



**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA
DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DE LA SALUD
INSTITUTO DE POSTGRADO**

TÍTULO DEL ENSAYO

La Responsabilidad Social en los Medios Digitales; Caso El Vocero

AUTORA

Lcda. Rodríguez Guale Karla Thayz

TRABAJO DE TITULACIÓN

Previo a la obtención del grado académico en

MAGÍSTER EN COMUNICACIÓN

TUTOR

Lic. Guarnizo Delgado José Bladimir, Mgtr.

La Libertad, Ecuador

Año 2024



**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA
DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DE LA SALUD
INSTITUTO DE POSTGRADO**

TRIBUNAL DE GRADO

Los suscritos calificadores, aprueban el presente trabajo de titulación, el mismo que ha sido elaborado de conformidad con las disposiciones emitidas por el Instituto de Postgrado de la Universidad Estatal Península de Santa Elena.

**Lic. César Arízaga Sellán, Mgtr.
COORDINADOR DEL
PROGRAMA**

**Lic. José Guarnizo Delgado, Mgtr.
TUTOR**

**Pablo Vidal Fernández, Ph. D.
ESPECIALISTA**

**Lic. Danilo Villaroel Silva, Mgtr.
ESPECIALISTA**

**Ab. María Rivera González, Mgtr.
SECRETARIA GENERAL UPSE**



**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA
DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DE LA SALUD
INSTITUTO DE POSTGRADO**

CERTIFICACIÓN:

Certifico que luego de haber dirigido científica y técnicamente el desarrollo y estructura final del trabajo, este cumple y se ajusta a los estándares académicos, razón por el cual apruebo en todas sus partes el presente trabajo de titulación que fue realizado en su totalidad por Karla Thayz Rodríguez Guale, como requerimiento para la obtención del título de Magíster en Comunicación.

Atentamente,

Lic. José Bladimir Guarnizo Delgado, Mgtr.
C.I. 1102742143
TUTOR



**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA
DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DE LA SALUD
INSTITUTO DE POSTGRADO**

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, Karla Thayz Rodríguez Guale

DECLARO QUE:

El trabajo de Titulación, La Responsabilidad Social en los Medios Digitales; Caso El Vocero, previo a la obtención del título en Magíster en Comunicación, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan en el documento, cuyas fuentes se incorporan en las referencias o bibliografías. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance del Trabajo de Titulación referido.

La Libertad, a los 31 días de Enero del año 2024

Lic. Karla Rodríguez Guale
C.I. 2400008179
AUTORA



**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA
DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DE LA SALUD
INSTITUTO DE POSTGRADO**

AUTORIZACIÓN

Yo, Karla Thayz Rodríguez Guale

DERECHOS DE AUTOR

Autorizo a la Universidad Estatal Península de Santa Elena, para que haga de este trabajo de titulación o parte de él, un documento disponible para su lectura consulta y procesos de investigación, según las normas de la Institución.

Cedo los derechos en línea patrimoniales de La Responsabilidad Social en los Medios Digitales; Caso El Vocero con fines de difusión pública, además apruebo la reproducción de esta investigación dentro de las regulaciones de la Universidad, siempre y cuando esta reproducción no suponga una ganancia económica y se realice respetando mis derechos de autor.

Libertad, a los 31 días de Enero del año 2024

Lic. Karla Rodríguez Guale
C.I. 2400008179
AUTORA



**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA
DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DE LA SALUD
INSTITUTO DE POSTGRADO**

CERTIFICACIÓN DE ANTIPLAGIO

Certifico que después de revisar el documento final del trabajo de titulación denominado La Responsabilidad Social en los Medios Digitales; Caso El Vocero, presentado por el estudiante, Karla Thayz Rodríguez Guale fue enviado al Sistema Antiplagio COMPILATIO, presentando un porcentaje de similitud correspondiente al 5% por lo que se aprueba el trabajo para que continúe con el proceso de titulación.



Lic. Lic. José Guarnizo Delgado, Mgtr.
C.I. 1102742143
TUTOR

AGRADECIMIENTO

Agradezco a la Universidad Estatal Península de Santa Elena por abrirme las puertas y brindarme la oportunidad de superarme profesionalmente y decir con orgullo soy marca UPSE. A la profesora Paola Cortez, por ser una pieza clave que me ayudo a no retirarme a mitad del camino, gracias por su paciencia y enseñanzas. Agradezco a mi familia por su apoyo incondicional, a mi madre, a mi novio y a mi hija, son mi motor de vida, sin ustedes la culminación con éxito de mi maestría no hubiera sido posible. Los llevo en mi corazón...

Karla Rodríguez Guale

DEDICATORIA

A Dios por brindarme sabiduría y la fuerza necesaria para lograr culminar con éxito esta etapa en mi vida profesional. A mi madre, quien fue y sigue siendo mi más grande inspiración. A mi hija, por ser mi motor de vida, gracias por acompañarme en esta aventura, valió completamente la pena ¡Lo logramos juntas!. A mi novio, mi compañero de vida, quien ha estado conmigo a pesar de las dificultades, gracias por darme fortaleza en este proceso y por nunca dejarnos solas. A mi papá, quiero que sepa que ¡lo logre! Gracias por guiar mi camino desde el cielo.

