, COVID-19, cobertura en crisis, transformación laboral, prácticas periodísticas

Journalistic Quality and Coverage of COVID-19 in Ecuadorian Digital Native Media

Abstract

The arrival of coronavirus in Ecuador posed challenges in various areas, such as the media. This work presents a quantitative content analysis that measures the presence or absence of journalistic quality criteria for the coverage of COVID-19 in the country. This research analyzes the news published by four digital native media during the period from March to May 2020, the first quarter of the health emergency. Different variables addressed by a study inspired by the Journalistic Value Added Method (VAP) were identified. This instrument allows us to compare journalistic work during catastrophes with the traditional patterns of journalism and, from this, to analyze the deficiencies and difficulties in this type of coverage.

Keywords

journalism, COVID-19, crisis coverage, job transformation, journalistic practices

Introducción

La pandemia por la enfermedad denominada COVID-19 puso a prueba a todos los sistemas políticos, sociales, económicos y sanitarios en todo el mundo. Ante tal situación, los medios de comunicación, al igual que representantes de otras profesiones, tuvieron que estar presentes, en primera línea, para cubrir los hechos de primera mano. La emergencia sanitaria nos hace reflexionar sobre el papel que juega el periodismo en medio de una crisis de esta magnitud, pues los periodistas enfrentan muchos retos al cubrir la pandemia en medio de la desinformación, la incertidumbre, el pánico y los riesgos a la salud.

Con la llegada del coronavirus al Ecuador en marzo de 2020, la situación de la prensa y de los periodistas en general se deterioró. El Gobierno nacional declaró el estado de emergencia el 11 de marzo y, el 25 del mismo mes, el país se convirtió en el primero de América Latina en reportar el fallecimiento de un periodista por COVID-19. Además, se sumaron otras afectaciones. Por ejemplo, el acceso a la información oficial se limitó, especialmente en las ruedas de prensa (Fundamedios, 2020).

Según Pellegrini, Puente y Grassau (2015), las coberturas informativas de crisis “pueden quebrar las rutinas periodísticas y fuerzan a los profesionales a trabajar bajo presión y vulnerabilidad personal” (p. 250). El impacto de la coyuntura obliga a los periodistas a adaptarse y buscar nuevas alternativas para hacer su trabajo. En este caso, en temas de salud pública, avances tecnológicos y científicos para cubrir el avance de la enfermedad.

En situaciones emergentes como la pandemia actual, el periodismo de calidad cumple un rol vital, ya que se magnifica la necesidad de la población de recibir información veraz y contrastada. En este sentido, la información se vuelve una herramienta que puede ayudar a reducir la incertidumbre y la ansiedad, o por el contrario, podría aumentar el pánico y el caos (Casero-Ripollés, 2020).

Sin embargo, la calidad en la ejecución periodística se ha tratado muchas veces mediante variables utópicas, “tales como la precisión, la objetividad y la neutralidad” (Pellegrini, Puente, Porath, Mujica y Grassau, 2011, p.20). Sin embargo, para Fontcuberta (1999), este parámetro es relativo y transversal, puesto a que se debe a tres ejes: el respeto a un código deontológico, la búsqueda de una identidad propia y la coherencia de sus contenidos.

Si aplicamos estas definiciones de calidad periodística tradicional ante la inmediatez de la era digital y de cobertura de crisis, puede tener consecuencias negativas como la desinformación. La democratización de Internet podría dificultar el tratamiento riguroso de la información (Blanco, 2011).

Para la Unesco (2020), los medios digitales alrededor del mundo han estado a la altura del desafío de la COVID-19. Gracias a que, en medio de la urgencia, los medios independientes constituyen una fuente de información fidedigna clave, que ayuda a las personas con la detección y bloqueo de la desinformación.

Aunque el ciberperiodismo ya ha existido en Ecuador por 25 años, durante la pandemia esta rama de la profesión se afianzó y los medios digitales multiplicaron sus audiencias. El experto en comunicación digital, José Rivera, asegura que el Internet es una ventaja en las prácticas periodísticas, y en la actualidad aún más, porque permitió que las coberturas se centren en la virtualidad y que la información se genere más rápido. Afirmo así que “el proceso informativo cambió completamente” (J. Rivera, comunicación personal, 18 de septiembre del 2020).

En ese contexto, este proyecto se presenta como un caso de estudio alrededor del primer trimestre de la pandemia de coronavirus en Ecuador. Época crucial cuando la información sobre el virus era limitada, el manejo gubernamental de la emergencia copaba todas las parrillas noticiosas y las ruedas de prensa se realizaban de manera telemática y masiva. Cabe mencionar que se escogió la fecha de entre el 29 de febrero, día en que el Ministerio de Salud Pública ecuatoriano confirmó el primer caso de coronavirus en el país, y el 31 de mayo, fecha referencial cuando la ciudad de Guayaquil experimentó a ritmo creciente el contagio comunitario.

