

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE EDUCACIÓN CIENCIA Y TECNOLOGÍA
CARRERA DE COMUNICACIÓN



TEMA:

ANÁLISIS DEL CONTENIDO PERIODÍSTICO Y ADAPTACIÓN A LAS NUEVAS AUDIENCIAS DE LOS DIARIOS “LA VERDAD” Y “EL NORTE”, PERIODO 1998-2015

Trabajo de Grado previo a la obtención del título de Licenciada en Comunicación

AUTORA:

Emily Nicole Mestanza Yépez

DIRECTORA:

Msc. Rosa Carolina Guzmán Cevallos

Ibarra, 2023



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

En cumplimiento del Art. 144 de la Ley de Educación Superior, hago la entrega del presente trabajo a la Universidad Técnica del Norte para que sea publicado en el Repositorio Digital Institucional, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

DATOS DE CONTACTO			
CÉDULA DE IDENTIDAD:	1719088153		
APELLIDOS Y NOMBRES:	Mestanza Yépez Emily Nicole		
DIRECCIÓN:	Imbaya y Hernán González de Saá		
EMAIL:	enmestanzay@utn.edu.ec		
TELÉFONO FIJO:	062512864	TELÉFONO MÓVIL:	0986883172

DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	Análisis del contenido periodístico y adaptación a las nuevas audiencias de los diarios “La Verdad” y “El Norte”, periodo 1998-2015
AUTOR (ES):	Emily Nicole Mestanza Yépez
FECHA: DD/MM/AAAA	07/06/2023
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
PROGRAMA:	<input checked="" type="checkbox"/> PREGRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO
TITULO POR EL QUE OPTA:	Licenciada en Comunicación
ASESOR /DIRECTOR:	Msc. Carolina Guzmán

2. CONSTANCIAS

El autor manifiesta que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto la obra es original y que es el titular de los derechos patrimoniales, por lo que asume la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los siete días del mes de junio de 2023

EL AUTOR:


.....

Emily Nicole Mestanza Yépez

CERTIFICACIÓN DEL DIRECTOR

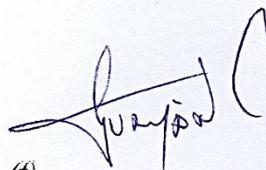
Ibarra, 07 de Junio de 2023

Msc. Carolina Guzmán

DIRECTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

CERTIFICA:

Haber revisado el presente informe final del trabajo de titulación, el mismo que se ajusta a las normas vigentes de la Facultad de Educación, Ciencia y Tecnología (FECYT) de la Universidad Técnica del Norte; en consecuencia, autorizo su presentación para los fines legales pertinentes.



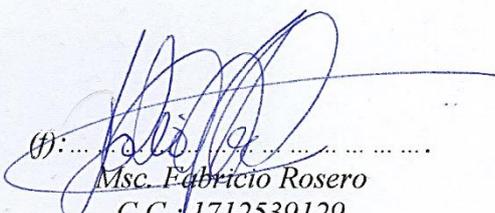
(f)

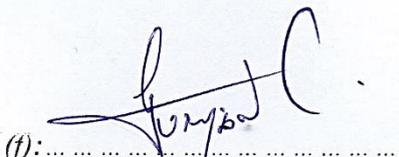
Msc. Carolina Guzmán

C.C.: 1003733449

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL

El Tribunal Examinador del trabajo de titulación "Análisis del contenido periodístico y adaptación a las nuevas audiencias de los diarios "La Verdad" y "El Norte", periodo 1998-2015" elaborado por Emily Nicole Mestanza Yépez, previo a la obtención del título de Licenciada en Comunicación, aprueba el presente informe de investigación en nombre de la Universidad Técnica del Norte:


(f):
Msc. Fabricio Rosero
C.C.: 1712539129


(f):
Msc. Carolina Guzmán
C.C.: 1003733449

DEDICATORIA

Este trabajo que representa la culminación de mis estudios está dedicado a mis padres y mi hermana, quienes me han brindado su apoyo y amor incondicional durante toda esta etapa académica, acompañándome en cada paso que doy e impulsándome a mejorar y crecer cada día.

Sin ustedes ningún logro sería posible.

AGRADECIMIENTO

Agradezco en primer lugar a Dios, a mis padres, Anabela y César, y a mi hermana Jhosmira por guiarme, ayudarme y alentarme durante todo mi trayecto para lograr cumplir mis metas y por ser mi fuente de inspiración para seguir adelante a pesar de cualquier adversidad.

A mis docentes, por ser un pilar fundamental dentro de mi formación académica, por estar siempre abiertos para ayudarme y por realizar su labor con pasión y entrega.

Un especial agradecimiento a mi docente tutora, Msc. Carolina Guzmán, por todo su tiempo y apoyo brindado para la realización y culminación de este trabajo.

Y finalmente, a la Universidad Técnica del Norte por acogerme durante estos cuatro años en sus aulas, en donde aprendí y crecí a nivel personal y profesional.

RESUMEN

La presente investigación tiene por objetivo analizar la evolución del contenido y estructura de los diarios La Verdad y El Norte como referentes del periodismo ibarreño para identificar su proceso de adaptación a las nuevas audiencias y a las nuevas tecnologías que aparecieron a través de los años. Para este estudio se aplicó una metodología mixta, a través de entrevistas a periodistas que laboraron en estos medios de comunicación, y un análisis de contenido de cinco ejemplares de Diario La Verdad y seis de Diario El Norte de distintos años dentro del periodo establecido de 1998 a 2015. Este análisis se realizó tomando en cuenta ocho variables, entre ellas, el tipo de impresión, secciones del periódico, géneros periodísticos utilizados y uso del espacio. Los resultados permitieron demostrar que La Verdad durante mucho tiempo fue el diario más vendido a nivel local y estaba fuertemente posicionado, sin embargo, mantuvo un estilo tradicional y debido a factores económicos, la escases de personal y la falta de visión de sus directivos no pudieron cumplir con las exigencias del público, por lo que fue perdiendo audiencia, sobre todo con la aparición de otros medios como Diario El Norte, que estuvo más al tanto de los avances tecnológicos y sociales, y gracias a permanentes capacitaciones lograron evolucionar y adaptarse exitosamente para consolidarse como líder en la zona. Los resultados obtenidos evidencian la necesidad de los medios de comunicación de modernizarse e innovar constantemente para satisfacer a las nuevas audiencias y mantenerse a flote.

Palabras clave: Diario El Norte, Diario La Verdad, evolución, nuevas audiencias, tecnología, adaptación.

ABSTRACT

The objective of this research is to analyze the evolution of the content and structure of the newspapers La Verdad and El Norte as referents of the Ibarra's journalism in order to identify their adaptation process to new audiences and new technologies that have appeared over the years. For this study, a mixed methodology was applied, through interviews to journalists who worked in these media, and a content analysis of five editions of Diario La Verdad and six of Diario El Norte of different years within the period established from 1998 to 2015. This analysis was carried out taking into account eight variables, including the type of printing, sections of the newspaper, journalistic genres used and use of space. The results showed that La Verdad was for a long time the best-selling newspaper locally and was strongly positioned, however, it maintained a traditional style and due to economic factors, the shortage of journalists and the lack of vision of its directors could not satisfy the demands of the public, so it was losing audience, especially with the emergence of other media such as Diario El Norte, which was more aware of technological and social advances, and thanks to their permanent training to evolve and adapt successfully to consolidate as a leader in the zone. The results obtained show the need for the media to constantly modernize and innovate in order to satisfy new audiences and stay afloat.

Key words: Diario El Norte, Diario La Verdad, evolution, new audiences, technology, adaptation.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

INTRODUCCIÓN.....	1
CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO	4
1.1 Teorías de la Comunicación	4
1.1.1. Teoría de la Aguja Hipodérmica	4
1.1.2. Teoría de la Agenda Setting	4
1.1.3. La Aldea Global.....	5
1.2. Prensa escrita	7
1.2.1. Inicios del periodismo	7
1.2.2. Historia de la prensa en Latinoamérica	10
1.2.3. Historia y evolución de la prensa en Ecuador	13
1.2.4. Géneros periodísticos.....	16
1.3. Periodismo digital	18
1.3.1. Conectivismo	19
1.3.2. Tendencias de consumo y producción de información en la era digital.....	20
1.3.3. Medios digitales en Ecuador.....	22
1.4. Prensa en Imbabura e Ibarra	24
1.4.1. Contexto histórico del inicio y evolución de la prensa.....	24
1.4.2. Diario La Verdad	28
1.4.3. Diario El Norte	29
CAPÍTULO II: METODOLOGÍA	30
2.1. Tipo de investigación.....	30
2.2. Técnicas e instrumentos.....	30
2.3. Hipótesis	32
2.4. Participantes.....	32
2.5. Procedimiento y plan de análisis de datos	33
CAPÍTULO III: RESULTADOS Y DISCUSIÓN	34
3.1. Análisis de las entrevistas	34
3.1.1. Diario La Verdad.....	34
3.1.2. Diario El Norte	37
CONCLUSIONES.....	50
RECOMENDACIONES	51

REFERENCIAS	52
ANEXOS	56

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 <i>Primeros periódicos de Imbabura</i>	26
Tabla 2 <i>Variables de la matriz de análisis de contenido</i>	31
Tabla 3 <i>Lista de entrevistados</i>	33

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 <i>Tipo de impresión</i>	39
Figura 2 <i>Evolución de las portadas de los diarios estudiados</i>	40
Figura 3 <i>Número de páginas por ejemplar</i>	40
Figura 4 <i>Cantidad de notas por secciones de Diario La Verdad</i>	41
Figura 5 <i>Cantidad de notas por secciones de Diario EL Norte</i>	43
Figura 6 <i>Cantidad de páginas de la sección de Clasificados y Entretenimiento</i>	44
Figura 7 <i>Géneros periodísticos utilizados</i>	45
Figura 8 <i>Uso del espacio de Diario La Verdad</i>	47
Figura 9 <i>Uso del espacio de Diario El Norte</i>	47
Figura 10 <i>Cantidad de suplementos Diario El Norte</i>	48
Figura 11 <i>Portadas de los suplementos de Diario El Norte a través de los años</i>	48

INTRODUCCIÓN

Los medios de comunicación desde sus inicios han sido testigos de la historia y del avance de las sociedades e indudablemente su influencia sobre la opinión pública los ha convertido en objeto principal de diversas investigaciones en el ámbito social. Sin embargo, en la provincia de Imbabura y específicamente en la ciudad de Ibarra no existe producción bibliográfica ni académica enfocada en la evolución de los medios de comunicación escritos de esta zona. Si bien, se han publicado libros entorno a la historia del periodismo del país, no se habla a profundidad de los periódicos ibarreños y peor aún se analiza su contenido.

En Ecuador el periodismo nació gracias a la causa libertaria de ilustres personajes como Eugenio de Santa Cruz y Espejo que a través de “Primicias de la Cultura de Quito” (1792), considerado el primer periódico ecuatoriano, promovió ideales independentistas criticando a la corona española y a la actitud conformista de los quiteños frente a lo que sucedía en ese entonces, sin embargo, no tuvo una buena acogida debido a su lenguaje poco habitual que dificultaba el entendimiento de sus contenidos para las clases medias y bajas, pero a pesar de esto, sentó las bases del periodismo, fomentando la creación de más periódicos con línea similar en los siguientes años. Según Enrique Ayala (2021), “desde que se fundó el Ecuador en 1830, la prensa fue instrumento de política y promoción electoral [...] Los periódicos intentaban hacer opinión, orientar a los lectores y divulgar doctrinas” (pp. 12-13). Las principales ciudades como Quito, Guayaquil y Cuenca destacaron en este aspecto con diarios centrados especialmente en temas políticos, democráticos, religiosos, pero también para informar sobre asuntos estatales.

Para el resto de ciudades como Ibarra, la historia de la prensa empezó más tarde. En 1840 llegó la imprenta a Imbabura y en 1850 se publicó el primer periódico de la zona titulado “El Imbabureño”. En el cantón aparecieron gran número de publicaciones periódicas de toda índole, Enrique Ayala (2021) señala que una característica común entre los primeros medios escritos de la urbe fue su corta extensión y que no lograron permanecer por mucho tiempo debido a que no pudieron sustentarse o a su vez porque las causas que motivaron su creación desaparecieron, pues la mayoría de estos periódicos surgieron a raíz de propósitos específicos, por compromiso político o alguna circunstancia social.

Como parte del equipo de redacción de estos periódicos se encontraban poetas, relatistas, juristas, maestros y varios ciudadanos reconocidos de la época que exponían sus ideas políticas, sus críticas hacia los problemas socioeconómicos, además de diversos temas cívicos culturales, y quienes a pesar de no contar con estudios formales en el área de la comunicación, dejaron huella en el periodismo local.

De esta forma, aunque la prensa en Ibarra tardó en desarrollarse, desde sus inicios jugó un rol importante dentro del acontecer de la ciudad informando y orientando a la población, por lo que se torna necesario analizar su evolución y transformación a lo largo de los años, tomando en cuenta el contexto social, político y cultural, además de la aparición de las

nuevas tecnologías y los espacios digitales que cambiaron la forma de producir y consumir información.

En este aspecto, al igual que con la llegada del periodismo, el internet también demoró en instaurarse como parte de la cotidianidad ibarreña, por lo que de a poco los medios de comunicación se veían en la necesidad de modernizar sus contenidos y migrar a la web, sin embargo, este proceso significaba inversión económica para nuevo equipamiento y contar con conocimiento suficiente sobre el uso de las plataformas digitales y sobre las nuevas tendencias de consumo que se estaban instaurando en el Ecuador.

Las redes sociales y la facilidad de acceso a la información que empezó a brindar el internet generaban retos para los periódicos, algo que ya se sentía en la capital y en las principales ciudades del país, no obstante, en Ibarra se mantuvo durante mucho más tiempo la costumbre de leer las noticias del modo tradicional, por lo que la mayoría de los diarios locales no consideraron que debían adaptarse tan rápido al mundo digital o no tenían los medios para hacerlo todavía.

Con el pasar de los años, se hacía cada vez más notoria la necesidad de evolucionar y generar propuestas más modernas acorde al contexto nacional y global, algunos diarios lograron hacerlo, pero otros no, debido a varios factores que incidieron en este proceso de transición y cambio.

Para analizar esto, se tomó como referencia Diario La Verdad y Diario El Norte, dos de los medios más trascendentes de la zona.

En el caso de Diario La Verdad, a pesar de que no fue el primer medio escrito de la ciudad, aunque sí el primer diario, se convirtió en un referente del periodismo local, pues la visión de su fundador Monseñor Leonidas Proaño le permitió tener una larga trayectoria, siendo el periódico que más tiempo circuló en Ibarra, con 67 años recogiendo criterios de diversos sectores e incluso fomentando una cultura de lectura en la sociedad ibarreña.

Por otro lado, Diario El Norte es actualmente uno de los medios de comunicación más importantes de Imbabura y Carchi. Su historia y evolución evidencian su transformación a través de los años y su acertado proceso de adaptación a la era digital, pues ha logrado utilizar la tecnología a su favor para continuar avanzando a la par con su audiencia.

Es así que estudiar el contenido de Diario La Verdad como representante del periodismo tradicional que lamentablemente no logró dar el salto a lo digital, y las publicaciones de Diario El Norte como un ejemplo de la transición a los nuevos formatos periodísticos, permitirá conocer a profundidad cómo evolucionó el manejo informativo, entender el nivel de trascendencia que tuvo la prensa en Ibarra e identificar las características y factores que incidieron en este proceso de adaptación.

De esta manera, el presente trabajo tiene como objetivo principal analizar el contenido periodístico y la adaptación a las nuevas audiencias de los diarios “La Verdad” y “El Norte” durante el periodo de estudio 1998-2015, a través de la investigación del origen y evolución de los periódicos ecuatorianos e ibarreños, la identificación de la estructura, formato y tipo

de contenido de los diarios seleccionados como objeto de estudio, y finalmente un análisis de la transición del periodismo tradicional al digital de estos medios de comunicación.

Esta investigación contribuirá a incrementar la escasa producción académica sobre temas de comunicación en la ciudad, constituyendo un material de aprendizaje y consulta para los comunicadores, periodistas y estudiantes de esta área del conocimiento, así como también ayudará a comprender la historia mediática de Ibarra y el impacto del internet y la tecnología en la prensa local.

Para abordar estas temáticas, a lo largo de la investigación se presentará un breve contexto de la historia y surgimiento de los medios de comunicación escritos en el mundo, Latinoamérica, Ecuador y en la ciudad de Ibarra. Además, se estudiarán los cambios y retos que debieron afrontar los medios con el paso del tiempo, las nuevas audiencias y la necesidad de informar de manera distinta utilizando los diferentes géneros periodísticos, así como los nuevos formatos que aparecieron con la evolución de la tecnología, que marcó un hito para la comunicación y en este caso específicamente para la prensa escrita.

CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO

1.1 Teorías de la Comunicación

1.1.1. Teoría de la Aguja Hipodérmica

La teoría de la Aguja Hipodérmica o también llamada la “bala mágica” surge en los años treinta a raíz de las guerras mundiales, donde se puso en manifiesto el poder e influencia de los medios de comunicación al emitir mensajes con la intención de manipular a las masas. La teoría establecida por Harold Lasswell “concibe a la sociedad como un organismo al que es posible inyectar cualquier mensaje propagandístico para obtener el efecto deseado” (Fernández y Galguera, 2010, p. 102), otorgándole a los medios la capacidad de promover ideologías políticas y sociales de acuerdo a sus intereses.

Este fenómeno fue evidenciado principalmente en Alemania durante el gobierno de Adolf Hitler, pues su ministro de la Ilustración Nacional y Propaganda, Joseph Goebbels, quien sostenía la hipótesis de que “todo individuo que vive en sociedad responde a un pensamiento colectivo, al cual reacciona dependiendo de las estimulaciones enviadas desde la fuente de información” (Cáceres, 2021, p. 4), utilizó de manera estratégica los medios de comunicación permitiéndole al gobierno tener control sobre los contenidos que se transmitían a través de la radio, televisión, el cine y la prensa para instaurar el pensamiento nazi en la población, a tal punto de difundir el racismo y odio hacia los judíos, con ideas de superioridad de la etnia aria, que culminaron en el genocidio más trágico de la historia durante la Segunda Guerra Mundial.

Es así que este hecho amplió el panorama sobre el poder de persuasión que pueden llegar a tener los medios de comunicación, provocando que el público reaccione ante los mensajes de una determinada forma según la intención del comunicador, pues dentro del proceso comunicativo en ese tiempo se consideraba a los individuos como “elementos débiles y maleables, incapaces de poner en duda o incluso para llegar a rechazar los mensajes emitidos por los todopoderosos medios de comunicación de masas” (Álvarez, 2012, p. 2), siendo así un blanco fácil para ‘inyectar’ o ‘disparar’ el contenido de los mensajes y obtener la respuesta esperada.

La influencia de los medios de comunicación ha sido utilizada en las diferentes etapas de la historia y en distintos ámbitos ya sean políticos, económicos, culturales o sociales para generar efectos en la audiencia que favorezcan al medio o a quienes estén detrás de él, y a pesar de que la dinámica comunicacional ha cambiado con los años y se han potenciado los modelos bidireccionales en los que el público se convierte en una audiencia activa, esta teoría todavía tiene vigencia y puede evidenciarse actualmente en varios escenarios, principalmente los relacionados con la política.

1.1.2. Teoría de la Agenda Setting

La teoría de la Agenda Setting fue desarrollada por Maxwell McCombs y Donald Shaw en 1972, a partir de un estudio realizado en 1968 durante las elecciones presidenciales de Estados Unidos en el que se analizó la campaña política de los candidatos, la percepción del público y el contenido emitido por los medios de comunicación, determinando que existía

una relación entre los temas que el público consideraba relevantes con los temas que los medios abordaban con frecuencia.

Los resultados de la investigación dieron sentido a esta teoría que afirma que los medios si bien no dicen cómo pensar, si dicen en qué se debe pensar, es decir, definen qué es noticia y qué debe ser relevante para la comunidad (Fernández y Galguera, 2010), por lo que influyen en la percepción que el público tiene sobre su realidad.

Dentro de estos postulados se establecen tres tipos de agendas: la mediática, la pública y la política. La primera se refiere a los temas que los medios de comunicación dan cobertura, la segunda son los asuntos de interés para los ciudadanos, y la tercera son los temas que el gobierno y los políticos ponen en manifiesto como importantes. Acorde a lo que defiende la teoría, los medios son capaces de controlar no solo la agenda mediática o noticiosa, sino que también influyen en la construcción de las demás, pues como menciona Rubio (2009):

La selección de las noticias más importantes dada al inicio de los informativos, la noticia o noticias que aparecen en la primera página de los periódicos, el tamaño de los titulares, la extensión de una noticia y el insistir en ella un día y otro día, apuntan hacia la determinación de la importancia de los acontecimientos y ponerlos en el centro de atención de la opinión pública. Son los medios lo que trazan las pistas sobre la importancia de los temas de la agenda diaria. (p. 9)

Es así como el público en base al contenido emitido por los medios empieza a formar ideas de lo que está pasando en su entorno y cuáles son los hechos a los que deben prestar mayor atención. Por ende, en este proceso los criterios e intereses de los periodistas son los que determinan la opinión pública, pues según Shaw (como se citó en Rubio, 2009) “la gente tiende a incluir o a excluir de sus propios conocimientos lo que los media incluyen o excluyen de su propio contenido” (p. 9), siendo de esta manera como se va creando la lista de asuntos sobre los cuales se hablará y debatirá en el día a día.

En cuanto a la construcción de la opinión pública, Walter Lippman (2003) asegura que los *mass media* a pesar de que no son la única fuente de información, si son una fuente primaria de las imágenes que las audiencias crean en su mente sobre su realidad, y a partir de ellas se forma la opinión pública, siendo esta un reflejo no precisamente de su entorno, sino más bien del pseudoentorno construido por los medios de comunicación.

A pesar de que la agenda setting establece un efecto sobre las audiencias, no concibe a los medios como entes que manipulan a las masas a diferencia de la teoría de la aguja hipodérmica, sino más bien, hace énfasis en que los medios direccionan la opinión pública al definir el nivel de jerarquía e importancia de los temas noticiosos.

1.1.3. La Aldea Global

La aldea global es un término creado por el sociólogo canadiense Marshall McLuhan, quien lo empleó en sus obras desde 1962 haciendo referencia a la idea de un mundo globalizado en el que la tecnología provocaría que todas las personas estén interconectadas dejando de lado los límites de espacio y tiempo, y siendo capaces de percibir los hechos e historias como

cercanas a pesar de la distancia. En esta teoría McLuhan (1985) asegura que “la nueva interdependencia electrónica vuelve a crear el mundo a imagen de una aldea global” (p. 45), entendiendo a la aldea global como una comunidad en la que los medios y la tecnología han provocado una importante reducción del aislamiento, dando lugar a una reconstrucción de los diálogos y de las formas de relacionarse con los demás.

Lo interesante de esta teoría es que fue desarrollada por su autor mucho antes de que eso sucediera, por lo que predijo ese futuro mediatizado e inmerso en el internet y las redes sociales.

Entre los postulados de McLuhan y Powers (1989) se establece que las tecnologías vienen a ser extensiones de las partes del cuerpo humano y de los sentidos:

Todos los medios de comunicación son una reconstrucción, un modelo de alguna capacidad biológica acelerada más allá de la capacidad humana de llevarla a cabo: la rueda es una extensión del pie, el libro es una extensión del ojo, la ropa, una extensión de la piel y el sistema de circuitos electrónicos es una extensión de nuestro sistema nervioso central. (p. 94)

Estas prolongaciones generan cambios en la manera de pensar, sentir, actuar y de percibir al mundo, considerando a la tecnología como una herramienta que transforma completamente a la sociedad, pues según Teresa Ayala (2012), esta teoría menciona que no existe cambio tecnológico en los medios de comunicación que no tenga consecuencias directas en quienes los consumen, de ahí que las nuevas audiencias reaccionen e interactúen con la información de manera distinta.

En este sentido, McLuhan establece el término de ‘hombre electrónico’ para explicar los nuevos comportamientos que surgen a raíz del mundo globalizado por la tecnología. “La naturaleza del hombre estaba siendo traducida rápidamente en sistemas de información que producirían una enorme sensibilidad global y ningún secreto” (McLuhan y Powers, 1989, p. 2), siendo la web un espacio donde se comparten cúmulos de información incluso personal que muchas veces el individuo no logra procesar totalmente y donde ya no existe diferencia entre lo público y lo privado, puesto que todo se difunde, acercando unos a otros y haciendo que todos conozcan y estén al tanto de los asuntos y preocupaciones de los demás dentro del entorno virtual. En síntesis, como lo señala Jofré (como se citó en Ayala, T., 2012), “no hay privacidad, no hay identidad. En la aldea global eléctrica la gente sabe demasiado, ya no hay lugar donde esconderse” (p. 13). Así mismo, la teoría pone énfasis en la nueva actuación de las audiencias, cambiando ese rol pasivo a uno activo.

El análisis realizado por McLuhan sobre el impacto de las tecnologías es algo muy evidente en la sociedad actual, pues el internet y las redes sociales han generado un cambio total en las dinámicas comunicacionales, lo que supone retos para los medios de comunicación debido a que deben mantenerse a la vanguardia de los constantes avances y tratar de cubrir las nuevas necesidades que se van generando en base a eso.

1.2. Prensa escrita

1.2.1. Inicios del periodismo

La comunicación siempre fue una necesidad que el ser humano debió satisfacer, en este proceso tuvo vital importancia el desarrollo del lenguaje, que empezó con la utilización del tacto, luego los ruidos o sonidos guturales, las expresiones faciales, los movimientos corporales, los signos y señales hasta que llegó la era del habla y la escritura.

A pesar de que la comunicación primitiva en su momento fue efectiva, a medida que evolucionaba el hombre surgió la necesidad de registrar sus ideas y experiencias para que queden grabadas en el tiempo.

Fue entonces cuando el hombre prehistórico empezó a perfeccionar lenta pero sistemáticamente sus primeros trazos y líneas torpes, tendiendo a establecer una serie de signos y símbolos que conformaron las primitivas formas de escritura. Gradualmente y con el transcurrir de varios milenios, estos rasgos se convirtieron en el complejo sistema de lo que hoy conocemos con el nombre de alfabeto. (Villamarín, 1997, p. 26)

El alfabeto sin duda fue uno de los grandes inventos que permitió continuar con este camino perfeccionando la escritura y tener una superficie en donde impregnar el conjunto de letras o símbolos como la tabla de arcilla blanda utilizada por los sumerios, el papiro de los egipcios, el pergamino de los griegos, para finalmente obtener el papel descubierto por los chinos, quienes también fabricaron la tinta. Todo esto tuvo mucho que ver para que las primeras formas del periodismo aparezcan en el mundo.

Fue en Grecia donde una especie de periodismo arrancó de forma oral, pues el ágora o plaza pública era el lugar en donde la gente se enteraba de los últimos acontecimientos de manera informal, aunque se debe destacar que esta nación tenía a grandes filósofos oradores que usaron esta habilidad, considerada quizá como un periodismo oral más intelectual para convencer al pueblo. Con respecto a este detalle, hay que tomar en cuenta que la oratoria y el periodismo tienen una estrecha relación por las destrezas que deben poseer quienes las practican, por la facilidad de palabra y en cierta medida la manera de persuasión con la que se llega al público objetivo.

En Roma también se practicó este modo de informar con los pregoneros, quienes difundían las noticias por las calles. En este territorio se dio auge a un periodismo escrito a través de los anales, documentos en los que se exponían los hechos más relevantes del pasado año de manera resumida. Debido a que la población solo tenía acceso a información atrasada, a los esclavos libertos se les dio la misión de trabajar como corresponsales, ellos recopilaban información de varios lugares, entrevistaban e incluso investigaban en documentos públicos o mejor dicho, los transcribían para llevar la noticia al imperio, por ello se podría decir que estos personajes ejercieron ya de alguna manera la función de periodistas.

El poder centralizado en Roma demandaba de una gran cantidad de información para mantener cohesionado el imperio, y para estar al tanto de posibles intentonas golpistas, nada raras en la época. Los patricios (clase privilegiada) requerían

igualmente de información para estar enterados de lo que sucedía en el centro del poder y en las provincias, ya sea solo para conocer los últimos sucesos o para disponer de elementos de juicio para confabular con éxito”. (Villamarín, 1997, p. 49)

Para evitar que las noticias lleguen de manera alterada, el emperador romano decidió acabar con las corresponsalías y creó el Acta Senatorial, tabla que contenía el resumen de las principales decisiones del senado, pero dada la molestia que esto causó a sus miembros ellos crearon la famosa Acta Diurna, que contenía noticias sobre negocios, asuntos sociales, fiestas, entre otros temas, este documento es considerado el antecedente más remoto del periódico.