Karla Rodríguez Guale

ÍNDICE GENERAL

CONTENIDO

TITULO DEL ENSAYO.....	1
TRIBUNAL DE GRADO.....	2
CERTIFICACIÓN:.....	3
DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD	4
AUTORIZACIÓN	5
CERTIFICACIÓN DE ANTIPLAGIO.....	6
AGRADECIMIENTO.....	7
DEDICATORIA.....	8
ÍNDICE GENERAL	9
Resumen	10
Abstract	10
INTRODUCCIÓN.....	11
DESARROLLO.....	13
Responsabilidad Social	13
Medios Digitales	17
ASPECTOS METODOLÓGICOS.....	21
ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS	23
CONCLUSIÓN.....	26
REFERENCIAS	27
APÉNDICES.....	1
Tabla 1: Contenido publicado en la red social Facebook por el medio digital El Vocero.	1

Resumen

La responsabilidad social en los medios digitales, es un tema de gran importancia, debido a requiere un gran compromiso ético por parte de los comunicadores con la sociedad. Los medios digitales tienen el poder de informar, pero también pueden utilizarse para manipular y distorsionar la información. Por lo tanto, el objetivo de este ensayo académico es analizar la importancia de la responsabilidad social y la información transmitida por el medio digital el Vocero, dedicado a cubrir la realidad de la provincia de Santa Elena. Del mismo modo, se utilizó el método cualitativo, que implica la recolección de datos desde el análisis del contenido digital. Como resultado, en base a las conclusiones, existen pocas normas de responsabilidad social aplicadas por profesionales de la comunicación al momento de difundir información o censurarla. Por otro lado, se recomienda que el medio digital el Vocero se comprometa a transmitir hechos noticiosos que sean imparciales, claros y completos.

Palabras claves: Responsabilidad social, medios digitales, comunicación.

Abstract

Social responsibility in digital media is a topic of great importance, because it requires a great ethical commitment on the part of communicators with society. Digital media has the power to inform, but it can also be used to manipulate and distort information. Therefore, the objective of this academic essay is to analyze the importance of social responsibility and the information transmitted by the digital medium El Vocero, dedicated to covering the reality of the province of Santa Elena. Likewise, the qualitative method was used, which involves collecting data from the analysis of digital content. As a result, based on the conclusions, there are few social responsibility standards applied by communication professionals when disseminating information or censoring it. On the other hand, it is recommended that the digital media El Vocero commit to transmitting news events that are impartial, clear and complete.

Keywords: Social responsibility, digital media, communication.

INTRODUCCIÓN

La responsabilidad social es un concepto complejo que ha sido abordado por diferentes autores desde diferentes perspectivas. En general, se puede definir como el compromiso que tienen las organizaciones y las personas de actuar de manera ética y sostenible, teniendo en cuenta el impacto de sus acciones en la sociedad y el medio ambiente. Bowen (1953) fue uno de los primeros autores en definir la responsabilidad social como la obligación de las empresas de servir a los intereses de la sociedad en general. Sin embargo, se puede determinar como el compromiso de la empresa y su contribución con la sociedad.

Los medios digitales son todas aquellas plataformas, aplicaciones, dispositivos y contenidos que utilizan las tecnologías de la información y la comunicación para transmitir, almacenar y compartir datos. Los medios digitales han transformado la forma en que nos comunicamos, nos informamos, nos educamos y nos relacionamos. Han generado nuevas oportunidades de acceso, participación, innovación y creatividad. Pero también han planteado nuevos desafíos y riesgos, como la privacidad, la seguridad, la desinformación, la manipulación, la polarización, la exclusión y la dependencia.

En este contexto, surge la pregunta ¿Qué responsabilidad social tienen los medios digitales y los usuarios que los emplean?, mediante esta investigación de alcance exploratorio, se busca reconocer el concepto, prioridades y teorías existentes sobre los medios digitales, su evolución y aplicación de valores y principios. Así también, se declara medios de comunicación como línea de investigación donde se vincula con los medios digitales y las buenas prácticas comunicativas. Esto proporciona una visión valiosa sobre el papel de los medios digitales y su desempeño en la promoción de la responsabilidad social.

El Vocero es un medio de comunicación que se dedica a la producción y emisión de noticias en la provincia de Santa Elena y se define como un medio digital que ofrece hechos noticiosos y tiene como misión "informar con veracidad, objetividad y oportunidad". Según su página de Facebook, se fundó el 25 de Septiembre del año 2013, cuenta con el trabajo de redacción y administración de varios periodistas, además, según sus propios datos, el Vocero peninsular tiene un promedio de 433 mil seguidores y mas de 233 mil me gusta en sus redes sociales.