Este estudio consideró el trabajo de los medios de comunicación nativos digitales que cambiaron su frecuencia noticiosa para dar una cobertura diaria sobre los acontecimientos alrededor de la pandemia. El objetivo de esta publicación académica fue registrar los resultados de los contenidos realizados en los portales GK, La Posta, Plan V y La Barra Espaciadora, medios digitales nacionales. Para ello, se adaptó el método de Valoración Periodística (VAP) y se llegó a la conclusión de que dos de los medios investigados generaron contenido priorizando la inmediatez de su difusión y, en los otros dos, prevaleció la verificación y la contrastación de fuentes.

Metodología

Este trabajo de investigación utilizó el método de análisis de resultados y de contenidos como recursos de estudio cuantitativo y descriptivo, entendiendo al análisis de contenidos, como lo describe Berelson (1952), por “una técnica de investigación para la descripción objetiva, sistemática y cuantitativa del contenido manifiesto de la comunicación” (como se citó en Rodrigo, 1999, p.104). Aunque este método se focaliza en textos, esta investigación también recoge piezas periodísticas multimedia y las valora como tal.

El contenido analizado fue las publicaciones de cuatro medios nativos digitales: GK, La Posta, La Barra Espaciadora y Plan V. Es importante mencionar que a cada uno de los medios se los analizó tanto en sus entradas en el sitio web como en sus publicaciones de redes sociales. Se recogió todas aquellas noticias que hablen sobre COVID-19, tanto de la enfermedad como su impacto en diferentes sectores.

A continuación, una descripción de los medios estudiados. Plan V nació de la quiebra de la revista semanal impresa Vanguardia. Su equipo periodístico está integrado por quienes laboraban en la mencionada publicación. Su portal www.planv.com.ec se hizo público el 20 de septiembre de 2013. El medio se autoproclama como “un portal web de periodismo de interés público” que trabaja “desde una mirada profunda en historias que buscan sacudir la conciencia social, para contribuir con la construcción de una sociedad con sólidos valores democráticos, crítica y vigilante” (Plan V, 2020).

La Posta es un medio digital que nació el 16 de octubre de 2017 y ha crecido como espuma en equipo periodístico y en audiencia joven por su presencia en redes sociales. Su contenido es ligero y visualmente atractivo. En su sitio web www.laposta.ec, se define con preguntas retóricas como: “¿Somos un medio de comunicación? Sí, pero más que eso. No solo damos noticias y entretenimiento, somos una plataforma digital donde nuestras audiencias se encuentran, comparten, disfrutan y se informan” (La Posta, 2020). En su sitio web no se actualiza el contenido, solo en sus redes sociales: Facebook, Instagram y Twitter.

GK se concibe a sí mismo como el primer medio nativo digital del Ecuador, pues nació en 2011 bajo el nombre GkillCity, el cual se abrevió a GK hace un par de años para evitar, en las búsquedas de Internet, la asociación de *kill* con matar. GkillCity era una forma inglesa de abreviar “Guayaquil City” ya que su equipo periodístico fundador es guayaquileño. En su sitio web www.gk.city, se describe como “el medio independiente más leído del Ecuador”. Su periodismo de profundidad (del Ecuador y el resto de América) cubre derechos humanos, género, medioambiente y transparencia (GK, 2020).

Finalmente, el cuarto medio digital analizado es La Barra Espaciadora (LBE), el cual ha fijado un nicho de trabajo en el periodismo narrativo y se describe como una revista digital. Como medio de comunicación ha logrado mantenerse desde 2013, cuando fue fundado, pero su equipo periodístico no ha crecido. En su sitio web www.labarraespaciadora.com, se define a LBE como “una escuela de formación permanente que promueve talleres y clínicas periódicamente, y que incluye en su equipo de trabajo a varios grupos de estudiantes universitarios” (La Barra Espaciadora, 2020).

Como procedimiento de valoración para este trabajo, se utilizó el método del Valor Agregado Periodístico, el cual estudia el contenido mediático basado en una guía de variables para la evaluación de calidad de un producto periodístico. Este modelo tiene un total de 42 variables, de las cuales se han seleccionado 8 y se han adaptado a la necesidad de análisis de los contenidos sobre periodismo científico y periodismo de datos.

Tabla 1. Variables para la evaluación de calidad de un producto periodístico

Variables	
Autoría	Extensión
Enfoque	Temática principal
Temática secundaria	Fuente
Interactividad	Tipo de formato

Elaboración propia.

