

Artículo de Investigación

# Balance de la investigación en comunicación. Un estudio desde los trabajos de titulación de grado en Ecuador

## Balance of communication research. A study of graduate work in Ecuador

**Pablo Romero Guayasamín<sup>1</sup>:** Universidad Politécnica Salesiana, Ecuador.

[promerog@ups.edu.ec](mailto:promerog@ups.edu.ec)

**Tania Villalva Salguero:** Universidad Iberoamericana del Ecuador, Ecuador.

[tvillalva@doc.unibe.edu.ec](mailto:tvillalva@doc.unibe.edu.ec)

**Fecha de Recepción:** 11/06/2024

**Fecha de Aceptación:** 02/10/2024

**Fecha de Publicación:** 22/01/2025

### Cómo citar el artículo:

Romero Guayasamín, P. y Villalva Salguero, T. (2025). Balance de la investigación en comunicación. Un estudio desde los trabajos de titulación de grado en Ecuador. [Balance of communication research. A study of graduate work in Ecuador]. *European Public & Social Innovation Review*, 10, 1-21. <https://doi.org/10.31637/epsir-2025-1327>

### Resumen:

**Introducción:** Desde la implementación de la Ley Orgánica de Educación Superior (LOES) en 2010 en Ecuador, se ha observado un notable aumento en la producción científica y la innovación académica. Sin embargo, esta tendencia no se ha reflejado significativamente en los trabajos de titulación de pregrado en comunicación. **Metodología:** Se realizó una investigación descriptiva sobre los trabajos de titulación de estudiantes de pregrado en Comunicación de la Universidad Politécnica Salesiana (UPS) en Quito, Guayaquil y Cuenca entre 2016 y 2021. Se analizaron 427 artículos académicos publicados en el repositorio universitario. **Resultados:** El estudio revela que Quito lidera en cantidad de investigaciones, con un 49.56%, seguida por Guayaquil con un 30.44%, y Cuenca con un 20%. **Discusión:** Los trabajos de titulación analizados reflejan un enfoque predominante en la comunicación mediática y los nuevos medios, con un énfasis particular en el análisis del mensaje y la influencia de internet y redes sociales. **Conclusiones:** Las diferencias entre ciudades como Quito, Guayaquil y Cuenca revelan preferencias hacia temas específicos como el análisis crítico del discurso y las industrias culturales, influenciadas por el entorno mediático y cultural local.

<sup>1</sup> **Autor Correspondiente:** Pablo Romero Guayasamín. Universidad Politécnica Salesiana (Ecuador).

**Palabras clave:** trabajos de titulación; tesis grado; universidad; investigación académica; comunicación mediática; nuevos medios; Universidad Politécnica Salesiana; Ecuador.

**Abstract:**

**Introduction:** Since the implementation of the Organic Law of Higher Education (LOES) in 2010 in Ecuador, a remarkable increase in scientific production and academic innovation has been observed. However, this trend has not been significantly reflected in undergraduate degree works in communication. **Methodology:** Descriptive research was conducted on the degree works of undergraduate students in Communication at the Salesian Polytechnic University (UPS) in Quito, Guayaquil and Cuenca between 2016 and 2021. A total of 427 academic articles published in the university repository were analyzed. **Results:** The study reveals that Quito leads in the amount of research, with 49.56%, followed by Guayaquil with 30.44%, and Cuenca with 20%. **Discussion:** The degree works analyzed reflect a predominant focus on media communication and new media, with a particular emphasis on the analysis of the message and the influence of the Internet and social networks. The differences between cities such as Quito, Guayaquil and Cuenca reveal preferences towards specific topics such as critical discourse analysis and cultural industries, influenced by the local media and cultural environment.

**Keywords:** degree dissertations; undergraduate thesis; university; academic research; media communication; new media; Salesian Polytechnic University; Equator.

## 1. Introducción

Desde la expedición de la Ley Orgánica de Educación Superior (LOES) en el año 2010, donde se establece que las funciones sustantivas de las universidades ecuatorianas son la docencia, la investigación y la vinculación con la sociedad, los procesos de investigación realizados por docentes universitarios o grupos de investigación han crecido exponencialmente. Esta normativa impuso incentivos y procedimientos de promoción para los docentes, ubicando la producción científica y la innovación como el eje del desarrollo y la evaluación académica.

De acuerdo con Álvarez-Muñoz y Pérez-Montoro (2016), esto se tradujo en que el número de profesores con doctorado aumentó un 297% (del 2013 al 2016) y el número de artículos científicos publicados creció un 46,25% en el 2016. Uno de estos casos es el de la Universidad Politécnica Salesiana (UPS), en sus sedes de Quito, Guayaquil y Cuenca, que inició en 2014 el impulso de grupos de investigación y, en el año 2022, ya contaba con 85 grupos y 206 proyectos de investigación. Durante ese mismo año, se publicaron 409 artículos científicos y 173 libros y/o capítulos de libros (Cárdenas Tapia *et al.*, 2023).

Pese a este “auge investigativo” y la métrica de seguimiento a dichos procesos, esto no ha escalado (o por lo menos no hay evidencia) a los trabajos de titulación. Es decir, no se han articulado de forma significativa las dinámicas de investigación que llevan adelante los docentes y grupos de investigación de la universidad, de manera particular en las carreras de comunicación, con los trabajos de titulación de pregrado que realizan sus estudiantes.

Si bien se pueden identificar empíricamente algunas causas que provocan este divorcio, a manera de hipótesis recogemos lo planteado por González *et al.* (2017). Ellos señalan que, en el contexto actual, las universidades han entrado en la dinámica de incorporarse en los índices y rankings científico-académicos más importantes a nivel mundial, lo que ha llevado a una especie de “dumping cultural”, sin olvidar que, en el caso de la comunicación, no se evidencia continuidad ni líneas claramente definidas, por lo que las investigaciones resultan fragmentarias, repetitivas o aisladas (Beltrán-Salmón, 2005).

Por lo tanto, los objetos de estudio abordados por los grupos de investigación y/o docentes de las universidades van en un sentido distinto a los trabajos de titulación. Los temas planteados por las revistas académicas indexadas (en las que buscan publicar dichos docentes-investigadores) muchas veces no tienen relación con los procesos de enseñanza universitaria, que van a un ritmo distinto (conceptual, teórico, metodológico) de los temas coyunturales o de tendencia académica que promueven las publicaciones.

Este fenómeno ha provocado que el objeto de estudio predominante de los trabajos de titulación sea la comunicación mediática. Esto significa volver al “lugar seguro” en que ha estado la enseñanza universitaria. El estudio denominado "La docencia y la investigación universitarias en torno a la Comunicación como objeto de estudio en Europa y América Latina", desarrollado por José Luis Piñuel-Raigada (2011), refleja que la enseñanza en Europa de la "Comunicación de Masas" emerge como la práctica social predominante en todos los casos estudiados (más de 60 universidades).

El trabajo realizado por Martínez y Saperas (2016) concluye que los intereses de la investigación en España (entre 2008 y 2014) están relacionados con el periodismo tradicional y digital, el campo mediático y la dimensión discursiva. Además, muestran que existe un crecimiento de la investigación en temas sobre comunicación audiovisual, comunicación corporativa y relaciones públicas.

Sin embargo, hay un nuevo “otro lugar seguro” que gira alrededor de la presencia de internet y redes sociales. Este ha generado un nuevo ecosistema comunicativo virtual, que crea contenidos, hábitos de consumo y procesos de interacción inéditos, alterando profundamente la dinámica de la comunicación. Aunque esta línea es importante en términos numéricos de trabajos de titulación, no logran los abordajes que deberían alcanzar.

A modo de ejemplo, estudios como los de García (2011) sobre el uso de Facebook y Twitter por los medios, Noguera (2010) sobre los medios españoles en Facebook, y Greer y Ferguson (2011) sobre el uso de Twitter por las radioemisoras, reflejan un creciente interés en cómo estos actores integran las redes sociales en sus estrategias de comunicación.

Estas investigaciones, aunque en su mayoría descriptivas y cuantitativas, han llevado a una mayor profundización mediante metodologías como el análisis de contenido. Esta técnica se ha aplicado en estudios sobre los mensajes de medios de comunicación en Twitter (Lin y Peña, 2011) y los mensajes de celebridades en Twitter (Boyd y Marwick, 2011). También se han analizado los mensajes de organizaciones en Facebook (Park, Rodgers y Stemmler, 2011), evidenciando un enfoque común pero una falta de atención al papel del receptor.