Luego de este período de tiempo el periodismo tuvo un desarrollo lento, pues se devino una de las épocas más oscuras para la humanidad, la Edad Media. En su primera etapa, la ignorancia y el analfabetismo reinó con la iglesia tomando el poder y el control del conocimiento, logrando así la sumisión del pueblo. En la baja Edad Media entre los siglos XI y XV resurgió la intelectualidad, nacieron las universidades, se desarrolló el comercio y los correos tuvieron auge, lo que según explica Villamarín (1997), dio lugar al surgimiento de la comunicación manuscrita y en el siglo XVIII aparecen los primeros periodistas quienes informaban a través de las hojas de noticias escritas a mano.

Para agilizar la reproducción de la información y de textos, el hombre empezó un proceso de invención que pasó por la xilografía con la utilización de planchas de madera grabadas a mano, los chinos crearon un sistema tipográfico móvil en el que se utilizaban caracteres individuales, hasta que en Alemania, en 1440 Johann Gutenberg creó una prensa de impresión tipo móvil de metal, la imprenta, con la cual se publicó la Biblia en 1453.

Con la imprenta no solo se desarrolló y facilitó el trabajo periodístico, sino que se empezó a reducir el analfabetismo, disminuyó el poder de la iglesia porque se fomentó el conocimiento y la investigación científica, pero también se generó censura y represión. Dominick (2001), señala que “la imprenta fue el origen de lo que hoy se conoce como noticias” (p. 64).

En Europa los primeros periódicos surgieron a inicios del siglo XVII. En 1605 apareció el primer periódico en la ciudad de Amberes en Bélgica, llamado “Últimas Noticias” que nació en contra de la corona española que gobernaba en ese tiempo en los Países Bajos.

Según Acosta Montoro (como se citó en Villamarín, 2006), “el suceso fundamental que hizo posible la aparición del primer periódico regular fueron las guerras de religión, la Reforma Protestante. El periódico desde el principio fue un arma de combate, activa y directa, en función de las manos que la controlaran” (p. 108). El apareamiento de Últimas Noticias de Bélgica también se debió a razones socioeconómicas por ser Amberes el principal puerto del mundo, por lo tanto, era el centro de comercio e informaciones y la noticia se intercambiaba al mismo tiempo que las mercancías.

El periódico moderno se inició con la Gazzette en Francia en 1631. Teophraste Renaudot lo creó como un instrumento político, contenía resúmenes de noticias y artículos de fondo.

El primer diario apareció en Inglaterra en 1702 con el nombre de Daily Courant, cuya editora fue una mujer, Elizabeth Mallet, era una hoja impresa en una sola cara, traducía noticias de periódicos franceses y holandeses.

En Estados Unidos, el Boston News-Letter empezó a emitir información en 1704, con noticias del extranjero y publicaciones poco interesantes como sermones y la llegada de barcos, pero con un tiraje de 300 ejemplares dio inicio a lo que sería la prensa estadounidense.

En 1719 aparece el Boston Gazette, un semanario oficialista que pretendió ser la competencia del anterior, sin embargo, según Esquivel (2005), fue una simple imitación, sin mucha mejoría. Ese mismo año, se creó el tercer semanario llamado American Weekly Mercury en Filadelfia y en 1721 James Franklin, hermano mayor del reconocido Benjamín Franklin, publicó el New England Courant, considerado el primer periódico independiente de Estados Unidos.

A pesar de que este periódico circuló solo cinco años, logró generar impacto e influir en la población norteamericana por “su gran espíritu de rebelión, estilo audaz y una alta calidad literaria [...] retando al poder político y religioso de su tiempo” (Esquivel, 2005, pp. 20-21).

Benjamín Franklin fue una figura relevante no solo en el ámbito científico de Estados Unidos sino también en lo periodístico, pues gracias a su hermano, empezó a escribir y publicar artículos para el New England Courant a los 13 años de edad con una serie de ensayos anónimos bajo el título de “Silencio Bienhechor”, además fue el director del periódico cuando James fue encarcelado por incomodar con sus publicaciones al gobierno.

Una de las características a destacar del New England Courant fue la integración de artículos con temas de interés humano y editoriales que cuestionaban al poder gubernamental y el control que ejercían sobre la prensa en ese tiempo, por lo que marcó la historia de la prensa estadounidense.

En 1725 en Nueva York, William Bradford creó el semanario titulado The New York Gazette y con el pasar de los años esta ciudad se convirtió en una de las más importantes a nivel periodístico del país.

La creación de medios escritos en Estados Unidos fue incrementándose con el tiempo. “Las publicaciones diarias comenzaron a salir en 1783 y fueron creciendo poco a poco. En 1800 la mayoría de las ciudades tenían un diario. Y en 1820 ya había 24 publicaciones de este tipo, 66 periódicos que aparecían cada dos o tres semanas, y 422 semanales” (Dominick, 2001, p. 88), pero la política continuaba siendo el tema principal de muchos de estos medios, especialmente de los de carácter nacional.

Gracias al avance tecnológico, la imprenta se fue desarrollando y junto a la alfabetización se favoreció el crecimiento del periódico masivo. En Estados Unidos apareció la prensa de a centavo con el New York Sun, que según menciona Dominick (2001), a los seis meses de haber empezado, logró circular alrededor de 8000 copias, superando a publicaciones de otros periódicos que tenían un costo de seis centavos. El éxito de este medio tuvo que ver con la

forma y el estilo de cubrir delitos, tenía una página financiera y una sección dedicada a los deportes, además manejaba de una forma dinámica el trabajo editorial.

En 1835 James Gordon Bennet, a quien se le conoce como el padre de la prensa norteamericana funda The New York Times, cuyo contenido fue sensacionalista, pero también trataba temas de orden financiero, político y social con mucha eficacia, lo que atrajo a los lectores de esa época.

Los diarios se volvieron un gran negocio en Estados Unidos y la lucha por la circulación generó la aparición del periodismo amarillista pues en los periódicos se exhibían abundantes historias de sexo, asesinatos, pero también de interés humano. Esta forma de hacer periodismo si bien no fue la adecuada, Villamarín (1997) afirma que permitió también mejorar la redacción, el manejo de la imagen y de los titulares, además pasó de un lenguaje conceptual a uno basado en la visualización de los hechos.

En 1980 inició su labor el USA Today que con el apoyo de la tecnología presentó un periódico distinto con gráficos a color, con diagramas, tablas, y su contenido reflejaba historias cortas para facilitar la lectura con una tipografía distinta, además para atraer a los lectores dispuso otras secciones que hablaban por ejemplo sobre el estilo de vida.

En la década de los noventa, la tecnología produjo una gran transformación debido a la era digital. “En 1998 más de 800 sitios de la red fueron patrocinados por periódicos, entre ellos el Wall Street Journal, el New York Times y el Washington Post” (Dominick, 2001, p. 98), iniciando su camino dentro de la web, y a partir de lo cual continuó su proceso de evolución hasta lo que se conoce hoy en día.

1.2.2. Historia de la prensa en Latinoamérica

La historia de la prensa en América Latina empieza con la llegada de la imprenta a consecuencia de la conquista y colonización española, en donde aparecieron las hojas volantes de manera similar que en Europa, pocos años después de la creación de la imprenta. A estos documentos sin periodicidad se los conoció como: relaciones, nuevas, noticias, sucesos o traslados.

En Latinoamérica, más de un siglo después que en Europa, empiezan a nacer los primeros impresos considerados periódicos. Las razones de este retraso según Villamarín (2006) son algunas:

Por un lado, la condición de las colonias españolas, que llevó a estos países a ser objeto de fuerte censura, control y represión, tanto civil como eclesiástica, lo que redujo al mínimo la libertad de expresión. Por otro lado, el alto costo del papel y de los instrumentos tipográficos, que dificultaron las labores periodísticas, incluso oficiales”. (p. 1)

La Gaceta de México y Nueva España es la primera en aparecer precisamente en el país centroamericano en 1722, con una periodicidad mensual y una orientación apegada a la corona. Este periódico fue editado por Ignacio Castoreña Ursúa y Goyeneche, considerado el primer periodista de Latinoamérica. La información que emitía este medio de

comunicación estaba dividida en varias secciones y agrupada por regiones, por lo que fue calificado como un periódico completo.

Años más tarde, en 1729 aparece el segundo periódico en América Latina, la Gaceta de Guatemala, una reproducción de la Gaceta de Madrid, en la que se impregnaba asuntos administrativos de la Colonia y sucesos generados en el continente Europeo. En 1743 nace la Gaceta de Lima, una publicación bimestral con un contenido similar al primer periódico de Hispanoamérica, el de México.

La importancia que tenían estos territorios para la colonia en los ámbitos social, político y económico fue la razón principal para que nacieran ahí los primeros periódicos latinoamericanos y precisamente por ello, en estos lugares se ubicaron las primeras imprentas.

En la segunda mitad del siglo XVIII, en 1764, aparece el semanario La Gaceta de la Habana en Cuba. Estos cuatro medios de comunicación fueron de carácter oficial y netamente informativos a conveniencia de los intereses de la corona, lo que le facilitaba mantener su dominio.

Por otro lado, en Colombia y Ecuador nacieron dos periódicos con características diferentes, con información científica, cultural y literaria: el Papel Periódico de Bogotá en 1791, un semanario que también imprimía en sus páginas noticias nacionales e internacionales a favor de la corona y Primicias de la Cultura de Quito en 1792, un quincenario cuyo editor era Eugenio de Santacruz y Espejo, considerado el primer periodista ecuatoriano y quien fue prócer de la independencia.

José Villamarín (2006) pone énfasis en la aparición del periódico ecuatoriano Primicias de la Cultura de Quito, pues afirma que “si bien no tocó la estructura colonial, tampoco apareció para defender los intereses de la Corona. Este solo hecho le ubica a Ecuador como el primer país de América Latina cuyo primer periódico no fue oficialista” (p. 3).

En las primeras cinco décadas del siglo XIX aparecieron 14 periódicos más en América Latina, siendo el último en 1845 llamado Paraguay Independiente.

Varias de estas publicaciones de alguna manera emitían sus ideales de libertad, pero los verdaderos inicios de un periodismo revolucionario estuvieron expuestos en los diarios: Literario de México, fundado en 1768; el Mercurio Volante en 1772 que se caracterizó también por la divulgación científica y una fuerte oposición a las teorías religiosas de ese tiempo; además del Mercurio Peruano que empezó a circular en 1791.

A raíz de la revolución francesa en los inicios del siglo XVIII, se empezaron a difundir con fuerza las ideas de libertad en Latinoamérica, aún más con la declaración de los Derechos del Hombre. En medio de ese contexto se despiertan los deseos por independizarse y es ahí en donde nace la prensa revolucionaria e insurgente que se propagó por el continente.

Dentro de los Derechos del Hombre se estableció “la libre comunicación de los pensamientos y de las opiniones [...] Todo ciudadano en su consecuencia puede hablar,

escribir, imprimir libremente, debiendo sí responder a los abusos de esta libertad en los casos determinados por la ley” (Villamarín, 2006, p. 4). Con esta nueva concepción, algunos periódicos como la Aurora de Chile en 1810 y El Telégrafo de Bolivia en 1811 se enfrentaron a los medios que continuaban luchando por mantener las colonias en cada uno de sus territorios, difundiendo contenidos en su contra.

Sin embargo, el apogeo de la prensa insurgente según Villamarín (2006), se dio no solo por los grupos y movimientos independentistas, sino también por la libertad de imprenta y por ende de prensa que se proclamó en las colonias con la publicación en España de la Constitución de Cádiz de 1812. A pesar de este adelanto dentro de los derechos, en ciertos territorios de Latinoamérica, como por ejemplo en México, se implementó una fuerte censura, con el fin de evitar precisamente el apoyo a los procesos libertarios.

En esa época, los militares y políticos se dedicaban a la actividad periodística, tal es así que el libertador Simón Bolívar fundó El Correo del Orinoco en 1818 y dispuso además la publicación de la Gaceta de Santa Fe de Bogotá en 1819. El Mariscal Antonio José de Sucre, quien lideró la independencia en el actual Ecuador, creó El Monitor en 1813. El prócer colombiano, Antonio Nariño, fundó La Bagatela en 1811. En el caso de Venezuela, Francisco Miranda llevó la primera imprenta a ese país y la utilizó contra el colonialismo. El general San Martín, uno de los independentistas de Suramérica hizo lo propio en Chile con su Gaceta.

Los intelectuales también estuvieron vinculados al proceso revolucionario a través de la prensa. El caso más promisorio fue el del venezolano Andrés Bello, que fundó en Colombia tres periódicos: el Censor Americano (1820), La Biblioteca Americana (1823) y el Repertorio Americano (1826). Luego fundó en Chile El Araucano en 1830 para apoyar al gobierno revolucionario que destituyó al tirano Diego Portales. (Villamarín, 2006, p. 5)

Lo escrito en este período de tiempo, sin lugar a duda, se convirtió en un arma más de guerra para ver libre a su patria con el noble ideal de construir una sola América, el sueño del libertador Simón Bolívar.

A finales del siglo XVIII en América, según González (2011), se hizo presente la prensa de carácter ilustrada, cuyo objetivo era “formar, educar y, en definitiva, extender entre la sociedad americana los nuevos conocimientos que se estaban desarrollando en Europa. Por tanto, estos impresos van a centrarse en materias relacionadas con la ciencia, la economía, la literatura, la flora y fauna” (p. 2), por lo que a diferencia de los años anteriores, estos medios ya no estaban tan enfocados en la emancipación.

Con el pasar del tiempo la forma de hacer periodismo empezó a cambiar, los periódicos dejaron de ser doctrinarios a tener un modelo informativo, en lo que coadyuvó el apareamiento de los diferentes géneros periodísticos y eso fue precisamente lo que se observó en Latinoamérica en las últimas décadas del siglo XIX, obligando a los escritores de la época a relatar de manera distinta.

Esta transformación también tuvo que ver con el desarrollo económico, social, político y cultural de una modernización capitalista. El periódico La Nación de Buenos Aires, Argentina, es uno de los ejemplos más representativos de esta evolución en América Latina, pues “desde sus inicios contó con una red de corresponsales propios y de agencias en todo el país y en el exterior. Su planta de personal superó las 4.000 personas” (Barrera, citado en Santa Cruz, 2011, p. 649). Además, el diario contaba con imprentas modernas, lo que ayudó a producir grandes cantidades de ejemplares.

Lo mismo sucedió en Uruguay, país en el que en 1886 contaba con 21 diarios, 40 publicaciones periódicas con unos 30.000 ejemplares de tirada. En México, uno de los periódicos más importantes fue El Siglo XIX, el primer intento de diario moderno en ese país, sin embargo, su actitud crítica frente a los gobiernos hizo que cerrara en 1885, en la dictadura de Porfirio Díaz debido a sus ataques y restricciones. La situación de esa nación provocó que aparecieran una gran cantidad de periódicos modernos. Así mismo, el diario de a centavo también apareció en este país, siendo el pionero El Monitor del Pueblo, publicado entre 1885 y 1893.

El Comercio de Lima, fundado en 1839 fue uno de los periódicos que se modernizó y que desde sus inicios fue concebido como un negocio.

Los hermanos Echeverría en Colombia en 1855 fundaron el primer periódico de gran formato denominado El Tiempo, que siguió el modelo europeo con información política, literaria y miscelánea, sin embargo, cerró sus puertas en 1872. En cuanto a la prensa de masas, Posada (como se citó en Santa Cruz, 2011) afirma que recién en el siglo XX fue posible evidenciarla en este país.

Gracias al desarrollo de la cultura y la modernización, las revistas y diarios de papel tuvieron mayor acogida y ampliaron su público, no obstante, Rogers (2018) señala que “la transformación de la comunicación, tomando en cuenta el ritmo de la modernización, continúa siendo desigual en América Latina” (p. 2).

Así mismo, Williams (como se citó en Rogers, 2018) explica que la transformación de la prensa dependía en gran parte de los aspectos económicos y técnicos, lo que generó la reducción de su costo debido a que en sus páginas ya se incluían avisos, esto sumado al desarrollo de los sistemas de impresión, así como el mejoramiento de los sistemas de transporte, la línea editorial del periódico y el target al que estaba dirigido, fue lo que permitió disminuir su precio y generar mayor ingreso para el medio, lo que a su vez creó más oportunidades para seguir modernizándose.

1.2.3. Historia y evolución de la prensa en Ecuador

Al igual que en todo el mundo, el inicio de la prensa en Ecuador lógicamente está marcado por la llegada de la imprenta. Este hecho sucedió en 1754 cuando los jesuitas la adquirieron y la instalaron en Ambato con el nombre de “Imprenta de la Compañía”, que fue manejada por Raimundo de Salazar y Ramos, considerado el primer tipógrafo del país. Cinco años más tarde fue trasladada a Quito al Colegio Seminario San Luis, siendo utilizada solamente por la iglesia hasta la expulsión de los jesuitas y la confiscación de la imprenta por parte de

los españoles, en 1767, época en la que se produjeron alrededor de trece obras. Según relata la historia, Raimundo de Salazar había adquirido otra imprenta y tiempo después se le entregó la imprenta decomisada. Con estas dos importantes herramientas pudo solventar las necesidades de la sociedad de esa época con varios documentos impresos y fue precisamente él que quien imprimió el primer periódico del Ecuador, *Primicias de la Cultura de Quito* en 1792, cuyo creador, redactor y editor fue el periodista, médico, bibliotecario y prócer de la independencia, Eugenio de Santacruz y Espejo.

Primicias tenía un formato pequeño de “un cuarto”, como se llamaba, con un promedio de dieciséis páginas. Anunció que aparecería cada quince días. El periódico, obviamente, no estaba destinado a divulgar noticias, que podían conocerse de un día para otro, sino a publicar textos de opinión, destinados a fomentar los intereses locales y a promover tesis. Contenía ensayos sobre cuestiones filosóficas, políticas, literarias y de promoción económica; discursos, cartas y también piezas más cortas e inclusive unos pocos anuncios. Apenas llegó al número 7, pero abrió una nueva etapa de la comunicación y la cultura. (Ayala, E., 2012, p. 5)

Este primer intento del periodismo abordaba temas de historia, literatura, ciencia, comercio, pero principalmente sus escritos se enfocaban en fomentar ideas libertarias, y a pesar de que no logró tener mucha acogida debido a su lenguaje demasiado técnico y sofisticado para las clases medias, sí cumplió de alguna forma con el objetivo de sembrar el pensamiento de rebeldía e insurgencia para luchar por la libertad. Además, su corta duración también se debió a presiones, pues señala el historiador José Torre (citado en Rivera, 2012), que desde su aparición, el periódico fue combatido y perseguido por enemigos personales de Espejo.

Este medio de comunicación fue el mejor precedente del periodismo de esa época en el territorio y marcó el apareamiento de nuevos periódicos de carácter combativo, buscando la emancipación, pues como manifiesta Albuja (2013a), *Primicias de la Cultura de Quito* fue “la primera página escrita en la historia de la libertad” (p. 111).

Con la llegada de la imprenta a Guayaquil, en 1821 en la Perla del Pacífico nace “*El Patriota de Guayaquil*”, semanario que circulaba los sábados y que en su primer número resaltó el valor de la imprenta:

La imprenta – decía el editorial del prospecto – el conductor eléctrico que transmite las luces a mayores distancias con increíble claridad; ya no habrá un ángulo en América que no sienta el fuego de la verdad. Preparado está el triunfo de la razón y la filosofía; la humanidad quedará vengada. (Albuja, 2013a, p. 127)

Este medio se mantuvo por ocho años en circulación, durante los cuales promulgó interesantes noticias, resoluciones gubernamentales, reflexiones políticas, obras literarias y estaba abierto a su público para impregnar su pensamiento o su trabajo de investigación en aras de mejorar el agro, el comercio, entre otras temáticas, con la única prohibición de emitir algún tipo de ofensa personal.

En otra de las principales ciudades del Ecuador, Cuenca, la imprenta llegó en 1827, año en que realizaron en ese territorio varias publicaciones de carácter político, ordenanzas municipales, entre otros. En 1828 el austro ecuatoriano vio nacer al “Eco del Azuay” que en sus cuatro páginas mostraba trabajos literarios, reflexiones políticas, artículos científicos, pero también religiosos, y cuyo principal escritor fue Fray Vicente Solano.

En 1835 aparece Seminario Eclesiástico, en 1843 circula La Luz, en 1849 Los Viajes a Loja y en 1854 el periódico La Escoba.

Pero, no solamente las principales ciudades como Quito, Guayaquil y Cuenca empezaron a fundar periódicos con la llegada a sus territorios de la imprenta, sino también en Loja, Ambato, Riobamba, Ibarra, entre otras, los que cumplían con las mismas características, difundiendo su opinión sobre temas políticos, democráticos, religiosos y también para informar sobre asuntos estatales.

La prensa del siglo XIX en Ecuador como en el resto de Latinoamérica tuvo la influencia del periodo de la Ilustración a raíz de la Revolución Francesa, lo que apuntaló el ideario de libertad. Esta prensa denominada de combate la inició Eugenio Espejo a fines del siglo XVIII y su legado continuó con otros actores, entre ellos el ibarreño Pedro Moncayo en la época republicana, cuya misión siempre fue resaltar y defender la dignidad de su pueblo e ir en contra de las injusticias que se presentaban desde el gobierno, y Juan Montalvo, el gran maestro y escritor ambateño que combatió contra la tiranía predominante en su época, hombres que hicieron del periodismo y de su pluma, su arma de lucha.

Entre los periódicos que cumplieron con este objetivo están: La Linterna Mágica, El Viejo Chiguagua, El Látigo, El Tiempo, El Último de los Tiranos, El Espectador, el Quiteño Libre y más. Este último apareció en 1833 al empezar la vida republicana en el gobierno de Juan José Flores. Sus colaboradores, uno de ellos Pedro Moncayo, marcaron un hito en la defensa de la democracia y de los derechos de las personas.

Esta lucha del periodismo se extendió con los gobiernos subsiguientes, aquellos que en la tiranía encontraron la manera de regir a un país y su pueblo. Pero así como surgían periódicos en contra, también aparecían periódicos oficialistas, cada uno intentando defender su postura.

Con el liberalismo en el Ecuador, en 1895 se da un florecimiento de la prensa. “La toma del poder por parte del Partido Liberal, da un giro de 360 grados en el aspecto social y las libertades en el Ecuador” (Rivera, 2012, p. 7). Durante esos años aparecieron periódicos como La Democracia y El Siglo del imbabureño Roberto Andrade; El Zancudo, El Diablo Cojuelo y La Aguja del carchense Luciano Coral; El Buscapié, La Mañana, El Radical y El Diario del cuencano Manuel J. Calle.

La prensa con el tiempo siguió evolucionando en el Ecuador gracias a los avances de la tecnología y al crecimiento cultural, pues en el siglo XX los periódicos han diversificado su público objetivo y cada vez se suman más lectores.

“El periodismo moderno, fiel a esta realidad, se ha orientado hacia la empresa comercial, a la información diaria, al rotativo de gran formato y de numerosas páginas que caracterizan a la técnica periodística actual. Ha ido dejando el periodismo su carácter esencialmente político, romántico y hasta de combate individual, doctrinario e ideológico, sectareo lo más, panfletario y de folleto, para convertirse en empresa de información estrictamente comercial.” (Albuja, 2013b, p. 73)

Los periódicos que nacieron en este período de tiempo generaron su información basándose en la problemática socioeconómica y política, pero también sobre la situación por la que atravesaban los grupos vulnerables o al contrario defendiendo los intereses de los más pudientes. Esta clase de medios de comunicación dividieron sus temáticas en varias secciones para satisfacer la necesidad de información de sus públicos, incluso abordan temas como la moda, deportes, crónica roja, entre otros.

En el país se fundaron muchos periódicos en esta época, varios de los cuáles aún persisten, sobre todo aquellos diarios que llegan a nivel nacional como: el Telégrafo fundado en 1884 en Guayaquil y considerado el decano de los diarios en Ecuador; El Comercio que nació en Quito en 1906 que se lo consideró como uno de los más modernos en Latinoamérica, El Universo creado en Guayaquil en 1921. Además, se puede resaltar los diarios locales como el Mercurio de Cuenca, que apareció en 1924.

Otro de los medios escritos que trascendió a nivel nacional y que se mantuvo durante 32 años es Diario Hoy, fundado en 1982. Fue el primer periódico ecuatoriano en imprimirse a color, y el pionero en América Latina en incursionar en el mundo digital.

Según Rivera (2012), durante el siglo XX varios periódicos se preocuparon por su calidad cultural, presentando no solo noticias sino también contenidos educativos, sin embargo, en el periodismo actual, principalmente los medios nacionales como El Comercio, El Universo, El Telégrafo, Expreso, La Hora, El Tiempo y Extra no aportan con temas de esa índole, sino más bien están marcados por su tendencia ideológica-política, además de la publicidad y propaganda, que son los factores que determinan los temas de publicación, dejando de lado, en la mayoría de casos, la formación cultural.

1.2.4. Géneros periodísticos

Los géneros periodísticos se originan a partir de la literatura a finales del siglo XIX, pero con el tiempo fueron adquiriendo características propias de la labor periodística a medida que evolucionaban los medios de comunicación.

Dentro de las definiciones existentes, cabe destacar la de Juan Gargurevich (1982), reconocido por sus aportes sobre los géneros periodísticos, quien menciona que “son formas que busca el periodista para expresarse, debiendo hacerlo de modo diferente según la circunstancia de la noticia, su interés y, sobre todo, el objetivo de su publicación” (p.11). Por otro lado, para José Luis Martínez Albertos (1974) son “aquellas modalidades de la creación literaria concebidas como vehículos aptos para realizar una estricta información de actualidad y que están destinadas a canalizarse a través de la prensa escrita” (pp. 61-62). Sin

embargo, como menciona Vidal (2010), la definición varía según los autores, pues hay quienes defienden que los géneros periodísticos son normas o reglas establecidas para redactar los textos o a su vez, formas de comunicación que culturalmente se han ido construyendo, pero a pesar de las diferentes definiciones que se han planteado, se llega a la conclusión de que los géneros periodísticos son simplemente

Según Parratt (2008), la configuración de los géneros periodísticos “respondió inicialmente a una necesidad de ordenar las prácticas propias de la actividad periodística” (p. 19), pues los primeros periódicos publicaban textos que no seguían una estructura definida, con un estilo que dependía de quien lo escribía y sin ninguna diferenciación en cuanto al tipo de contenido, pero conforme incrementaba el auge de la prensa se vio la necesidad de organizarlo, sobre todo tomando en cuenta que en un principio los medios de comunicación escritos fueron utilizados para difundir ideas políticas, religiosas y sociales, por lo que existía una mezcla entre lo que era información y opinión.

La aparición de cada género se vincula a las etapas históricas del periodismo, mismas que se dividen en tres:

El periodismo ideológico que se sitúa desde mediados del siglo XIX hasta inicios de la Primera Guerra Mundial. Durante esta etapa predomina la intención de posicionar ideales y debatir sobre temas de interés y necesidades de cambio, con textos muy ligados a la literatura. Estas características corresponden a lo que hoy conocemos como géneros de opinión.

La segunda etapa es la del periodismo informativo en la que empieza a tomar fuerza el rol principal de informar más que promover ideologías, por lo que se fue consolidando el relato de los hechos de manera objetiva. Esta etapa inicia alrededor de 1870 pero tuvo mayor auge durante el periodo de entre guerras, en donde los medios empezaron a separar los textos noticiosos de los de opinión, aunque el primer diario en realizar esta división fue *The Daily Courant* en el siglo XVIII.

Según Parratt (2008), esta nueva visión del periodismo informativo generó un aumento considerable del consumo de la prensa, y debido a la gran demanda de información y a las limitaciones de los medios de comunicación para cubrir todo lo que ocurría, se crearon las agencias de noticias. Con ello se empezó a establecer un estilo de escritura más uniforme y objetivo e incluso se adoptó una mejor estructura basada en la pirámide invertida para ordenar la información según el nivel de relevancia de los datos y no necesariamente de manera cronológica.

Este nuevo periodismo se caracterizaba por significativos avances redaccionales que se traducían en la narración simple y llana de hechos: reportajes de enviados especiales o corresponsales de guerra y crónicas telegráficas eran realizadas fundamentalmente por periodistas de habla inglesa, que en su trabajo ya distinguían claramente los géneros de información (a los que denominaban *stories*) de los géneros de opinión (*comments*). (Parratt, 2008, p. 26)

La tercera etapa se denomina periodismo interpretativo o de explicación que cobró importancia a partir de la Segunda Guerra Mundial. Durante este periodo la inmediatez de la radio y la televisión provocó que la prensa se enfocó en ofrecer al público información más profunda, con mayor explicación e interpretación de los hechos para poder competir con los demás medios. Así surgen nuevas formas de redacción y una combinación entre el periodismo ideológico e informativo a raíz de lo cual aparecen los géneros híbridos.