Para aplicar este método, se estableció una matriz en la que se valoran todas las piezas periodísticas publicadas en los cuatros medios seleccionados, de acuerdo con los siguientes niveles de análisis; además, en cada una de estas variables se adaptó diferentes categorías para clasificar cada producto.

- 1. Datos de identificación.** Identifica el número de la pieza periodística, fecha, nombre del medio y el titular de los productos.
- 2. Autoría.** Responde a la categoría “factor humano” del VAP, que valora el crédito del periodista. Sin embargo, hemos adaptado esta variable para reconocer el género del creador de contenido o si bien la nota proviene de otro medio o agencia de noticias.
- 3. Extensión.** Esta variable se ha dividido en dos subcategorías: extensión escrita y extensión multimedia. La primera responde a reportajes donde prima el formato de texto y la segunda a las entradas de video seleccionadas. Se limita por la cantidad de palabras escritas o el tiempo de duración de las piezas multimedia.
- 4. Enfoque.** Se centra en la base narrativa de los productos periodísticos. Determina el eje de la noticia, es decir, si es informativo, de opinión, expositivo o narrativo. Además de estas, esta investigación aumentó la categoría científica, para identificar fácilmente este tipo de productos.
- 5. Temática principal.** Identifica las grandes secciones que abarcan cada uno de los medios.

- 6. Temática secundaria.** Determina el enfoque periodístico. Hemos adaptado esta variable para que identifique los temas más hablados alrededor de la pandemia de coronavirus, como corrupción, género, soluciones, científicos, etc.
- 7. Fuente.** Responde al segundo nivel de análisis del VAP: contenido. Este hace referencia al tipo de fuentes de información incluidas en las piezas periodísticas. Esta investigación utilizó las subcategorías: públicas, privadas, expertas, científicas, testimoniales, documentales, OMS y otros medios, con el fin de identificar los diferentes actores informativos mencionados. Estas están adaptadas a la necesidad de uso específico para la cobertura de la pandemia de coronavirus.
- 8. Interactividad.** Identifica y comprueba que los medios posean botones de compartir, *likes*, parrilla de comentarios y *hashtags*.
- 9. Tipos de formatos.** Evalúa el tipo y la cantidad de formatos diferentes utilizados por los medios. Estos son utilizados como la puesta en escena de la información periodística.

Esta investigación tomó como referencia de tiempo un rango de tres meses, que corresponden al primer trimestre de la pandemia de coronavirus en Ecuador. Se tomó como punto de partida el 29 de febrero, día en el que se presentó el primer caso confirmado en el país, hasta el 31 de marzo. Esta fecha referencial permitió a los investigadores evidenciar el cambio significativo de las prácticas periodísticas en los medios estudiados, en consecuencia, del impacto de la crisis sanitaria.

Análisis de resultados

Para la implementación del análisis de contenidos, se monitoreó a los cuatro medios nativos digitales anteriormente mencionados bajo los criterios del método del Valor Agregado Periodístico (VAP). Los contenidos se estudiaron con base en el número de las notas con características de noticia o reportaje. Los resultados obtenidos confirmaron nuestra hipótesis.

El número total de entradas recogidas de los cuatro medios fue de 1483. Estas notas periodísticas fueron segmentadas por la fecha de su publicación. La investigación únicamente identificó las notas correspondientes a la pandemia de coronavirus en Ecuador, durante el periodo de marzo a mayo de 2020, primer trimestre de la crisis sanitaria. En ese sentido, el análisis se realizó bajo tres parámetros: narrativo, interactivo y contrastación, entendidos como el contenido informativo presentado el primero; como la cantidad de interacción con los lectores el segundo; y como el manejo de las fuentes de información el tercero.

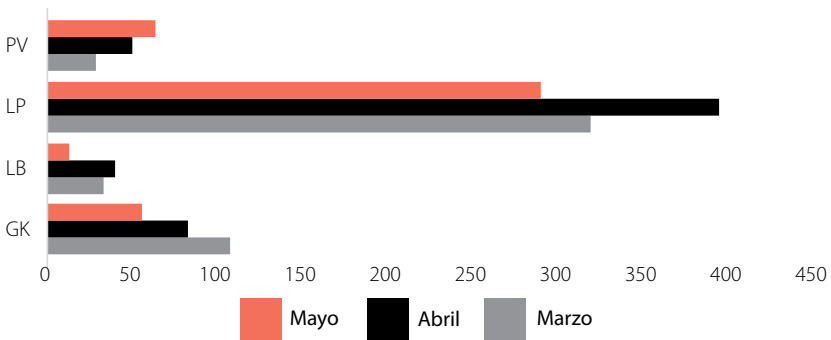


Figura 1. Frecuencia de notas por fecha. Elaboración propia

Como registra la Figura 1, el medio con más publicaciones relacionadas con la COVID-19 fue el portal digital La Posta con 1015 entradas (68 %) y el que menos registró fue el portal La Barra Espaciadora con 86 (6 %). Como podemos observar, el mes con más publicaciones fue abril, cuando la ciudad de Guayaquil se encontraba en el punto más grave de la crisis sanitaria.