Desde la perspectiva de la recepción, los investigadores han aportado datos valiosos, aunque han descuidado la interacción entre empresas y usuarios. Estudios sobre nativos e inmigrantes digitales (Piscitelli, 2006) o los usos de las redes sociales por estudiantes universitarios (Monge y Olabarri, 2011), y en contextos comerciales y profesionales para determinar hábitos de consumo, adoptan diversas metodologías, problemáticas y categorías, ampliando la comprensión del impacto de las redes sociales.

En Ecuador, el trabajo denominado "Ecuador: Un vistazo a la investigación en Comunicación" realizado en 2015 por las investigadoras de la UTPL Diana Rivera Rogel y Gianella Carrión Salinas, establece que la importancia de los estudios de comunicación en los últimos 20 años ha multiplicado voces, desde la academia hasta diversos sectores sociales. En las mallas curriculares se han incrementado asignaturas relacionadas con el periodismo en internet, así como nuevas tendencias para gestionar la comunicación, afirmación realizada con base en el porcentaje de producciones científicas de comunicación social en las redes sociales digitales científicas, basadas en los datos de Scopus.

En este contexto, la investigación en comunicación debe enfrentar una revisión de su ámbito de actuación, que permita entender las dinámicas presentes en la creación y concreción de los significados sociales en un sentido amplio. Roncallo *et al.* (2012) señalan que, en épocas caracterizadas por una flexibilidad creciente, los métodos mediante los cuales una sociedad se cuenta a sí misma y construye su visión del mundo se están volviendo cada vez más fragmentados y difusos. Al mismo tiempo, los tejidos comunicativos se vuelven más sutiles y las formas en que se codifica la realidad empiezan a reflejar dinámicas más ligadas a las especificidades de los discursos que se localizan y reconfiguran en el marco de la globalización.

De ahí la necesidad de volver la mirada al espacio donde se hace evidente la intersección entre enseñanza-aprendizaje e investigación de la comunicación, es decir, las tesis de grado y trabajos de titulación, para evidenciar áreas de interés, temas emergentes, enfoques teóricos y metodológicos, y contrastarlos con los contextos actuales y la producción académica y publicaciones realizadas por los docentes-investigadores.

Es decir, se trata de realizar una metainvestigación, que no es más que hacer investigación sobre la investigación o producción científica que se realiza, en este caso, en el campo de la comunicación a partir de los trabajos de titulación de pregrado. Elea Giménez-Toledo y Evaristo Jiménez-Contreras (2013) consideran que estos estudios son más que un mero diagnóstico descriptivo, ya que "permiten observar críticamente la disciplina, compararla o relacionarla con otras, e identificar las características intrínsecas de su investigación" (p. 11).

Cabe señalar que, en el contexto actual, el análisis de la producción a nivel de licenciatura es escaso o es probable que sus hallazgos solo circulen de manera restringida en repositorios internos de cada universidad, pese al interés que esto debería suscitar, pues una cuantiosa porción de la investigación en comunicación se halla en los trabajos de grado, los cuales en su gran mayoría no llegan a adaptarse para su publicación en revistas indexadas (Medina y Arteaga, 2023).

De ahí que este estudio tuvo como objetivo analizar la diversificación temática presente en la investigación en comunicación en los trabajos de grado realizados en una universidad ecuatoriana, con carreras de comunicación en las ciudades de Quito, Guayaquil y Cuenca, entre los años 2016 y 2021.

La hipótesis gira en torno a que no existe aún en los trabajos de grado en Ecuador una diversificación temática, ni enfoques multidisciplinares que integren aspectos socioculturales, tecnológicos y mediáticos en la perspectiva de entender la comunicación de forma interdisciplinaria (Matilde Eiroa y Alejandro Barranquero, 2017), debido a la naturaleza cambiante y multifacética. En lugar de ver la comunicación como actos aislados o productos terminados, se deben concebir como procesos en constante mutación.

## 2. Metodología

Se desarrolló una investigación descriptiva que aborda los trabajos de titulación realizado por los estudiantes de pre-grado de las Carreras de Comunicación de la Universidad Politécnica Salesiana (UPS) de las ciudades de Quito, Guayaquil y Cuenca en un periodo temporal de 6 años, a partir del año 2016 hasta el año 2021.

Para ello, se determina que el universo total de trabajos de titulación publicados en el repositorio universitario entre las 3 ciudades es de 796, divididos entre productos comunicaciones y artículos académicos<sup>2</sup>, sin embargo, el enfoque de esta investigación está orientado a analizar los artículos académicos, caracterizados por tener una estructura de rigurosidad que contiene: introducción, metodología, análisis de resultados y conclusiones, obteniendo un total de 427 trabajos de titulación distribuidos de la siguiente manera:

**Tabla 1.**

*Total de trabajos de titulación (artículos académicos) de la UPS en sus 3 sedes*

	2016	2017	2018	2019	2020	2021	Total
Cuenca	9	4	1	0	14	6	34
Guayaquil	19	9	8	11	8	19	74
Quito	68	31	30	46	90	54	319
<b>Total</b>	<b>96</b>	<b>44</b>	<b>39</b>	<b>57</b>	<b>112</b>	<b>79</b>	<b>427</b>

**Fuente:** Base de datos de los investigadores, de acuerdo con la muestra establecida. Elaboración Propia (2024).

Esta investigación se centra en desarrollar una fórmula precisa para establecer la muestra de un universo, lo cual es esencial para garantizar la representatividad y fiabilidad de los resultados. Las variables que consideran la muestra se centran en el año y la ciudad.

$$\frac{Z^2 \times p(1-p)}{e^2} \\ 1 + \frac{Z^2 \times p(1-p)}{e^2 N}$$

N = tamaño de la población

e = margen de error (10% como margen de error)

z = puntuación z (1.65, pues se determinó en 90% el nivel de confianza)

p= probabilidad (0.05)

El cálculo determina que la muestra a ser analizada está compuesta por 115 trabajos de titulación, con la característica de artículos académicos, distribuidos por año y ciudad:

<sup>2</sup> Como está establecido en el reglamento interno de régimen académico de la UPS

**Tabla 2.***Muestra seleccionada (artículos académicos) de la UPS*

	2016	2017	2018	2019	2020	2021	Total
Cuenca	7	3	1	0	8	4	23
Guayaquil	17	3	1	3	8	3	35
Quito	12	5	3	12	13	12	57
<b>Total</b>	<b>36</b>	<b>11</b>	<b>5</b>	<b>15</b>	<b>29</b>	<b>19</b>	<b>115</b>

**Fuente:** Base de datos de los investigadores, de acuerdo con la muestra establecida. Elaboración Propia (2024).

Para esta investigación se elaboró una base de datos en Excel, donde se colocó la información existente de las publicaciones ubicadas en el repositorio digital de la universidad. Se determinaron datos como: título del artículo, fecha de publicación, sede, tipo de proyecto, número de autores, nombre del primer autor, género, nombre del segundo autor, género, nombre del tutor o tutora, género, sujeto, sobre qué habla y temática.

Adicionalmente, se complementó con campos creados para el análisis del siguiente trabajo, los mismos que fueron establecidos de acuerdo con la lectura de los trabajos académicos. Dicha revisión permitió establecer cuáles son las temáticas teóricas y epistémicas que abarcaban en los marcos conceptuales, y a partir de estas nociones se agruparon en 10 grandes campos de investigación, que se detallan a continuación:

**Tabla 3.***Campos de investigación de la comunicación*

Código	Campos
1	Teorías de la comunicación (Teorías / Paradigmas, métodos y técnicas de análisis de análisis comunicativo, teoría de los media, historia de la comunicación/periodismo)
2	Crítica cultural/industrias culturales (video juegos, celebridades y cultura fan, música y culturas juveniles, comunicación y ciudad, culturas urbanas, migraciones/diáspora, comunicación y moda).
3	Comunicación intercultural (pueblos indígenas, pueblos afros, pueblos montuvios, pueblos amazónicos, aculturación, religión).
4	Comunicación política (campañas electorales, comunicación gubernamental, marketing político, discursos políticos).
5	Comunicación organizacional (responsabilidad social, planes/campañas de comunicación, diagnósticos comunicacionales, relaciones públicas, gestión de crisis/ riesgos).
6	Comunicación popular y alternativa (Comunicación (medios) popular, comunicación (medios) alternativa, comunicación (medios) comunitaria, comunicación (medios) ciudadanos).