El propósito de este ensayo es determinar la relación entre la responsabilidad social y la información transmitida por el medio digital el Vocero, a través del análisis del contenido digital. Para lograr esto, se realizó una observación exhaustiva del contenido digital publicado por el Vocero. Este análisis incluyó, la revisión de los temas cubiertos y la forma en que el medio digital se involucra con su audiencia y la comunidad en general. A su vez, los hallazgos de este estudio proporcionan una base para futuras investigaciones que podrían incluir una comparación más amplia con otros medios digitales.

En este contexto, la idea principal surge de los desafíos que presentan los medios digitales contra la lucha de la desinformación y noticias falsas, por lo tanto, los medios de comunicación deben replantear sus modelos de negocio para alejarse de la viralización y enfocarse en la calidad y la veracidad de la información (Moreano, 2018). Por otro lado, las redes sociales se utilizan principalmente para la distribución de contenido, lo que puede dificultar la verificación de la información y la promoción de la responsabilidad social (García Orosa & López García, 2016). Según el autor Arévalo (2021) explica a la comunicación digital, en particular, como una herramienta para la responsabilidad social, la sustentabilidad y la ética en las organizaciones.

La metodología de investigación es de carácter cualitativa, con el objetivo de comprender los fenómenos sociales desde el análisis del contenido digital. Para ello, se han utilizado técnicas de recolección de datos como la revisión bibliográfica, la observación directa y el trabajo de campo, lo que permite obtener una comprensión profunda y contextualizada del caso de estudio.

Es preciso indicar que la estructura del presente ensayo se compone por los apartados de introducción al tema, el desarrollo de la investigación, en donde se aborda toda la teoría y estado del arte, así también como la discusión y resultados y por último la conclusión donde se recapitula la importancia de la misma, se adjunta las referencias y apéndices que ayudaron en el cumplimiento de los objetivos planteados.

DESARROLLO

El desarrollo de la investigación sobre responsabilidad social en los medios digitales ha estado influenciado por diversos factores. Castelló (2012) destacó el papel de la comunicación por internet en la promoción de la conciencia ambiental. Es decir, es una herramienta poderosa para divulgar mensajes de concienciación y promover la educación ambiental, como la accesibilidad, la interactividad y la innovación. Del mismo modo, Álvarez (2005) refiere el potencial de las encuestas por Internet en la investigación de mercados, a pesar de la necesidad de superar barreras psicológicas. Mientras que Guede (2017) explora el impacto de las redes sociales en el comportamiento del consumidor, subrayando su influencia transformadora. Estos estudios recalcan colectivamente la creciente importancia de la responsabilidad social en los medios digitales y la necesidad de realizar más investigaciones en esta área.

Bajo este esquema, DiMare (2011) en su investigación, sostiene que el periodismo tradicional se basaba en el modelo de objetividad, que se centra en informar a la audiencia de manera imparcial y neutral. Sin embargo, este modelo ha sido cuestionado en los últimos años, ya que se ha argumentado que es imposible ser completamente objetivo y que el periodismo debe asumir un papel más activo en la sociedad. En este contexto, ha surgido el modelo de responsabilidad social, que se centra en el compromiso del periodismo con la sociedad. Este modelo sostiene que los periodistas tienen la responsabilidad de informar a la audiencia de manera veraz y completa, pero también de promover la justicia social, la sostenibilidad ambiental y la diversidad. DiMare sostiene que el modelo de responsabilidad social se refleja en el rol de defensor del lector. Este rol se basa en la idea de que los periodistas deben actuar como representantes de la audiencia y defender sus intereses. Esto puede incluir denunciar la corrupción, informar sobre temas importantes para la sociedad y promover el debate público.

Responsabilidad Social

Para comenzar, la responsabilidad social es un campo de estudio en constante evolución. Villacorta & Ramírez (2014) definen a la responsabilidad social de los medios como la producción y emisión de contenidos informativos, de entretenimiento y publicitarios que aportan al crecimiento de la sociedad, respetando la dignidad de las personas. En el contexto, de la digitalización, la responsabilidad social se convierte en un motor importante.

A su vez, García (2021) menciona que las empresas, en su camino hacia la transformación digital, deben incluir dentro de su Responsabilidad Social Corporativa (RSC), una Responsabilidad Digital Corporativa (RDC), haciendo una digitalización autónoma y confiada. Es decir, la RCD es el conjunto de prácticas y comportamientos que ayudan a una organización a utilizar las tecnologías digitales de manera responsable y sostenible, teniendo en cuenta el impacto de sus acciones en la sociedad y el medio ambiente.

La responsabilidad social es un valor fundamental que influye en la conducta humana y en la gestión de las empresas añade Lara (2016). En el contexto de las empresas familiares, según Hernández (2017) se observa, que estas suelen llevar a cabo más acciones de responsabilidad social que las no familiares. Por ello, la responsabilidad social empresarial (RSE) es una forma de crear valor que va más allá de las obligaciones legales, considerando aspectos sociales y medioambientales (Solano, 2013). Por consiguiente, la responsabilidad social organizacional se presenta como un resultado ineludible de los fundamentos de la conducta humana, y se destaca la importancia de su promoción desde la acción estatal (Castrillón, 2016).