Además, es importante mencionar que el medio con más publicaciones por día fue el portal digital La Posta, que registró un promedio de 13 notas diarias. “Hubo un cambio notorio en la cantidad de notas que publicábamos, La Posta se caracterizaba por no ser coyuntural, pero nos tocó adaptarnos”, explica Jefferson Sanguña, periodista de La Posta (comunicación personal, 25 de agosto de 2020). Mientras que los otros portales digitales no tuvieron un cambio significativo en este escenario.

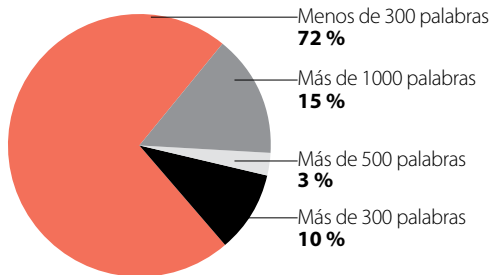


Figura 2. Extensión escrita. . Elaboración propia.

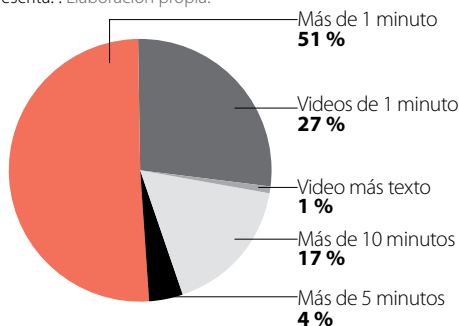


Figura 3. Extensión multimedia. Elaboración propia.

En las Figuras 2 y 3 podemos observar la extensión de las notas periodísticas. Esta categoría se ha dividido en dos subcategorías: extensión escrita y extensión multimedia. Si nos fijamos en la Figura 2, podemos visualizar que las notas con menos de 300 palabras son las que más se registran con 962 (72 %), mientras que, en la Figura 4, vemos que los videos de más de 1 minuto y menos de 5 minutos fueron los que tuvieron más protagonismo con 80 entradas (51 %).

Cabe recalcar que la extensión no está directamente relacionada con los parámetros de calidad periodística, por lo que, para tener un producto de calidad, se prioriza la contrastación, la interactividad y las bases narrativas. Sin embargo, esta información es importante porque demuestra que, en los tres primeros meses de emergencia sanitaria, los medios optaron por recursos realizables en menor tiempo.

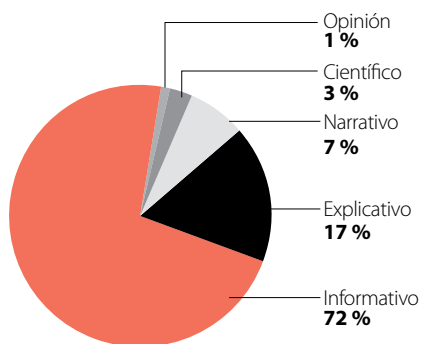


Figura 4. Enfoque. Elaboración propia.

El método VAP reconoce tres tipos de bases narrativas para la construcción de los contenidos: opinión, especulativo y fáctico. Sin embargo, hemos adaptado esta categoría con el objetivo de demostrar la tendencia de enfoque que mantuvieron estos medios en los primeros meses de emergencia sanitaria. Entendemos a la base informativa como la que mantiene el núcleo en la información de los hechos coyunturales. A la explicativa, como la base referida a esclarecimiento de los hechos. Dentro de la categoría narrativa, a todas aquellas notas en forma de relato, narrativas en forma detallada. Dentro de la categoría científica, como su nombre mismo lo dice, a todas aquellas notas enfocadas en el campo científico. Por último, opinión, que hace referencia a los juicios de valor del periodista respecto a los hechos que manifiesta la nota.

En la Figura 4 se muestra, de manera evidente, que los medios investigados optaron por la base informativa con el 72 % de las notas recogidas. Esto representa que los portales digitales se dedicaron a reproducir información coyuntural conforme al paso de la pandemia en el país.



Figura 5. Sección COVID-19 del portal La Barra Espaciadora. En este espacio se publicaron reportajes de diferentes temáticas en el contexto de la pandemia.