- 7 Educomunicación (comunicación y educación, comunicación y salud, comunicación y ambiente, arte y comunicación, educación mediática).
- 8 Políticas de comunicación (políticas, normativas, medios públicos, derechos de la comunicación, ética/ deontología, libertad de expresión).
- 9 Internet y nuevos medios (medios digitales, transparencia/ ciudadanía, e-learning/alfabetización mediática, ciberactivismo, redes sociales, digitalización/ convergencia, inteligencia artificial/robótica, marketing/publicidad digital, smartphone, big data, producción de contenido).
- 10 Otras disciplinas (Antropología, Ciencia política, Sociología, Derecho).

**Fuente:** Base de datos de los investigadores, de acuerdo con la muestra establecida. Elaboración Propia (2024).

En un segundo momento de análisis, se consideran los componentes de la comunicación mediática que, por su naturaleza, se sustentan en la descripción de los sujetos de investigación tomando como base la propuesta planteada por Matilde Eiroa y Alejandro Barranquero (2017) en su libro "Métodos de investigación en la comunicación y sus medios". Ellos establecen actores en los medios comunicativos a los emisores, medios, mensajes y receptores. Sin embargo, para esta investigación se adiciona la noción de audiencias y efectos. Las temáticas particulares de cada uno se explican de la siguiente manera:

**Tabla 4.**

*Temáticas que integran los componentes de la comunicación mediática*

<b>Código</b>	<b>Componentes de la comunicación mediática</b>
a	Emisores (comunicador, construcción de la información/ mensaje, relación con la audiencia, perfil profesional/formación).
b	Medios (estructura empresarial, grupos de intereses y presión, propiedad de los medios, libertad de prensa, medios y democracia, estructura mediática).
c	Mensaje (Géneros periodísticos/ caricatura, estructuración de los mensajes, Fake News/ desinformación, análisis de contenido mediático, análisis de representaciones mediáticas, análisis crítico de discurso mediático, análisis de contenido audiovisual).
d	Audiencias (análisis de audiencia, uso social y gratificación, recepción y construcción de sentido, consumo de medios).
e	Efectos (eficacia del comunicador, condiciones de la mediación, efectos conductuales, climas de opinión, agendas temáticas).

**Fuente:** Base de datos de los investigadores, de acuerdo con la muestra establecida. Elaboración Propia (2024).

Como la investigación presenta signos inherentes, la única manera de acercarse a la verdad es mediante la triangulación de variables, en este caso, campos y componentes de la comunicación mediática. Al integrar los resultados de diferentes enfoques, se pueden contrarrestar las limitaciones de cada uno, proporcionando una visión más completa y precisa del fenómeno estudiado. De acuerdo con Pablo Cazau (2006), esto no solo fortalece la validez

de los hallazgos, sino que también enriquece la comprensión del objeto de estudio al revelar matices y dimensiones que podrían pasar desapercibidos con un solo método.

### 3. Resultados

El desarrollo de los estudios de comunicación se ha visto influenciado por diversos factores. En primer lugar, están los campos de estudio de la comunicación, que integran las temáticas relacionadas con el planteamiento macro del tema. En segundo lugar, se encuentran los componentes mediáticos, que abarcan temáticas específicas. Esta distribución permite entender la dinámica de los investigadores a la hora de establecer un tema de análisis y evidencia la tendencia y preferencia de temas dependiendo de las circunstancias adyacentes a los contextos geográficos de origen.

**Tabla 5.**

*Tendencia de temática a partir de los campos de estudio, identificado por ciudades*

Componentes de la comunicación mediática	Quito	Guayaquil	Cuenca	Total	Porcentaje
Emisores	3	2	1	6	13%
Medios	0	0	0	0	0%
Mensaje	26	6	2	34	74%
Audiencias	1	2	2	5	11%
Efectos	0	1	0	1	2%
<b>Total</b>	<b>30</b>	<b>11</b>	<b>5</b>	<b>46</b>	<b>100%</b>
<b>Porcentajes</b>	<b>49.56%</b>	<b>30.44%</b>	<b>20%</b>	<b>100%</b>	

**Fuente:** Base de datos de los investigadores, de acuerdo con la muestra establecida. Elaboración Propia (2024).

En este primer cuadro se evidencian dos tendencias. Por una parte, están las temáticas más abordadas en las investigaciones de los estudiantes. Los campos que reflejan un 10% de recurrencia son Teorías de la Comunicación (Teorías / Paradigmas, métodos y técnicas de análisis comunicativo, teoría de los media, historia de la comunicación/periodismo), Políticas de la Comunicación (políticas, normativas, medios públicos, derechos de la comunicación, ética/deontología, libertad de expresión) y Otras disciplinas (Antropología, Ciencia política, Sociología, Derecho). Con una recurrencia menor, entre el 7%, 4% y 3%, se encuentran Comunicación Organizacional, Comunicación Política, Comunicación Popular y Alternativa, Crítica Cultural/Industrias Culturales y Educomunicación, respectivamente.

En torno a la variable ciudad, Quito muestra el mayor número de trabajos de titulación, con 27 investigaciones que reflejan el 49,56% del total, pese a no ser la sede principal de la Universidad, aunque sí es la capital de Ecuador. La segunda ciudad es Guayaquil, con un 30,44% de trabajos de titulación, mientras que la sede principal de la UPS, Cuenca, evidencia un 20% de investigaciones.

**Tabla 6.**

*Tendencia de temática a partir de los componentes de la comunicación mediática, identificado por ciudades*

<b>Campos</b>	<b>Quito</b>	<b>Guayaquil</b>	<b>Cuenca</b>	<b>Total</b>	<b>Porcentaje</b>
Teorías de la comunicación	5	0	2	7	10%
Crítica Cultural/Industrias culturales	0	2	0	2	3%
Comunicación intercultural	0	1	0	1	1%
Comunicación política	3	0	0	3	4%
Comunicación Organizacional	0	0	5	5	7%
Comunicación Popular y alternativa	3	0	0	3	4%
Educomunicación	0	2	0	2	3%
Políticas de comunicación	3	2	2	7	10%
Internet y nuevos medios	13	12	7	32	46%
Otras disciplinas	0	5	2	7	10%
<b>Total</b>	<b>27</b>	<b>24</b>	<b>18</b>	<b>69</b>	<b>100%</b>
<b>Porcentajes</b>	<b>49.56%</b>	<b>30.44%</b>	<b>20%</b>	<b>100%</b>	

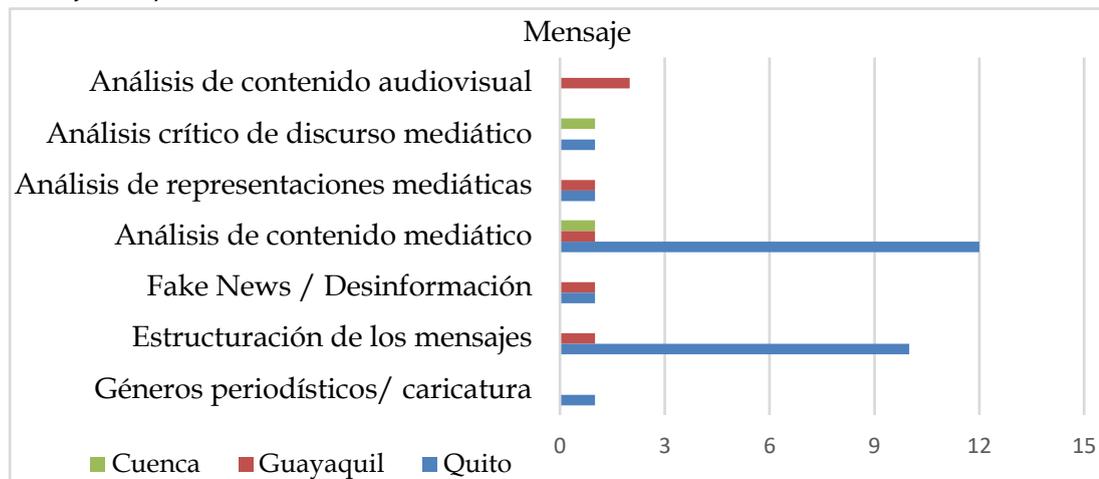
**Fuente:** Base de datos de los investigadores, de acuerdo con la muestra establecida. Elaboración Propia (2024).