De esta manera, el periodismo fue evolucionando y con ello varios teóricos establecieron diversas clasificaciones de los géneros periodísticos, sin embargo, la clasificación más reconocida y aceptada es la que se presenta a continuación:

- **Géneros informativos:** se centran en contar los hechos de manera expositiva y descriptiva, recogiendo la mayor cantidad de datos y versiones para contextualizar y contrastar la noticia de tal forma que logre ser lo más objetiva posible. Dentro de este grupo están la noticia, reportaje, entrevista, crónica noticiosa.
- **Géneros de opinión:** se caracterizan por la subjetividad con la que se narra, en el que el autor del texto toma una posición frente a un hecho o tema determinado y comparte sus ideas y opiniones. Estos son los artículos de opinión, entrevista de opinión, columna, editorial, comentario.
- **Géneros interpretativos:** se enfocan en profundizar y analizar la información sobre un hecho y presentar argumentos para obtener conclusiones a través de la interpretación de esos datos, por lo que de alguna manera no llega a ser del todo objetivo, pero tampoco se incluyen opiniones como tal. Dentro de estos géneros están el reportaje interpretativo, la entrevista interpretativa y la crónica.

1.3. Periodismo digital

El avance de la tecnología y la aparición del internet revolucionaron la sociedad en todos los aspectos y la comunicación no iba a ser la excepción. La web llegó a la vida de las personas para facilitar los procesos de interacción y globalización, rompiendo las barreras de espacio y tiempo y haciendo posible mantenerse al tanto de lo que ocurría alrededor del mundo en cuestión de segundos tan solo con un clic.

A principios de la década de 1990 inició la historia del periodismo digital en Estados Unidos, cuando varios medios como el Chicago Tribune, The New York Times, The Washington Post, Los Angeles Times y USA Today generaron ediciones *online* en redes comerciales como America OnLine o Prodigy. Sin embargo, según Carlson (como se citó en Salaverría, 2019), el primer medio en realizar una publicación en la *World Wide Web* fue el semanario Palo Alto Weekly de San Francisco el 19 de enero de 1994.

A partir de ese entonces, esa tendencia de introducirse en la web se fue expandiendo a nivel global. “Entre los años 1994 y 1996, la mayoría de los países del mundo vio nacer sus primeros medios digitales, promovidos casi siempre por periódicos” (Salaverría, 2019, p. 4).

En algunas sociedades la introducción del internet en la cotidianidad demoró más que en otras debido a la falta de recursos y poca accesibilidad, pero desde su aparición ya se empezó a evidenciar cambios para el periodismo, sobre todo en Estados Unidos y Europa.

En el año 2000 según Chyi y Sylvie (como se citó en Salaverría, 2019), en el mundo ya existía un total de 4400 publicaciones digitales, de las cuales 3161 eran de Norteamérica, 1634 de Europa, 269 de Latinoamérica y 214 pertenecientes al continente asiático.

A pesar de que el avance del periodismo digital fue de alguna manera acelerado, inicialmente los medios de comunicación solo se centraron en tener presencia en la web, pero con un modelo basado en el *shovelware*, un término que hace referencia al simple traspaso del contenido de la versión impresa del periódico al espacio digital, sin ninguna edición específica para web, pues en ese momento los periodistas no contaban con el conocimiento suficiente al respecto, por lo que enfrentaron varios retos al tener que adaptarse a las nuevas herramientas que el internet ofrecía, pero sobre todo a las nuevas necesidades informativas que estaban exigiendo las audiencias, teniendo que adoptar las características de instantaneidad, multimedialidad e interactividad, propias de los entornos digitales. Como menciona Moreno (2017):

En el siglo XX el periodismo tradicional vería llegar uno de sus problemas más importantes: internet y, con él, los periódicos digitales. Estos sí que tenían un aspecto similar, una manera parecida de llegar al público y, para colmo del periodismo tradicional, adquirirían la inmediatez de la radio y la televisión y se podían leer gratuitamente. (p. 1301)

Con el tiempo aparecieron medios nativos digitales que entendían mejor la dinámica de internet y adquirieron auge, por lo que varios expertos creían incluso que en algún momento los medios tradicionales desaparecerían, cabe destacar que aún muchos continúan pensando lo mismo. Debido a esto, los profesionales de la comunicación se vieron en la obligación de actualizar sus conocimientos, sus redacciones, encontrar nuevos formatos para presentar la información, abrirse un espacio en la red y empezar a generar contenidos específicos para internet para no quedarse atrás. Este proceso evolutivo es constante por lo que permanentemente deben capacitarse para seguir a la par de los avances tecnológicos.

Actualmente no se tiene registros de cuántos medios digitales existen en el mundo, pero es evidente el crecimiento que ha tenido, más aún con el auge de las redes sociales.

1.3.1. Conectivismo

El conectivismo es una teoría de aprendizaje desarrollada por George Siemens y Stephen Downes para analizar la manera en que la tecnología en la era digital ha influido en la forma en que las personas se informan, se comunican y aprenden. Tiene sus bases en las limitaciones del conductismo, constructivismo y el cognitivismo que según la percepción de los autores, no abordan a profundidad la incidencia de lo digital en los procesos de aprendizaje.

Si bien esta teoría se enfoca principalmente en cómo los entornos digitales cambian la dinámica educativa debido al cúmulo de conocimiento que se encuentra en la red y la creación de nuevos recursos para la educación, también puede relacionarse con la comunicación haciendo un análisis del impacto que ha tenido el internet y las redes sociales en la producción y consumo de información.

Actualmente, la sociedad se mantiene conectada a la red casi de forma permanente durante el desempeño de sus actividades diarias, consumiendo cantidades enormes de información de diversas fuentes y muchas veces incluso inconscientemente. Esta libertad de acceso según Ovalles (2014), genera cambios en la interacción del individuo con el conocimiento y con los medios por los cuales lo obtiene.

En base a esto, Siemens (2007) afirma que “la habilidad de realizar distinciones entre la información importante y no importante resulta vital. También es crítica la habilidad de reconocer cuándo una nueva información altera un entorno basado en las decisiones tomadas anteriormente” (p. 6), pues desde su visión, que resulta similar a la de McLuhan, la utilización de la tecnología afecta y produce alteraciones no solo en lo técnico sino también en lo social, debido a que el individuo establece una relación sumamente estrecha con los dispositivos electrónicos.

1.3.2. Tendencias de consumo y producción de información en la era digital

Como se mencionó anteriormente, el internet generó grandes cambios en la sociedad, sobre todo en la forma en que se consume información, creando así un nuevo grupo de audiencias digitales con características y necesidades muy distintas a las tradicionales. Según Ronaldo (2018), con la tecnología se evidenció una revolución generacional en la que no solo se transformó la lógica de la audiencia sino también del producto noticioso.

Si antes se pensaba que el público era un ente pasivo que solo esperaba recibir información y que además se ajustaba a la agenda mediática que imponían los medios, con los entornos digitales de a poco se produjo un cambio total de paradigma y las audiencias pasaron a tener una participación incluso decisiva en la producción de noticias. Por ende, no bastó solo con migrar a internet y difundir ahí las mismas noticias que se publicaban en los medios tradicionales, sino que conllevó todo un proceso de reestructuración y entendimiento de las nuevas tendencias de consumo.

Cuadra (2022), afirma que “las audiencias digitales aparecen como sujetos híbridos, nacidos de la conjunción de una Sociedad de Consumo y una Sociedad de la Información. Estos nuevos sujetos, “usuarios-consumidores” habitan las RSO, Redes Sociales on line, constituyendo “enjambres” inestables, efímeros, emocionales, despolitizados” (p. 137). Esta nueva actitud del público supuso una ruptura de la estructura tradicional de los medios, pues se vieron obligados a encontrar la forma de hacer que el contenido sea atractivo y que cumpla con sus expectativas para poder captar su atención.

La posibilidad que ofrece internet para acceder a la información en cualquier lugar, a cualquier hora y en cualquier dispositivo resultó una complejidad para los medios de comunicación, pues los noticieros de televisión no contaban con esa inmediatez que empezaron a exigir las audiencias y la prensa aún menos. De igual forma, las redes sociales dieron paso a que los usuarios puedan interactuar con lo que se comparte en el espacio virtual, por lo que ahora los contenidos debían permitir que la audiencia no sea solo espectadora o lectora, sino que se produzca esa retroalimentación o *feedback*, dando a conocer su opinión sobre las publicaciones. Esto con el tiempo también despertó en los

usuarios un deseo de ser parte de la construcción de contenidos, convirtiéndose en sujetos activos y participativos dentro del proceso comunicacional, es así que Barrios y Zambrano (2015), señalan que “la audiencia toma protagonismo, está ávida de información pide una fuerte interacción y pasar de mirar de manera exclusiva los componentes locales para aportar experiencias globales” (p. 223).

Toda esta revolución influyó directamente en la labor periodística, aportando con nuevas herramientas para el proceso de producción y difusión, con lo que surgieron nuevos formatos. Así, los periodistas tuvieron que empezar a producir contenidos multimedia en los que se integra audio, texto y video, además de adoptar una narrativa transmedia. Según Jenkins (2008), “una historia transmediática se desarrolla a través de múltiples plataformas mediáticas, y cada nuevo texto hace una contribución específica y valiosa a la totalidad [...] el recorrido por diferentes medios sostiene una profundidad de experiencia que estimula el consumo” (p. 101), es decir, producir contenidos independientes en diferentes formatos para ser publicados en diversos canales, pero que a la vez logren conectarse y complementarse entre sí como parte de un solo mensaje. Varios medios de comunicación tradicionales que crearon sitios web y páginas en redes sociales para no quedarse fuera del entorno digital, están optando por construir este tipo de narrativa transmedia y multiplataforma, difundiendo en redes sociales información adicional a la que ya se presentó en el medio tradicional pero con formatos más atractivos y acorde a las características de cada plataforma. Esta dinámica también les permite tener un mayor alcance y llegar a un público diverso.

Además, las redes sociales han hecho posible una segmentación mucho más profunda del público, para lo cual los medios de comunicación deben conocer mejor la personalidad y comportamiento de su audiencia para crear contenido en base a eso y difundirlo a través de los canales más efectivos que les permitan llegar a ellos de forma exitosa.

Son los medios los que en esta realidad se ven en la obligación de ir a buscar a la audiencia a sus zonas de confort. Localizar en qué y en dónde pasan sus horas las personas que solían ir a comprar el diario y ofrecer la versión digital con hipervínculos y formatos más dinámicos, en la que el tiempo de atención y concentración es más reducido. (Ronaldo, 2018, p. 159)

Estos nuevos escenarios mediáticos también provocaron que se replantee el quehacer periodístico y el perfil profesional del periodista, pues es necesario que conozcan el manejo de las nuevas herramientas y estén en la capacidad de producir contenidos con las características descritas anteriormente. Entorno a esto, Jódar (2010) señala que “los nuevos profesionales han de tener una mayor formación cultural y tecnológica además de ser más versátiles y polivalentes” (p. 9), pues las tecnologías actualmente permiten que una persona pueda asumir diversas competencias, mismas que antes las ejercía todo un equipo de profesionales de distintas áreas, por lo que los nuevos comunicadores deben estar capacitados para ser multitareas.

Todo lo antes mencionado se podría decir que corresponde a un proceso que Roger Fidler (citado en Jódar, 2010) lo denominó como “mediamorfosis” haciendo una analogía con el

proceso de transformación de las especies, pero en este caso, de los medios de comunicación como respuesta al avance tecnológico y los cambios sociales que surgieron a raíz de la llegada de la era digital, ante lo cual los medios solo tenían dos opciones: adaptarse o morir.

1.3.3. Medios digitales en Ecuador

Los inicios del periodismo digital en Ecuador datan de 1995 cuando el ahora desaparecido Diario Hoy de la ciudad de Quito decidió crear su página web, convirtiéndose así en el primer diario online en el país y en Latinoamérica. Su primera publicación digital fue un boletín con un resumen de las noticias diarias. Tomando en cuenta que el internet llegó al país en 1991, su acceso en ese tiempo seguía siendo limitado, por lo que la mayoría de la población no fue testigo de esto, sin embargo, según José Rivera (2013), “en ese momento constituyó el único nexo para cientos de ecuatorianos en el exterior” (p. 113). De hecho, ese fue uno de los principales motivos que tuvieron los directivos de Diario Hoy para la creación del medio en línea.

En ese mismo año durante la Guerra del Cenepa, la empresa creó un sitio web en el que se subía la primera página del diario físico y una versión electrónica del suplemento “La Epopeya del Cenepa” con información sobre el conflicto.

Por su parte, Diario El Comercio fue el segundo medio ecuatoriano en ingresar al mundo digital, creando una página web en 1996, la cual contaba según Espinosa (como se citó en Rivera, 2013), con una “nota escaneada de la edición impresa, con un enlace a la nota desplegada de la misma edición, además de un índice de links adicionales hacia las otras secciones” (p. 114).

Otros medios del país como El Universo y Expreso de Guayaquil ingresaron a la web en el mismo año, El Diario de Portoviejo en 1997, diario Extra de Guayaquil, La Hora de Loja en 1998 y a partir de ahí los demás periódicos principalmente de las grandes ciudades empezaron a migrar sus contenidos a Internet.

Inicialmente, los medios de comunicación solo replicaban los contenidos del diario físico con un diseño muy básico, pero ya estar presentes en internet se consideraba como un logro para ellos, sin embargo, de a poco fueron implementando más elementos para enriquecer sus plataformas. Diario El Comercio en el 2000 ya tenía contenidos más organizados a través de un menú, implementó banners e incluso creó una especie de suscripción para enviar los titulares por correo electrónico. Diana Rivera (2016), menciona que en la edición digital de este medio en 2001 se incluye “una sección de instantaneidad llamada «Lo último» y una para migrantes. Aparece una opción, que permitía acceder al archivo y secciones propias de entretenimiento como «Cachos»” (p. 133).

Los demás diarios continuaban con sus diseños en HTML con imágenes de baja calidad y sin crear contenidos específicos para web, pero fueron realizando mejoras de manera paulatina.

En el caso de diario El Comercio, en 2005 implementó contenidos multimedia especialmente con audio. Por su parte, en el año 2009 El Universo modificó de manera significativa su

estructura, pues creó una sala de redacción online contratando un equipo que se encargue específicamente de los contenidos y organización del sitio web (Rivera, 2016). Esto le permitió mejorar la experiencia de navegación al usuario, al dedicar más tiempo y recursos para ello.

En el proceso de convertirse en verdaderos ciberdiarios, El Comercio, El Universo y Expreso son los que mejor han adaptado las características propias que la Web ofrece y muestran un crecimiento progresivo. Mientras tanto, los ciberdiarios locales tienen una tendencia más sencilla, estática, poco desarrollada y no explotan las herramientas. (Rivera, Rodríguez y González, 2015)

Con respecto a los medios nativos digitales, el primero en aparecer en el país fue Ecuador Inmediato en 2004. “A partir de esa fecha, comienza a publicar en torno a 1.500 actualizaciones diarias, lo que le granjea el calificativo de primer periódico instantáneo del país” (Rivera, 2016, p. 134), alcanzando gran acogida entre la población que tenía acceso a internet. A pesar de que fue el pionero, quedó estancado únicamente en la inmediatez, pues no siguió innovando para implementar otras características como la interactividad y multimedialidad, al contrario de varios medios que surgieron después que sí se preocuparon por mejorar.

Según información de la *World Association of Newspapers* (como se citó en Rivera, Rodríguez y González, 2015), 22 de los 35 diarios ecuatorianos existentes en el 2008 ya estaban en la web, lo que representa el 62.9%. Cabe destacar también que el acceso a internet recién en el año 2007 logró tener mayor cobertura en el país. En 2010, el 23% de la población utilizaba internet y para el 2012 ya había un 43.8% de penetración de internet en Ecuador.

Para el 2013 ya existían alrededor de “34 medios de comunicación nativos digitales, 16 periódicos digitales, 14 radios y cuatro revistas” (Rivera, 2013, p. 117), pues con el creciente acceso a la tecnología los entornos digitales fueron estableciéndose como alternativas para generar nuevos contenidos e informar a públicos más amplios y diversos. La mayoría de estos medios se encontraban en Quito, Guayaquil y Cuenca.

Sobre los medios televisivos, Teleamazonas fue el primer canal en abrirse un espacio en la red en 1998, seguido de Ecuavisa en 1999, TC Televisión en 2001 y RTS en 2005.

Muchos otros medios de comunicación en el país no contaban con los recursos necesarios para poder adaptarse, por lo que demoraron más tiempo en dar el salto a lo digital y así mismo, algunos no lograron evolucionar y cerraron sus puertas.

Las cifras más actuales registradas son del año 2018, en el que se contabilizaron 83 medios nativos digitales, de los cuales 36 son de Pichincha, 18 de Guayas y 9 de Los Ríos, siendo estas las tres provincias con más medios nativos en el país (Morejón y Zamora, 2019). Entre ellos los que más impacto han tenido son Plan V, La Barra Espaciadora, Mil Hojas, La Posta, GK, Primicias, entre otros.

En los contenidos de estos medios se evidencia la evolución que ha existido en el país en cuanto a la utilización de las herramientas que los entornos digitales ofrecen. Estos medios

además de tener un sitio web, poseen cuentas en redes sociales lo que les permite ampliar su público y actualmente con el fin de llegar a los jóvenes han implementado nuevos formatos atractivos como los “memes” que aportan información a la vez que entretienen. El Comercio y La Posta son los medios que más destacan en este aspecto, especialmente en Instagram.

Según las últimas estadísticas existentes de Mentinno (2022), el 69,7% de la población ecuatoriana tiene acceso a internet. Las redes sociales más utilizadas son Facebook, TikTok e Instagram con un total de 13,1 millones, 10 millones y 6,2 millones de usuarios respectivamente. En cuanto a los medios de comunicación que cuentan con sitio web, los más visitados de acuerdo a este estudio son El Universo y El Comercio. Con respecto a inversión publicitaria digital en 2021, el 73,24% fue destinada a medios digitales, por lo que se evidencia el gran impacto que tienen actualmente.

1.4. Prensa en Imbabura e Ibarra

1.4.1. Contexto histórico del inicio y evolución de la prensa

A pesar de que la imprenta llegó a Ecuador en el siglo XVIII, no todas las ciudades del país tuvieron rápido acceso a ella. Fue en el siglo XIX cuando se empezaron a establecer lentamente las imprentas en las capitales de las provincias, a excepción de Pichincha y Guayas que ya tenían un periodismo más desarrollado.

En el caso de Imbabura, según Cepeda (2021), la imprenta se instaló en 1840 en su capital, pero tuvo que pasar 10 años más para que se publicara el primer periódico de la provincia denominado El Imbabureño, fundado por Camilo Popeye Guzmán el 14 de julio de 1850. Un dato curioso es que este periódico se imprimía en Quito y luego se lo enviaba a Ibarra para su distribución. No existe alguna razón registrada que explique el porqué de este hecho, pero sin duda, la aparición de este medio significó un avance para la sociedad ibarreña.

Morales (2008) describe a El Imbabureño como un periódico que utilizaba un lenguaje culto y moderado que emitía juicios sobre causas sociales y la necesidad de progreso, con una inclinación política hacia la revolución marcista, pero sobre todo difundía contenidos que pretendían incentivar la libertad y el desarrollo de la provincia.

El 4 de febrero de 1865 aparece otro periódico con el mismo nombre, creado por José Nicolás Vaca, con una intención política muy clara, apoyar y difundir la candidatura presidencial de Manuel Gómez de la Torre, con una duración de un año. Así como este y al igual que en todo el país, surgieron un sin número de periódicos con una única intencionalidad, de tal modo que desaparecían en cuanto la causa que dictó su origen terminaba. Con respecto a Ibarra, Morales (2008) señala que:

Es una de las capitales provincianas en donde ha aparecido gran número de publicaciones periódicas (cerca de un centenar) de toda índole: desde el quincenario hasta el diario; desde el panfleto fustigador hasta el periódico circunspecto y de elevado criterio cívico; desde la efímera gaceta para auspiciar un evento político o de ocasión hasta las serias publicaciones que recogen documentos y crónicas; desde el fogoso semanario juvenil hasta el hebdomadario que sustenta graves intereses de orientación y cultura. (pp. 191-192)

Así, aparecieron varios medios en los siguientes años como La Voz de Imbabura en 1889, dirigido por el sacerdote doctor Mariano Acosta, con carácter quincenal y con un sentido crítico y literario que se evidenciaba en sus contenidos que abarcaban entre ocho y diez páginas. Luis F. Madera (como se citó en Albuja, 2013a) afirma que “La Voz de Imbabura es como el periódico oficial de la región, por el acopio de datos seccionales y de interés público. Es un apreciable ensayo de estudios paleográficos e históricos” (p. 147).

En 1892 nace El Pailón en Otavalo, con el propósito de promover la construcción de una vía que favorezca una salida al mar. Sobre esto Albuja (2013a) menciona que entre las características que definen al periodismo imbabureño es precisamente el deseo de resaltar las riquezas de la zona, pero aún más importante, el de defender y luchar por causas que fomenten el progreso de la provincia, en este caso, manteniéndose leales al objetivo de contar con una vía férrea que permita unir la Sierra con la Costa.

En este contexto también aparece El Ferrocarril del Norte en 1917, gracias a la iniciativa de Víctor Manuel Guzmán para continuar apoyando y exigiendo la construcción de la ferrovía hacia el mar, pues sería una obra que beneficiaría en gran medida a la provincia. Este periódico se publicó en forma de semanario durante 31 años, llegando a acumular un total de 1228 números con gran acogida entre la población. Albuja (2013a) asegura que el redactor de este medio, Nicolás Hidalgo, fue uno de los líderes incansables en la lucha por dicha vía.

Otro periódico que permaneció varios años fue El Bien Social publicado por Segundo Flores Rosales en 1918 hasta 1944, como órgano y vocero de la Sociedad de Artesanos, institución que contaba con una imprenta propia como regalo del presidente Leonidas Plaza.

Durante la época liberal, también surgieron periódicos con contenido enfocado principalmente en el ámbito político que apoyaban esta ideología, como el semanario El Liberalito (1896), La Hormiga (1896), El Germen (1899), La República (1903), entre otros.

Según relata Morales (2008), algunos personajes políticos reconocidos hicieron periodismo en Ibarra, como Abelardo Moncayo, quien fue director del semanario liberal El Norte creado en 1896, Ángel Meneses a través de El Sufragio de 1912, Mariano Suarez Veintimilla con El Clarín en 1924, que apoyó la candidatura de Nicolás Gómez, y con La Estrella Polar en 1925 que se caracterizó por ser un semanario de combate, conservador y que incluso su emisión fue interrumpida debido al encarcelamiento de su director, hecho que fue denunciado a través de sus últimos ejemplares.

Pero uno de los que más ha influido en la zona, sin duda ha sido La Verdad, creado en 1944 como un semanario independiente, dirigido por Monseñor Leonidas Proaño, en el que se publicaban temas culturales, sociales y de interés local. Tuvo una duración de casi setenta años, por lo que es considerado el medio que más tiempo se mantuvo en la ciudad.

Por su parte, Diario El Norte publicado en 1987 y dirigido por Luis Mejía Montesdeoca tuvo fuerte repercusión desde su aparición, lo que le permitió continuar hasta la actualidad.

Debido a eso, este medio junto a La Verdad son los diarios de estudio de la investigación, que se analizarán más adelante.

Entre los periódicos más actuales e importantes de la zona también destaca Diario La Hora con cobertura nacional, con sede en Quito, que decidió instalarse en Ibarra para generar un diario regional en 1995, y a pesar de que se mantuvo por largo tiempo, en 2020 debido a la crisis económica generada por la pandemia de COVID-19 tuvo que cerrar sus puertas en la provincia.

Durante todo este periodo se crearon un sin número de medios escritos en Imbabura, algunos de ellos se presentan a continuación:

Tabla 1

Primeros periódicos de Imbabura

Año de publicación	Nombre del periódico	Fundador
1850	El Imbabureño	Camilo Pompeyo Guzmán
1865	El Imbabureño	José Nicolás Vacas
1889	La Voz de Imbabura	Mariano Acosta
1892	El Pailón	Modesto Andrade
1896	El Norte	Abelardo Moncayo y Modesto Andrade
1898	El Liberalito	-
1898	La Hormiga	Modesto Andrade
1899	El Germen	Modesto Andrade
1900	La Unión Liberal	Órgano del Club Liberal
1901	Hojas Sueltas	Liborio Madera
1903	Periódico Municipal	Juan José Páez
1906	El Centenario	Comisión Municipal
1910	La Voz Nacional	Alejando y Luis F. Villamar
1912	El Sufragio	Ángel Meneses
1917	El Ferrocarril del Norte	Víctor Manuel Guzmán
1918	El Bien Social	Segundo Flores Rosales
1920	El Canto Claro	Tomás Caicedo
1922	El Espectador	Gonzalo Yépez Terán
1924	El Argonauta	Víctor Gabriel Garcés

1924	El Clarín	Mariano Suárez Veintimilla
1925	La Estrella Polar	Mariano Suárez Veintimilla
1928	La Espiga	Enrique Pasquel Monge
1932	El Índice	Jorge Yépez Terán
1938	Granito de Trigo	Leonidas Proaño
1940	La Juventud Obrera	Juventud Obrera Católica
1944	La Verdad	Leonidas Proaño
1945	Gaceta Municipal	Carlos Rivadeneira
1947	El Tiempo	Domingo Romero
1950	El Imbabureño	Alfredo Albuja Galindo
1962	La Voz del Magisterio	Alfredo Albuja Galindo
1963	La Patria	Carlos A. Rivadeneira
1975	Alborada	Pola Cevallos
1987	Diario El Norte	Luis Mejía Montesdeoca

Nota. Información tomada del libro Monografía de Ibarra (2008).

En cuanto a la estructura y contenido de estos periódicos, durante los primeros años principalmente se evidenciaba más artículos de opinión que noticias informativas y no tenían secciones definidas, sin embargo, con el tiempo fueron adquiriendo mayor organización y mejoraron sus contenidos.

Al no existir la profesión de periodista como tal, el periodismo se desarrollaba a partir del ejercicio oficioso de individuos que, desde sus particulares intereses y filiaciones ideológicas, iban tendiendo vínculos con grupos similares de otras provincias, circunstancia que explica la reproducción e intercambio de artículos y también de noticias, las que comenzaban a nutrir páginas de las publicaciones gracias al canje de ejemplares y la entrada en funcionamiento del telégrafo. (Cepeda, 2021, p. 400)

En Ibarra, los redactores de los periódicos eran principalmente poetas, relatistas, maestros, abogados y ciudadanos destacados de la época que tenían facilidad de palabra y que a través de sus letras podían expresar sus pensamientos e ideales sociales, políticos y culturales, siendo en general, la voz de la ciudad a través de sus páginas.

Y a pesar de que no habían tenido una formación en periodismo, Morales (2008) señala que “los periodistas ibarreños se han distinguido, en su gran mayoría por ser conocedores del oficio: vasta ilustración, amenidad sostenida y estilazo castizo, digno de lucirse en cualquier escenario cultural” (p. 192), por lo que marcaron una huella en la historia de la ciudad e influyeron en gran medida en la sociedad de ese entonces.

Sin embargo, Alfredo Albuja (2013a) considera que el periodismo ibarreño “ha sido pobre en general, escaso a lo menos en su estabilidad, como todo periódico pequeño de provincia. En su mayoría han sido periódicos pequeños, ocasionales, de vida efímera, que no han logrado superar las contingencias del tiempo y de la economía” (p. 148), si bien es cierto, la mayoría de los periódicos que aparecieron en la Ciudad Blanca encajan en estas características debido a su corta duración, muchos incluso solo se publicaron una vez, no obstante, si existieron otros que tuvieron gran incidencia y lograron instaurarse en la cotidianidad ibarreña, guiando la opinión pública de la población en esos años.

1.4.2. Diario La Verdad

La Verdad nació en 1944 gracias a la iniciativa del sanantonense Monseñor Leonidas Proaño. Este sacerdote fue uno de los más destacados del país debido a su labor social y su lucha por las causas justas, mejor conocido como el “obispo de los indios”.

Durante muchos años en el Ecuador, la iglesia estuvo fuertemente vinculada con el poder político, económico y social, direccionando la ideología del pueblo a favor del gobierno, sin embargo, como señala Enrique Ayala (2008), no todos los sacerdotes estaban de lado de los poderosos y varios de ellos denunciaban y luchaban contra las injusticias. Uno de ellos fue precisamente Leonidas Proaño, quien desde que inició su labor eclesial estuvo cerca del pueblo, de los obreros y de los indígenas. Dentro de sus preocupaciones siempre estuvo presente la necesidad de inculcar la lectura en Ibarra, para lo cual creó la librería “Cardjn” y tiempo más tarde fundó el periódico La Verdad, a través del cual difundía de manera constante su postura principalmente sobre temas sociales que afectaban a la ciudad, siendo muy influyente entre la opinión pública.

Este medio se dividió en tres fases, pues inició en 1944 como semanario, cuatro años después se convirtió en bisemanario y el 1 de marzo de 1952 se constituyó como el primer diario de Ibarra, “bajo el tenaz impulso de ese singular varón, sacerdote y líder de indeclinables luchas por dar vigencia a la verdad evangélica y la justicia social, Mons. Leonidas Proaño Villalba, periodista de genuina vocación” (Morales, 2008, p. 192).