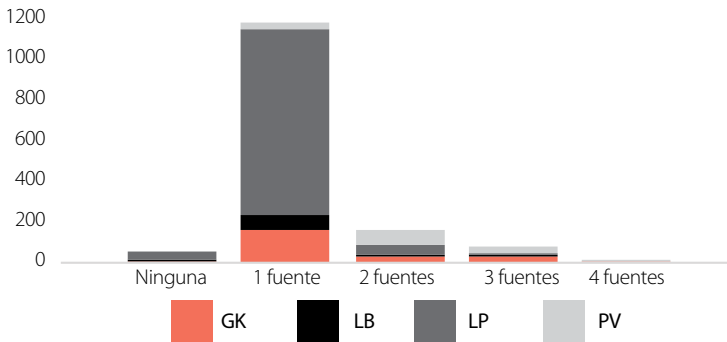


Figura 6. Fuentes por medio. Elaboración propia.

Según el método del Valor Agregado Periodístico (VAP), uno de los parámetros de calidad se expresa cuando se utiliza la función notarial, la cual sostiene el equilibrio entre el manejo de las fuentes y el peso informativo. Se la define como “la capacidad de certificación que tiene un medio respecto de la realidad de la cual informa” (s.f., p. 141). Además, expone que se utilizan los datos comprobables para determinar el grado de profundidad de la información de los contenidos, puesto que las informaciones que “contengan menos cantidad de ellos tenderían, a su vez, a rellenar espacio con frases especulativas por parte del periodista y, por lo tanto, una mayor superficialidad en su análisis” (s.f., p. 50)

Al observar la Figura 6, podemos visualizar que, del total de notas recogidas en esta investigación (1483), 1182 se realizaron con base en una sola fuente de información, lo que representa una baja calidad periodística. Cabe mencionar

que se consideraron ocho variables para identificar el tipo de fuentes utilizadas por los medios investigados.

Tabla 2. Variables para determinar fuentes de información en una pieza periodística.

Tipos de fuentes	
Públicas	Privadas
Profesionales	Científicas
Testimoniales	Documentales
OMS	Otros medios

Elaboración propia.

El portal digital La Posta es el medio con más notas registradas con una sola fuente de información. En esta investigación, fuimos testigos de que, en estos casos, los actores principalmente eran servidores públicos, ministros e incluso existía la cobertura de las cadenas nacionales presentadas por el Gobierno.



Figura 7. Infografía diaria sobre casos positivos por COVID-19 y número de fallecidos difundida en todas las redes sociales de La Posta.

Por otro lado, podemos mencionar los medios digitales que no se dedicaron a la cobertura coyuntural noticiosa, como el portal La Barra Espaciadora, Plan V y GK, cuyos reportajes son de largo alcance; poseían una gran variedad de fuentes de información para tratar de cubrir la mayor cantidad de aristas posibles en una pieza periodística.

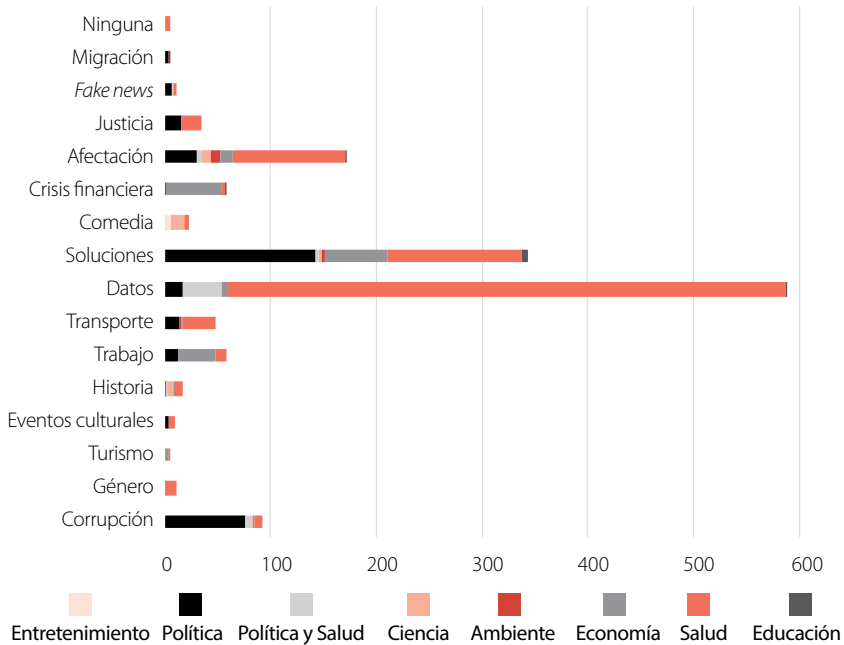


Figura 8. Temática principal por temática secundaria. Elaboración propia.