El mayor porcentaje en torno a las temáticas abordadas en las investigaciones de titulación corresponde a los campos que agrupan la Comunicación Mediática. Liderando esta tendencia con un 74% están los Mensajes (géneros periodísticos, caricatura, estructuración de los mensajes, fake news/desinformación, análisis de contenido mediático, análisis de representaciones mediáticas, análisis crítico de discurso mediático, análisis de contenido audiovisual). El análisis es lo que prevalece en los trabajos de titulación.

Un segundo gran tema son los Emisores (comunicador, construcción de la información/mensaje, relación con la audiencia, perfil profesional/formación), con un 13%. Las Audiencias (análisis de audiencia, uso social y gratificación, recepción y construcción de sentido, consumo de medios) reflejan un 11%, mientras que los Efectos (eficacia del comunicador, condiciones de la mediación, efectos conductuales, climas de opinión, agendas temáticas) con un 2%, indican que muy poca atención se presta al estudio conductual de la sociedad a partir del consumo mediático.

**Figura 1.**

*Número de trabajos de titulación del componente de la comunicación mediática (MENSAJE), identificado por ciudades*

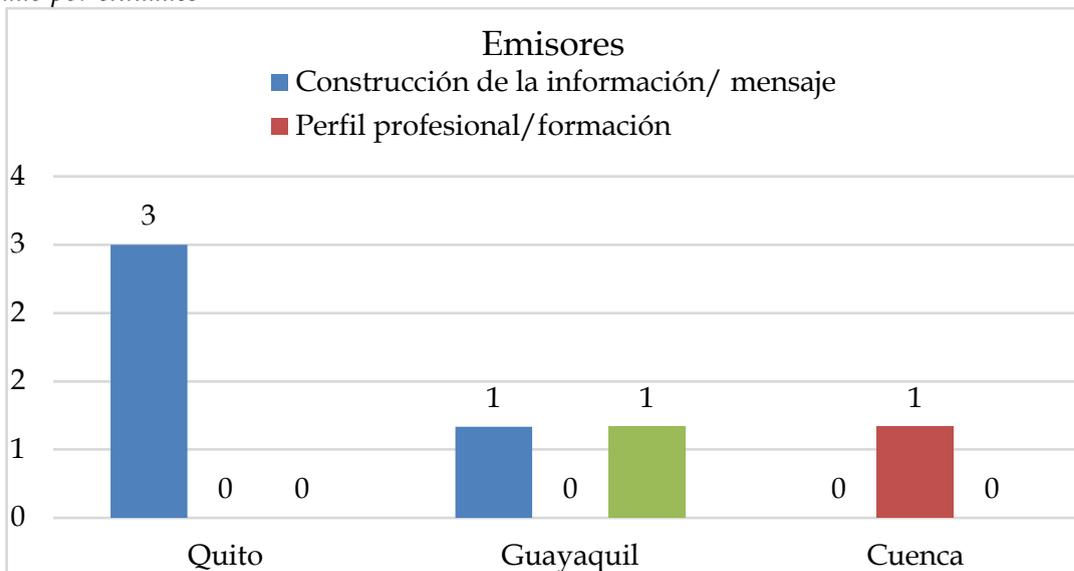


**Fuente:** Base de datos de los investigadores, de acuerdo con la muestra establecida. Elaboración Propia (2024).

El mensaje es uno de los componentes de investigación analizados en este estudio. En esencia, se estudia el análisis de contenido, discursos, e información de medios de comunicación, instituciones y organizaciones. En cuanto a la muestra analizada, Cuenca, sede principal de la Universidad Politécnica Salesiana, muestra una inclinación mayoritaria hacia el análisis crítico del discurso mediático y el análisis de contenido mediático, con un trabajo de titulación para cada tema; 2 en total. Guayaquil establece una preferencia en el análisis del contenido audiovisual, con 2 trabajos académicos en este campo. Además, cuenta con 1 trabajo de pregrado en las áreas de análisis de representaciones mediáticas, análisis de contenido mediático, fake news/desinformación y estructuración de los mensajes; 6 en total. Por otro lado, en Quito se evidencia que mantiene el mayor número de trabajos de titulación en la temática, con un total de 34 investigaciones de este macro tema, de las cuales 26 pertenecen a esta ciudad; dichas investigaciones enfatizan en el análisis del contenido mediático y la estructuración de los mensajes, con un promedio superior a 10 trabajos de titulación. En cuanto a géneros, las categorías de análisis crítico del discurso mediático, análisis de representaciones mediáticas, fake news/desinformación y géneros periodísticos/caricatura reflejan 1 trabajo de titulación cada una.

**Figura 2.**

*Número de trabajos de titulación del componente de la comunicación mediática (EMISORES), identificado por ciudades*

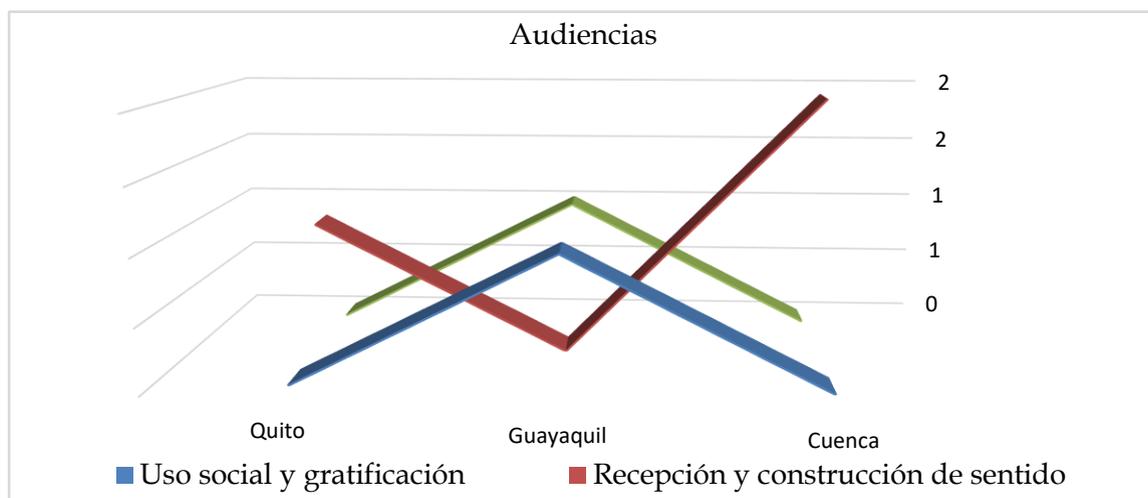


**Fuente:** Base de datos de los investigadores, de acuerdo con la muestra establecida. Elaboración Propia (2024).

Otra temática analizada sobre los componentes mediáticos son los emisores, son 6 trabajos de titulación que las tres sedes analizadas mantienen, los emisores hacen referencia a los responsables de la emisión del mensaje y su construcción. Dentro del análisis, Quito tiene un promedio total de 3 artículos académicos sobre la temática de la construcción de la información y mensajes. Mientras tanto, Guayaquil con un total de 2 trabajos presenta interés en construcción de la información y mensajes y la relación con la audiencia con 1 investigación por cada tema; y Cuenca mantiene un único trabajo de titulación sobre la temática de perfil profesional/formación.