El tema de la responsabilidad social y las buenas prácticas de comunicación se consideran una obligación. Según Bel & Corredoira (2003) señalan a la responsabilidad como la capacidad de asumir las consecuencias de los actos y responder por ellos. es decir, la protección del medio es un deber, una responsabilidad y una obligación que todo individuo debe asumir. Dentro de este marco, la responsabilidad social es cuando el ciudadano toma en cuenta sus decisiones y considera los posibles efectos en la sociedad, una persona tiene el deber de mantener una buena relación con su entorno, esto esta conectado directamente con la ética.

A partir de esto, la teoría de la libertad de expresión se manifiesta en el derecho que comprende la libertad de pensamiento. Según el Art. 13 de la CADH (Convención Americana sobre Derechos Humanos). Se debe buscar, recibir y difundir informaciones e ideas de todas las clases, sin consideración de fronteras de forma oral, escrita, impresa o artística, o en cualquier otro medio de su elección. En efecto, la libertad de expresión no solo es el derecho de todas las personas a expresar sus sentimientos u opiniones, sino también el derecho a investigar, recibir información, opiniones y difundirlas sin la limitación de las fronteras.

En esta realidad, los comunicadores y periodistas juegan un papel importante no solo

en la conformación del lenguaje y los formatos que se establecerán, sino también como guardianes del conjunto de principios que se deben preservar y el rigor que no se debe abandonar en la investigación. Por ello, Gallardo (2009) menciona que, la necesidad de enfrentar los tiempos no significa integrar nuevas tecnologías en viejas actividades, sino crear, regular, y fortalecer prácticas productivas, éticas, legales y la creación de conocimiento y tecnología en la realidad donde se necesitan.

Por otro lado, la DUDH (Declaración Universal de Derechos Humanos, 1948) habla sobre la libertad de expresión y cree que el comunicador juega un papel crucial para garantizar la libertad de expresión y así enfatiza que la profesión de periodista se basa en buscar, recibir y comunicar información. A su vez la corte Interamericana también enfatizó el papel fundamental de los medios de comunicación en la sociedad, ya que recopila información y opiniones diversas y las difunde al público y, por lo tanto, se considera un verdadero instrumento de libertad de expresión.

Debido a esto, el comunicador no puede ignorar la realidad social de que millones de individuos interconectados están constantemente intercambiando información sin importar la geografía, el tiempo o el espacio. Para García (2005) el rol del comunicador tiene una legendaria función de servicio a la colectividad que le hace dotar a una sociedad nueva con herramientas necesarias para practicar la acción social y ejercer su participación. Mientras tanto, la perspectiva periodística y la responsabilidad de los medios se relacionan con el contenido que emiten, pero es una respuesta a las políticas y decisiones de los gestores de los medios. Además, Rivera (2012) comenta que los medios de comunicación son instituciones que utilizan modelos de gestión organizacional y por ende tienen la posibilidad de incrementar la perspectiva periodística e implementar proyectos e iniciativas de responsabilidad social empresarial en los servicios que presta.

Por ello, lo único que separa al comunicador del resto de los informantes de la red es la solidaridad con la realidad y un compromiso moral para lograr proyectar noticias fieles a los hechos. Así mismo, Masip (2016) afirma que la mayoría de medios han tomado medidas para retener la audiencia, pero pocas enfocadas en recuperar su confianza. Mientras tanto, para los autores Arévalo & Mercedes (2017) existe una conexión fundamental entre la libertad de expresión y el ejercicio sistemático y deliberado de la libertad. Esto también se confirma en la Jurisprudencia de la Corte Interamericana y la Convención Americana sobre

Derechos Humanos. Audiencia OC-5/85, 13 de noviembre de 1985. Serie A, señala que:

(...) El periodismo profesional no puede desligarse de la libertad de expresión; más bien, las dos cosas están claramente conectadas porque los periodistas profesionales no están ni pueden estar comprometidos con el ejercicio de la libertad de expresión de una manera sostenible, estable y rentable. Además, al considerar estas dos cuestiones como acciones separadas, se puede concluir que las garantías del artículo 13 de la Convención no se aplican a los periodistas profesionales. Por tanto, de acuerdo con la jurisprudencia de la Corte, no es necesario distinguir ya que hay una evidente conexión entre la libertad de expresión y el periodismo porque hay una conexión entre los dos. Esto se debe a que los periodistas deciden ejercer su libertad de expresión protegidos por la Convención Americana sobre Derechos Humanos.