En esta crisis por la pandemia de coronavirus, la cobertura y la agenda informativa tuvo que adaptarse a la coyuntura. Cada una de las secciones de las parrillas noticiosas enfocó su eje central en la COVID-19. Es por eso que, como lo indica la Figura 8, la temática principal más significativa es la de salud, pero se registra en mayor proporción en la subcategoría de datos. En esta se consideró la difusión de la información diaria gubernamental sobre el número de casos de contagio y muertes por coronavirus en Ecuador y el mundo; además, la transmisión de las medidas impuestas por el Gobierno para proteger la bioseguridad de la ciudadanía.

La segunda temática principal con más registros es la política, que se posicionó especialmente en la subcategoría de soluciones. En esta se publicó sobre las decisiones políticas por las que optó el Gobierno nacional para sobrellevar la crisis sanitaria. Es importante mencionar que, durante la pandemia, en Ecuador se destaparon varios casos de corrupción relacionados con el manejo de la crisis; es por eso que esta subcategoría se encuentra en segundo lugar.

Por otro lado, podemos visualizar que la temática científica todavía es baja en relación con las demás, aunque la cobertura de la pandemia de coronavirus esté ligada directamente con el campo científico. Esta temática está reflejada

principalmente en la subcategoría de historia, en la que se manifiesta el origen del virus, sus componentes y el paso de otras pandemias en el mundo. Así mismo, se presenta en la subcategoría de afectación. En esta última, se explican científicamente las consecuencias del virus en la salud.



Figura 9. Nota científica publicada en el portal Plan V, donde se recoge varios puntos de vista de expertos sobre el uso del dióxido de cloro como medicina contra la COVID-19.

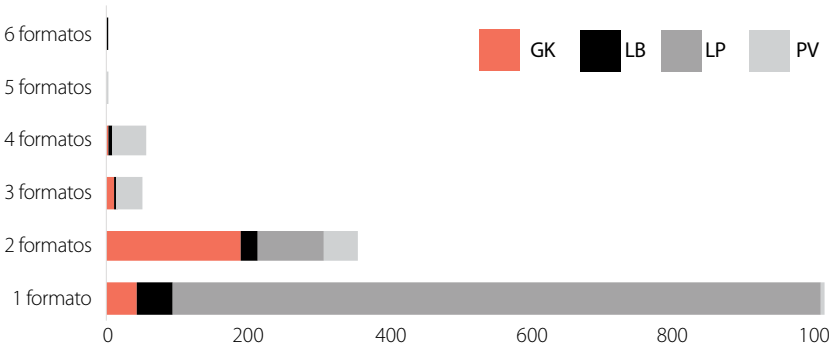


Figura 10. Número de formatos. Elaboración propia.

La digitalización del periodismo ha obligado a los medios a buscar nuevas e innovadoras maneras de contar historias con la ayuda de herramientas tecnológicas y a través de nuevos formatos periodísticos. Los medios nativos digitales tienen esa ventaja frente a los medios tradicionales, pues tienen la facilidad de difundir información de varias maneras y que sean atractivas para la audiencia. Sin embargo, en la Figura 10 podemos observar que 1020 de las 1483 notas recogidas tuvieron únicamente un formato. Cabe mencionar que se consideraron 12 variables para identificar el tipo de formatos utilizados por los medios investigados.

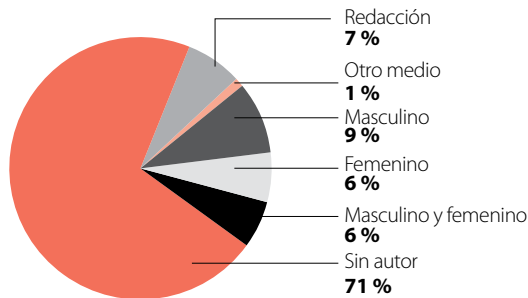
Tabla 3. Variables para determinar la variedad de formatos en una pieza periodística

Tipos de fuentes	
Fotografías	Infografías
Videos	Gráficos
Texto	Podcast
Animación	Mapas
Comunicados	Ilustraciones
Videos del gobierno	Otros (<i>tweets</i>)

Elaboración propia.

El medio digital La Posta es el medio que más registra publicaciones con un solo formato (920). Estas principalmente se refieren a infografías sobre la difusión diaria del número de contagios y muertes por coronavirus en el mundo y el Ecuador. Además, en los casos en los que este medio publicó dos formatos, se publicó, generalmente, infografía + video, infografía + comunicados o infografía + otros.