**Figura 3.**

*Número de trabajos de titulación del componente de la comunicación mediática (AUDIENCIAS), identificado por ciudades*



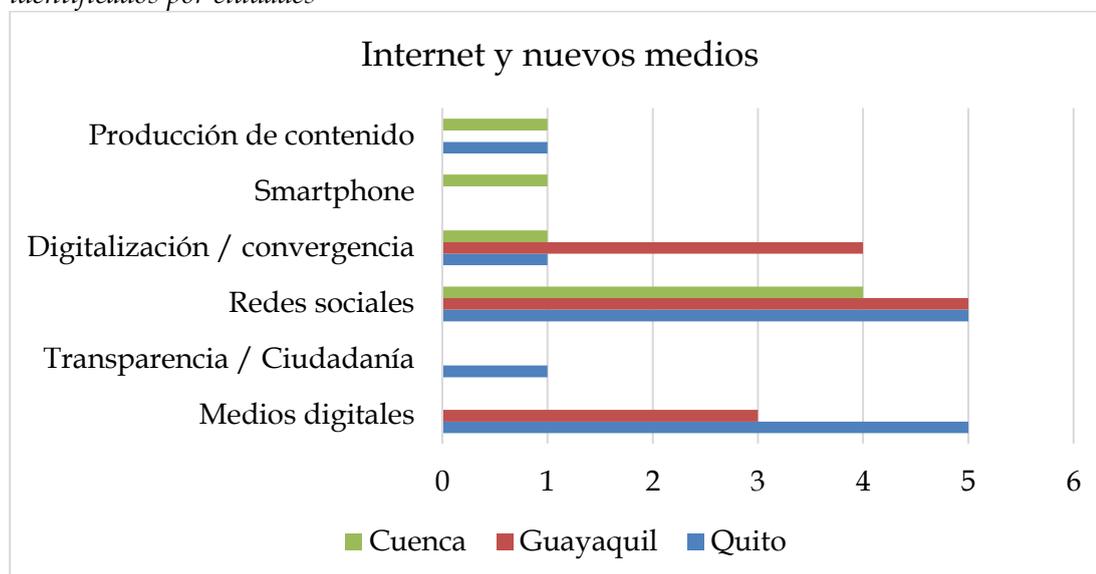
**Fuente:** Base de datos de los investigadores, de acuerdo con la muestra establecida. Elaboración Propia (2024).

Al hablar de audiencias, es decir, al tomar en cuenta la agenda social a partir del consumo de los medios, se identifican un total de 5 trabajos de titulación. De estos, 2 pertenecen a Cuenca, con una preferencia temática hacia la recepción y construcción de sentido. Guayaquil presenta el mismo número que Cuenca, especificando 1 trabajo sobre el tema del uso social y gratificaciones, así como el consumo de medios. Quito contribuye con 1 trabajo de titulación centrado en la recepción y construcción de sentido. Esta última temática es la más recurrente al elegir un tema investigativo en torno a dicho componente del análisis mediático.

Si bien en la construcción metodológica se plantearon diez campos de investigación en la comunicación, son cinco categorías las que han presentado resultados académicos con porcentajes que superan el 10%: Internet y nuevos medios, teorías de la comunicación, políticas de comunicación, otras disciplinas y comunicación organizacional. Las cinco restantes asumen un porcentaje que oscila entre el 1% y el 7%.

#### Figura 4.

*Número de trabajos de titulación sobre el campo de investigación (INTERNET Y NUEVOS MEDIOS), identificados por ciudades*

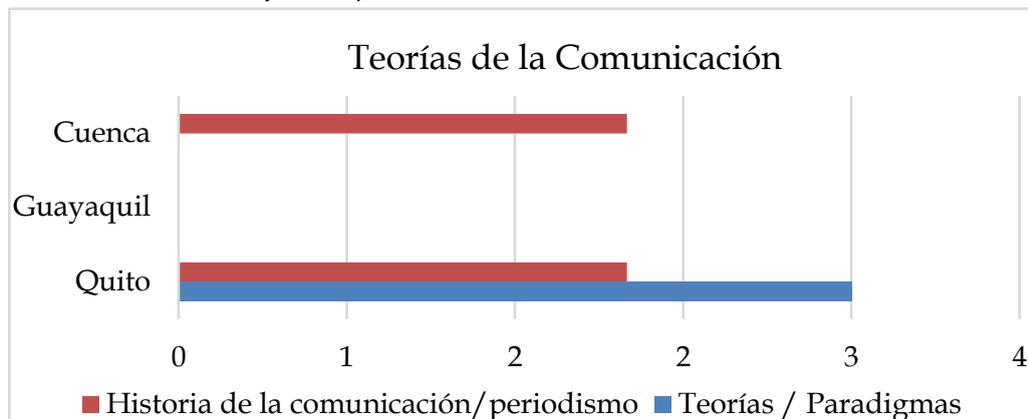


**Fuente:** Base de datos de los investigadores, de acuerdo con la muestra establecida. Elaboración Propia (2024).

La ciudad con mayor presencia investigativa en el campo denominado "Internet y nuevos medios" es Quito, de un total de 32 trabajos de titulación que representan el 46%; 13 investigaciones le pertenecen a esta sede, y su tendencia temática refleja que el interés se centra en medios digitales con 5 artículos, transparencia/ciudadanía con 1 artículo, redes sociales con 5 artículos, digitalización/convergencia con 1 artículo, y producción de contenido con 1 artículo. Guayaquil ha desarrollado 12 trabajos de pregrado, 5 trabajos sobre la temática de redes sociales, 4 trabajos en digitalización/convergencia y 3 artículos en medios digitales. Y en Cuenca se han realizado un total de 7 trabajos considerando las temáticas de redes sociales con 4 trabajos, 1 trabajo en digitalización / convergencia, smartphone y producción de contenido.

**Figura 5.**

*Número de trabajos de titulación sobre el campo de investigación (TEORÍAS DE LA COMUNICACIÓN), identificados por ciudades*

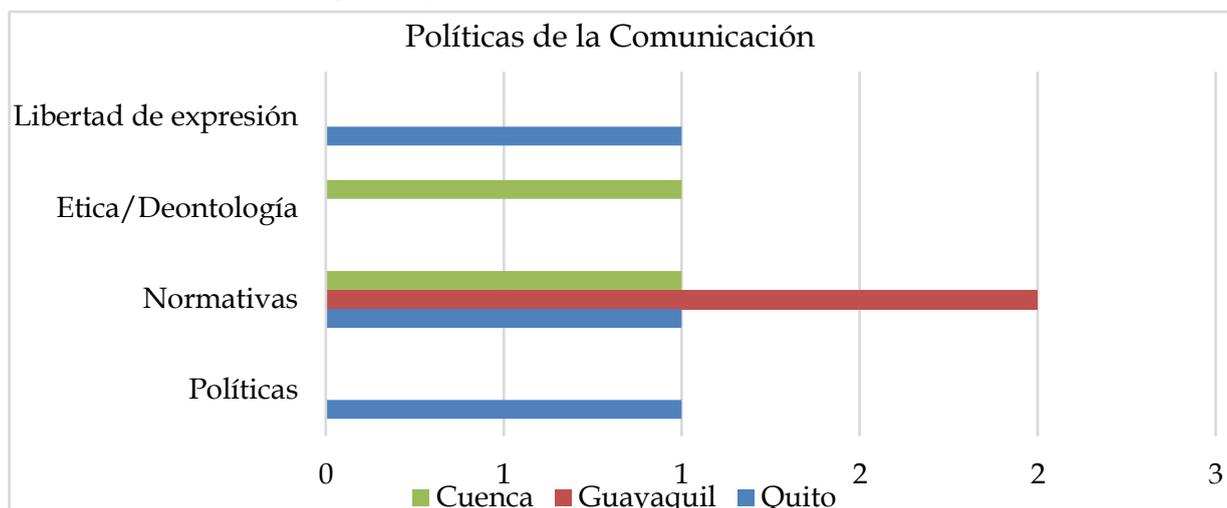


**Fuente:** Base de datos de los investigadores, de acuerdo con la muestra establecida. Elaboración Propia (2024).

En la categoría "Teorías de la comunicación" se muestra un total de 7 trabajos de titulación que identifican el 10% de la totalidad. La ciudad con mayor número de investigaciones de este tema es Quito, son 5 investigaciones que se distribuyen es 3 trabajos sobre el tema teorías/paradigma y 2 en la historia de la comunicación/periodismo. Cuenca refleja una totalidad de 2 trabajos sobre el tema la historia de la comunicación/periodismo y Guayaquil no muestra temas desde este campo de estudio.