Las páginas de este periódico estaban llenas con temas culturales, sociales y políticos, pero con el objetivo de servir a los intereses del pueblo, pues su lema se basaba en que “la verdad os hará libres”.

Con cada publicación, este medio de comunicación pasó a formar parte fundamental del diario vivir no solo de la población ibarreña sino de toda la provincia, convirtiéndose en un referente del periodismo local. Además, en el aspecto social, “creó una cultura de lectura paternalista, es decir, todos los ibarreños por cultura general compraban este diario” (Flores, 2015, p. 47), cumpliendo así con su aspiración inicial.

Algunos personajes muy reconocidos que aportaron con sus escritos al diario son: Mariano Acosta, Luis F. Madera, Francisco H. Moncayo, César Morales Granda, Luis F. Villamar, Nicolás Hidalgo, Roberto Morales, Rafael Larrea Andrade, Luis Ulpiano de la Torre, Juan Viteri Durand y más.

La Verdad fue la primera y única cooperativa de producción gráfica y periodística del Ecuador hasta el 2004, cuando se transformó en sociedad anónima y cambió su eslogan a “pionero de la información”.

Este diario se caracterizó por un estilo muy tradicional, lo que en parte ayudaba debido a que ya estaba bien posicionado entre la población adulta y adulta mayor, pero también le jugó en contra, pues como destaca Flores (2015):

Con el tiempo fueron apareciendo nuevos medios de comunicación en Imbabura y estos llegaron con ideas frescas e innovadoras y a su vez llegaron con equipos que fueron evolucionando a la par de la tecnología, así que en muchas ocasiones el diario fue desplazado, pero nunca dejó de ser complemento de lectura. (p. 47)

Diario La Verdad cumplió con su labor informativa hasta el 4 de marzo de 2012, con 67 años y 10 meses de trayectoria, y un total de 19 247 ejemplares impresos, siendo el periódico que más tiempo ha logrado sostenerse en la provincia, marcando historia no solo por sus años de labor, sino también por el aporte que significaron sus ediciones para la ciudad.

1.4.3. Diario El Norte

Diario El Norte fue fundado el 25 de junio de 1987 bajo la dirección de Luis Mejía Montesdeoca con la intención de generar noticias para toda la zona norte del país incluyendo Imbabura, Carchi y Esmeraldas.

Su fundador es un personaje político reconocido no solo en la provincia sino a nivel nacional, pues fue cuatro veces diputado, en tres ocasiones prefecto de Imbabura, una vez asambleísta y presidente de la Asamblea Constituyente cuando se expidió la Carta Magna de 1998. Su vida política, según explica Flores (2015), en varias ocasiones ha generado controversia y malas interpretaciones para el diario, sin embargo, sus miembros afirman que siempre se ha mantenido la ética profesional en los contenidos periodísticos.

La idea del director era crear un equipo de trabajo con profesionales que salían de las facultades de Comunicación, pero también con estudiantes de periodismo para generar un producto que pueda competir con los diarios ya establecidos en ese entonces como Diario La Verdad. Entre los miembros de este medio estaban Luis Cifuentes, Pablo Jurado, Jaime Salazar, Daniel Jaramillo, Ramiro Bucheli, Patricio Pérez, entre otros.

Desde sus inicios, la visión de Diario El Norte ha sido la de brindar el mejor contenido a sus lectores, por lo que constantemente han intentado innovar tanto en equipamiento como en los productos comunicacionales que ofrecen al público.

“Su distribución ha tratado de llegar a todos los rincones de la provincia gracias a estrategias que se han empleado como revistas infantiles, suplementos educativos para llegar también a los lectores más pequeños como fuente de información” (Flores, 2015, p. 75) y de hecho lo han conseguido, pues con el pasar de los años este diario se ha ganado prestigio en la toda la zona norte.

Uno de los motivos que les ha permitido acercarse más a su audiencia, según Luis Mejía Montesdeoca (citado en Flores, 2015), es que procuran generar espacios donde la comunidad pueda sentirse identificada, realizando la labor periodística desde una visión ciudadana, para mantener el compromiso con la gente y así conocer sus necesidades.

De esta manera fueron creciendo y para el año 2015, el número de ejemplares que imprimían superaba los seis mil.

Su transformación y constante evolución es evidente al revisar las páginas de su diario y se han sabido adaptar a la era digital. Actualmente, Diario El Norte cuenta con página web, redes sociales e incluso un medio digital llamado “ENTV”, constituyéndose así en uno de los medios de comunicación más importantes de Imbabura y Carchi en los últimos años.

CAPÍTULO II: METODOLOGÍA

En el siguiente apartado se describe la metodología que se utilizó para llevar a cabo la presente investigación.

2.1. Tipo de investigación

Se trata de una investigación mixta, es decir, cuantitativa y cualitativa debido a que se elaboró un análisis del formato, estructura y contenido periodístico de las publicaciones realizadas por los diarios que son objetos de investigación, además de entrevistas a expertos para identificar características específicas sobre el manejo informativo, la evolución y adaptación a la tecnología.

La investigación cualitativa es característica del área de las ciencias sociales y permitirá obtener explicaciones más claras sobre el caso estudiado, debido a que como menciona Cotán (2016), dentro de este tipo de análisis “asumimos los profundos procesos de reflexión e implicación [...] manteniendo una relación constante e interactiva con los principales actores de la investigación para poder obtener un proceso de recolección e interpretación de los datos que nos permita conocer la realidad que estamos estudiando” (p. 41). Por otro lado, la investigación cuantitativa contribuye a establecer conclusiones más concretas a través de cifras numéricas, pues “nos ofrece la posibilidad de generalizar los resultados más ampliamente, nos otorga control sobre los fenómenos y un punto de vista de conteo y magnitudes de éstos” (Arteaga, Gutiérrez, Nares y Gutiérrez Villarreal, 2017, p. 171). De esta manera, ambos tipos de investigación se complementan para obtener resultados fiables y concisos.

2.2. Técnicas e instrumentos

Como parte de las técnicas de investigación se aplicó un análisis de contenido y varias entrevistas semiestructuradas, para lo cual se utilizó como instrumentos una matriz de análisis de contenido y un cuestionario de preguntas.

La entrevista es una técnica que según Fernández (2001), “constituye el fluir natural, espontáneo y profundo de las vivencias y recuerdos de una persona mediante la presencia y

estímulo de otra que investiga, quien logra, a través de esa descripción, captar toda la riqueza de sus diversos significados” (p. 15), por lo que permite ahondar en el conocimiento y experiencia de las personas entrevistadas para interpretar y descubrir aspectos que quizás no se hubiese logrado obtener a través de otros métodos. Por ello, se entrevistó a tres periodistas que laboraron en Diario La Verdad durante varios años antes de su cierre, al ex director de Diario El Norte y a una periodista que formó parte de este medio, además del director de la Casa de la Cultura Núcleo Imbabura, quien tiene conocimiento sobre el periodismo local y ha redactado editoriales para ambos diarios. En las entrevistas se abordaron preguntas relacionadas a los inicios de los diarios, el impacto e influencia que tuvieron en los ibarreños, cómo estaban conformados los equipos periodísticos, cómo lograron posicionarse, cómo les afectó o benefició la llegada del internet y qué dificultades tuvieron al momento de evolucionar a lo digital.

Para la matriz de análisis de contenido se establecieron ocho variables con el fin de determinar las características de las publicaciones de Diario El Norte y Diario La Verdad desde 1998 hasta 2015 para comparar su evolución tanto en forma, estructura y contenido.

Tabla 2

Variables de la matriz de análisis de contenido

<i>Variables</i>	Fecha de publicación	
	Medio de comunicación	
	Número de páginas	
	Impresión	-Color -Bicolor -Blanco y Negro
	Secciones	-Social -Economía -Política -Ciudad -Deportes -Opinión -Actualidad -Imbabura/Cantones -Pichincha -Carchi -Nacionales -Internacionales -Clasificados -Necrológicos -Salud -Cocina -Ciencia -Entretenimiento -Cultura -Turismo -Variedades

	-Sucesos/Crónica -Judiciales -Educación -Familia -Guía informativa -Farándula/Espectáculo
Géneros periodísticos utilizados	-Noticia -Reportaje -Entrevista -Artículo de opinión -Crónica -Editorial
Uso del espacio	-Contenido informativo -Contenido publicitario
Suplementos	

Fuente. Elaboración propia

2.3. Hipótesis

- La prensa ibarreña se demoró más en surgir y evolucionar en comparación con las ciudades grandes del país como Quito y Guayaquil.
- En sus inicios era un periodismo empírico que se centraba mayormente en la opinión.
- Diario La Verdad siempre mantuvo un estilo más tradicional y no logró adaptarse a las nuevas tecnologías.
- Diario El Norte procuró mantenerse a la vanguardia de los avances tecnológicos para satisfacer las necesidades de las nuevas audiencias y migró con éxito al entorno digital.

2.4. Participantes

La muestra analizada consta de cinco ediciones de Diario La Verdad y seis de Diario El Norte de diferentes años durante el periodo de estudio establecido: 1998, 2000, 2006, 2010, 2011-2012 y 2015.

Los años de las publicaciones escogidas se determinaron según la disponibilidad de los diarios físicos que se pudo encontrar y también debido a la temporalidad que responde cronológicamente a sucesos sociales nacionales como la crisis económica que conllevó el feriado bancario en 1999 y el posterior proceso de dolarización en el 2000, que tuvieron fuertes consecuencias para todos los ecuatorianos; la inserción de la prensa digital que como se mencionó anteriormente inició en 1995 pero tuvo un lento desarrollo y fue tomando fuerza aproximadamente a partir del año 2004 donde se registra la aparición de medios nativos digitales, pero teniendo en consideración que en las ciudades pequeñas del país los procesos de evolución tardaban un poco más, se ha seleccionado los ejemplares del 2006 y 2010 para el análisis. Además, tomando en cuenta que Diario La Verdad cerró en 2012, se seleccionó el último ejemplar que fue posible encontrar que corresponde al 31 de diciembre de 2011, sin embargo, de Diario El Norte se logró obtener una publicación del 2012 para realizar la comparación. Y finalmente, se analizó una edición más de El Norte de 2015 para evidenciar

cómo continuó evolucionando, considerando también que en 2013 se aprobó la Ley Orgánica de Comunicación en el Ecuador.

Con respecto a los entrevistados, cuatro de ellos son profesionales de la Comunicación que formaron parte de los medios escritos investigados y una persona con conocimiento sobre la historia del periodismo ibarreño que ha tenido la oportunidad de colaborar como editorialista tanto en Diario La Verdad como en Diario El Norte, por lo que aporta con un punto de vista neutral. A continuación, se presenta un breve perfil de ellos:

Tabla 3

Lista de entrevistados

Entrevistados	Perfil
Patricio Pérez	Licenciado en Periodismo. Trabajó en Diario El Norte desde que se creó el medio y a partir del año 2000 se desempeñó como director hasta el 31 de diciembre del 2022.
Carla Aguas	Licenciada en Comunicación Social con maestría en Ciencias de la Educación. Se desempeñó como periodista y subdirectora de Diario El Norte durante 16 años, desde el 2003 hasta el 2019.
Edison Cabrera	Licenciado en Comunicación Social. Trabajó en Diario La Verdad desde 2007 hasta 2012 y se desempeñó como editor de este medio durante sus tres últimos años. Actualmente labora como comunicador de la Alcaldía de Pimampiro.
Fabrizio Rosero	Magister en Periodismo y docente universitario. Trabajó en Diario La Verdad desde el año 2004 hasta 2008, tiempo en el que se desempeñó como periodista y editor del medio.
Nancy Valdivieso	Licenciada en Comunicación. Laboró en varios medios de la ciudad, entre ellos Diario La Verdad desde 1990 hasta el 2008.
Fernando Revelo	Director de la Casa de la Cultura Ecuatoriana Núcleo Imbabura, docente y escritor. Ha publicado varios artículos editoriales durante muchos años en Diario La Verdad y actualmente escribe para Diario El Norte.

Fuente. Elaboración propia

2.5. Procedimiento y plan de análisis de datos

Para iniciar con la investigación se ejecutó una búsqueda de los diarios físicos de los medios de comunicación objeto de estudio y se tomó fotografías de cada edición seleccionada para

posteriormente ser analizadas a través de una matriz de contenido que se elaboró en Excel para poder registrar y tabular ordenadamente la información de cada variable.

En el caso de las entrevistas, se realizó el acercamiento con cada persona, se utilizó un teléfono celular para grabar la entrevista en audio y una vez concluida cada entrevista se transcribieron las respuestas para analizarlas e interpretarlas.

Finalmente, se sintetizó, comparó y se relacionó todos los datos e información recopilada para generar conclusiones.

CAPÍTULO III: RESULTADOS Y DISCUSIÓN

3.1. Análisis de las entrevistas

Se realizaron entrevistas a cinco periodistas que laboraron en los medios de comunicación estudiados y al director de la Casa de la Cultura Ecuatoriana Núcleo Imbabura que tiene conocimiento sobre la historia de ambos diarios, pues ha escrito editoriales para estos medios durante varios años.

El análisis de las entrevistas se realizará en dos partes, una sobre Diario La Verdad y otra sobre Diario El Norte tomando en cuenta todos los aportes de quienes fueron entrevistados.

3.1.1. Diario La Verdad

De la información brindada por Edison Cabrera, Fabricio Rosero y Nancy Valdivieso, periodistas que laboraron en Diario La Verdad, se puede mencionar que este medio por muchos años fue considerado como el más importante de la ciudad, incluso los entrevistados afirmaron que quien cuente con todas las ediciones del diario, tendrá prácticamente toda la historia de Ibarra, pues en sus páginas se plasmó cada hecho y noticia relevante durante sus 60 años de labor y por ello se lo conocía como “el diario de la ciudad”.

La Verdad se destacaba principalmente por sus editoriales y artículos de opinión que eran redactados por personajes conocedores de la realidad de la ciudad, sin inclinaciones políticas, pues según las declaraciones de los entrevistados, la línea editorial de este medio era totalmente independiente y a pesar de ser fundado por Monseñor Leonidas Proaño, la iglesia tampoco tenía injerencia en los contenidos que se publicaban, por lo que los periodistas manifestaron que se sentían libres de realizar su trabajo sin ningún tipo de restricción en ese sentido.

Por mucho tiempo fue el medio impreso más vendido de la ciudad, en sus mejores épocas llegó a vender 10 000 ejemplares diarios, sin embargo, con el paso de los años el medio empezó a decaer, el tiraje fue reduciéndose y en 2004 se vendían aproximadamente unos 800 ejemplares diarios debido a la acogida que empezaron a tener otros periódicos como Diario La Hora y El Norte.

Uno de los factores que generó esta caída fue la falta de equipo periodístico, pues siempre fue muy reducido, alrededor de cinco personas conformaban la sala de redacción, por lo que era complicado cubrir todo lo que se necesitaba. Además, no todos los que ejercían la labor

de periodistas tenían una formación profesional en esa área, de hecho, Nancy Valdivieso, una de las entrevistadas, ingresó a trabajar en 1990 con título de contadora como recepcionista, luego pasó a ser asistente de contabilidad y debido a la falta de periodistas empezó a ayudar en la redacción de algunas noticias, ahí descubrió su habilidad como comunicadora, por lo que en el año 2000 ya fue parte del equipo periodístico hasta que salió del medio en 2008, sin embargo, un año antes de su salida inició sus estudios en Comunicación Social.

Según Edison Cabrera, durante el tiempo que él trabajó (2007 – 2012), los directivos ya exigían que quienes laboren como periodistas tengan título profesional o al menos estén estudiando Comunicación, pero esto no siempre fue un requisito, a diferencia de otros medios como Diario El Norte.

Por otra parte, la evolución a color también jugó un rol importante en la pérdida de audiencia que sufrió La Verdad, debido a que la competencia ya generaba impresiones a color desde el 2004 y este medio recién en 2009 dio ese salto, pero debido al costo solo se imprimía la portada y ciertas páginas interiores, sobre todo la sección social.

De acuerdo a lo que mencionaron los entrevistados, la evolución al color fue tardía porque la empresa no podía costear la imprenta, pero cuando se logró conseguir, resultó un tanto perjudicial porque las ganancias, sobre todo en publicidad, no fueron suficientes para compensar la inversión realizada.

A pesar de que todos los entrevistados concuerdan en que este aspecto fue en parte un factor que les perjudicó, Nancy Valdivieso hizo hincapié en que desde su perspectiva el color no fue tan determinante, sino más bien el contenido, porque la audiencia buscaba un cambio pero no solo estético sino también en cuanto a la información que se brindaba debido a que no se lograba satisfacer la necesidad del público, sobre todo por la falta de equipo periodístico que no permitía realizar coberturas como otros diarios lo hacían, ni tampoco generar contenido diverso o reportajes de gran formato, pues el poco personal con el que contaban debía encargarse de llenar un promedio de 24 páginas diarias, por lo que se centraban en redactar la mayor cantidad de notas posibles con la información y recursos que tenían disponibles.

Sin embargo, de manera general se evidencia que la falta de visión de las autoridades del medio fue la principal problemática que tuvieron para poder evolucionar y mantenerse a flote, pues la mayoría de los directivos eran personas de 60 o 70 años que no entendieron la necesidad de adaptarse a las nuevas audiencias.

Es por ello que al ser un periódico que mantenía un estilo tradicional, su público principalmente eran adultos a partir de los 40 años y adultos mayores. Esto se evidenciaba también por la gran cantidad de partes mortuorios que se colocaban en el diario cuando fallecía un adulto mayor, siendo los necrológicos un espacio característico del medio, tanto así que según Fabricio Rosero, en alguna ocasión se llegó a publicar un ejemplar de 68 páginas debido a la cantidad de partes mortuorios.

A pesar de que se intentó generar contenidos que atraigan la atención del público joven, sobre todo con la sección social, no tuvieron mucho éxito por lo que eso se convirtió en un problema con el pasar del tiempo, pues como mencionó Edison Cabrera y Fabricio Rosero, “el diario iba muriendo junto con su audiencia”.

Otra dificultad que enfrentó el medio fue la reducción de las pautas publicitarias, pues con la aparición de la competencia, la publicidad se volvió un limitante y tomando en cuenta que La Verdad se quedó de alguna forma estancado en lo tradicional, varias empresas decidieron poner su publicidad en los otros periódicos. Esto perjudicó significativamente y fue el principal motivo del cierre del diario en 2012.

Con respecto a la adaptación a lo digital, mencionaron que la página web del diario se creó en 2009, de hecho, fueron los primeros de la ciudad en tener presencia en la web, sin embargo, las notas periodísticas se subían de la misma forma que en el medio impreso, es decir, no existía una adaptación debido a que no tenían conocimiento sobre el manejo de los espacios digitales. Según Fabricio Rosero, el gerente de ese entonces solo escuchó el consejo de alguien de que debían crearse página web y así se hizo, pero nunca se tuvo capacitaciones al respecto, únicamente al principio para entender el funcionamiento de las computadoras, pero no sobre el manejo de entornos web como tal. Al respecto, Nancy Valdiviezo también afirmó que durante los 18 años que laboró en este medio, se brindaron apenas unas dos capacitaciones, pero sobre temas no tan relevantes. Según mencionó, los directivos del diario no se preocupaban mucho por mantener al personal capacitado, por lo que cada uno debía ir aprendiendo en la práctica. Este aspecto quizás fue un gran diferenciador con la competencia, pues otros medios como Diario El Norte se mantenían constantemente capacitándose y recibiendo asesoría incluso internacional sobre las nuevas tecnologías y nuevos formatos para poder evolucionar y mejorar la calidad de su contenido y diseño.

Sobre la aparición de redes sociales, manifestaron que hasta el año 2012 que fue el cierre del diario, la mayoría de los medios de comunicación veían a Facebook como una plataforma informal, a diferencia de la actualidad, por lo que en ese entonces no se pensaba en estar presentes en esta red social. Sin embargo, la competencia ya empezaba a dar importancia a estos temas y Diario La Verdad se quedó atrás.

De acuerdo a los aportes obtenidos, el aspecto económico fue la causa principal del cierre del diario, pero los entrevistados consideran que de alguna manera se pudo haber evitado si se hubiese tenido una visión empresarial y periodística más clara y amplia desde varios años atrás. El cierre de Diario La Verdad según sus declaraciones, significó una gran pérdida para Ibarra, pues como ya se mencionó, este medio constituyó parte importante de la historia de la ciudad. Para Fabricio Rosero, “el cierre de La Verdad es como si un día desapareciera el Obelisco o el parque Pedro Moncayo”, es decir, este medio fue parte de la identidad ibarreña y para los periodistas que pasaron por su sala de redacción fue doloroso el cierre del medio, más aún por la falta de acción de los directivos y socios para intentar salvarlo.

Desde la perspectiva de Fernando Revelo, director de la Casa de la Cultura Núcleo Imbabura, Diario La Verdad caló muy hondo en la ciudadanía ibarreña, constituyendo parte

fundamental de la historia de la ciudad, pues también contó con escritores que conocían perfectamente el quehacer ciudadano como Roberto Morales, y por ello, sus editoriales eran muy bien acogidos por el público, sobre todo de parte de las personas que crecieron leyendo este diario. Sin embargo, afirmó que fue notoria la dificultad que tuvieron para evolucionar y mantuvieron siempre su estilo tradicional que quizás no les permitió llegar a nuevos públicos. En comparación con Diario El Norte, Revelo señaló que ambos tenían su propia identidad, por lo que él considera que de alguna manera se complementaban, El Norte publicaba ciertas noticias que a veces no salían en La Verdad y viceversa.

Al respecto del cierre del diario manifestó que si causó consternación en los ibarreños al ser un periódico de tanta tradición e historia, pues todos en algún momento leyeron sus páginas.

3.1.2. Diario El Norte

De acuerdo a las entrevistas realizadas a Patricio Pérez y Carla Aguas que laboraron en Diario El Norte durante 22 y 16 años respectivamente, se pudo evidenciar que este medio tuvo un inicio complicado debido a que cuando se creó en 1987, Diario La Verdad ya estaba fuertemente posicionado en la ciudad, incluso Pérez manifestó que los cinco primeros años fueron de pérdida, pues no lograban tener mucha publicidad, ya que la mayoría de las empresas pautaban en La Verdad y las personas también, sobre todo en la sección de necrológicos. Sin embargo, según los entrevistados fue la visión y el compromiso de su fundador Luis Mejía Montesdeoca lo que les permitió convertirse después en uno de los referentes de la zona, logrando expandirse para cubrir el Carchi y parte de Pichincha.

Patricio Pérez considera que lo que les diferenciaba de Diario La Verdad fue principalmente su equipo de trabajo, pues contaban con periodistas jóvenes y tenían una visión más fresca de lo que era hacer periodismo, mientras que en La Verdad ya eran más adultos y sus directivos no parecían entender la necesidad de generar nuevos contenidos y llegar a la audiencia joven, pero El Norte si logró eso. Según Carla Aguas, cuando empezó a laborar en el medio en 2003, ya estaban bien posicionados en la zona norte.

La cantidad de periodistas también era un diferenciador, a pesar de que en sus inicios contaban con seis personas como parte del equipo periodístico, con el tiempo fue creciendo y en 2006 alrededor de 20 periodistas conformaban el diario con corresponsales en Tulcán, San Gabriel, Otavalo y Cayambe, mientras que La Verdad tenía un equipo de cinco personas para la cobertura y redacción. Además, quienes desempeñaban la función de periodistas desde el inicio, eran profesionales de la Comunicación o a su vez se estaban formando en esa área.

Con respecto a la adaptación a la nueva tecnología, Pérez señaló que con las computadoras y luego con la llegada del internet fue una transición complicada, porque había cierta resistencia al cambio debido a que no se conocía cómo manejar los nuevos equipos, pero los directivos del medio se preocuparon en capacitar al personal para ello y de apoco se fueron adaptando, pensando también en que se debía dar ese salto para continuar en el mercado de la comunicación y satisfacer a las audiencias.

En 2004 el diario empezó a dar color a sus páginas con la adquisición de una nueva rotativa y se dio más importancia a la imagen, colocando más fotografías. En 2007 se dio paso a un nuevo diseño con el apoyo de un consultor externo, con un texto más ordenado y corto, con más espacio para imágenes, cifras, datos y generando un contenido en el que se entregó mayor espacio a la comunidad, según contó Carla Aguas, lo que ayudó también a la creación de nuevos segmentos e incluso a suplementos y revistas como “Puro Ñeque” sobre deportes que salía diariamente como una sección y “Travesuras” como revista infantil que se publicaba los sábados, además de la revista familiar “Enfoque” que circulaba los domingos casi desde el inicio del diario. Todo esto les permitió llegar a un público más diverso e incluso aumentar la pauta publicitaria.

Según Patricio Pérez, el amplio equipo de trabajo con el que contaban y la publicidad que ingresaba les permitía generar ejemplares bastante completos que en ocasiones alcanzaban casi 60 u 80 páginas, sobre todo en fechas especiales como navidad, fin de año, fundación de Ibarra, fiestas del Retorno, entre otras, en las cuales incluso se imprimía en papel couché y a full color por lo que se lograba vender más.

Sin embargo, el cambio más fuerte para el medio fue la transición a lo digital. Crearon su página web en 2010 y al contratar a un community manager también se introdujeron en redes sociales, principalmente en Facebook. Al inicio, según afirmó Carla Aguas, era prohibido para los periodistas usar redes sociales porque no se lo veía como algo profesional, pero a partir del 2011 ya tomó más fuerza tanto las redes sociales como el sitio web y con la ayuda de asesores internacionales empezaron a generar contenidos para los entornos digitales, entendiendo la lógica de cómo funciona la web. En 2013 incluso ya realizaban transmisiones en vivo en Facebook y más tarde iniciaron con el canal digital ENTV, que hasta hoy se mantiene.

Ambos entrevistados concordaron en que el diario desde siempre estuvo en una constante evolución, no solo en el ámbito tecnológico sino también en los contenidos que publicaban, pues si bien la mayor parte del diario eran noticias, mencionaron que con el paso del tiempo también se preocuparon por acercarse al público a través de reportajes y crónicas dando voz a la gente común, para que ya no sean solo las autoridades quienes estén en las páginas. En ese aspecto, empezaron a crear los microformatos y poner en espacios pequeños la opinión del público con sus fotografías sobre diversos temas, esta fue una estrategia que funcionó e incluso mejoró la estructura y diseño del diario.

En cuanto al tiraje, se llegó a vender casi 8500 ejemplares diarios y en fechas especiales se vendía más, pero tras la pandemia de Covid-19 las ventas bajaron y actualmente se imprimen alrededor de 2500 ejemplares.

En conclusión, Patricio Pérez y Carla Aguas consideran que el punto fuerte de El Norte fue precisamente esa constante capacitación e innovación que iba acorde al avance de la sociedad, pues desde la visión de los directivos y trabajadores del medio era necesario evolucionar para satisfacer las necesidades de las nuevas audiencias.

La llegada de lo digital para ellos fue en parte positivo, pero también ha generado conflicto en cuanto a la situación económica del diario, pues todavía no logran monetizar como

deberían y hay una “lucha” entre la edición impresa y la digital, por lo que aún se debe buscar una solución viable que les permita mantenerse con el tiempo.

Para Fernando Revelo, la creación de Diario El Norte fue muy positiva, pues llegó a ser un complemento para la situación periodística de la ciudad, logrando ocupar un plano muy importante en la zona. Su aparición permitió evidenciar una manera diferente de hacer periodismo, adquiriendo un estilo diferente a Diario La Verdad que se apegaba más hacia la juventud, aspecto que le ayudó a sobresalir y captar a ese segmento de la población, al que La Verdad casi no llegaba. De igual forma, manifestó que su evolución fue notoria y logró adaptarse bien al avance de la sociedad ibarreña, por lo que se mantiene hasta ahora siendo un referente del periodismo local.

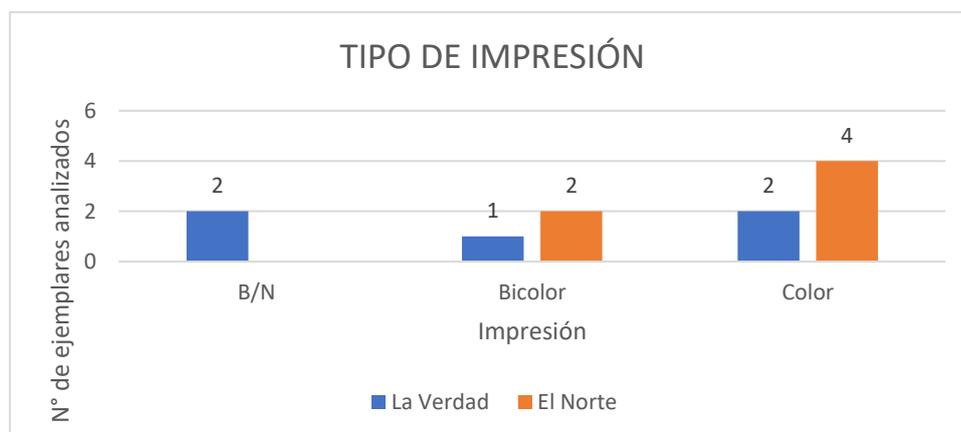
3.2. Análisis de contenido

A través de una matriz de análisis de contenido se logró recolectar datos que permiten evidenciar la evolución de los diarios estudiados en cuanto a su estructura y contenido.