De eso depende la profesión del comunicador en los diferentes espacios digitales, ya que deben equilibrar su trabajo en las redes sociales con responsabilidades laborales para facilitar la difusión de noticias, para no realizar un procesamiento demasiado extenso que pueda conducir a la alteración de la misma. Comprendido esto, el cumplimiento de las normas de honestidad y responsabilidad editorial del medio de comunicación demuestra la lealtad a su labor profesional. Los periodistas siempre deben verificar el contenido de su información antes de ser publicado y revisar con cautela los hipervínculos en sus artículos a sitios web, para evitar un impacto negativo en la credibilidad de la información. En todo caso, el comunicador está en la obligación de corregir los errores o equivocaciones que pueden surgir por la necesidad de cubrir una primicia.

Enseguida, llega la importancia de incorporar la práctica de la calidad informativa que brinda varios beneficios positivos a las empresas, ya que aumenta su competitividad y creación de valor. Así lo menciona, Duque et al. (2013), en su artículo académico, el introducir modelos de gestión y transparencia, certificando un servicio más eficiente del medio de comunicación, superando expectativas superiores a los requeridos por la normativa. Por ello, definimos a calidad de contenido como una rama de la responsabilidad social, que busca el derecho a recibir y proporcionar información, como menciona Ossorio (2008) dar y brindar credibilidad a la información sin restringir su contenido aporta mayor compromiso y una relación intangible con la sostenibilidad.

Medios Digitales

Los medios digitales juegan un papel muy importante en la sociedad, ya que cumplen con varias funciones, entre ellas ser referente y herramientas, pero también como fuente de poder, ya que son el origen de definiciones e imágenes de la realidad social. Por ejemplo, los espacios digitales ocupan el 65% del tiempo de los usuarios, y los medios de comunicación digitales conducen no solo a la interacción con la audiencia, sino también al consumo de la información. De este modo, los medios digitales son esencialmente un espacio de administración de contenido, bajo este esquema, Barredo (2021) analiza la relación entre los medios digitales y su interacción, ya que llega a ser muy fácil agregar recursos como hipertexto, video, imágenes, etc. Esto se debe a que es fácil presentar contenido multimedia y crear sociabilidad. Desde este punto de vista, la información de entretenimiento y actualidad son sin duda, los tipos de contenido más utilizados por la sociedad.

Los medios digitales, también conocidos como cibermedios o medios nativos digitales, son plataformas de comunicación que publican, investigan y difunden información noticiosa en Internet (Sánchez, 2022). Estos medios han transformado la forma en que se generan contenidos periodísticos, permitiendo la creación de nuevas iniciativas periodísticas locales (Trujillo, 2019). En España, la mayoría de los medios digitales se enfocan en temas generalistas, aunque también hay una variedad de medios especializados. En América Latina, los medios digitales han sido influenciados por la brecha de conectividad y la concentración de la propiedad, lo que ha impactado en sus agendas informativas, modelos de sostenimiento y efectos (Trujillo, 2019).

De manera similar, García & Navarro (2014) en su artículo 'La credibilidad de los contenidos informativos en internet' afirman que los nuevos medios son actualmente los más prevalentes por su velocidad de difusión y creatividad, ya que son herramientas atractivas y ricos en recursos que les permiten llegar cada día a más consumidores. La variedad es infinita e ilimitada, lo que significa que todos los días hay un gran número de personas tienden a utilizar estas plataformas para expresar, crear, informar, comunicar.

Es necesario resaltar, que las fuentes de la información en los medios digitales es una parte esencial de la exposición periodística, por lo que con los procesos de posicionamiento a largo plazo son esenciales para el periodismo digital actual, la información debe provenir de

fuentes confiables, auténticas y verificables. Además, también existe una responsabilidad correspondiente por parte de los medios de comunicación, que para ser considerados como comunicación y no mera información, deben informar adecuadamente y brindar el espacio necesario para la reacción de los lectores, televidentes, radio. oyentes o usuarios de Internet. Como recalca Bajaña (2018) en cualquier campo del periodismo, la ética y la responsabilidad social se requieren que cualquier noticia cuente con todos los elementos necesarios para comprenderla. Estas son diferentes perspectivas para el análisis de fuentes confiables de información en un campo objetivo y contextualización para la capacidad de respuesta del medio digital.

La opinión pública es la opinión pública de la sociedad, que se forma no solo por los contenidos publicados en los medios digitales, sino también por su interacción. La existencia de estos medios ha provocado una variedad de cambios en la formación de la opinión pública, debido a que, los usuarios ya no son solo receptores, sino también son intermediarios que se comunican activamente y participan en esta nueva forma de comunicación, los espacios digitales deben considerar la posibilidad de una respuesta, cosas que no ocurría con los medios tradicionales.