**Figura 6.**

*Número de trabajos de titulación sobre el campo de investigación (POLÍTICAS DE COMUNICACIÓN), identificados por ciudades*

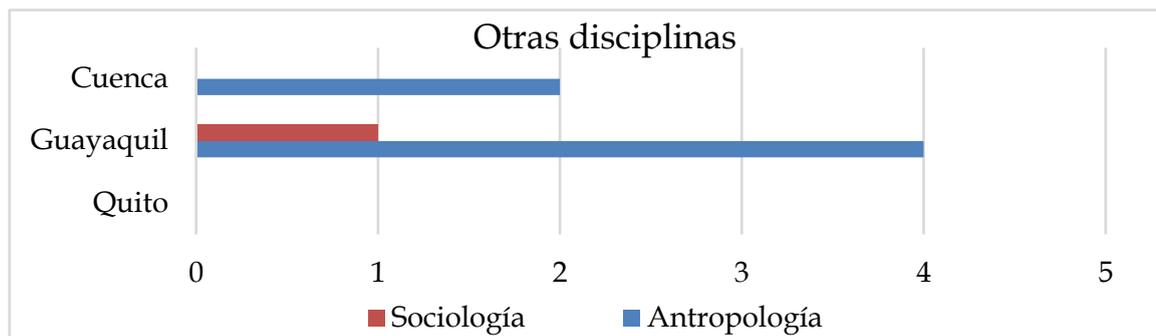


**Fuente:** Base de datos de los investigadores, de acuerdo con la muestra establecida. Elaboración Propia (2024).

Por su parte, en el campo denominado "políticas de comunicación", de un total de 7 trabajos de titulación que representan el 10%; la mayor representatividad la mantiene Quito, con un total de 3 investigaciones; identificadas con 1 trabajo sobre política, normativas y libertad de expresión, respectivamente. Guayaquil evidencia una totalidad de 2 trabajos en la temática de normativas; mientras que Cuenca tiene 1 trabajo en ética/deontología y otro en normativas, respectivamente.

**Figura 7.**

*Número de trabajos de titulación sobre el campo de investigación (OTRAS DISCIPLINAS), identificados por ciudades*

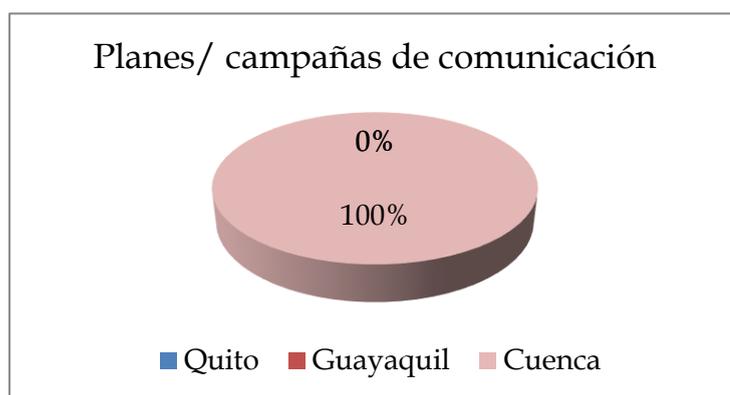


**Fuente:** Base de datos de los investigadores, de acuerdo con la muestra establecida. Elaboración Propia (2024).

En el campo "otras disciplinas" se evidencia un total de 7 trabajos de titulación lo que representa el 10%; de esta totalidad Guayaquil presenta el mayor número de trabajos de titulación, 5 investigaciones; de ahí 4 trabajos en el área de antropología y 1 en sociología. En Cuenca, se han realizado 2 trabajos en antropología, identificado como la totalidad, mientras que Quito no evidencia ningún trabajo en esta categoría.

**Figura 8.**

*Número de trabajos de titulación sobre el campo de investigación (COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL), identificados por ciudades*



**Fuente:** Base de datos de los investigadores, de acuerdo con la muestra establecida. Elaboración Propia (2024).

En la temática sobre "comunicación organizacional" la totalidad de trabajos académicos es de 5 investigaciones que reflejan el 7% de la totalidad. La única ciudad que trabaja este campo es Cuenca con 5 trabajos académicos sobre planes y campañas comunicacional.

## 4. Discusión

Los temas priorizados en los trabajos de titulación reflejan claramente que el estudio de la comunicación mediática y lo relacionado con internet y nuevos medios (medios nativos digitales, redes sociales) son los preferidos en las tres ciudades analizadas. Con respecto al primer gran tema, partimos de la definición que establecen Igartua y Humanes (2010) en torno al concepto de comunicación mediática como el proceso de producción, transmisión y recepción de contenidos simbólicos a través de los medios. Por lo tanto, sus elementos constituyentes serán los emisores, los contenidos, los medios, las audiencias y los efectos.

Desde este escenario, los trabajos de titulación se han volcado en un gran porcentaje a indagar en torno a la comunicación mediática, pues su presencia (pese al auge de internet y las redes sociales) sigue siendo significativa.

Sin embargo, es importante señalar que la casi totalidad de trabajos se ha enfocado en uno de los componentes de dicha comunicación, como es el mensaje, pues las investigaciones se han centrado en analizar los contenidos de estos, ya sea en mensajes, textos o discursos mediáticos, desde el supuesto de "revelar" algo que está latente, lo no aparente, lo potencial, lo no dicho de todo mensaje. Por lo tanto, buscan la dimensión no manifiesta del texto (Gaitán y Piñuel, 2010).

Aunque el nivel de análisis de dichos trabajos es esencialmente exploratorio, hay diferencias entre ciudades que es importante resaltar. Por un lado, mientras las carreras de comunicación de las ciudades de Cuenca y Quito muestran una inclinación mayoritaria hacia el análisis crítico del discurso mediático y el análisis de contenido mediático, sobre todo desde el tema de representaciones y dinámicas de desinformación, la carrera en la ciudad de Guayaquil establece una preferencia en el análisis del contenido audiovisual. Quizás porque la ciudad de Guayaquil es considerada la capital mediática del Ecuador, ya que los principales programas y canales de televisión están asentados en esta localidad. Quizás un análisis en torno a medios y audiencias en la ciudad de Guayaquil pueda ser una tarea pendiente que aporte luces sobre este fenómeno.

El segundo gran tema de interés lo ubicamos a partir de lo que podríamos llamar la nueva ecología mediática digital, que se da por el apareamiento de Internet y su adaptación en el mundo, pues representa una transformación diversa de actividades como el comercio, las relaciones sociales, el entretenimiento y, por supuesto, la información. Superada la descripción inicial establecida por Eco (1998) entre apocalípticos e integrados, y tras la caída de las empresas punto.com en el año 2000, ahora se enfrenta una situación más realista evaluando el impacto real de las nuevas tecnologías en la sociedad.

En los medios de comunicación, la aparición de una nueva estructura mediática destacada por un usuario más activo y la transformación del modelo de opinión pública trascienden el sistema de masas a un modelo más reducido que es determinado por los llamados seguidores.

Las nuevas formas de comunicación son cruciales para entender la relación entre tecnologías y sociedad. Estos nuevos medios van más allá de la prensa, radio y televisión, e incluyen acciones variadas y entrelazadas que caracterizan Internet hoy en día, como las comunidades virtuales, redes ciudadanas, buscadores, directorios y bitácoras. Estudiar estos medios es fundamental para comprender la dinámica en la red, aunque no es una tarea sencilla. Este análisis debe basarse en criterios sólidos para entender las implicaciones de los nuevos medios en Internet, más allá de una mera clasificación de estos.

En este sentido, la investigación evidencia que la tendencia en torno a los trabajos de titulación se establece desde dos grandes aristas. En un primer momento están los medios de comunicación digitales o los medios tradicionales digitalizados y cómo estos determinan la construcción de mensajes a partir de las audiencias específicas y las estrategias para difundir dichos contenidos. Es aquí donde la inclinación de investigación se da desde las redes sociales y los aparatos tecnológicos utilizados para el consumo de estos espacios mediáticos digitales.

Estudiar los acontecimientos mundiales desde las teorías de la comunicación es esencial para comprender cómo los medios influyen en la percepción pública y el discurso social. Las teorías permiten desvelar cómo los medios enmarcan y representan ciertos temas y cómo, a partir de esas narrativas, se construyen realidades sociales. Por ello, los trabajos de titulación mantienen una lógica discursiva mediada por intereses e interacciones con esferas de poder, así como el framing revela las estrategias mediáticas y las dinámicas de poder que subyacen en las representaciones sociales.