A continuación, se presentan gráficos estadísticos de los resultados obtenidos de acuerdo a las variables planteadas con su respectivo análisis.

Figura 1

Tipo de impresión



Fuente: Elaboración propia

Una característica que tuvo mucha relevancia dentro de la evolución de la prensa fue el paso del blanco y negro al color, pues con la aparición de las nuevas tecnologías, el internet y los medios audiovisuales que presentan contenido a color, los diarios también empiezan a buscar la manera de competir con ellos y a la vez captar la atención de las nuevas generaciones. Según Del Olmo (2005):

Con este fin, se ofrecen productos concretos que buscan una aproximación deliberada a la población joven con suplementos más ligeros y una línea de diseño moderna. Como elemento dominante en estos nuevos productos aparece el color, no ya como una forma de reproducción fotográfica frente al b/n, sino como un elemento de diseño que ameniza, jerarquiza y hace navegable la página impresa. (p. 426)

Es así como este aspecto se convierte en un elemento clave para la prensa, pero en el caso de Diario La Verdad como se mencionó en los resultados de las entrevistas, se demoró mucho tiempo en dar ese salto, pues lo hizo en 2009, por lo que en el gráfico se observan que los ejemplares de los 2 primeros años analizados (1998 y 2000) son a blanco y negro, el siguiente de 2006 a bicolor y los restantes (2010 y 2011) a color. A diferencia de este medio, El Norte en 1998 ya imprimía en bicolor y según los entrevistados en 2004 evolucionó al color, por lo que se puede ver que los últimos 4 años estudiados cuentan con este tipo de impresión.

Esta evolución tardía de La Verdad fue el inicio de la decadencia del diario, pues el público empezó a preferir a la competencia y las empresas que pautaban también, razón por la cual con el tiempo se fueron reduciendo los ingresos del diario, lo que reafirma la tesis de Del Olmo (2005) al mencionar que “la consideración de que un diario en color, frente a uno en b/n, es más atractivo, llama más la atención y es más ameno, no es un nuevo descubrimiento [...] Sólo hay que comprobar las ventas” (p. 437). Además, como menciona este mismo autor, quienes trabajan en prensa principalmente se preocupan en los contenidos y le restan importancia a la forma y al diseño porque erróneamente “no han percibido en ella una de las claves para la supervivencia del periodismo impreso” (Del Olmo, 2005, p. 429).

Figura 2

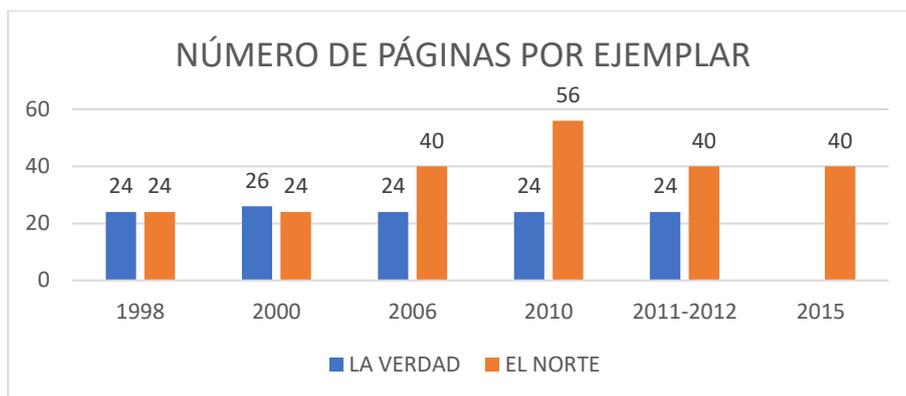
Evolución de las portadas de los diarios estudiados



Fuente: Elaboración propia

Figura 3

Número de páginas por ejemplar



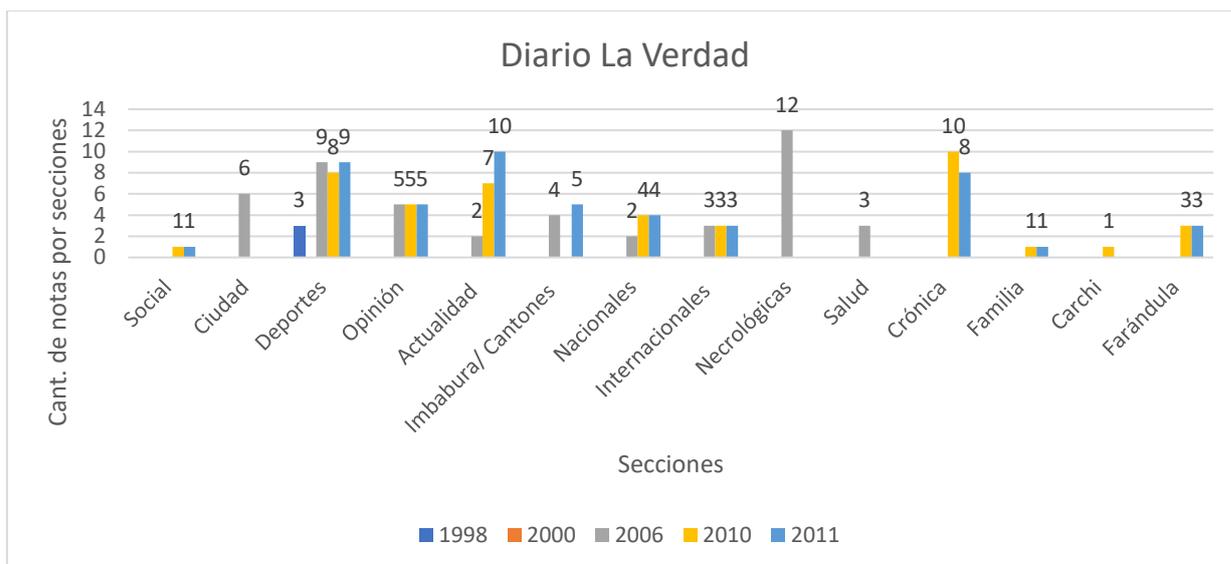
Fuente: Elaboración propia

Como se puede observar en el gráfico, el número de páginas por ejemplar va variando con los años sobre todo para Diario El Norte pues se evidencia un aumento casi del doble de páginas a partir del 2006, mientras que Diario La Verdad en promedio publicaba 24 páginas por edición durante todo el periodo de tiempo estudiado. Esta diferencia significativa se debe principalmente a la cantidad de personal que tenían estos medios de comunicación, pues a pesar de que en sus inicios ambos contaban con alrededor de seis personas dentro de su equipo periodístico, Diario El Norte empezó a contratar más profesionales desde 2006 y fue creciendo hasta llegar a contar con 20 periodistas, al contrario de La Verdad que hasta el momento de su cierre se mantuvo con un promedio de seis o siete personas como parte de la sala de redacción.

A pesar de que en los ejemplares estudiados la mayor cantidad de páginas es de 56, los periodistas que laboraron en Diario El Norte manifestaron en las entrevistas realizadas que en ediciones de fechas especiales solían publicarse hasta 80 páginas. Por otro lado, Diario La Verdad en sus mejores épocas, según los entrevistados, también llegó a imprimir ejemplares de hasta 68 páginas, pero por cuestión de publicidad y partes mortuorios, mas no por contenido periodístico.

Figura 4

Cantidad de notas por secciones de Diario La Verdad



Fuente: Elaboración propia

Las secciones dentro de la estructura del periódico son bloques que ayudan a distribuir la información.

El conjunto de noticias de una sección guarda entre sí una relación u homogeneidad temática o geográfica. Cada periódico organiza, ordena y nombra las secciones según unos criterios propios [...] Hay coincidencia en atender a dos principios básicos: el territorial en función de dónde se produce la noticia (nacional, internacional, regional o autonómico, local, etc.) y el temático, según los contenidos de las informaciones. (INTEF, 2012, p. 1)

Al analizar los ejemplares seleccionados de Diario La Verdad se logró identificar cómo evolucionó la estructura y organización del contenido. En 1998 las noticias no se encontraban clasificadas por temas o secciones, ni tampoco se diferenciaba el contenido informativo del de opinión, únicamente la información deportiva estaba claramente identificada en un apartado, pero en el año 2000 no se evidencia ninguna sección. Sin embargo, durante los siguientes años el diario ya empieza a tener una mejor estructura, pues en el ejemplar analizado de 2006 se observan 9 secciones diferentes, en 2010 y 2011 contaban con 10 secciones.

Tomando en cuenta que La Verdad se creó en 1944, se puede decir que durante 56 años no lograron organizar bien su contenido periodístico, lo que de alguna manera dificulta la localización de la información dentro del periódico para el público y genera una lectura desordenada (INTEF, 2012).

Además, se pudo identificar que el número de noticias en el ámbito deportivo se mantuvo constante a partir del 2006, convirtiéndose en una de las secciones más importantes de este medio de comunicación. En ese año la sección de necrológicas fue la más amplia, y a pesar de que en los años anteriores y siguientes a ese no se estableció un apartado específico para este tipo de avisos, si se publicaban frecuentemente en diferentes espacios del diario, pues

La Verdad en esa época era el medio que la mayoría de la población utilizaba para publicar partes mortuorios.

En 2006 la sección de opinión también ya estaba establecida como tal. Este tipo de contenido, a pesar de que no había estado identificado antes fue uno de los puntos fuertes del diario desde sus inicios, y como se observa en el gráfico siempre se publicaban 5 artículos incluido el editorial, a diferencia de otros diarios en los que esta sección no era muy amplia.

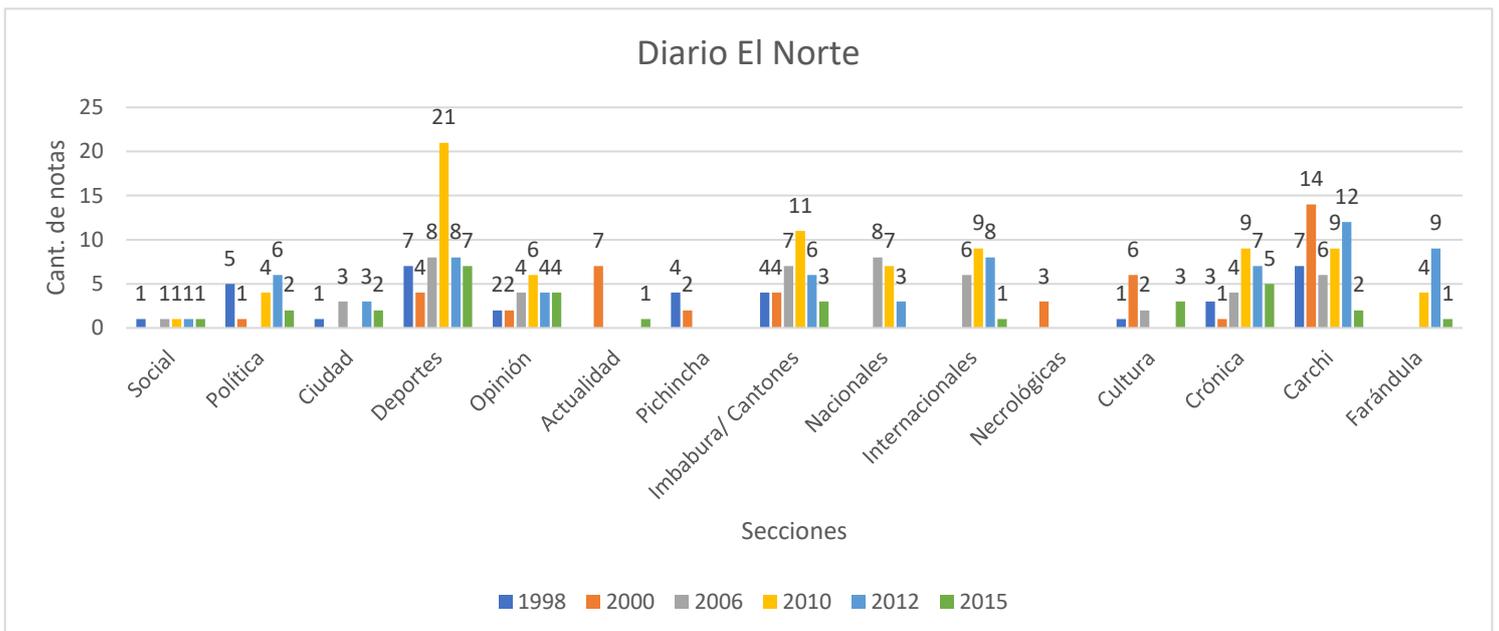
Hasta 2010 se incrementaron nuevas secciones como la de familia y de crónica que ocupaba un espacio importante del diario, además de las secciones de farándula y social que según los entrevistados se utilizaron de alguna manera como una estrategia para poder llegar a un público juvenil debido a la pérdida de audiencia que estaban sufriendo, pues como señala Del Olmo (2005) es necesario para los editores generar contenido que ayude a “asegurar el relevo generacional de los medios, y muy especialmente la prensa diaria, porque necesitan atajar el descenso continuado de sus ventas. Por ello, los diarios buscan desesperadamente el acercamiento a la población más joven” (p. 429), sin embargo, Diario La Verdad lo hizo de manera tardía.

Por otra parte, en 2010 también se establece una sección con noticias de la provincia del Carchi, pero no tenía mucho contenido, pues el diario no contaba con corresponsales en esa zona para poder obtener más información.

En el ejemplar de 2011 se mantienen las secciones del año anterior, a excepción de la del Carchi. Se evidencia un incremento en cuanto a las noticias de actualidad, un descenso en las de crónica y reaparece la sección de Imbabura con información de los cantones de la provincia.

Figura 5

Cantidad de notas por secciones de Diario El Norte



Fuente: Elaboración propia

Dentro del análisis realizado se encontraron un total de 24 secciones diferentes durante todos los años estudiados, pero en el gráfico se han ilustrado las que aportan más información y tienen mayor relevancia para facilitar el entendimiento del mismo.

Como resultados se puede apreciar que a diferencia de Diario La Verdad, Diario El Norte en 1998 ya tenía una estructura mucho más definida pues contaba con 14 secciones, entre las que destacan la de deportes, Carchi y política con mayor cantidad de noticias. Sin embargo, también ocupan un espacio amplio la sección de Imbabura y Pichincha pues el diario realizaba cobertura a través de sus corresponsales en toda la zona norte. En este año, ya tenía un suplemento llamado Enfoque en el que se encontraban otras secciones como cocina, ciencia, cultura y turismo con un reportaje de cada temática.

En el 2000 se evidencian menos secciones pero con mayor cantidad de contenido, sobre todo en las noticias del Carchi, pues se contabilizó el doble de notas siendo un total de 14, de igual forma, la sección de cultura aumenta de 1 a 6 notas, pero en el caso de otras como deportes, política y crónica se reduce. No obstante, se agregan nuevas secciones como necrológicas y actualidad que suman contenido para el medio, sin embargo, ya no aparecen en la edición de 2006 y en los demás ejemplares analizados, al igual que la sección de Pichincha.

Durante los siguientes años se evidencia un incremento significativo en la sección de deportes, pues el diario implementó un suplemento específico para esos temas denominado “Puro Ñeque” que se mantiene hasta hoy. Otras secciones que crecieron en cuanto a contenido son las de noticias nacionales, internacionales, de Imbabura, crónica y opinión.

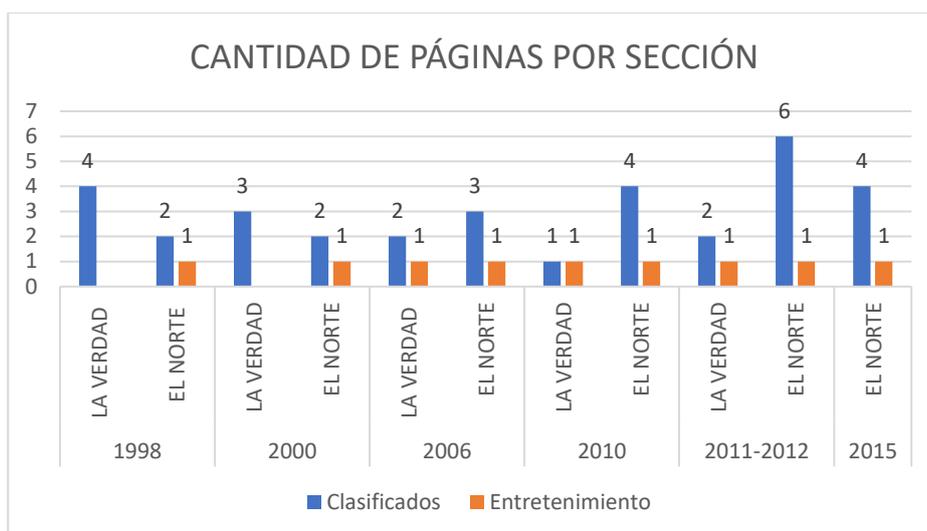
Para el año 2010 el diario ya cuenta con una sección de economía y farándula, y se incrementa un espacio titulado Guía Informativa en el que se publican consejos sobre temas de interés familiar.

En el ejemplar de 2012 se puede observar un aumento notable del contenido de política, así como el de farándula y Carchi, pero los temas deportivos se reducen a menos de la mitad y vuelve a aparecer la sección de turismo con un reportaje. Finalmente, en 2015 se contabilizan 16 secciones, pero la cantidad de notas de alguna manera empieza a equilibrarse entre todas.

A pesar de la notoria variación entre la cantidad de información, realizando un análisis general de todos los años estudiados, las secciones con mayor contenido son la de deportes y noticias del Carchi e Imbabura. Tomando en cuenta que “el número de páginas de cada sección es un elemento orientativo, para la lectura crítica, de la importancia que cada periódico concede a los contenidos” (INTEF, 2012, p. 1), es lógico que Diario El Norte se centre más en estas secciones debido a que es un medio local y trataba de cubrir todo el acontecer del norte del país para posicionarse precisamente como un medio líder en la zona.

Figura 6

Cantidad de páginas de la sección de Clasificados y Entretenimiento



Fuente: Elaboración propia

La sección de clasificados y de entretenimiento se contabilizaron por número de páginas.

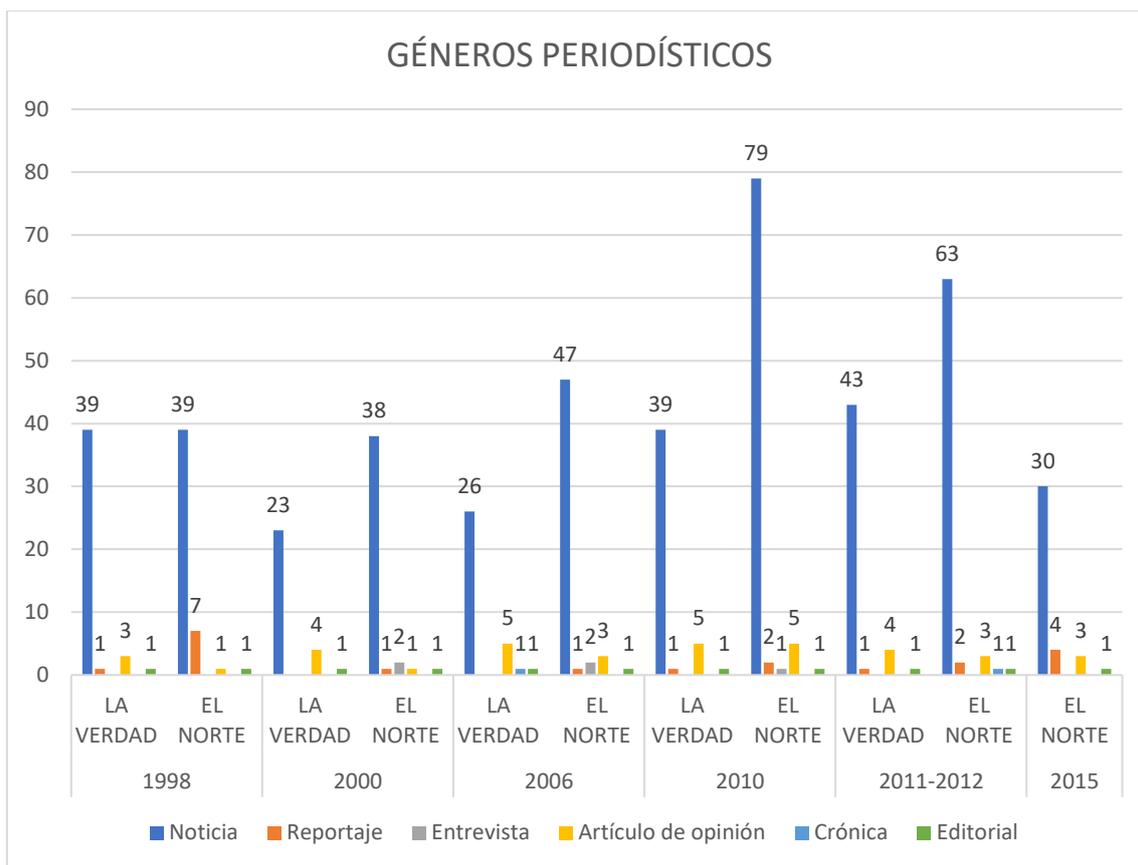
En el caso de los clasificados se puede observar en el gráfico cómo a través de los años fue decayendo el tema de pautas para Diario La Verdad, mientras que para Diario El Norte fue en ascenso, pues en 1998 La Verdad cuenta con 4 páginas llenas de avisos pagados, pero se van reduciendo hasta llegar a una sola página de anuncios en 2010, a pesar de que en 2011 se incrementó a 2. Por el contrario, El Norte inicia con 2 páginas de clasificados en 1998 y a partir del 2006 empieza a aumentar hasta llegar a 6 páginas en 2012 y aunque se reduce a 4 páginas en 2015 todavía mantiene una buena cantidad de pautas.

Estos resultados se relacionan directamente con la crisis económica que atravesó Diario La Verdad, pues la contratación de espacio publicitario empezó a disminuir debido a la presencia de la competencia que con los años abarcó cada vez más audiencia, perjudicando considerablemente a La Verdad.

En cuanto a la sección de entretenimiento, en Diario La Verdad recién aparece en el 2006, mientras que El Norte en 1998 ya contaba con este espacio en el que se encontraba inicialmente solo crucigramas o sopas de letras, pero con el tiempo fue evolucionando y se añadieron horóscopos, acrósticos, laberintos, entre otros.

Figura 7

Géneros periodísticos utilizados



Fuente: Elaboración propia

Ambos diarios se enfocaban principalmente en la producción de noticias más que en otros géneros, pero se observa una diferencia en la cantidad a partir del 2000, pues Diario El Norte empezó a contratar más personal, por lo que tenían la capacidad de generar más noticias, llegando al punto más alto del estudio en el 2010 donde se contabilizaron 79 notas, mientras que Diario La Verdad debido a su escaso equipo periodístico, durante todos los años analizados generaban en promedio 34 noticias diarias.

Con respecto a los reportajes, La Verdad llegó a producir máximo un reportaje en cada edición estudiada, a diferencia de El Norte que en 1998, por ejemplo, publicó 7 reportajes dentro de su suplemento. Los años siguientes se mantiene en un reportaje, pero en 2010 se incrementa a 2 y en 2015 llega a 4.

Sobre la entrevista, Diario La Verdad no registra ningún contenido de este tipo en todos los ejemplares analizados. Por otro lado, en Diario El Norte a pesar de que no hay muchos, sí existen espacios para entrevistas en las ediciones del año 2000, 2006 y 2010.

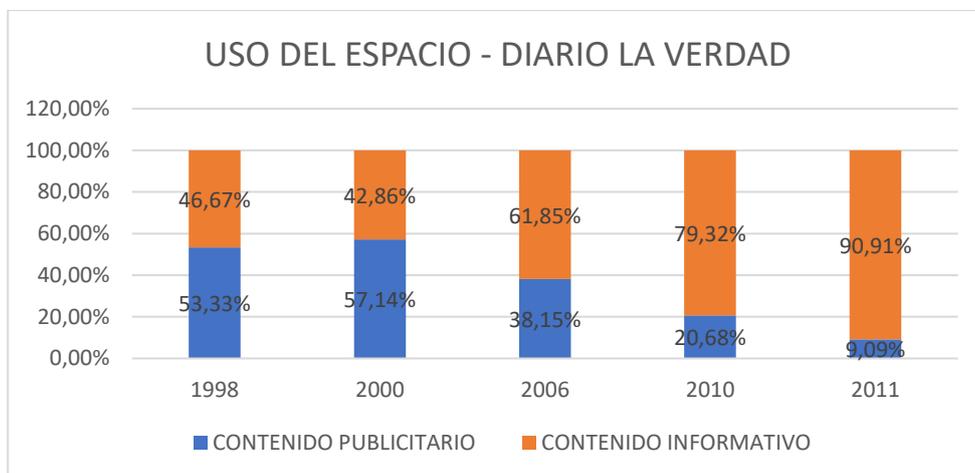
En cuanto a los artículos de opinión, La Verdad ha publicado más que El Norte en todos los años, manteniéndose como un aspecto importante y característico del medio con artículos escritos por expertos con diversas posturas sobre temas de interés para la ciudadanía. Además, ambos diarios de forma regular han publicado un editorial.

El género de crónica casi no ha sido utilizado, pues de la investigación realizada solo se registra una crónica en 2006 de Diario La Verdad y una de Diario El Norte en 2012. Sin

embargo, cabe destacar que este género periodístico generalmente no se suele ver en los diarios.

Figura 8

Uso del espacio de Diario La Verdad



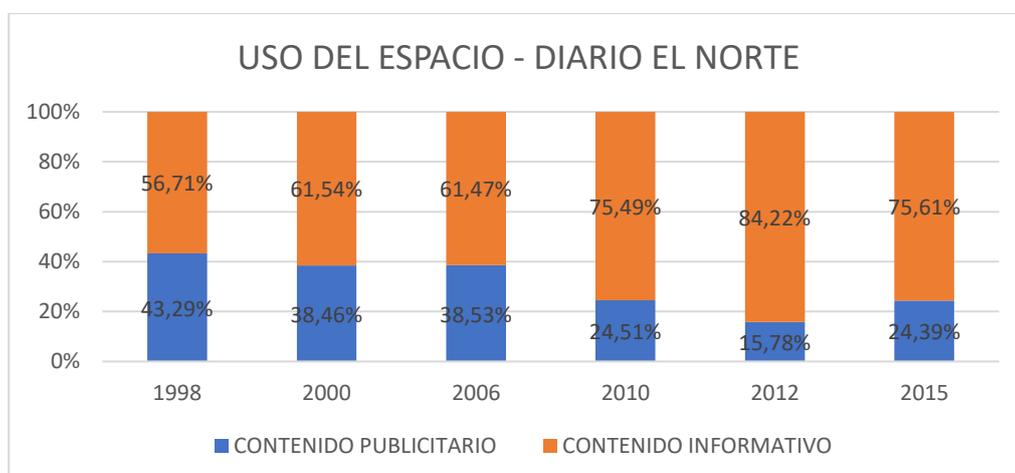
Fuente: Elaboración propia

Realizando un análisis de todo el contenido de La Verdad durante los años estudiados, es posible corroborar la disminución de publicidad que sufrió este medio a raíz del posicionamiento de la competencia y el estancamiento que tuvo el diario por la falta de visión y de modernización que aseguraron los entrevistados.

Como se observa en el gráfico, en 1998 y 2000 el contenido publicitario representa más de la mitad de todo el diario, a diferencia de los siguientes años en los que se va reduciendo progresivamente hasta llegar al 9,09%, significando un porcentaje muy bajo de ingresos por publicidad y siendo ésta una de las causas principales del cierre del medio.

Figura 9

Uso del espacio de Diario El Norte

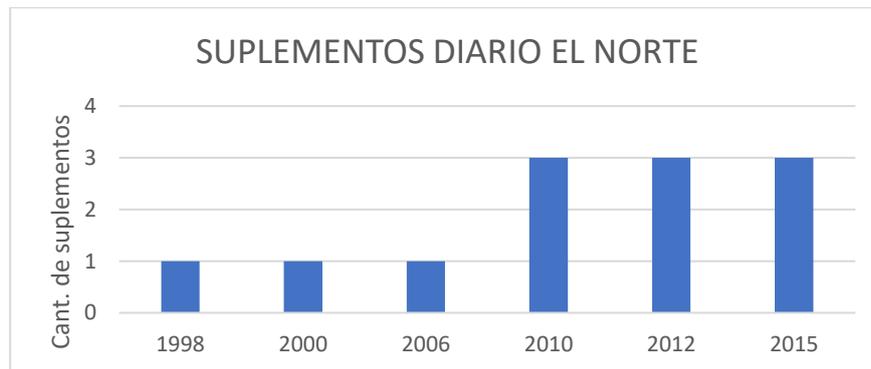


Fuente: Elaboración propia

Si bien Diario El Norte no logró superar el 50% de publicidad como La Verdad en su momento, si logró mantenerse en un porcentaje que le permitió obtener ganancias. Sin embargo, también se puede considerar la acogida del internet y redes sociales como un factor que quizás contribuyó a la reducción de publicidad en las ediciones físicas del diario a partir del 2010, tomando en cuenta que el medio incursionó en el entorno digital en esos años. De igual forma, es necesario tomar en cuenta que debido a la cantidad de personal con el que contaban, les era posible generar bastante contenido periodístico, por lo que eso justifica que ese porcentaje siempre se haya mantenido superior.