Por otro lado, podemos mencionar que los medios digitales que no se dedicaron a la cobertura coyuntural noticiosa, como los portales La Barra Espaciadora, Plan V y GK, cuyos reportajes son de largo alcance, poseían una gran variedad de formatos, entre los que priman el texto, las fotografías y las ilustraciones. La Barra Espaciadora es el único medio que registra un reportaje con seis formatos.

**Gráfico 8.** Autoría. Elaboración propia.

La Figura 11 representa el tipo de autores en las notas periodísticas. Como podemos visualizar, la mayoría de las entradas 1059 (71 %) fueron publicadas sin autor. Es importante destacar que la autoría colaborativa equitativa entre ambos géneros es evidente; sin embargo, todavía es una estadística baja con 93 entradas (6 %). El género masculino acapara el 9 % con 129 entradas, mientras que el femenino el 6 % con 93.

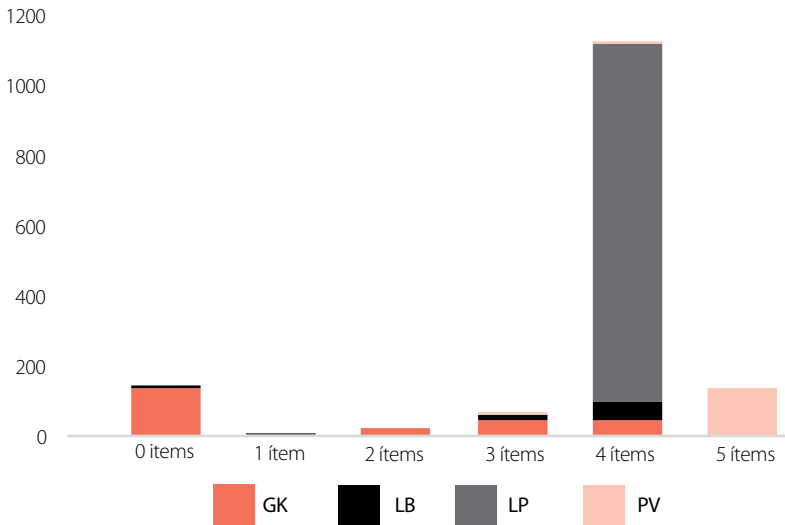


Figura 12. Interactividad. Elaboración propia.

Por último, en la Figura 12, se expone la cantidad de ítems de interactividad que posee cada uno de los portales digitales; sin embargo, cabe explicar que esta variable está directamente relacionada con la plataforma donde el contenido está publicado. Por ejemplo, si observamos el gráfico, podemos ver que el portal La Posta se mantiene con cuatro ítems, pero se debe a que la plataforma de difusión que utiliza (Instagram) ya tiene predeterminadas esas variables. Ese escenario se repite en todos los medios que difunden su contenido en redes sociales.



Figura 13. Sección Contexto del portal digital GK. En este espacio el medio recopiló las noticias inmediatas y cobertura de cadenas nacionales.

Sin embargo, es importante mencionar que el portal digital Plan V es el medio con más interactividad, puesto que presenta aproximadamente cinco ítems en todas sus publicaciones. Mientras que GK, en su sección Contexto, no presenta ninguno de los ítems de interactividad. Las cinco variables que se consideraron para identificar esta categoría son las siguientes.

Tabla 4. Variables para evaluar el tipo de interacción en medios digitales

Interactividad	
<i>Likes</i>	Compartir
Comentarios	<i>Hashtags / Tags</i>
Otras	

Elaboración propia.

Discusión y conclusiones

Los resultados obtenidos de la aplicación del método VAP para el análisis del caso de estudio confirmaron los estándares periodísticos presentes y ausentes en momentos de crisis. Es evidente que la vida después de la pandemia ya no será la misma y las prácticas periodísticas se han tenido que adaptar a la nueva normalidad. Hemos sido testigos de cómo ninguno de los medios estudiados cumplió con todas las variables consideradas para la determinación de la calidad periodística. La inmediatez y la coyuntura de esta crisis definitivamente marcará un precedente en el país.

Entre las primeras conclusiones que se pueden extraer de los datos analizados, determinamos que, durante el primer trimestre de la pandemia en Ecuador, los portales digitales GK y La Posta le dieron valor a la rapidez con la cual procesan e imparten la información. Estos medios adaptaron sus secciones y plataformas para informar sobre la coyuntura. El portal La Posta registró un promedio de 13 notas diarias durante la pandemia, un cambio importante, considerando que, antes de la crisis, su parrilla publicaba de cuatro a cinco. Por otro lado, podemos mencionar que los otros dos medios, La Barra Espaciadora y Plan V, le dieron más peso a la contextualización y verificación de datos del hecho en cuestión.