Eduardo Caballero Ardila (2024) explica la vigencia del concepto de modernidad de Mario Kaplún desde el punto de vista teórico. Explica cómo en 1998 se buscaba la democratización de la comunicación a partir del análisis de las realidades desde la conceptualización. Asegura que esa misma idea se aterriza ahora, pues tanto la agenda setting como la espiral del silencio (las teorías más utilizadas para las investigaciones, de acuerdo con Caballero Ardila) buscan analizar la diversidad de voces en los medios de comunicación, los avances tecnológicos y cómo las redes sociales han amplificado esta diversidad exponencialmente, democratizando la información y permitiendo que una gama más amplia de perspectivas sea escuchada.

Por lo tanto, de acuerdo con Algarra (2009), la teoría de la comunicación debe centrarse en describir, analizar y definir detalladamente la compleja realidad que estudia. Abandonar este objetivo obstaculizaría el desarrollo del campo, dificultaría la discusión científica y condenaría el conocimiento sobre la comunicación a la irrelevancia.

Otro de los temas priorizados que aparece es lo relacionado a políticas públicas de comunicación que tiene presencia en las tres ciudades donde se realizó el estudio. Sin embargo, hay que contextualizar dicho abordaje, pues todos los trabajos se centran en un hecho coyuntural, como fue la aprobación y entrada en vigor de la Ley Orgánica de Comunicación y la institucionalidad de control y sanción que estuvo vigente en Ecuador desde el año 2013 al 2019, y que se corresponde con la temporalidad de este estudio. Por eso los aspectos de análisis girarán en torno a la normativa en referencia a la aprobación de la ley; libertad de expresión, sobre todo por los casos de sanción a medios de comunicación; y deontología, pues bajo el pretexto de incumplimiento de códigos deontológicos se establecían los procesos sancionatorios.

Así mismo, encontramos, centrado en gran medida en la ciudad de Quito, seguida de la ciudad de Cuenca, una preocupación por investigar las teorías de la comunicación integrando diversas aproximaciones dentro de su objeto de estudio. Para Algarra (2009), esta mirada reflexiva crea un efecto de espejo infinito que, aunque inicialmente fascinante, puede resultar abrumador y superficial, desviando la atención de la realidad concreta que debería ser el foco principal. La teoría de la comunicación ha perdido, en gran medida, su objetivo primordial de conocer la realidad, transformándose en una acumulación de teorías que requiere una sistematización.

Los intentos de sistematizar las teorías de la comunicación son numerosos, aunque ninguna sistematización puede captar completamente la realidad, ya que siempre se dejan de lado matices únicos. Sin embargo, la sistematización es necesaria para el conocimiento, y es paradójico que la abundancia de teorías sea un problema para la teoría de la comunicación, mientras que la búsqueda de una sistematización que incorpore las peculiaridades de cada teoría se ha convertido en una prioridad.

Por ello, en esta investigación se ha logrado enmarcar las grandes líneas y perspectivas teóricas y especificar las temáticas esenciales de cada una de ellas, para así, entender la realidad de la comunicación. Sin embargo, esta falta de identificación del objeto de estudio desde la comunicación ha hecho que Guayaquil y Cuenca trabajen los artículos académicos desde otras disciplinas, que si bien pueden ser analizadas desde la interrelación con la comunicación, han preferido desviarse de la comunicación como ciencia, relegándola de la investigación.

La comunicación organizacional puede ser determinada como un subcampo de la Comunicación. De acuerdo con Maruri (2024), la define como un espacio de estudio alternativo construido a través de luchas y resistencias epistemológicas y culturales. A lo largo de décadas, este subcampo ha evolucionado para entender y mejorar las organizaciones. El autor asegura que la comunicación organizacional ha ido distanciándose de una cientificidad estricta, pero ha sido considerada como la clave para el éxito empresarial que homogeniza actores y necesidades.

En este sentido, la tendencia en torno a las investigaciones sobre el tema se remite a planes y campañas comunicacionales, lo que permite destacar la importancia de la comunicación en los procesos empresariales, pues son esenciales en las empresas porque aseguran coherencia y claridad en los mensajes, mejoran la reputación y las relaciones con diversos públicos, y permiten una gestión eficaz de crisis y adaptaciones al cambio.

Al estructurar la comunicación de manera estratégica, las empresas garantizan que tanto empleados como clientes reciban información consistente y alineada con sus objetivos y valores. Esto no solo fortalece la identidad corporativa, sino que también construye y mantiene la confianza y lealtad de los clientes, además de atraer nuevos talentos. En un entorno empresarial dinámico, estos planes permiten a las empresas responder rápidamente a situaciones imprevistas y mantenerse competitivas y relevantes en el mercado.

Por último, hay una serie de temas "menores" que, si bien su presencia no es significativa, evidencian las diferencias en los enfoques en el proceso formativo de la ciudad de Quito respecto a la ciudad de Guayaquil. Mientras en Quito los temas presentes son comunicación política y comunicación popular y alternativa, en la ciudad de Guayaquil aparecen la crítica cultural -industrias culturales- y educomunicación.

Una posible explicación puede ser que la ciudad de Quito es la capital política del país, por lo que los temas políticos permean con mayor fuerza a la población, lo que a su vez la politiza y la lleva a buscar otros medios de comunicación que se conviertan en alternativas de información frente a las agendas mediáticas. En el caso de la ciudad de Guayaquil, al ser considerada la capital mediática del Ecuador, se explica la preeminencia de temas alrededor de las industrias culturales y la necesidad de contar con una alfabetización mediática que les permita entender dichas dinámicas.

## 5. Conclusiones

Desde la implementación de la Ley Orgánica de Educación Superior en 2010, las universidades ecuatorianas han experimentado un notable aumento en la producción científica y la innovación, impulsadas por incentivos para docentes e investigadores. Esto se refleja en el incremento significativo de profesores con doctorado y en el número de artículos científicos publicados.

A pesar del aumento en la investigación académica, especialmente en temas como la comunicación mediática y digital, los trabajos de titulación de pregrado en comunicación en la UPS muestran una fuerte concentración en temas mediáticos convencionales. Existe una brecha entre los temas abordados por la investigación académica y los trabajos de titulación de los estudiantes, que no han integrado de manera significativa las nuevas áreas de investigación emergentes.

Las diferencias entre las ciudades son notables. Mientras que en Cuenca y Quito predomina el análisis crítico del discurso y el contenido mediáticos, centrándose en las representaciones y dinámicas de desinformación, en Guayaquil hay una inclinación hacia el análisis de contenido audiovisual. Esto puede atribuirse al hecho de que Guayaquil es la capital mediática de Ecuador, con la mayoría de los programas y canales de televisión establecidos en esta ciudad.

El segundo gran tema de interés es la ecología mediática digital, transformada por la aparición de internet. Esta nueva estructura mediática, caracterizada por un usuario más activo y una opinión pública más segmentada, ha generado un área de estudio esencial para entender la relación entre tecnología y sociedad. Los trabajos de titulación han explorado tanto los medios digitales tradicionales como los nativos digitales, y sus estrategias para construir y difundir mensajes. Además, se ha investigado la transparencia de la información en las páginas web oficiales de instituciones públicas.

Existe una necesidad urgente de integrar las dinámicas de investigación desarrolladas por los docentes con los trabajos de titulación de pregrado. Esto implica fomentar una mayor diversificación temática en los trabajos de titulación, que refleje las tendencias y avances en el campo de la comunicación.