Figura 10

Cantidad de suplementos Diario El Norte



Fuente: Elaboración propia

En el periodo de tiempo analizado Diario El Norte publicó tres suplementos: “Enfoque” que aparece en el ejemplar de 1998 como una especie de revista familiar con temas varios como cultura, turismo, ciencia, salud, educación, entre otros. “Puro Ñeque” que se centra en temas deportivos y se publica diariamente, y “Travesuras” que es una revista dirigida a niños que circulaba los domingos y contenía pequeñas historias y actividades llamativas para el público infantil. A través de todos estos contenidos Diario El Norte, además de las noticias habituales, logró llegar a más sectores de la población y por ende conseguir mayor alcance, posicionamiento y reconocimiento a nivel local.

Figura 11

Portadas de los suplementos de Diario El Norte a través de los años



Fuente: Elaboración propia

Diario La Verdad durante los años analizados no publicó ningún suplemento debido a la escases de personal, que como se ha visto a lo largo de los resultados fue un factor que limitó mucho el desarrollo del medio.

CONCLUSIONES

- La llegada del periodismo a Latinoamérica y Ecuador fue más tardía que en otras partes del mundo, y así mismo el periodismo ibarreño se demoró más en surgir y evolucionar en comparación con los medios de comunicación de las ciudades grandes del país como Quito y Guayaquil debido a su acceso más temprano a la imprenta y a las nuevas tecnologías que con el tiempo se iban desarrollando.
- Al igual que en el resto de Ecuador, la prensa de Ibarra inició como un periodismo empírico que se utilizaba principalmente para difundir posturas políticas e ideológicas y apoyar causas específicas, centrándose en la opinión más que en la generación de información, por lo que muchos diarios locales tuvieron corta vida.
- Diario La Verdad en sus inicios no contaba con profesionales específicamente del área de la comunicación por lo que no se ejercía un periodismo técnico, lo cual se evidencia en la falta de estructura de su contenido periodístico, pues hasta el año 2000 todavía no contaban con secciones definidas ni distinguían la opinión de la información. Con el pasar del tiempo, se empezó a contratar a profesionales y se mejoró la organización del contenido, sin embargo, siempre conservaron su estilo tradicional y eso les perjudicó considerablemente.
- Diario El Norte desde sus inicios procuró contar con profesionales o jóvenes que se estén formando como comunicadores, lo que contribuyó a tener un mejor desarrollo del medio. Además, constantemente intentaban modernizarse en cuanto a lo visual y al contenido escrito, y a pesar de que al principio sus secciones tampoco estaban muy bien estructuradas, su evolución fue más rápida y notoria que la de Diario La Verdad, enfocándose en la creación de contenido que sea de interés de los diferentes grupos etarios para expandir su audiencia.
- Con los avances tecnológicos y la llegada del internet se generaron nuevas formas de producir y consumir información. Ante esto, Diario El Norte intentó mantenerse a la vanguardia en cuanto a sus formatos y contenido, innovando para llegar a las nuevas generaciones y adaptándose de forma exitosa al entorno digital gracias a procesos de capacitación constante.
- Diario La Verdad creó su página web, sin embargo, debido a la falta de visión de sus directivos y la poca importancia que le dieron a las exigencias de las nuevas audiencias, no lograron completar su proceso de transición y se estancaron en la simple transcripción de las noticias de la edición impresa al sitio web. El personal no contaba con los conocimientos necesarios y las autoridades del medio tampoco se preocuparon por capacitarlos.
- El cierre de Diario La Verdad evidencia la necesidad de los comunicadores y periodistas de mantenerse bajo capacitaciones constantes que les permitan contar con el conocimiento suficiente para poder adaptarse a las nuevas realidades de la

sociedad que está estrechamente ligada con el avance de la tecnología, y así lograr satisfacer los requerimientos de las nuevas audiencias que cada vez se vuelven más exigentes, críticas y buscan sentirse parte de los procesos comunicacionales. El caso de Diario La Verdad es uno de los muchos ejemplos de cómo los medios de comunicación, sobre todo los tradicionales, con el tiempo han ido perdiendo espacio por no atender a estos procesos de evolución e innovación que deben ser permanentes.

RECOMENDACIONES

- Los directivos de los medios de comunicación deberían darle mayor importancia a la capacitación de su personal para mantenerse a la vanguardia de los avances tecnológicos.
- Actualizar constantemente las mallas curriculares de las carreras de Comunicación para que vayan a la par de las exigencias del mundo laboral.
- Considerar la contratación únicamente de periodistas profesionales en los medios de comunicación que cuenten con los conocimientos necesarios para desarrollar de manera adecuada y exitosa su labor.
- Generar nuevas investigaciones que den continuación al presente estudio para analizar los años posteriores y actuales centrándose específicamente en la evolución de los medios digitales locales.
- Replicar este tipo de estudio en otras localidades para ampliar la bibliografía sobre este tema.

REFERENCIAS

- Álvarez, J. (2012). Modelos teóricos sobre los efectos de los medios de comunicación de masas. Documento de Trabajo.
<https://eprints.ucm.es/id/eprint/45089/1/doc%20trab%202.pdf>
- Albuja, A. (2013). *Periodismo en la Dialéctica Ecuatoriana*. Tomo uno. Ediciones La Tierra.
- Albuja, A. (2013). *Periodismo en la Dialéctica Ecuatoriana*. Tomo dos. Ediciones La Tierra.
- Arteaga, H., Gutiérrez, M., Nares, M. y Gutiérrez, S. (2017). Importancia de la Investigación Cualitativa y Cuantitativa para la Educación. *Revista EDUCATECONCIENCIA*, 16(17), 163-174.
- Ayala, E. (2012). La Prensa en la historia del Ecuador. Una breve visión general. Universidad Andina Simón Bolívar.
- Ayala, E. (2008). Leonidas Proaño: Perfil de un profeta. En Sociedad Cultural Amigos de Ibarra (Ed.). *Monografía de Ibarra Volumen VII* (pp. 245-261).
- Ayala, E. (2021). Historia Social de la Comunicación en el Ecuador. Corporación Editora Nacional.
- Ayala, T. (2012). Marshall McLuhan, las redes sociales y la Aldea Global. *Revista Educación y Tecnología*, 1(2), 8-20.
- Cepeda, F. (2021). Las primeras imprentas y periódicos en provincias en el siglo XIX. En E. Ayala. (Ed.), *Historia Social de la Comunicación en Ecuador* (pp. 395-427). Corporación Editora Nacional.
- Barrios, A. y Zambrano, W. (2015). Convergencia digital: Nuevos perfiles profesionales del periodista. *Anagramas*, 13(26), 221-240.
<http://www.scielo.org.co/pdf/angr/v13n26/v13n26a12.pdf>
- Cáceres, M. (2021). La comunicación y el modelo de Lasswell, análisis de la vigencia de la aguja hipodérmica en tiempos actuales. [Tesis de pregrado, Universidad Politécnica Salesiana]. Archivo Digital.
<https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/19923/1/UPS-TTQ250.pdf>
- Cuadra, A. (2022). Nuevas Audiencias Digitales. De las Mediaciones a los Enjambres. *Re-presentaciones*, 1(17), 137-149.
<http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/27302/1/22%20CUADRA%20NUEVAS%20AUDIENCIAS%20DIGITALES.pdf>
- Cotán, A. (2016). El sentido de la investigación cualitativa. *Escuela Abierta*, 19, 33-48.
https://www.ceuandalucia.es/escuelaabierta/pdf/articulos_ea19/EA19-sentido.pdf

- Del Olmo, J. (2005). El color como elemento funcional en el diseño del mensaje periodístico. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, (11), 425-440.
- Dominick, J. (2001). *La Dinámica de la Comunicación Masiva*. McGraw Hill.
- Esquivel, J. (2005). *La prensa de Estados Unidos. Una aproximación histórica y crítica*. Editorial Esquivel Esparza.
<http://cdigital.dgb.uanl.mx/la/1020153235/1020153235.PDF>
- Fernández, C. y Galguera, L. (2010). *Teorías de la comunicación*. McGRAW-HILL INTERAMERICANA EDITORES.
- Fernández, R. (2001). La entrevista en la investigación cualitativa. *Revista Pensamiento Actual*, 2(3), 14-21. <https://revistas.ucr.ac.cr/index.php/pensamiento-actual/article/view/8017/11775>
- Flores, G. (2015). *Investigación sobre el surgimiento de la prensa en las provincias de Imbabura y Carchi como soporte del proyecto interuniversitario acerca de la historia de los medios de comunicación en el Ecuador*. [Tesis de pregrado, Pontificia Universidad Católica]. Documento Físico.
- Gargurevich, J. (1982). *Géneros periodísticos*. CIESPAL.
- González, M. (2011). La prensa en el proceso emancipador de la América española: Información, propaganda y formación. *Historia y Comunicación Social*, 16(1), 51-67.
- INTEF (2012). La prensa, un recurso para el aula. Análisis de la prensa. Estructura. http://www.ite.educacion.es/formacion/materiales/42/cd/pdf/M1/M1.4.Analisis_estructura_30_08_2012.pdf
- Jenkins, H. (2008). *Convergence Culture*. (Hermida, P., Trad.) Ediciones Paidós Ibérica. (Trabajo original publicado en 2006).
<https://stbngtrz.files.wordpress.com/2012/10/jenkins-henry-convergence-culture.pdf>
- Jódar, J. (2010). La era digital: nuevos medios, nuevos usuarios y nuevos profesionales. *Razón y Palabra*, 1(71). <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=199514914045>
- Lippman, W. (2003). *La Opinión Pública*. Cuadernos de Langre.
- Martínez, J. (1974). *Redacción periodística*. ATE.
- McLuhan, M. (1985) *La Galaxia Gutenberg. Génesis del "Homo Typographicus"*. Planeta-De Agostini S.A.
- McLuhan, M. y Powers, B. (1989). *La aldea global. Transformaciones en la vida y los medios de comunicación mundiales en el siglo XXI. La modernización de su entorno*. Gedisa Editorial.

https://monoskop.org/images/2/2c/McLuhan_Marshall_Powells_BR_La_aldea_gloabal.pdf

- Mentinno. (2022). *Ecuador Estado Digital* Oct/22. <https://blog.formaciongerencial.com/estado-digital-ecuador-octubre-2022-estadisticas-digitales/>
- Morales, R. (2008). Cronología del Periodismo en Ibarra. En Sociedad Cultural Amigos de Ibarra (Ed.). *Monografía de Ibarra Volumen VII* (pp. 191-202).
- Moreno, P. (2017). Periodismo digital, paradigma del nuevo panorama interactivo. *Estudios sobre el Mensaje periodístico*, 23(2), 1299-1317.
- Morejón, R. y Zamora, B. (2019). *Historia, evolución y desafíos del periodismo digital en el Ecuador. Textos y contextos.* <https://revistadigital.uce.edu.ec/index.php/CONTEXTOS/article/download/1752/1656?inline=1>
- Ovalles, L. (2014). Conectivismo, ¿Un nuevo paradigma en la educación actual?. *Mundo FESC*, 4(7), 72-79. <https://www.fesc.edu.co/Revistas/OJS/index.php/mundofesc/article/view/24/68>
- Parratt, S. (2008). *Géneros periodísticos en prensa.* Quipus. <https://biblio.flacsoandes.edu.ec/catalog/resGet.php?resId=55350>
- Rivera, J. (2013). Medios digitales en Ecuador, cuántos son y qué hacen. *Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación*, (122), 111-117. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=16057409017>
- Rivera, D. (2016). Ecuador. En R. Salaverría. (Ed.), *Ciberperiodismo en Iberoamérica.* (129-143). Fundación Telefónica.
- Rivera, D., Rodríguez, C. y González, M. (2015). 20 años de experiencia: el periodismo ecuatoriano en la era digital. En M. Punín. (Ed.), *Comunicación y Periodismo: Cinco versiones de la historia.* (47-73). Cuadernos Artesanos de Comunicación.
- Rivera, D. (2012). Breve Historia de la Prensa en Ecuador. El Aporte de Loja. *Chasqui*, 1(119), 3-16. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=16057416002>
- Rogers, G. (2018). Presentación. Publicaciones periódicas del siglo XX: aspectos emergentes, miradas latinoamericana. *Catedral Tomada*, 6(11), 1-12.
- Ronaldo, L. (2018). El periodismo en la era digital. *Letras*, 1(7), 155-159. <http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/73489>
- Rubio, J. (2009). Opinión pública y medios de comunicación. Teoría de la agenda setting. *Gazeta de Antropología*, 25 (1). https://www.ugr.es/~pwlac/G25_01JoseMaria_Rubio_Ferreres.html

- Salaverría, R. (2019). Periodismo digital: 25 años de investigación. Artículo de revisión. *El profesional de la información*, 28(1), 1-27. <https://doi.org/10.3145/epi.2019.ene.01>
- Santa Cruz, E. (2011). Prensa y modernización en América Latina y Chile en la segunda mitad del siglo XIX: la crónica y los cronistas. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 17(2), 647-660.
- Siemens, G. (2007). *Conectivismo: Una teoría de aprendizaje para la era digital*. (D. Leal, Trad.). (Trabajo original publicado en 2004). <https://skat.ihmc.us/rid=1J134XMRS-1ZNMYT4-13CN/George%20Siemens%20-%20Conectivismo-una%20teor%C3%ADa%20de%20aprendizaje%20para%20la%20era%20digital.pdf>
- Vidal, E. (2010). *Guía práctica para el reportero de radio: la noticia, la entrevista y la crónica*. [Tesis de pregrado, Universidad de Cuenca]. Archivo digital. <http://dspace.ucuenca.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/3338/1/TESIS.pdf>
- Villamarín, J. (1997). *De la Historia Universal de la Comunicación Social y el Periodismo*. Radmandí.
- Villamarín, J. (2006). Los primeros periódicos y la prensa insurgente de América Latina.

ANEXOS

Oficio para acceder a información:



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
Acreditada Resolución Nro. 173-SE-33-CACES-2020
FACULTAD DE EDUCACIÓN, CIENCIA Y TECNOLOGÍA



Oficio nro. UTN-R-2023-0011-O

Ibarra, 16 de enero de 2023

ASUNTO: Trabajo de integración curricular Emily Mestanza

Magíster
Daniela Castillo
Gerente
GRUPO CORPORATIVO "EL NORTE"
Ibarra

De mi consideración:

A nombre de la Facultad de Educación, Ciencia y Tecnología, reciba un cordial saludo, a la vez que le auguro el mejor de los éxitos en las funciones que viene desempeñando.

Por medio del presente me dirijo a usted con el fin de solicitar de la manera más comedida, autorice que, se brinde las facilidades del caso, para que la señorita EMILY NICOLE MESTANZA YÉPEZ, estudiante de la carrera de Comunicación, pueda obtener información y tomar fotografías de un ejemplar de Diario "El Norte", de los años 2010, 2011, 2012 y 2015, lo cual se requiere para el desarrollo del trabajo de integración curricular con el tema: "ANÁLISIS DEL CONTENIDO PERIODÍSTICO Y ADAPTACIÓN A LAS NUEVAS AUDIENCIAS DE LOS DIARIOS LA VERDAD Y EL NORTE PERIODO 1998-2015".

Por la favorable atención le agradezco.

Atentamente,
CIENCIA Y TÉCNICA AL SERVICIO DEL PUEBLO



firmado electrónicamente por:

JOSE
LUCIANO

MSc. José Revelo
DECANO

M. Báez

Transcripción de entrevistas:

ENTREVISTA 1

DIARIO LA VERDAD – EDISON CABRERA

1. ¿Durante cuánto tiempo trabajó en el diario y qué funciones desempeñó?

Trabajé desde el año 2007 hasta el 2012. Empecé como pasante, periodista y fui editor del diario los tres últimos años.

2. Cuando usted empezó a trabajar, ¿en qué situación se encontraba el diario y qué tan posicionado estaba?

Diario La Verdad al ser un diario tradicional, se le conocía como el “diario de la ciudad”, a pesar de que el medio era de cobertura provincial, el fuerte del diario era Ibarra porque la gente se identificaba con nosotros por ser fundado por Monseñor Leonidas Proaño y tener más de 60 años de trayectoria, entonces toda la gente, especialmente los adultos a partir de los 40 años buscaban todos los días el diario para informarse, leer en todas partes, en los salones de belleza, en los parques y en las diferentes instituciones. El diario tenía varias páginas dedicadas a Ibarra y en menor proporción al resto de cantones. También era muy buscado el diario por los editoriales y los artículos de opinión que eran realizados por personal capacitado con bastantes años de experiencia y conocedores de la realidad de la ciudad y también temas históricos.

3. ¿Cómo estaba conformado el equipo periodístico y cómo era la dinámica de trabajo?

En el tiempo que laboré yo éramos 5 o 6 periodistas, los mismos periodistas se encargaban de hacer las fotografías, de redactar las notas y luego eso pasaba al editor para revisar cualquier situación, posterior a eso pasaba a diagramación que era en la misma planta y luego a la impresión que se hacía en la ciudad de Ibarra.

4. ¿Todas las personas que cumplían la función de periodistas eran profesionales de la Comunicación?

En su mayoría sí tenían ya el título de periodistas y otros estaban estudiando Comunicación, entonces si se regía bastante el profesionalismo. Los directivos del medio si exigían que si no tenían título profesional, por lo menos estén cursando la carrera de Comunicación.

5. ¿Cómo podría describir la línea editorial y el estilo del diario?

Tenía un estilo de ciudad, defender los intereses de Ibarra y desde los artículos de opinión ser propositivos para mejorar la ciudad y aumentar su presencia a nivel nacional. No tenía ninguna inclinación política, si bien es cierto, fue fundado por Monseñor Leonidas Proaño que pertenecía a la iglesia, pero tenía una línea editorial totalmente independiente sin ningún interés político y eso favorecía a los periodistas porque no había ninguna restricción en cuanto a las notas que se escribían y publicaban en La Verdad.

6. ¿Cuál era el tiraje del diario?

Inicialmente serían unos siete mil u ocho mil ejemplares diarios que se imprimían, luego ya se fueron reduciendo con la aparición de más competencia, inclusive afectó el tema de que el diario no evolucionó al color, porque en aquella instancia desde el 2000 ya otros medios empezaron a imprimir a color, pero La Verdad se mantuvo a blanco y negro y eso fue una de las complicaciones para que se haya reducido el número de lectores porque la población buscaba el color.

7. ¿Por qué no se evolucionó rápido al color?

Debido al costo de la maquinaria era lo que afectaba porque una imprenta que luego se adquirió bordeaba los trescientos mil dólares entonces los costos de venta de ejemplares y la publicidad no compensaba el tema de las inversiones significativas que se tenía que hacer. Y también debido a la visión de los directivos porque nosotros como periodistas nos encargábamos del tema de contenido y las autoridades eran los encargados de apuntalar al medio de comunicación en la evolución constante que se tenía que dar desde ese entonces.

8. ¿Cómo influyó la llegada del internet en el diario y cómo fue el proceso de adaptación a lo digital?

En el tema digital no hubo mayor complejidad, se creó la página web del diario, que era lo fuerte en ese momento para los medios de comunicación era estar presentes en la página web entonces nos adaptamos a eso. Posteriormente, también se empezó a trabajar en redes sociales, específicamente en Facebook que fue la primera red social en llegar, pero había poco consumo en ese entonces, y los medios de comunicación tenían un poco de recelo de inmiscuirse en el tema de las redes sociales porque le veían como algo no tan serio, creo que ningún medio de comunicación aquí ingresó de manera fuerte a redes sociales en ese momento. Pero en el caso de la página web si se actualizaba constantemente, todas las notas que estaban en la edición impresa se las subía de la misma forma a la página, pero ya se le daba un plus debido a que se incluía más fotografías y videos a diferencia del periódico impreso que iba solo una o dos fotos.

9. ¿En qué año se creó la página web?

Creo que fue en el año 2009 o un poco antes, pero incluso después de que cerró el diario, se mantuvo solo la página web actualizándose con noticias hasta unos 5 o 6 meses después.

10. ¿Qué estrategias utilizaron para llegar a las nuevas audiencias más jóvenes?

Entre 2009 o 2010 ya se adquirió la máquina para impresión a color y con eso dimos un salto gigante. No se imprimía a color en totalidad por los costos que significaba, pero si la portada y algunas páginas interiores. Con esto del color también se dio esa evolución para el tema de las páginas sociales, que es lo que al público joven y adolescente le gustaba porque íbamos a los colegios y escuelas a tomar fotografías de los eventos y actividades que se realizaban para que se muestren ellos en las páginas y de alguna manera incentivarles a que compren el diario, porque anteriormente salir en una página social era para guardarlo y tenerlo de colección, varias personas hacían eso, entonces se dio ese salto. También nos

vinculamos con los niños, destinamos una página con actividades para niños, no teníamos presupuesto para una revista pero si destinamos una página específicamente para ellos que era otro público que queríamos captar, entonces si se dio esta evolución también en contenido con la llegada del color al diario.

11. ¿Qué otras dificultades enfrentó el diario, además de la evolución tardía al color?

Otra dificultad fue el tema de las pautas publicitarias, anteriormente habían más empresas que se dedicaban a pautar y con la competencia mismo, al no ser una provincia muy grande y al contar con tres diarios fuertes como era Diario La Hora, Diario El Norte y Diario La Verdad la publicidad si se volvió muy limitante, sobre todo para sostener a un equipo periodístico y de producción si se necesitaba recursos, entonces la problemática fue la publicidad, además con el desprestigio que se dio de manera general para los medios de comunicación en la época de Rafael Correa, la gente empezó a disminuir la compra de los ejemplares. Con esta propaganda semanal que se hacía en contra de los medios si afectó en los ingresos. Eso sumado a algunas decisiones e inversiones de las autoridades del diario fue lo que provocó que La Verdad fuera decayendo hasta cerrar.

12. ¿La situación económica fue el principal motivo del cierre del diario?

Sí. Al ser el diario de varios accionistas, alrededor de 15, la mayoría de ellos eran de la época de Monseñor Leonidas Proaño, entonces ya superaban los 60 o 70 años y no tenían la visión de seguir evolucionando con el diario, por lo que se mantenían en lo tradicional y también nuestro público principal eran ya adultos mayores que iban falleciendo entonces íbamos teniendo menos clientes, y como le decía, el mayor problema fue la poca visión de los accionistas porque cuando decidieron dar el salto al color ya fue un poco tarde y las inversiones realizadas tampoco fueron las adecuadas debido a que el mantenimiento de la máquina adquirida era demasiado costoso, entonces en lugar de ayudar a sostener la empresa, más bien incurrieron en más gastos por el tema del papel y de algunos daños que tenían que venir técnicos de Estados Unidos a arreglarlos, todo eso significaban gastos no planificados y eso fue en perjuicio de la empresa.

13. ¿Qué significó el cierre del diario para la ciudad?

Fue un duro golpe tanto para los trabajadores como para la ciudad porque fue algo que nadie pensaba que iba a pasar. Si bien es cierto el diario pertenecía a un grupo de personas pero se lo conocía como “el diario de la ciudad”, era parte de la historia de la ciudad por sus más de 60 años que tenía y fue evolucionando con la ciudad mismo, entonces el diario era también como un identificador de Ibarra. Fue bastante fuerte para nosotros como trabajadores sobre todo porque ahí nos formamos y tuvimos que estar hasta las últimas páginas y varios de los periodistas de aquí que ahora están en otros medios se formaron en la sala de redacción de Diario La Verdad porque esa era una de las características del diario, el ser abierto al tema de prácticas, pasantías, entonces la mayoría tuvo una escuela en La Verdad.

Fue un golpe bastante fuerte también para la audiencia, tuvimos llamadas de diferentes lugares porque nadie pensaba que iba a cerrar el diario, fue de un día al otro. Llegaron las

autoridades, se reunieron un sábado y en la tarde resolvieron que al otro día circulaba la última edición del diario. Nadie se imaginaba eso, ni nosotros como periodistas a pesar de que conocíamos de la difícil situación económica porque también nos adeudaban algunos meses los sueldos, pero no pensamos que iba a cerrar de esa manera. Fue tal el impacto que incluso ese último ejemplar se agotó en ventas porque todas las personas querían tener de recuerdo ese diario.

ENTREVISTA 2

DIARIO EL NORTE – PATRICIO PÉREZ

1. ¿Durante cuánto tiempo trabajó en el diario?

Diario El Norte se creó el 25 de junio de 1987, pero yo prácticamente tuve unas experiencias anteriores desde el punto de vista periodístico en los mismos proyectos de don Luis Mejía Montesdeoca que fue el fundador. Yo estuve en el periódico “Medio día” haciendo mis prácticas profesionales y cuando me gradué fui coordinador general del semanario El Norte, que circulaba en Imbabura, Carchi, Norte de Pichincha y Esmeraldas, esto fue quizás en el año 1985 y duró hasta 1987 cuando don Luis por la presión de la gente decidió arriesgarse y convertirlo en diario.

Iniciamos el proyecto y éramos pocos periodistas, era una planta de trabajadores muy reducida, si no me equivoco el equipo periodístico era de seis periodistas jóvenes todos, porque recién egresábamos, uno o dos recién estaban en la profesión.

Ahí empezó este proyecto y mucha gente pensó que no iba a durar mucho esto porque primero ya había un periódico muy bien instalado aquí en Imbabura, como era el Diario La Verdad que ya no existe y posteriormente apareció diario La Hora, que de igual forma ya no está en venta, pero el Diario del Norte si ha logrado mantenerse ya casi 36 años.

2. ¿Qué funciones desempeñó en el diario?

Yo inicié allí como periodista porque el primer director fue Luis Mejía Montesdeoca. Teníamos dos subdirectores, uno en un suplemento en Quito y un subdirector en Ibarra que era Ramiro Bucheli y yo con el pasar de los tiempos logré llegar a la subdirección, luego fui director general en 1994. Un tiempo salí del diario y en el año 2000 retomé la dirección hasta este 31 de diciembre del 2022.

3. ¿Qué tan difícil fue posicionarse en la ciudad?

Fue muy difícil, fue una carrera cuesta arriba porque Diario La Verdad era el periódico que se compraba aquí hasta para ver quién se ha muerto, por la sección de necrológicos, eran páginas completas de necrológicas, mientras que sacaban ellos dos o tres páginas de necrológicas, nosotros pedíamos un espacio chiquito de eso porque se vendía muy poco la publicidad. En los primeros cinco años íbamos solo con pérdidas, pero fue ahí cuando la visión y el compromiso de don Luis Mejía que sacaba de su propio bolsillo para pagar tinta, para pagar el papel, para pagar a los compañeros también muchas veces, pero así seguíamos hasta que llegó un momento en que poco a poco El Norte se iba posicionando, sobre todo

por el tema noticioso, porque nosotros estábamos al pie del cañón, como éramos jóvenes, no éramos casados, no teníamos familia, entonces nosotros íbamos a hacer coberturas donde sea.

4. ¿Cuál es la línea editorial y el estilo que ha tenido durante todos estos años?

Nuestra línea editorial siempre fue democrática, casi nunca nos lanzamos a defender una posición ideológica o partidista, a pesar de que Luis Mejía fue político, pero nunca nos limitó en el tema periodístico, más bien nos dejó libremente hacer nuestro trabajo.

Incluso los propios articulistas algunos eran de izquierda, otros eran conservadores, hasta hoy mismo escribe un sacerdote, algunos docentes y periodistas como Jacinto Salas, es decir, hemos tenido una línea totalmente libre, pero obviamente cada artículo de opinión se revisaba antes de publicar para no caer en errores o quizás generar polémica contraproducente, sin embargo, nunca hemos tenido problemas por un editorial o por un artículo de opinión.

5. ¿Cómo ha sido la evolución en cuanto a los contenidos?

Nuestro contenido fue eminentemente informativo, teníamos crónicas, entrevistas, teníamos noticias, páginas de opinión, el editorial, teníamos sucesos o crónica roja, deportes. Teníamos páginas para cubrir lo de Carchi, Imbabura, Pichincha, Cayambe y Tabacundo, entonces teníamos que ser muy metódicos al momento de disponer de páginas para cubrir todo eso, pero en general hemos cumplido con todos los géneros periodísticos, sobre todo los informativos, pero lógicamente más enfocados en la noticia inmediata o la noticia del día a día, la cobertura que exista y en función de lo que quiere la gente.

6. ¿Cuál considera que era la diferencia entre ustedes y Diario La Verdad?