Actualmente, se puede observar la opinión del público, conocidos como usuarios, ha cambiado relevantemente por diversos aspectos como la información digital y la interactividad. Los usuarios ya no se conforman con recibir noticias publicadas en los diarios, ahora es más fácil obtener información y compararla para formar una opinión pública. Sin duda, los medios digitales son un espacio social donde se presentan, discuten y difunden temas de interés social a través de estas plataformas. Sin embargo, la opinión pública es un reflejo de ellas y los usuarios son receptores pasivos de las opiniones que generan. Según Loreti (1995) se puede entender que el contenido publicado por los medios digitales marca el ritmo de la opinión pública, es común la generación de muchos comentarios, el uso de estos medios se ha convertido en una herramienta importante para los usuarios que buscan información diaria.

La difusión de contenido en diferentes redes sociales donde los usuarios comparten intereses similares, las noticias pueden difundirse a través de comunidades en línea y ser discutidas por personas de todo el mundo en cuestión de minutos. Según Morales (2012) las personas tienen derecho a crear, compartir y buscar un buen contenido, a su vez tienen

derecho a comunicarse y cooperar entre sí. Por ello, los medios digitales ya brindan un escenario de comunicación para los usuarios que no solo consumen diversos contenidos, sino que también se dedican a comentar, publicar, compartir y evaluar la información transmitida a través de estos medios digitales que cada vez más se apoderan de nuestro entorno.

Actualmente, las redes sociales especialmente Facebook, destacan por ser una de las plataformas más utilizadas en la vida diaria de cada persona, de esta manera se puede demostrar el alcance y la importancias de los espacios digitales, dicho de otro modo, Pacheco (2021) señala a los jóvenes entre 18 a 35 años de edad como usuarios activos, que cada día demandan más experiencia visual, provocando que las diferentes marcas se vuelvan competitivas y generen nuevas estrategias para posicionarse dentro del mercado digital. Entonces, podemos concluir que Facebook es una herramienta que genera un nuevo mercado donde marcas pueden destacarse por medio de contenidos creativos, Asimismo, le permite buscar a posibles clientes con el fin de fidelizar y crear grupos estratégicos. En consecuencia, los medios digitales enlazados a Facebook, buscan la creación de contenidos, opiniones e interacción de los usuarios, de esta manera logran edificar técnicas y estrategias, con el fin de alcanzar el objetivo final que es el reconocimiento.

En líneas generales, podemos definir la calidad informativa digital como buenas prácticas o la implementación de iniciativas de RSC (Responsabilidad Social Empresarial) puesto que, no centrarse únicamente en el cumplimiento del marco legal, pero debe promover buenas prácticas de responsabilidad social entendidas en el contexto amplio de lo anteriormente expuesto. Por ello, se analizará el caso del vocero peninsular desde una perspectiva crítica y argumentativa y se centraliza en una investigación cualitativa, considerando los siguientes aspectos:

- El contenido que difunde el vocero peninsular, su calidad, veracidad, relevancia y diversidad.
- El impacto que tiene el vocero peninsular en la opinión pública, la cultura, la educación y la participación ciudadana.
- Los desafíos y oportunidades que enfrenta el vocero peninsular en el contexto actual de la comunicación digital.
- Las buenas prácticas y recomendaciones que se pueden aplicar para mejorar la responsabilidad social del vocero peninsular.

Con respecto al caso de estudio, el Vocero es un medio de comunicación digital que se fundó el 25 de septiembre del año 2013 y que cuenta con una redacción y administración de varios periodistas, además de colaboradores externos, según sus propios datos expuestos en su página de Facebook, Su directora es la Lcda. Valeria de la Cruz Conforme, quien también es el fundador y propietario del medio junto a Holger del Pezo. El vocero peninsular se financia principalmente por la publicidad de microempresarios, empresas locales y nacionales, así como por la interacción de sus lectores y usuarios.

Los profesionales de la comunicación se enfrentan a desafíos en la lucha contra la desinformación, y se necesitan cambios en los protocolos de trabajo (Rodríguez, 2019). A nivel legislativo, la regulación de la desinformación incluye un modelo legislativo no adaptado a los cambios digitales y el desconocimiento de fenómenos nuevos (Magallón Rosa, 2019). Los medios digitales y sus usuarios tienen una responsabilidad social que abarca desde el uso de las redes sociales hasta la toma de decisiones de compra.

Por otra parte, en la investigación de Rivas (2023) se examina en el contexto educativo la responsabilidad social, no influye significativamente en el uso de las redes sociales y los entornos virtuales. Sin embargo, Venturini (2020) destaca la importancia de la responsabilidad civil en el uso de las redes sociales, especialmente en la protección de datos personales. Bajo este esquema, Carrasco (2016) señala que los medios sociales digitales tienen una influencia significativa en el consumo, lo que implica una responsabilidad en la difusión de información veraz. Sin embargo, Recio (2014) destaca la importancia de la fidelidad de los lectores y la veracidad de la información en los medios digitales.