Se sugiere realizar meta investigaciones que evalúen críticamente la producción académica y los trabajos de titulación, identificando áreas de interés, enfoques metodológicos y teóricos, y comparándolos con las necesidades y contextos actuales de la comunicación. Esto permitiría ajustar las estrategias educativas y de investigación para mejorar la relevancia y el impacto de los trabajos de titulación

## 6. Referencias

- Algarra, M. (2009). La comunicación como objeto de estudio de la teoría de la comunicación. *Anàlisi: quaderns de comunicació i cultura*, 38, 151-172. <https://bit.ly/4eW4533>
- Álvarez-Muñoz, P. y Pérez-Montoro, M. (2016). Políticas científicas públicas en Latinoamérica: el caso de Ecuador y Colombia. *El profesional de la información*, 25(5), 758-766. <https://doi.org/10.3145/epi.2016.sep.06>
- Ardila, E. C. (2024). La modernidad de Mario Kaplún. *Comunicación: estudios venezolanos de comunicación*, 205, 185-189. <https://bit.ly/4cHOAKs>

- Cárdenas Tapia, J., Salgado-Guerrero, J. P., Torres Toukoumidis, Á., Aguilar Loja, S. y Carpio Peñaherrera, I. (Eds.). (2023). *Resultados de investigación, innovación, emprendimiento y publicaciones UPS 2022*. Editorial Don Bosco.
- Cazau, P. (2006). *Introducción a la investigación en ciencias sociales*. Rundinguskín.
- Díez de Medina Rojas, S. y Arteaga Arancibia, P. (2023). Tendencias en los trabajos de titulación de Comunicación Social de la UCB-La Paz. *Journal De Comunicación Social*, 17, 13-44. <https://doi.org/10.35319/jcomsoc.2023171292>
- Eco, U. (1998). *Apocalípticos e integrados*. Lumen.
- Eiroa, M. y Barranquero, A. (2017). *Métodos de investigación en la Comunicación y sus medios*. Síntesis.
- Gaitán Moya, J. A. y Piñuel Raigada, J. L. (2010). *Técnicas de investigación en comunicación social: Elaboración y registro de datos*. Síntesis.
- García-De-Torres, E., Yezers'ka, L., Rost, A., Calderín, M., Edo, C., Rojano, M., Said Hung, E., Jerónimo, P., Arcila Calderón, C., Serrano Tellería, A., Sánchez Badillo, J. y Corredoira, L. (2011). Uso de Twitter y Facebook por los medios iberoamericanos. *El Profesional de la Información*, 20, 611-620. <https://doi.org/10.3145/epi.2011.nov.02>
- Giménez-Toledo, E. y Jiménez-Contreras, E. (2013). Los agujeros negros de la comunicación: Comunicación científica y metainvestigación. *Comunicar*, XXI(41), 10-13. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=15828675002>
- González-Samé, H., Romero-Rodríguez, L. y Aguaded, I. (2017). La investigación en comunicación en Latinoamérica: Una aproximación histórica. *Historia y comunicación social*, 22(2), 427-443. <https://doi.org/10.5209/HICS.57853>
- Greer, C. F. y Ferguson, D. A. (2011). Using Twitter for Promotion and Branding: A Content Analysis of Local Television Twitter Sites. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 55(2), 198-214. <https://doi.org/10.1080/08838151.2011.570824>
- Ley Orgánica de Educación Superior [LOES]. 12 de octubre de 2010. Registro Oficial, Supl. 298. Última modificación: 2 de agosto de 2018. <https://www.gazette.com.ec/loes>
- Lin, J. S. y Peña, J. (2011). Are You Following Me? A Content Analysis of TV Networks' Brand Communication on Twitter. *Journal of Interactive Advertising*, 12(1), 17-29. <https://doi.org/10.1080/15252019.2011.10722188>
- Martínez Nicolás, M. y Saperas-Lapiedra, E. (2016). Objetos de estudio y orientación metodológica de la reciente investigación sobre comunicación en España (2008-2014). *Revista Latina de Comunicación Social*, 71, 1365-1384. <https://doi.org/10.4185/rlcs-2016-1150>
- Maruri, F. G. (2024). La comunicación organizacional latinoamericana en constante devenir. *Rotura-Revista de Comunicação, Cultura e Artes*, 4(1), 156-169. <https://doi.org/10.34623/7rny-g363>

- Marwick, A. y Boyd, D. (2011). To See and Be Seen: Celebrity Practice on Twitter. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, 17, 139-158. <http://dx.doi.org/10.1177/1354856510394539>
- Monge, S. y Olábarri, E. (2011). Autoexpresión y privacidad de los universitarios en las redes sociales. Los estudiantes de la Universidad del País Vasco como caso de estudio. *Doxa Comunicación. Revista Interdisciplinar de Estudios de Comunicación y Ciencias Sociales*, 13, 89-113. <https://doi.org/10.31921/doxacom.n13a4>
- Noguera, J. (2010). Redes sociales como paradigma periodístico. Medios españoles en Facebook. *Revista Latina de Comunicación Social*, 65, 176-186. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2010-891-176-186>
- Park, H., Rodgers, S. y Stemmler, J. (2011). Health Organizations' Use of Facebook for Health Advertising and Promotion. *Journal of Interactive Advertising*, 12(1), 62-77. <https://doi.org/10.1080/15252019.2011.10722191>
- Piñuel-Raigada, J. L. (2017). *La docencia y la investigación universitarias en torno a la comunicación como objeto de estudio en Europa y América Latina*. Colección Cuadernos Artesanos de Latina 15. [http://www.cuadernosartesanos.org/067/cuadernos/15\\_espanol.pdf](http://www.cuadernosartesanos.org/067/cuadernos/15_espanol.pdf)
- Piscitelli, A. (2006). Nativos e inmigrantes digitales. ¿Brecha generacional, brecha cognitiva, o las dos juntas y más aún? *Revista Mexicana de Investigación Educativa*, 11(28), 179-185. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=14002809>
- Rivera, D. y Carrión-Salinas, G. (2017). Ecuador. Un vistazo a la investigación en Comunicación. *Aularia. Revista digital de educomunicación*, 1, 11-14. <https://bit.ly/3y0nRtt>
- Roncillo-Dow, S., Uribe-Jongbloed, E. y Calderón-Reyes, I. (2013). La investigación en comunicación. Los límites y limitantes del conocimiento. *Co-herencia*, 10(18), 161-187. <https://www.redalyc.org/pdf/774/77428608007.pdf>

## CONTRIBUCIONES DE AUTORES/AS, FINANCIACIÓN Y AGRADECIMIENTOS

### Contribuciones de los/as autores/as:

**Conceptualización:** Romero Guayasamín, Pablo; Villalva Salguero, Tania **Software:** Romero Guayasamín, Pablo **Validación:** Villalva Salguero, Tania **Análisis formal:** Romero Guayasamín, Pablo; Villalva Salguero, Tania. **Curación de datos:** Romero Guayasamín, Pablo; Villalva Salguero, Tania. **Redacción-Preparación del borrador original:** Romero Guayasamín, Pablo; Villalva Salguero, Tania. **Redacción-Re- visión y Edición:** Romero Guayasamín, Pablo; Villalva Salguero, Tania. **Visualización:** Villalva Salguero, Tania. **Supervisión:** Romero Guayasamín, Pablo. **Administración de proyectos:** Romero Guayasamín, Pablo. **Todos los/as autores/as han leído y aceptado la versión publicada del manuscrito:** Romero Guayasamín, Pablo; Villalva Salguero, Tania.

**Financiación:** Esta investigación no recibió financiamiento externo.

**Conflicto de intereses:** si los hubiere.

**AUTORES:****Pablo Romero Guayasamín:**

Universidad Politécnica Salesiana.

Magíster en Comunicación Estratégica; Especialista superior en derechos humanos; Docente de grado y posgrado- Universidad Politécnica Salesiana. Integrante del grupo de investigación de la comunicación GIC 1 (UPS Quito). Asociado de la Fundación de Investigación y Promoción Social “José Peralta”. Consultor en temas de comunicación, políticas públicas, género-masculinidades y derechos humanos. Autor de varios libros y artículos académicos sobre temas de comunicación, medios nativos digitales, derechos y ciudadanía.

[promerog@ups.edu.ec](mailto:promerog@ups.edu.ec)

**Google Scholar:** <https://scholar.google.com/citations?user=6IRNnfkAAAAJ&hl=es>

**ResearchGate:** <https://www.researchgate.net/profile/Pablo-Guayasamin>

**Tania Villalva Salguero:**

Universidad Iberoamericana del Ecuador.

Magíster en Comunicación, Especialista superior en Comunicación para las Empresas; Docente de grado en la Universidad Iberoamericana del Ecuador. Ganadora del concurso de Podcast del Goethe-Institut Brasil. Autora de varios libros y artículos académicos sobre temas de comunicación, comunicación comunitaria, medios nativos digitales, derechos y ciudadanía.

[tvillalva@doc.unibe.edu.ec](mailto:tvillalva@doc.unibe.edu.ec)

**Orcid ID:** <https://orcid.org/0000-0001-8329-825X>

**Google Scholar:** <https://scholar.google.com/citations?user=OkMmxDQAAAAJ&hl=es>

**ResearchGate:** <https://www.researchgate.net/profile/Tania-Villalva>