Ellos manejaban más el tema de opinión, pero también quienes trabajaban en La Verdad ya eran adultos e inclusive adultos mayores. En esa época, en cambio en Diario El Norte entró una camada de jóvenes de hambrientos que querían comerse el mundo y no teníamos problema en cubrir todo lo que haya que cubrir, donde sea, lo que no hacía La Verdad, y de pronto ese fue un error de ellos, no irse reforzando con elementos jóvenes, porque ahí creo que estaba la pequeña gran diferencia. En el caso de nosotros sí empezamos a generar mucha noticia y polémica porque incluso generábamos investigaciones y descubríamos cosas que eran de interés y nos permitieron posicionarnos.

7. ¿En cuanto al tiraje, cuántos ejemplares se vendían al inicio y ahora?

Al inicio no recuerdo tanto, pero posiblemente circulamos con pocos ejemplares, creo que llegábamos ni a mil, pero conforme iban pasando los años se incrementaba e incluso sacábamos ediciones de hasta 56 páginas u 80 páginas, sobre todo en las festividades cívicas, de navidad, fin de año, etcétera, en donde la publicidad sí nos posibilitaba eso. Y en cuanto al tiraje nosotros llegamos a vender 7000 ejemplares y con la posibilidad de subir en las fechas días especiales, fundación de Ibarra, fiestas del retorno, el yamor en Otavalo, que

eran ocasiones en las que nos encargábamos de hacer ediciones especiales con papel couché, full color y se vendía más.

Actualmente se ha reducido también tomando en cuenta lo digital y la pandemia, podríamos decir que se venden alrededor de 2500 periódicos.

8. ¿De cuántas personas estaba conformado el equipo periodístico?

Más o menos en el 2004, 2006, nosotros llegamos a tener algo así como 100 empleados en total en la empresa. Entonces, eso implicaba también una situación complicada desde el punto de vista económico, pero salíamos. Del equipo periodístico creo que llegamos a tener como 20 periodistas en un momento dado, unos venían, otros se iban, pero entre 20 a 25 periodistas teníamos en las diferentes áreas con corresponsales en Tulcán, en San Gabriel, en Otavalo y Cayambe.

9. ¿Cómo influyó el internet y las redes sociales en el diario?

Con las redes sociales nos tocaba hacer video también entonces ahí era un poco complicado porque no sabíamos manejar bien eso. Yo estuve en un seminario en Lima, Perú, sobre periodismo digital y ahí me di cuenta de lo importante que es tener un teléfono porque con eso se hace todo. Entonces regresé y dije “señores, aquí hay que cambiar, no hay otro camino, tenemos que meternos a esto también”, así que los directivos tomaron esa decisión, ya nos involucramos con las nuevas tecnologías, con nuevos teléfonos y dimos este cambio a lo digital. Tuvimos seminarios, hicimos muchos esfuerzos, pero yo veo que la mayoría de medios no solamente de acá, sino creo que de otros países, por lo menos de Latinoamérica, tienen todavía algunos problemas en cuanto a monetizar los contenidos y eso es lo que nos pasa a nosotros, en plena era tecnológica la venta del papel es lo que sostiene al periódico, porque en lo digital, nosotros hacemos un trabajo interesante, pero no se monetiza como quisiéramos.

En algún momento analizamos la idea de dedicarnos 100% a lo digital y ver qué tal nos va, pero ocurre que la gente, por ejemplo, en los rangos de entre 40 años, 60 y o más, siguen prefiriendo el impreso, la gente sigue leyendo y eso es satisfactorio.

10. ¿Qué tipo de maquinaria tenían al principio y cómo fueron evolucionando?

Teníamos una prensa plana, una vez que salían ya las hojas teníamos que hacer turnos para poder doblar el periódico como un cuaderno. En 1987 todavía no era el boom de las computadoras, lo que había eran levantadoras de textos, en donde se escribía y sacaba un chorizo de papel. Era una compañera como secretaria que pasaba las noticias a esa levantadora y luego eso se mandaba al departamento de diseño y diagramación para cortar el papel e ir poniéndola en la engomadora y luego pegar en las páginas del periódico. Eso iba a una fotomecánica, en donde se tomaba la foto de eso, se sacaba una película, esa película iba a una placa y esa placa ya se metía a la prensa.

Era un proceso tremendamente grande. Hoy no, hoy por ejemplo estamos imprimiendo en Guayaquil. Nosotros cerramos de edición a las tres de la tarde y a través del Internet

mandamos toda la producción del periódico con diseños y todo y ellos se demoran media hora en sacar los 3000 periódicos y están aquí a las cuatro o cinco de la mañana.

11. ¿Cuándo implementaron el color?

La implementación del color fue una situación interesante porque cuando nosotros teníamos la rotativa jarvis, el Ing. Boris Mejía, hijo de don Luis Mejía, implementó un nuevo cuerpo a color en la rotativa que ya era una máquina viejita, entonces el primer periódico que sacamos a color que creo que fue en 2002 o 2003, tenía muchas fallas, se nos descuadró todo y nos tocó pedir disculpas al público. Hasta poder acomodar todo eso nos llevó un poco de tiempo, pero logramos utilizar la misma imprenta de blanco y negro para el color.

Todo esto nos ayudó porque estábamos en constante evolución, tanto en la parte periodística como en lo gerencial y empresarial. Incluso muchos de quienes trabajamos en esos momentos empezamos a tener reconocimientos en concursos y el diario iba teniendo más presencia.

12. ¿Cuándo empezaron con el periodismo digital?

Fue todo un proceso en diferentes etapas, empezó con la adaptación a las computadoras, cuando el Ing. Boris Mejía regresó de Estados Unidos lo primero que hizo es quitarnos las máquinas de tecla y las máquinas eléctricas para reemplazarlas por computadoras. Muchos no querían eso y preferían quedarse con lo que ya conocían, se resistían al cambio tecnológico, pero un día llegamos y ya nos encontramos con las computadoras en los escritorios y no teníamos idea de cómo se usaban, entonces nos dieron pequeños cursos para aprender.

Pero nuestro cambio tecnológico más fuerte fue a raíz de que cumplimos 25 años (2012). Ahí es cuando empezaron los propios directivos a interesarse en tratar de cambiar las cosas y nosotros hicimos una transformación digital con un equipo de periodistas tanto de España como de Colombia, ellos vinieron y nos guiaron en este cambio.

13. ¿Qué estrategias utilizaron para llegar a las nuevas audiencias que se generaron a raíz de las redes sociales y el internet?

Nosotros siempre abrimos las puertas a la gente joven, desde los convenios que teníamos con las universidades para que los estudiantes hagan pasantías y luego algunos se quedaban trabajando. Entonces lo que lo que hacíamos simplemente es irnos acomodando a lo que la realidad nos decía. Justamente el compañero Santiago Ponce, que era community manager de El Comercio vino a Ibarra por situaciones familiares y pidió trabajo en el diario, entonces aprovechamos lo que él ya conocía y nos fue introduciendo en Facebook, la página web y luego también en 2010 creo que empezamos con el canal digital, con el apoyo de otros compañeros que sabían más sobre televisión.

14. ¿Cuáles considera que han sido las ventajas y desventajas de la llegada de la era digital para el diario?

Yo considero que la llegada de la tecnología es como cuando en tu familia llega un nuevo hermano, no puedes decir que no quieres que llegue, simplemente lo hace y tienes que acostumbrarte. Así mismo llegó la tecnología y teníamos que adaptarnos porque caso contrario nos hubiésemos estancado sin poder desarrollar absolutamente nada.

Yo creo que el papel como tal no va a perderse, posiblemente esté equivocado o alguien me puede decir, está loco, porque en plena era tecnológica que crea que va a seguir vendiendo periódico, está loco, pero aunque considero que si nos va a afectar, no creo que desaparezca el papel porque hay gente que sigue leyendo, así como los libros y muchos prefieren lo físico a lo digital, pero de todas formas hay que acomodarse a los tiempos y seguir innovando.

La empresa como tal es posible que sufra transformaciones también. A nosotros nos falta todavía mucho, principalmente para lograr monetizar con el contenido digital, pero no es un problema solamente nuestro, sino de varios periódicos de Latinoamérica porque es complicado, pero hay que hacerlo. En nuestro caso, hay un reto tremendamente grande porque nuestros periodistas siguen escribiendo para el papel, todavía no están muy metidos en el hecho de generar contenidos para la virtualidad específicamente, sin embargo, si hemos hecho algunas cosas interesantes, por ejemplo, con los zapatos viejos de Glenda Morejón. Nosotros sacamos la noticia y se hizo viral, llegamos a tener en Facebook algo así como 600 mil visualizaciones y todos estábamos sorprendidos y después hasta los medios nacionales vinieron a cubrir eso.

15. ¿Actualmente cómo se encuentra el diario en términos generales?

En términos generales golpeado por la pandemia, por la crisis económica, por los paros. Estos han sido golpes que verdaderamente a nosotros sí nos han afectado, tanto así que, por ejemplo, tuvimos que tomar la decisión de imprimir el periódico en Guayaquil porque nuestro equipo de producción era de 12 personas y no nos alcanzaba para pagar a todos, entonces se hizo un análisis y mandar a editar en Guayaquil resultaba más barato que mantener a los 12 compañeros. Muchos medios están afectados de esa forma por la situación económica, diario La Hora ya cerró, diario El Comercio también está debiendo sueldos y ya tienen juicios laborales, entonces es una situación generalizada de todos los medios pero nosotros nos hemos mantenido gracias al esfuerzo de los directivos y trabajadores que han puesto para sostener el proyecto y claro que el reconocimiento y apoyo de la gente que sigue comprando nos ha permitido continuar.

ENTREVISTA 3

DIARIO LA VERDAD – FABRICIO ROSERO

1. ¿Durante cuánto tiempo trabajó en Diario La Verdad y qué funciones desempeñó?

Trabajé en Diario La Verdad durante cuatro años desde 2004 hasta 2008 y desempeñé labores como periodista y luego como editor los dos últimos años.

2. ¿En qué situación se encontraba el diario cuando usted empezó a trabajar ahí?

Cuando yo ingresé, el diario a nivel de empresarial se encontraba en un proceso de transición. Yo ingresé quizás un año después de que pasó de cooperativa a compañía y durante esa transición los accionistas sugirieron a los directivos que se fortaleciera el tema estructural de la redacción porque el diario no tuvo nunca una estructura de redacción formal, siempre se mantuvo como una estructura muy circunstancial, a veces hasta empírica y la mayoría de periodistas que pasaron por el diario no tenían una formación periodística, era gente que aprendía periodismo o que tenía gusto por escribir, pero no eran periodistas y tampoco tenían una relación formal de dependencia. En el proceso de transición ya de cooperativa a compañía, una de las sugerencias de los accionistas fue que precisamente ya se conforme una redacción con personal que trabaje 100% en el diario como empleados y que sean profesionales.

3. ¿En ese momento qué tan posicionado se encontraba el diario?

En ese momento el diario ya se encontraba en una situación de decadencia, si cabe el término. Lamentablemente, en el proceso de transición, según me comentaban, surgió por el hecho de que el diario había perdido bastante espacio sobre todo en el tema comercial porque ya habían aparecido otros medios de comunicación como Diario El Norte, ellos más o menos en el 2001 o 2002 ya pasaron a color y eso significó un golpe fuerte Diario La Verdad porque seguía siendo blanco y negro. Aparte de eso, Diario del Norte se convirtió en un grupo corporativo, en un pull de medios, y eso hizo que su estructura empresarial sea mucho más moderna y respondía a las necesidades actuales del mercado periodístico, pues le permitan ganar el espacio que antes tenía el Diario La Verdad. También diario La Hora en ese momento se consolidó mucho con una oficina regional, y al ser un medio nacional con una presencia regional inclusive contaban con un equipo de ventas. Entonces también fue un golpe para Diario La Verdad, que lamentablemente no logró a tiempo reestructurarse y fue perdiendo muchísima presencia en el mercado a nivel de los medios de comunicación escritos.

4. ¿Cómo estaba conformado el equipo periodístico y cómo era la dinámica de trabajo?

Cuando yo entré como periodista había cuatro periodistas y un editor, es decir cinco personas. Cuando yo asumí la condición de editor del diario, éramos igual cinco o cuatro personas, ese era el promedio del equipo periodístico, aparte de los diagramadores y de los prensistas.

5. ¿Alrededor de cuántas noticias se publicaban? ¿Era bastante trabajo para cada uno de los periodistas?

Claro, lo que pasa es que la lógica del diario era muy diferente a la lógica de otros medios de comunicación. Normalmente los medios escritos en esa época ya tenían una estructura donde los espacios para publicidad ya estaban preestablecidos entonces los periodistas sabían cuántas notas se necesitaba para llenar cada página antes del mediodía y sabían qué tipo de contenido hacer. En Diario La Verdad no, teníamos un cierre de publicidad hasta las seis de la tarde entonces recién a esa hora sabíamos cuánto espacio teníamos para escribir,

ni siquiera el número de páginas estaba definido, entonces había esa desorganización porque ahí sí se privilegiaba el tema de la publicidad. Era el único medio de comunicación escrito que el cierre de recepción de publicidad era hasta muy tarde.

6. ¿Cuál era la línea editorial del diario?

La ventaja del diario era que no tenía compromisos políticos. No había una exigencia de línea editorial entonces en el manejo informativo no había limitaciones ni restricciones, ni nada de ese tipo de cosas. Tú podías cubrir y publicar abiertamente cualquier tema. Realmente, eso sí era una ventaja porque tenías libertad en cubrir e informar lo que tú querías, a diferencia de otros medios de comunicación que normalmente por la propiedad suelen tener compromisos. Pero Diario La Verdad intentaba mantener los principios con los cuales fue fundado, no olvidemos que su fundador fue Monseñor Leonidas Proaño, entonces, esos principios sí se lograron mantener hasta prácticamente su cierre.

7. ¿Qué tipo de contenidos eran los que más se publicaban en el diario y qué géneros periodísticos utilizaban más?

Básicamente noticias. Muy pocas veces o en situaciones muy excepcionales se aplicaron a otro tipo de géneros como el reportaje porque al ser un equipo muy pequeño, la prioridad era tener la mayor cantidad de noticias para llenar el diario entonces no teníamos la posibilidad ni la capacidad de tener periodistas que tengan tiempo para hacer un reportaje de gran formato, porque eso significaba no tener cómo llenar más páginas. Inclusive los fines de semana eran bastante duros, porque la normativa exigía que se descansaran equipos pero solo como éramos cuatro personas, el fin de semana quedábamos dos hechos cargo de un diario de 24 páginas, y normalmente los domingos son los días donde se emplea más páginas porque era donde más gente pone publicidad, era el día donde más gente leía el periódico en esa época, entonces era bastante duro, no había mucha posibilidad de hacer otro tipo de formatos que no te exijan más tiempo.

8. ¿Cuál era el tiraje promedio del diario?

En las mejores épocas entre 1955 y 1995 Diario La Verdad tenía un tiraje de 10 000 ejemplares diarios, casi por 50 años. Durante esa época fue el único diario que había aquí en la provincia de Imbabura y el tiraje promedio era de 10 000, entre 15 000 y 10 000 periódicos diarios, con una particularidad que no había devoluciones. Es decir, la gente que vendía el periódico lo vendía todo. Cuando ya aparece Diario El Norte y La Hora, la cosa cambia, porque ellos empiezan ya a posicionarse en el mercado y sobre todo cuando El Norte saca color cae el tiraje a un promedio de 900 a 1000 periódicos diarios, con una devolución promedio entre 100 y 150 periódicos diarios, así que realmente el diario vendía entre 800 periódicos diario, pero el domingo incrementaba a 1500 periódicos.

9. ¿Cuándo se dio el cambio al color en el diario La Verdad?

Yo salí del diario en 2008 y todavía seguíamos a blanco y negro, pero ya estaba el proyecto de inversión para la adquisición de una prensa a color, creo que más o menos en 2009 o 2010, pero en 2012 ya desapareció.

10. Con la llegada del internet y las redes sociales, se generaron nuevas audiencias, ¿de alguna forma el diario aplicó estrategias para llegar a ellos?

En el 2008 todavía el tema de redes sociales no estaba muy posicionado entonces no teníamos eso, pero nosotros sí fuimos el primer diario que tuvo página web. Un poco antes de que yo salga del diario ya nos empezaron a capacitar para subir las notas en la web, pero todavía no había un dominio en conocimiento, por ejemplo, de estrategias de tráfico. Nosotros ya teníamos presencia en la web 2.0 pero no teníamos certeza de quién nos leía y cómo llegaban a nuestra página web, porque no había una visión y una estrategia digital. Simplemente alguien le dijo a la gerencia que deberían tener una página web y se hizo.

Ya había la experiencia del Diario El Hoy desde 1996 y otros medios grandes con páginas web, pero redes sociales como una estrategia era muy poca. No teníamos ni la idea de que íbamos a evolucionar a alguna estrategia con redes sociales. Entonces, yo creo que la página web estuvo ahí, se la creó, pero como nadie entendía todavía el impacto de lo digital en ese momento, pues no tuvo mayor suceso.

11. ¿Las notas se adaptaban al entorno web o se subían de la misma forma que en el diario físico?

Igual que en el físico. No había un dominio ni un conocimiento sobre lo digital, de cómo se utilizaba, ni escritura digital, ni relación digital. No había absolutamente nada de ese tipo de cosas, entonces lo que redactábamos, copiábamos, abríamos la plantilla de web, pegábamos y subíamos tal cual y ya.

12. ¿Cuáles cree usted que fueron las causas de que no se haya evolucionado a tiempo?

El problema del diario en ese momento era que quienes lideraban el diario lamentablemente no tenían un conocimiento de lo que significa tener una empresa periodística. Hubo un momento por 1950 más o menos en el que el diario tenía los mejores equipos, la mejor imprenta del norte del país y fue el primer medio de comunicación que trajo las primeras computadoras para la diagramación de un periódico, porque era su época de bonanza y tenía la capacidad de comprar esos equipos, pero cuando ya aparecen los otros medios, Diario del Norte y La Hora la situación empresarial se vuelve complicada, no hubo una reacción inmediata sobre ese tema y tampoco había una visión para hacia dónde iban los medios de comunicación escritos y como Don Flores, que era el que nos contrató a todos en este proceso de transición, ya estaba en sus últimos años no respondió inmediatamente a los nuevos momentos, no hubo una estrategia para frenar lo que ya era Diario El Norte y La Hora en ese momento y lo que estaba haciendo, entonces cuando intentaron reaccionar ya se había perdido mucho en el mercado, porque cuando ya yo salí del diario, Diario El Norte tenía un tiraje de 16 000 ejemplares diarios y nosotros teníamos un tiraje promedio de 900 con una devolución de 100, entonces si fue una falta de visión. Lamentablemente, como en ese momento don Flores y don Roberto, que eran las personas que estuvieron desde el inicio del diario con Monseñor Leonidas Proaño, cuando intentaron reaccionar fue tarde y cuando muere don Flores asume su hija la gerencia, ella no era ni periodista ni administradora, no

tenía ese conocimiento y sus decisiones se basaban mucho en percepciones. Y claro, aparte de eso, ya había problemas financieros en el diario y las cosas se fueron deteriorando y no pudo solventarse.

En esos momentos el diario ya solo vivía de la marca y porque hubo una generación que creció con La Verdad, pero esa generación también fue muriendo con el diario.

13. ¿Cuál era la audiencia principal del diario?

Adultos y adultos mayores. Imagínate que cuando se moría un viejito era muy bueno para nosotros porque todo el mundo iba a poner los parques moratorios en La Verdad, era impresionante, o sea, se moría alguien en la ciudad para nosotros eran los mejores días porque es donde había más publicidad, me acuerdo que una vez que tuvimos un ejemplar de 68 páginas, la mayoría eran de partes mortuorios porque un señor muy reconocido falleció y se vendió todos los ejemplares.

Entonces se moría un adulto mayor y todos iban a poner en La Verdad para que los amigos de esa persona que eran los que siempre habían comprado el diario sepan que se murió el amigo, por esa generación se mantenía el medio, pero como te dije, el diario iba muriendo con una generación que también iba a morir.

La ventaja Diario El Norte es que quienes asumieron desde el año 2000 o 2001 era gente joven y que sabía de empresas. Boris Mejía, el hijo del fundador Luis Mejía, tenía mucha experiencia en empresas y él había visto experiencias de periódicos regionales en otras partes, sobre todo en México porque él estudió allá entonces trajo todas esas innovaciones, esas ideas a Diario El Norte y eso fue determinante porque él sabía que un medio de comunicación necesita estructurar un buen equipo de redacción y también de ventas.

Y aparte de eso, desarrollaron una serie de estrategias, analizar públicos, generar contenidos para estos públicos, la revista infantil, el periódico formal, los suplementos. Entonces había una visión empresarial periodística que entendía lo que se debía hacer y cómo llegar a los diferentes públicos. En Diario La Verdad, como te dije, lamentablemente no había esa experiencia ni esa visión y la reacción fue muy tardía, tanto así que si bien no fue en mi época, pero cuando ya cerró el diario, lo cerró porque no podían pagar la imprenta que habían comprado, porque ya los ingresos que recibían por venta de periódico y por publicidad no les permitían cumplir con las cuotas de la Corporación Financiera Nacional.

14. ¿Qué significó el cierre de Diario La Verdad para la ciudad?

Fue algo muy doloroso desde muchos ámbitos, desde lo personal porque al fin y al cabo, haber estado cuatro años ahí en el diario sí te genera una situación de simpatía y pertinencia porque a pesar de todo, durante esos cuatro años se hicieron cosas súper chéveres. Recuerdo que, por ejemplo, le propuse a don Flores hacer un suplemento comercial para navidad para reactivarnos, fue la primera vez que hicimos un suplemento, fuimos a muchos almacenes, vendimos publicidad y creamos cupones e imprimimos, nos fue súper bien y el tiraje se aumentó. En esa época creo que logramos vender 2000 periódicos diarios en navidad, teníamos la novena y el suplemento con cupones, entonces la gente empezó a buscar y había

veces que la gente iba al diario a buscar el suplemento y ya no teníamos. De ahí hicimos un especial por las fiestas de El Retorno, una revista, y también nos fue súper bien, tanto que en los colegios les pidieron a los chicos que compren el diario y ese día nos iba bien.

Pero no teníamos una estructura ni un equipo de ventas, a veces nos tocaba a nosotros como periodistas salir a vender para el suplemento, nos iba bien pero era complicado.

Entonces cuando se cerró La Verdad fue muy doloroso, porque en el tiempo que yo estuve si bien mantuvimos por lo menos el tiraje del periódico entre 900 y mil periódicos diarios, también teníamos un impacto, porque como ya éramos un equipo de profesionales, nuestras noticias tenían ya una relevancia, ya generábamos incluso polémica a nivel político, ya generábamos opinión política, pública, ya había gente que mandaba cartas molestas por nuestras posiciones de opiniones en el diario. Entonces recuperamos durante ese tiempo la influencia informativa y periodística, porque todavía tenían un muy buen equipo de trabajo.

Periodísticamente era bueno pero empresarialmente no aprovechaban esa coyuntura que estábamos logrando, entonces todas esas cosas para mí fueron importantes en el poco tiempo que se hizo.

Desde la parte administrativa y comercial hubo una visión diferente en las cosas que se hubieran podido salvar. Eso por una parte y por la otra, pues como que desaparezca el Diario La Verdad es como que un día llegues y desaparezca el obelisco, o como cuando se cayó el sello en el parque Pedro Moncayo, o como que un día desaparezca la esquina del coco, es decir, para un ibarreño llegar a Ibarra y ya no ver el obelisco, o ya no ver san Miguel Arcángel, o ya no ver la esquina del coco sería como matar su identidad, y La Verdad fue eso, porque fue un proyecto periodístico social, inclusive fue un periódico social tan comprometido que ni la misma iglesia pudo imponer líneas editoriales, en una ocasión recuerdo que el sacerdote estaba molesto e incómodo porque publicábamos ciertas cosas, pero no lograron influir en las publicaciones. Era tan sólida la visión del periódico que era un referente muy fuerte y que se haya perdido de esa forma es dolorosa porque creo que la gente nunca concibió lo que significaba el diario, y sinceramente creo que es uno de los pocos medios de comunicación en el país que realmente tenían conceptual y sustancialmente una visión de un periodismo social comprometido.

ENTREVISTA 4

DIARIO EL NORTE - CARLA AGUAS

1. ¿Durante cuánto tiempo trabajó en Diario El Norte y qué funciones desempeñó?

Estuve trabajando en el periódico desde el 23 de julio de 2003 hasta el 31 de agosto de 2019, 16 años estuve en Diario El Norte, hasta 2007 como periodista y luego fui subdirectora de contenidos.

2. Cuando usted ingresó al diario, ¿cuál era la situación en la que se encontraba Diario El Norte en ese momento?

En ese momento era uno de los diarios más vendidos, líder de la región norte del país porque no cubríamos solo Imbabura sino también Carchi y cuando yo empecé también solíamos hacer notas para Esmeraldas, teníamos un corresponsal en San Lorenzo. Bueno en 2003 la tecnología era muy escasa, por ejemplo, el tema de Internet, para que tengamos una idea nosotros para sacar las noticias del cable internacional teníamos que hacer fila en una computadora, porque solo una computadora tenía Internet en ese tiempo. Utilizábamos todavía las cámaras analógicas, teníamos que revelar los rollos, las fotografías iban al diseñador y él las colocaba en una máquina para imprimir. Yo creo que soy de la época en la que afortunadamente pude ver de todo, porque ahora los chicos tienen el WhatsApp y ahí les llega todo prácticamente todo, pero antes lo hacíamos no tan rudimentario como en el siglo XX, pero todavía no llegaba el boom de lo digital.

Así eran los inicios, cero tecnología, teníamos que necesariamente ir a las coberturas, casi no teníamos información que nos enviaran ni de la policía ni de otro lado, porque todo lo teníamos que hacer nosotros mismos yendo a la fuente directamente.

3. ¿Cómo estaba conformado el equipo periodístico y cómo era la dinámica de trabajo en ese momento?

En ese momento nosotros éramos el diario más vendido acá, no recuerdo cuántos ejemplares vendíamos, pero sí éramos líderes. Ahí, por ejemplo, había Diario La Verdad y Diario La Hora, entonces nuestra rutina de trabajo empezaba siempre revisando esos periódicos para saber qué impacto tenía la competencia y para ver qué temas sacar, pero lo bonito era que podíamos manejar nuestra agenda propia.

Yo cuando empecé a trabajar ahí, abrí la sección de cultura que antes no había, entonces me acerqué mucho a lo que es mi pueblo afrodescendiente, el tema de la cultura afroecuatoriana, me encantaba ir a San Antonio a hacer coberturas de artistas, de artesanos, entonces empezamos ya a darle ese plus al periódico.

Lo bueno de ese entonces es que como no había tanta tecnología, no había Twitter, no había Facebook, no había redes sociales, entonces toda la información que nosotros teníamos era propia, o sea, nadie la tenía, solo nosotros, hablando a nivel local. Entonces, por eso era como una guerra de quién gana la primicia o quien saca mejor la nota.

Cada uno tenía sus temas, el director nos preguntaba que temas teníamos, yo cubría cultura y ciudad, teníamos también deportes, la mayoría de temas eran de nuestra agenda y eso era lo que marcaba la agenda diaria del periódico, no era algo impuesto. Obviamente aparte de las ruedas de prensa y eventos de las autoridades locales, pero en su mayoría era el tema de reportajes, de temas sociales. Y también ya el cambio al color eso nos ayudó muchísimo porque mejoramos la calidad. Diario La Hora ya tenía su medio a color, pero la desventaja de ellos era que no tenían muchos temas locales, la mayoría era noticias nacionales, y en cambio Diario La Verdad era mucho más local pero no cubría muchas noticias de la región

norte, nosotros en cambio sí teníamos presencia en toda la provincia y en Carchi también, ahí teníamos corresponsales, pero no fotógrafos, nosotros mismos hacíamos las fotografías e incluso eran cámaras que nosotros compramos personalmente y con eso trabajábamos.

4. ¿En qué año se dio el cambio a color?

En 2004 el periódico empezó a full color con la adquisición de una rotativa y desde ahí el periódico se ha mantenido en color.

5. ¿Cómo fue el proceso de evolución del diario en cuanto a estructura y contenidos?

En 2004 era todo muy cuadrado, pero ya era más atractivo el diseño principalmente por el color, pero si fue evolucionando el diseño porque después de unos años fuimos dando más importancia a la imagen, es decir, unas 3 fotos y el chorro de texto, pero luego ya se hacen fotos más grandes, el texto más ordenado, lo combinábamos con micro textos, cifras, datos, para que no se vea muy amontonado y eso fue evolucionando. En 2007 por ejemplo, empezamos con un consultor externo que nos ayudó a cambiar el diseño tomando en cuenta la fotografía grande, pero además de la forma también fuimos cambiando el fondo, es decir el contenido, porque nos centramos más en que el diario sea la voz de la gente común, no solamente de las autoridades o gente importante, sino todos, entonces le apostamos mucho a contar historias, sacar crónicas, reportajes de barrios, incluso en la crónica roja también ya se cambió un poco para que la noticia no sea tan cruda y respetar el dolor ajeno.