Dentro del primer parámetro de análisis, el narrativo, podemos concluir que se destaca una jerarquía temática. En primer lugar, vemos que se priorizaron las noticias relacionadas con la salud, por el informe diario de contagios en el país, las posibles soluciones y la afectación del virus en el ser humano. En segundo lugar, con la política, enfocada principalmente en la difusión de los cambios políticos y en los casos de corrupción que explotaron a raíz del manejo de la crisis en

los hospitales públicos. En tercer lugar, las publicaciones relacionadas con la economía, que informaron sobre el impacto de la pandemia y la crisis financiera.

Al determinar los tipos de fuente a los que se les dio prioridad, resulta consistente que hubo una escasa presencia de expertos y documentos que permitan asignar sentido a los hechos relatados, pues evidenciamos que hubo una gran afluencia de noticias con una sola fuente de información. Se citó principalmente a los actores que deben hacerse cargo de la emergencia: gubernamentales y públicos. Esto puede ser peligroso para el ejercicio periodístico, ya que, al no presentar con el mínimo requerimiento de contrastación de fuentes, los periodistas pueden convertirse en voceros de las autoridades.

Por otro lado, podemos mencionar que las prácticas periodísticas se han visto inmersas en la virtualidad. El confinamiento obligatorio no fue impedimento para que los periodistas hagan su trabajo y hemos visto que es posible producir contenidos desde el aislamiento. A escala mundial la dinámica de la reportería cambió. El experto en comunicación digital, José Rivera, afirma que las “entrevistas telemáticas tienen la misma validez que las entrevistas presenciales” (comunicación personal, 18 de septiembre de 2020).

Por último, es importante destacar el escenario laboral de los periodistas. Según un sondeo elaborado por la Organización Chicas Poderosas (como se citó en IJnet, 2020) 42 % de los encuestados, al inicio de la emergencia, afirmó haber estado expuesto a lugares con alta carga viral como hospitales o protestas sociales. En la actualidad, seis meses después, la situación no ha mejorado. Los periodistas aún se encuentran desafiando al virus en primera línea para cubrir los hechos. A esto se le suma la precariedad laboral y la disminución de salarios.

Referencias

- Blanco, E. (2011). La especialización como valor emergente en los medios digitales. En M. Quesada (Ed.), *Internet como fuente generadora de contenidos especializados* (pp. 91-102). Barcelona: Universidad Pompeu Fabra.
- Casero-Ripollés, A. (2020). Impact of COVID-19 on the media system. Communicative and democratic consequences of news consumption during the outbreak. *El profesional de la información*, 29 (2), 1-11. doi: 10.3145/epi.2020.mar.23
- Fontcuberta, M. (1999). *Pauta y calidad informativa*, (13), 61-69. doi:10.7764/cdi.13.197
- Fundamedios. (11 de septiembre de 2020). *La COVID-19 golpea a Ecuador y Latinoamérica*. Recuperado de <https://www.fundamedios.org.ec/tag/covid-19/>
- GK. (2020). *Quiénes somos*. Recuperado de <https://gk.city/que-es/>
- IJnet. (2020). *Encuesta de Chicas Poderosas Ecuador busca conocer cómo se hace periodismo en tiempos de pandemia*. Recuperado de <https://ijnet.org/es/story/encuesta-de-chicas-poderosas-ecuador-busca-conocer-ca%C3%B3mo-se-hace-periodismo-en-tiempos-de>
- La Barra Espaciadora. (2020). *Quiénes somos*. Recuperado de <https://www.labarraespaciadora.com/quienes-somos/>
- La Posta. (2020). *Quiénes somos*. Recuperado de <https://www.laposta.ec/#quienes-somos>
- Pellegrini, S., Puente, S. y Grassau, D. (2015). La calidad periodística en caso de desastres naturales: cobertura televisiva de un terremoto en Chile. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 21, 249-267. doi: 10.5209/rev_ESMP.2015.v21.50678
- Pellegrini, S., Puente, S., Porath, W., Mujica, C. y Grassau, D. (2011). *Valor Agregado Periodístico: la apuesta por la calidad de las noticias*. Santiago: Ediciones UC.
- Plan V. (2020). *Quiénes somos. El equipo Plan V. El compromiso es con nuestros lectores*. Recuperado de <https://www.planv.com.ec/quienes-somos>
- Unesco. (2020). *Periodismo, libertad de prensa y COVID-19*. Recuperado de https://en.unesco.org/sites/default/files/unesco_covid_brief_es.pdf