En 2017 vinieron consultores internacionales que se les conoce como máquinas de ideas, aquí fue donde nosotros empezamos ya con los microformatos y poner pequeños espacios con fotografías y aportes de las personas a las que entrevistábamos, ahí se redujo full el texto porque ya era más equilibrado el espacio para todo, no solo texto.

Por 2007, ya tuvimos nuestra propia revista deportiva que se llama “Puro ñeque” que salía todos los días como una sección más del diario, pero en formato revista, la revista familiar “Enfoque” que salía los domingos y casi desde el principio del diario ya estuvo circulando, esta revista fue más tradicional, y luego sacamos la revista de niños “Travesuras” que salía los sábados y ahí teníamos el público cubierto, entonces fue un plus del diario.

Siempre competíamos nosotros con La Hora. La Verdad si se fue quedando porque seguía a blanco y negro, quiso hacer el salto pero no le funcionó porque incluso compraron una nueva rotativa pero no se igualaba a la calidad de nuestro periódico entonces la competencia si era con La Hora, y ya estábamos en igual condición porque ambos éramos a color, e incluso podría decir que nosotros ya teníamos más ventaja por la mayor parte de noticias locales, porque para ver noticias nacionales podíamos hacerlo en la televisión sin necesidad de comprar el diario.

Nuestro primer mercado era Ibarra, Otavalo, luego Antonio Ante y al final Tulcán, ellos eran más locales entonces había otros diarios ahí que siempre estaban sobre nosotros, pero en general el color si nos dio más elegancia al periódico, se elevaron las ventas e incluso

pudimos aumentar el precio, por ejemplo, actualmente el periódico cuesta 75 centavos y es el periódico regional más caro, pero aun así la gente pagaba por la calidad.

6. ¿Cómo fue el proceso de transición a la era digital en el diario?

Me acuerdo que cuando ya hubo Facebook en 2008 o 2009 nos prohibieron tener Facebook en las computadoras porque se lo veía como una cuestión de entretenimiento y en ese entonces tampoco había smartphones, entonces era muy limitado lo de redes sociales. La página de Facebook del diario la empezamos recién en 2010 o 2011 y ahí si ya todos debíamos tener redes sociales, ya cambió la mentalidad. Ya en 2016 más o menos ya teníamos igual los smartphones.

Y a partir de ahí ya se generó una competencia entre el diario digital y el impreso, ese fue un debate que se mantuvo constante hasta cuando yo salí del diario. Por ejemplo, algunos decíamos que si tenemos una primicia no la subamos a internet antes de que salga en el diario físico. Pero cuando eran noticias que todo el mundo tenía, sacábamos una parte en internet y poníamos “más información en Diario El Norte”.

La página web se creó más o menos en 2015, porque ahí ya se le empezó a dar más importancia a lo digital. Las noticias que subíamos al sitio web se compartían en Facebook.

En 2013 ya salíamos en vivo con noticias también, y en las elecciones de ese año hicimos coberturas y nos veía bastante gente y nos felicitaban, nos fue bastante bien. En 2015 o 2016 ya teníamos noticiero digital.

Publicidad también ya empezó a salir en el medio digital entonces fuimos pioneros en eso en la zona norte.

7. ¿Qué dificultades tuvieron durante este proceso de adaptación a lo digital?

Si fue un poco complicado adaptarnos al principio pero lo bueno fue que recibimos capacitaciones y ayuda externa, a parte de la máquina de ideas que ya te comenté, tuvimos una capacitación en 2017 en la que vinieron unos profesionales de Chile que nos capacitaron sobre cómo manejar la página web. Lo que hacíamos nosotros era que cada periodista subía sus notas a la web pero ahí el problema era que subíamos igualita a como salía en el periódico físico, faltaba la edición, entonces luego se puso a alguien como editor web y él se encargaba de adaptar las noticias al entorno web.

En general no fue tan traumante esa transición, más bien nos preparamos para eso.

8. ¿Según lo que menciona, entonces desde las autoridades y los directivos si hubo esa visión y preocupación de ir evolucionando tomando en cuenta las nuevas audiencias y los nuevos entornos?

Claro, porque no podíamos quedarnos al margen y nosotros fuimos líderes de eso aquí, La Hora no tenía eso, La Verdad en ese entonces ya había desaparecido. Algunas personas de manera particular empezaron a ponerse sus propios canales y medios digitales, pero como medio de comunicación si fuimos los pioneros.

9. ¿La llegada de lo digital fue una ventaja para Diario El Norte?

Yo creo que si fue una ventaja en ese tiempo, porque luego quizás si faltó seguir reinventándose. El problema también es que ya éramos pioneros en lo digital pero se dejó de lado el impreso, porque resulta que si yo paso de lo impreso a lo digital cual es nuestro trabajo extra, entonces ahí viene el choque porque si yo ya voy a ver el contenido en internet, ¿para qué voy a comprar el periódico?, es algo lógico. Había muchas discusiones al respecto, nosotros veíamos por ejemplo, el New York Times que cobraba para que la gente lea lo digital y aparte tenía su periódico impreso. Una vez vi una entrevista de la directora de ese medio y decía que lo importante es tener tu audiencia digital sin descuidar a tu público del impreso, ellos se daban el lujo de cobrar suscripción, pero la cuestión era que ellos en lo digital tenían historias que no salían en el impreso, entonces ahí está el reto. Aquí algunos medios nacionales han intentado hacer eso pero no les ha ido muy bien, y analizando la situación de Ibarra aquí nadie pagaría por una suscripción digital.

Entonces sí, lo digital nos ayudó bastante, pero qué va a pasar con el impreso, con los años vamos a ir perdiendo a ese público que siempre nos ha comprado. Ahora los jóvenes que tienen 20 años por ejemplo ya no compran el diario, entonces si el diario se sigue quedando y no va evolucionando, ¿qué va a pasar?

En general la situación de los medios impresos está complicada.

10. ¿Cuál era el tiraje promedio del diario y cómo fue evolucionando?

En 2014 teníamos 8500 ejemplares, pero cuando había notas muy buenas llegábamos a los 10 mil o 12 mil ejemplares diarios.

ENTREVISTA 5

MSC. FERNANDO REVELO – DIR. CASA DE LA CULTURA NÚCLEO IMBABURA

1. ¿Cómo inició el periodismo en Ibarra?

Bueno, hay varias versiones respecto a esta situación de los primeros periódicos que aparecieron. Hay un libro que habla sobre un periódico de San Antonio de un señor Camilo Pompeyo Guzmán, que fue uno de los primeros periódicos que se escuchó acá en nuestra ciudad de Ibarra. Luego hay otros periódicos, como por ejemplo, El Imbabureño. Hay un periódico que se llamaba Diario Gráfico. Y luego, con esta situación de que la ciudadanía se interesa porque el ferrocarril llegue a la ciudad de Ibarra, entonces se abanderiza en esta causa y en este proyecto don Víctor Manuel Guzmán. Él por el año 1917 funda el periódico El Ferrocarril del Norte con el fin de que la gente se concencie de la importancia que tendría si el ferrocarril llega a la ciudad de Ibarra y concretamente a la provincia de Imbabura. Luego del Ferrocarril del Norte me parece que estuvo como unos 30 años en el aire, aparece pues el diario La Verdad, más o menos en el año 1940 con orientación cristiana. Su fundador es Monseñor Leónidas Proaño, tuvo grandes escritores, grandes periodistas que le acompañaron en la labor periodística.

Este periódico avanzó y en el año 2012 cerró y luego aparece ya el Diario del Norte. Son periódicos que han ido sembrando un hito en la comunidad Ibarreña. También apareció el diario La Hora, pero estuvo poco tiempo. Periódicos que han estado al punto ya de quebrar económicamente. Entre altos y bajos, pues el Diario El Norte se ha sostenido muy a pesar de la crisis económica por la tenacidad de sus directores, fue la tenacidad de los periodistas quienes pues arrimaron el hombro y no permitieron que el diario desaparezca. Lo importante es que la ciudadanía, las autoridades, apoyemos a este diario regional, que es el único que queda aquí en la ciudad de Ibarra.

2. ¿Bajo qué contexto histórico y social aparece Diario La Verdad y qué significó su creación para la ciudad?

Fue la filosofía de Monseñor Leonidas Proaño, quien hablaba de un periodismo centrado en la verdad, haciendo referencia a la cita bíblica de Jesucristo en el Evangelio que dice “la verdad nos hará libres”. Bajo ese paraguas bíblico es que se acuña el nombre para el diario La Verdad. Ha habido otros periódicos que han ido apareciendo momentáneamente, por ejemplo, periódico La Estrella Polar, otro que editaba también la Asociación de Artesanos y así algunos, pero han estado poco tiempo y han desaparecido, porque yo entiendo que es bien difícil sostener un periódico por los costos económicos y por el personal que debe rodear a toda empresa periodística. A ello se suma otros factores de diferente índole, pero yo entiendo que esas son las causas por las que los periódicos han ido desapareciendo. Los que más trayectoria han tenido aquí en la ciudad de Ibarra, hablemos del Ferrocarril del Norte, el Diario La Verdad y El Norte, los tres serían los más importantes que han marcado historia y han estado en pie de lucha.

3. Diario La Verdad fue uno de los que más ha durado, casi 70 años, ¿qué tanta incidencia tuvo en la vida de los ibarreños?

Uno de los grandes periodistas que acompañó el diario hasta casi su desaparición fue don Roberto Morales Almeida. Muy a pesar de ser un hombre de origen tulcanense, pero prácticamente toda su vida la hizo acá en Ibarra. Entonces, él se convirtió en un doctor de Ibarreñidades y él conocía de sobra, más que los ibarreños de pura cepa, la historia del quehacer ciudadano. Por eso es que los editoriales que él escribía y que los escribió hasta el último día a la mano, no quiso nunca utilizar ni una máquina de escribir, peor una computadora, eran históricos. Hablaba mucho de la historia de Ibarra, los sitios emblemáticos que tiene la ciudad, al menos en las fechas especiales como El Retorno, como la Fundación de Ibarra, siempre había una edición especial donde don Roberto Morales tenía presencia y es un diario que caló muy hondo en la ciudadanía ibarreña y más que todo, ahí en ese diario está la historia de la ciudad. De ahí que da mucha pena que, una vez que desaparece el diario, hayan pretendido vender toda la política editorial que manejó para arreglar los problemas laborales de los trabajadores.

Entonces, yo pienso que ahí está toda la historia de Ibarra por eso tiene una importancia capital, suprema importancia, diría yo, porque todos los acontecimientos que ha habido en Ibarra están ahí. Ha habido grandes columnistas y periodistas que más allá de una simple

noticia, más allá de un simple comentario, siempre tocaron puntos importantes que tenían que ver con el desarrollo de Ibarra, con el acontecer citadino y eso creo que marcó una impronta indeleble en el corazón de los ibarreños, porque la historia la contó siempre el diario La Verdad.

4. ¿Qué significó el cierre de Diario La Verdad para la ciudad?

Bueno, pues desaparecer un diario significa desaparecer una parte de la historia y eso sí causó consternación en los ibarreños. Entiendo que llegó a un estado tal que ya no podían sostenerlo económicamente y los trabajadores demandaban sus indemnizaciones dio lugar para esta situación. Pero sí causó consternación en los ibarreños que un periódico de tanta tradición haya desaparecido del escenario provincial, porque también llegaba a algunas partes de Imbabura. ¿Quién no habrá leído el diario La Verdad? Yo también le doy mi testimonio desde que era niño, pues mi padre siempre salía a comprar el Diario La Verdad y me nutría en los editoriales porque eran muy sesudos, muy profundos.

5. Cuando ya aparece Diario El Norte, ¿cambió de alguna forma el periodismo local?

Yo pienso que la llegada del diario El Norte más bien es un complemento a la situación periodística, pero ocupando también un plano de primerísima importancia. Antes de El Norte también hubo otro diario, me acuerdo el diario La Opinión que dirigía Marco Antonio Proaño Maya, pero así mismo tuvo un escenario corto y desapareció. Aparece el diario El Norte, y ahí se vio cómo el Diario La Verdad le enfoca de una manera la noticia y Diario El Norte le enfoca de otra manera, cada uno con su propia identidad, cada uno con su propio estilo. De tal manera que yo recuerdo que sabíamos comprar los dos diarios, porque el uno tenía algunas noticias que no tenía el diario La Verdad y El Norte tenía otras noticias que no tenía el otro, entonces por eso digo que se complementaban.

6. ¿Podría hacer una comparación en cuanto a la evolución de Diario La Verdad y Diario El Norte?

El proceso de evolución Diario La Verdad como le digo tiene connotaciones históricas, quien encuentre toda la colección de La Verdad, tiene toda la historia de Ibarra, en cambio Diario El Norte también han tenido sus páginas especiales, sus revistas Enfoque, otra infantil y creo que llegaban más a los jóvenes, ellos se inclinaban más hacia este diario, en cambio los adultos y adultos mayores que crecieron y nacieron con La Verdad preferían eso porque era más tradicional, como le decía, mi padre desde que yo era chiquito compraba los dos diarios y se complementaba la información.

El Diario La Verdad si creo que les costó un poco, por ejemplo, don Roberto Morales Almeida no se adaptaba a la tecnología, todos sus editoriales siempre fueron escritos a mano y le pasaba a otra persona para que digite en la computadora, incluso a los maestros les pasó que cuando ya les tocaba usar la computadora causó pánico, la máquina les asustó, la gente que durante muchos años no quería salir del magisterio al ver que ya les obligaron a usar la tecnología, decidieron jubilarse, porque antes no había límite para la jubilación. Quizá algo

de eso ha deber pasado eso sobre todo con los adultos, peor a los tradicionalistas, a veces no nos gusta las cosas nuevas.

Yo he sido articulista de diario La Verdad durante muchos años, desde 1986 y los artículos sabíamos escribir en la máquina y entregábamos en el diario personalmente, luego cuando ya teníamos internet ya mandábamos solo por correo, es decir, la tecnología ayudó tremendamente, pero a la vez asustó a mucha gente.

7. ¿Cuál era la línea editorial de estos diarios?

Diario La Verdad no era sectario, aceptaba todo tipo de artículo, muy democrático, igual que Diario El Norte, nunca han visto credo religioso ni político. Siempre los comentarios han sido diversos, de diferente índole, mi línea siempre fue apegada al campo de los valores, de la familia, de la cultura y sigo escribiendo, ahora estoy en Diario EL Norte, escribo los viernes.

8. ¿Cómo considera que actualmente se encuentra el periodismo local?

Ahora solamente está manejando la batuta Diario EL Norte, si sería importante que otro diario también aparezca en la escena, porque como la situación está complicada económicamente, ojala el diario siga adelante fortaleciéndose, que hay innovación, creatividad para que el diario subsista, porque imagínese que el diario quiebre, nos quedamos sin un periódico, sería triste. Hace falta que haya la iniciativa de formar otro diario con una línea de periodismo ético, apegado a la verdad, democrático, donde todos tengamos cabida.

ENTREVISTA 6

NANCY VALDIVIESO – DIARIO LA VERDAD

1. ¿Durante cuánto tiempo trabajó en Diario La Verdad?

Durante 18 años, entré a trabajar en junio de 1990 y salí de ahí precisamente en junio del año 2008.

2. ¿Cuál era la situación del diario cuando ingresó?

Cuando yo ingresé al diario, estaba cerca de cumplir 50 años de su creación que fue el 14 de mayo de 1944 así que ya estaba totalmente posicionado, hace pocos años había salido ya Diario El Norte pero no tenía la acogida que teníamos nosotros porque Diario La Verdad era el diario de la ciudad, en esa época era el único medio de comunicación prácticamente escrito que había en la ciudad y la gente se identificaba con el diario porque dentro de sus páginas estaba lo que ocurría en la ciudad lo que la gente quería leer, no se llevaba el periodismo como se lo lleva hoy o como debió habérselo llevado desde el inicio, pero la gente se identificaba con eso y cuando quería enterarse de lo que pasaba en la ciudad era a través de La Verdad. Además, el diario era el lugar donde la gente podía encontrar lo que necesitaba a través de los avisos clasificados, compraventa de casas, bienes inmuebles, encontrar trabajo, venta de vehículos, arriendos de casas, todo, eran páginas y páginas de avisos

clasificados y ese era su fuerte, prácticamente la gente veía en el diario la forma de llegar a sus posibles clientes. De igual forma, si alguien quería enterarse de quién ha fallecido en la ciudad lo hacía con Diario La Verdad porque algo muy característico del diario eran los necrológicos, partes mortuorios.

3. ¿Qué funciones desempeñó durante el tiempo que trabajó en Diario La Verdad?

Yo llegué al diario con una formación que no tenía nada que ver con el periodismo porque yo estudié auditoría y contabilidad, entonces yo ingresé por eso primero como recepcionista después como cajera y después pase a ser ayudante de contabilidad, porque yo no tenía el título porque solo era egresado, pero parece que dentro de mí estaba esa chispa del periodismo y poco a poco me fui involucrando en la sala de redacción y poco a poco fui incursionando en ese tema

4. ¿Desde qué año empezó a ejercer la función de periodista?

Desde el año 2000 más o menos yo empecé ya la labor de periodista en sí.

5. ¿Usted estudió Comunicación?

Sí estudié en la Universidad Técnica del Norte, pero empecé mis estudios un año antes de salir de Diario La Verdad, es decir, en 2007. En 2008 salí del diario y luego pasé a TVN Canal.

6. Cuando usted empezó a trabajar como periodista, ¿cuántas personas conformaban el equipo y cómo era la dinámica de trabajo?

Cuando yo entré a trabajar en el diario La Verdad yo diría que no había como tal un equipo de periodistas porque solo era el director, el señor Wilson Flores que también escribían noticias, pero no noticias de reportería, estaba Roberto Morales que era el editorialista, él escribía absolutamente todos los días el editorial a mano, nunca uso la computadora. También estaba el periodista René Muñoz Troya que era el que hacía la cobertura de las noticias de la ciudad y el señor Pablo Caicedo que era el periodista de deportes. Cuando yo entré solo estaban ellos, nadie más y se manejaban más con boletines de prensa, o sea, era muy poco lo que se salía a cobertura, y la mayoría era por invitaciones. O sea, no había una agenda en la que se reúnan y digan “a ver qué es lo que está pasando en la ciudad, vamos a hacer esto”, no era así y eso era lo que a mí me extrañaba.

7. ¿Cuándo se podría decir que se empezó a estructurar de mejor manera la labor periodística?

Se empezó a estructurar un poco mejor el tema periodístico una vez que el diario pasó de cooperativa a sociedad anónima. Inicialmente era una cooperativa de producción gráfica y periodística, así la concibió Monseñor Leónidas Proaño, lo que él quería era que todos sean parte porque los trabajadores iniciales de ahí desde el gerente, pasando por el editorialista, los levantadores de textos, los correctores, todos eran dueños del periódico. Era la única cooperativa de producción gráfica y periodística del Ecuador, pero en el año 2004 pasó a ser

sociedad anónima y ahí empieza a intentar reestructurarse de otra manera, principalmente la sala de redacción. Previamente ya ingresaron otros periodistas que fueron fugaces, muy esporádicos que intentaban hacer algo, pero no lo lograban.

A partir del 2004 ingresan otras personas como socias y se intenta dar algo de frescura al periódico, tratar de darle un giro porque ya se empezaba a ver competencia, Diario La Hora había salido ya en la provincia y era un diario local también y luego Diario El Norte tomó más impulso y ya lo considerábamos competencia. Ahí es la primera vez que se empieza a contratar periodistas profesionales. En ese tiempo también ingresó Fabricio Rosero y se trata de generar nuevas ideas y contenido, incluso una especie de mini escuela porque también muchos estudiantes de Comunicación empezaron a hacer sus pasantías en el diario.

8. ¿Cuál era la línea editorial o el estilo del diario?

Yo diría que la línea editorial del diario era la lo que lo que decidía el editorialista y lo que decidía el gerente, o sea, no tenía una línea editorial establecida, se jugaba a la coyuntura, a lo que salía, no es que teníamos un pensamiento fijo de lo que se debía o no publicar. Muchas personas pensaban que el diario era de la iglesia porque su fundador fue Monseñor Leonidas Proaño, pero no tenía ninguna injerencia.

No había como tal restricciones, claro que tampoco teníamos muchos recursos entonces hacíamos lo que podíamos en el momento, por ejemplo, yo cuando realizaba cobertura no tenía cámara profesional, yo usaba mi cámara de casa, mi grabadora personal y nosotros tomábamos las fotos como podíamos y nos movilizamos como podíamos e íbamos a donde podíamos llegar entonces tampoco teníamos mayor libertad en ese sentido, pero tratábamos de hacerlo lo mejor que podíamos, especialmente cuando Fabricio ya llegó, yo sí podría decir que él fue el que le dio un impulso mayor al diario porque logró llegar a don Flores para poder cambiar en algo lo que era el diario y tratar de salir a flote porque se empezaba a sentir que ya no teníamos la misma acogida que antes de parte del público, ellos ya pedían más porque ya había competencia.

9. ¿Qué cambios se generaron con la llegada de Fabricio Rosero como editor?

Cuando él llegó se contrató unas dos personas más. Sí, estaba José Luis Rosales, Jairo Cazar, Robinson que se encargaba de deportes, entonces ya había más gente y así ya podíamos diversificar la información, entonces eso fue lo que Fabricio logró hablar con el señor Flores para convencerle de que se necesitaba más gente porque una sola persona no podía hacer todo y si no diversificábamos y si no actuamos íbamos a morir, entonces se logró conformar un equipo un poco más grande, aunque igual nos sacábamos el aire, literalmente vivíamos en el diario, hacíamos turnos que eran maratónicos. Yo cubría desde política hasta cultura, ciudad, deportes, crónica roja. El fin de semana trabajábamos dos personas entonces nos tocaba hacer todo, nosotros mismo redactar, corregirnos, enviar para que levanten los textos corregir los textos, era un trabajo maratónico.

10. ¿Con respecto a la parte tecnológica, cómo fue la evolución en el diario?

Cuando yo llegué al diario ya había computadoras, tenían las famosas Mac, no como las de ahora, pero eran lo máximo que había en ese momento. Conocí algunas máquinas con las que trabajaron las personas que iniciaron el diario, no llegué a conocer el linotipo, había así una máquina en la que fundían los tipos con los que escribían y fundían todos los días en el plomo, imagínate la contaminación, la gente respiraba el plomo. Después de eso habían pasado a unas máquinas que se llamaban “cuadritec”, eran una especie de máquinas de escribir pero con una pantalla pequeña y tenía un rollo de papel fotográfico, después se pasó a otra máquina que no recuerdo el nombre, pero luego de esa ya llegan las computadoras, pero eran sencillas, no tenían una conexión directa para imprimir en la prensa, solo salían las hojas y para armar el periódico se lo hacía a mano, no como ahora que ya se arma todo en los programas y sale listo para entrar a la prensa, en esa época se imprimía del tamaño de las columnas, se cortaba pieza por pieza y se pegaba en unas hojas del tamaño del diario y se ponía en otra máquina, en una placa y salía la plancha que entraba la prensa, es decir, era un proceso manual. Cuando yo salí ya no se armaba contando sino la página completa porque ya compraron máquinas más modernas que tenían ya los programas de diseño de adobe, illustrator e indesign, pero todavía era el periódico a blanco y negro, solo el titular del diario salía a color.

Poco después de que yo salí, vi que ya empezaron a imprimir a color, pero no dio resultado porque el periódico cerró en el 2012, cuatro años después de lo que yo salí.

11. ¿Quizás el tardío cambio al color fue algo que les perjudicó?

No necesariamente, lo que pasa es que quienes manejaban el diario en esa época pensaron que lo que la gente quería era solo el color, y la gente sí quería cambios pero no solo estéticos sino también en contenido, quería que le den información y el diario no le proporcionaba toda la información necesaria, entonces yo pienso que si hubo una falla administrativa ahí.

12. ¿Qué tipo de contenidos buscaba la gente? ¿El diario era muy limitado en cuanto a la información?

No se hacía la cobertura como los otros diarios por la falta de equipo y también era el tema económico porque se había perdido bastante clientela, ya no había la publicidad que había antes que era de cinco o seis páginas de anuncios, se pasó a una página cuando yo salí, y la gente se pasó al diario La Hora y se pasó al diario El Norte principalmente, porque pienso que a Diario La Verdad ya se lo veía como un medio caduco que no se renovaba, se quedó mucho en lo tradicional, hubo periodistas más jóvenes que estuvieron un tiempo a cargo del periódico e intentaron sacarlo adelante pero si los jefes no cambiaban de mentalidad no se podía hacer mayor cosa, no tenían la visión de evolucionar.

13. ¿Cómo se adaptó el diario a la llegada del internet?

Creo que la página web se formó desde que pasó a ser sociedad, anónima, realmente no recuerdo muy bien, pero sí teníamos página web obviamente y cada uno de los periodistas actualizaba la página con la nota que escribía cada uno.

14. ¿Recibieron capacitaciones para aprender a utilizar bien la nueva tecnología?

No, nosotros todo hacíamos por iniciativa propia, o sea por auto formación, porque nosotros mismos nos preocupamos de investigar y tratar de aprender cómo usar todo. De los 18 años que estuve creo que solo unas 2 veces nos dieron capacitación pero nada extraordinario, solo cosas muy simples, los directivos parecía que pensaban que no era necesario que la gente esté capacitada. Cuando llegaban las computadoras con los programas nuevos, la persona de la empresa que instalaba nos indicaba a breves rasgos cómo usar y luego ya en la práctica íbamos aprendiendo.

15. ¿Los contenidos en la página web se subían tal cual como se presentaba en la edición impresa?

Sí, no había una edición web, no teníamos ese conocimiento ni alguien encargado que sea experto en redacción web.

16. ¿Cree que con la página web lograron llegar a nuevas audiencias?

No te podría decir porque tampoco es que había un estudio de una medición. Cuando estuvo Fabricio si tratábamos de darle más importancia a la página web y hacer lo mejor posible para que se vea atractiva, poner las noticias de mayor relevancia al inicio y todo eso, pero no éramos expertos en eso.

17. ¿Antes de que usted salga del diario, ya se involucraron a redes sociales?

Hasta que yo salí todavía no, pero después entiendo que deben haber creado página en Facebook, realmente no podría decir algo certero sobre eso.

18. ¿Cuáles considera que fueron los principales motivos del cierre del diario?

Económico, justo por esta falta de visión de los administradores y todo que les hizo perder audiencia, ya no se pudo sostener, ya los trabajadores sin pagos, no había capital, inclusive sé que el diario quedó endeudado por la compra de la prensa a color y no lograron salir de eso.

19. ¿Qué significó el cierre de Diario La Verdad para usted y en general para la ciudad?

A mí sí me dolió porque 18 años de mi vida estuve ahí y sí fue doloroso que el diario cierre porque yo de alguna manera me formé ahí, aprendí a trabajar y aprendí a conocer el periodismo ahí.

Para la ciudad, yo pensé que iba a haber mayor repercusión, al hablar de la libertad de expresión y de lo que implica el cierre de un medio de comunicación para una ciudad, yo pensé que iba a haber mayor reacción, pensé que incluso iba a haber gente que buscara salvar al diario, tal vez inversionistas. Siempre se habló de que La Verdad era el diario de la ciudad entonces pensé que iba a haber una reacción por parte de ellos para tratar de ver la forma de salvar el periódico, pero no, incluso cuando se hizo sociedad anónima, había dentro de los socios personas que se consideran muy ibarreños y decían defender todo lo relacionado con la ciudad y que tal vez podían hacer algo por el diario pero no lo hicieron, te hablo de Enrique

Ayala Mora o Silvia Salgado, por ejemplo. Eran socios minoritarios, pero no hicieron nada, ni siquiera los gremios periodísticos o la UNP, y tomando en cuenta que el diario iba a cumplir 68 años.

Si las autoridades y los directivos hubiesen tenido otra visión y hubieran sido más abiertos, tal vez la historia sería otra.

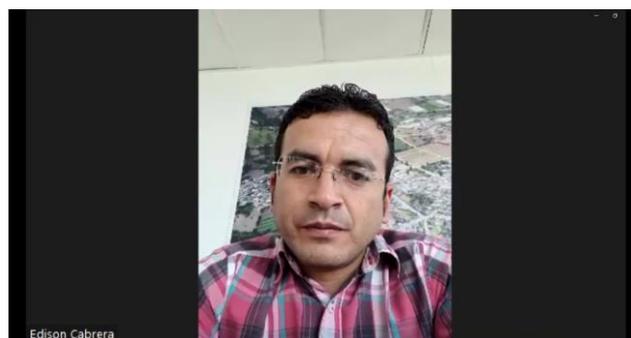
Evidencia de entrevistas vía zoom:



Patricio Pérez – Diario El Norte



Carla Aguas – Diario El Norte



Edison Cabrera – Diario La Verdad