La Responsabilidad Digital es una tarea de toda la sociedad, el uso adecuado y responsable de las tecnologías de la comunicación y la información en la actualidad. Un comportamiento virtual amable puede convertir el universo del internet en un espacio sano y sin delitos digitales. La responsabilidad digital es cosa de todos. Mucha gente no se toma en serio la responsabilidad digital. Aparentemente resulta fácil ocultar la identidad y las acciones, pero todo queda registrado en la red y todo puede saberse. A medida que esta era de la tecnología se desarrolla de manera asombrosa, la sociedad tiene cada vez más influencia y dichos espacios digitales prometen contenido altamente relevante para el lector, pero este no se presenta de una manera profesional y responsable con la sociedad, sino que se convierte en una competencia por informar una primicia.

ASPECTOS METODOLÓGICOS

Para determinar la base metodológica, se realizó una revisión de los enfoques establecidos dentro de la investigación, con el fin de seleccionar el método más factible para el desarrollo de este estudio. El Tipo de investigación es básica descriptiva se la define como un método efectivo que consiste en observar y describir el comportamiento de un sujeto sin influir sobre él tema de ninguna manera. En este proyecto se utilizó es la investigación básica descriptiva para obtener una visión general del medio digital el Vocero el cual llamaremos caso de estudio. Sampieri (2014) menciona que, la investigación básica se realiza con el fin de aumentar los conocimientos teóricos o conceptuales y no para aplicarlos directamente a la práctica.

Este ensayo se basa en un enfoque cualitativo, el cual permite la recolección y análisis de los antecedentes del discurso, con el fin de conocer la relación de las categorías y subcategorías que influyen en la responsabilidad social del medio digital. Por otro lado, el diseño de la investigación que se aplicó es estudio de caso, puesto que permite una recopilación de datos a través del análisis de la información, Durán (2012) define al estudio de caso, como una representación verbal de la realidad, que pone al lector en el rol de un participante en la situación. Por ello, se busca proponer información detallada sobre la responsabilidad social antes los medios digitales, obteniendo así una resumen de referencias que ayuden a la comprensión del impacto de los medios digitales en la opinión publica.

En este ensayo académico se utilizó este método inductivo, como lo analiza Macías (2002), es una poderosa herramienta para la inducción de reglas de clasificación no jerárquicas. Castello (2022), aplica el método inductivo a la enseñanza del griego clásico, enfatizando su relevancia y especificidad. Estos estudios subrayan colectivamente la versatilidad y eficacia del método inductivo en diversos campos. Por consiguiente, se analizo en un periodo de 3 semanas si el medio digital el Vocero cumple con normas de responsabilidad social que regulen la publicación de contenidos que vulneran los derechos de los ciudadanos. Esto sirvió para comprobar de forma particular a lo general si tales derechos son conocidos y exigidos por los seguidores del medio.

En este sentido, las técnicas e instrumentos utilizados para extraer información que sustente el ensayo académico, se realizó una revisión bibliográfica y una ficha de observación

directa. Se seleccionó este medio digital por su auge y por su contenido que se difunde rápidamente por el fácil acceso a la información y además porque tiene una alta cantidad de seguidores lo que sirvió de referencia para recoger la opinión que tienen los ciudadanos sobre este medio de comunicación digital en forma general y el Vocero en forma particular.

La investigación se desarrolló en tres fases principales. La primera fase de la investigación fue la preparación, que implicó la definición del problema de investigación, un período crucial, ya que permitió establecer un marco teórico sólido sobre el caso de estudio. Al mismo tiempo, se realizó la formulación de las preguntas de investigación y la revisión de la literatura existente, con criterios específicos para seleccionar los documentos, como la relevancia del tema, la calidad de la investigación y la actualidad de los datos. Esta fase es concluyente para establecer el marco teórico de la investigación (Creswell, 2013).

La segunda fase fue la aplicación y recuperación de la información. En esta fase, se llevó a cabo la recolección de datos a través de la revisión bibliográfica y la observación directa. La revisión bibliográfica en artículos científicos, libros, informes y documentos de trabajo, permitió obtener una visión general de la literatura existente sobre la responsabilidad social en los medios digitales, mientras que la observación directa en la página de Facebook del medio digital el Vocero proporcionó datos de manera sistemática y objetiva sobre el fenómeno en estudio (Bryman, 2012).

La tercera fase fue el análisis y la redacción. Los datos recogidos fueron analizados para identificar patrones y relaciones que no son evidentes a simple vista. Los resultados del análisis se utilizaron para responder a las preguntas de investigación. Finalmente, los hallazgos se redactaron en un informe de investigación, que incluyó una discusión de los resultados y las conclusiones de la investigación (Yin, 2014).

Por último, el diseño de la investigación se desarrolló de acuerdo con los principios científicos establecidos por los autores citados. El enfoque cualitativo permitió comprender la relación de la responsabilidad social en los medios digitales desde la perspectiva de los participantes. El tipo de investigación básica descriptiva permitió describir la relación de la responsabilidad social en los medios digitales a partir de la recopilación de datos en un contexto natural. El diseño de trabajo de campo permitió recopilar datos a partir de la revisión bibliográfica y la ficha de observación directa.

ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS

A continuación, se analizará el desempeño del medio digital el Vocero peninsular en relación con los criterios de responsabilidad social mencionados anteriormente, a través del análisis de la información recolectada mediante la ficha de observación directa:

- **Accesibilidad:** El Vocero Peninsular facilita el acceso a su información, al ofrecer su contenido de forma gratuita y sin restricciones en su sitio web y en sus redes sociales. El medio también adapta su información a los distintos formatos, plataformas y dispositivos digitales, como texto, audio, video, fotografía, etc. Sin embargo, el medio no garantiza la accesibilidad de su información para las personas con discapacidad, al no contar con recursos como subtítulos, audio descripción, lenguaje de señas, lectura fácil, etc. Estos recursos son indispensables para asegurar el derecho a la información de todas las personas, sin importar sus capacidades o limitaciones.
- **Transparencia:** El Vocero Peninsular publica en su sitio web su misión, visión, valores y objetivos. Sin embargo, el medio no ofrece información sobre su estructura legal, su equipo de trabajo, su financiamiento, sus ingresos, sus gastos, sus auditorías, sus alianzas, sus conflictos de interés, sus correcciones, sus quejas o sus sanciones. Tampoco cuenta con un defensor del lector o un consejo editorial independiente que garantice la rendición de cuentas y el control de calidad del medio. Estas medidas son necesarias para demostrar la transparencia y la responsabilidad del medio ante sus públicos de interés.

Por ejemplo, la falta de información sobre la estructura legal del Vocero puede dificultar que los públicos de interés comprendan quién es el propietario del medio y quién tiene el control sobre su contenido. La falta de información sobre el equipo de trabajo del Vocero Peninsular puede dificultar que los públicos de interés identifiquen a los periodistas y otros profesionales que trabajan en el medio. La falta de información sobre el financiamiento del Vocero Peninsular puede dificultar que los públicos de interés comprendan si el medio está sujeto a presiones económicas o políticas.

- **Diversidad:** El Vocero refleja la diversidad de la sociedad peninsular, al cubrir las distintas realidades, problemáticas, demandas y aspiraciones de sus habitantes. El

medio también respeta la diversidad de género, edad, etnia, cultura, religión, orientación sexual, identidad de género, discapacidad y condición social de sus fuentes, sus trabajadores y sus lectores. Sin embargo, el medio podría mejorar su representación de la diversidad, al incorporar más voces, perspectivas y enfoques de los grupos minoritarios, marginados o excluidos. Asimismo, el medio podría promover la inclusión, la equidad, la tolerancia y el respeto a la diversidad, al evitar los estereotipos, los prejuicios, la discriminación y la violencia en sus contenidos.

- **Calidad del contenido:** El Vocero ofrece información sobre diversos temas de interés para la población de Santa Elena, como política, economía, sociedad, cultura, deportes, salud y medio ambiente. El medio se caracteriza por dar voz a los sectores más vulnerables y denunciar las irregularidades y los abusos de poder. Sin embargo, también se ha criticado al vocero peninsular por su falta de rigor y verificación de las fuentes, así como por su sesgo y parcialidad a favor de ciertos grupos políticos y empresariales, estas prácticas ponen en riesgo la credibilidad y la confianza del medio ante sus lectores y la sociedad.
- **Sostenibilidad:** El Vocero busca la sostenibilidad de su proyecto, al generar ingresos suficientes para cubrir sus costos operativos y garantizar su viabilidad económica. El medio también busca la sostenibilidad social, al contribuir al desarrollo de la comunidad, al apoyar las causas sociales, al impulsar la participación ciudadana y al fortalecer la democracia. El medio también busca la sostenibilidad ambiental, al reducir su impacto ecológico, al optimizar el uso de los recursos naturales, al minimizar la generación de residuos y al promover la conciencia ambiental. Sin embargo, el medio podría mejorar su sostenibilidad, al diversificar sus fuentes de ingresos, al ampliar su audiencia, al innovar sus productos y servicios, al mejorar su gestión y administración, al capacitar a su personal, al evaluar su desempeño y al establecer alianzas estratégicas.
- **Protección de datos:** El Vocero respeta la privacidad y la seguridad de los datos personales de sus lectores, sus trabajadores, sus anunciantes, sus fuentes y sus competidores. El Vocero no recopila, almacena, comparte o utiliza los datos personales de sus públicos de interés sin su consentimiento previo y explícito. Esto

significa que los lectores, trabajadores, anunciantes, fuentes y competidores del medio deben dar su consentimiento antes de que sus datos personales puedan ser recopilados, almacenados, compartidos o utilizados.

El respeto a la privacidad y la seguridad de los datos personales es importante por varias razones. En primer lugar, es un derecho fundamental que debe ser respetado. En segundo lugar, ayuda a proteger a las personas del fraude, el acoso y otras formas de abuso. En tercer lugar, ayuda a crear confianza entre los medios de comunicación y sus públicos de interés. El Vocero está comprometido con la protección de la privacidad y la seguridad de los datos personales de sus públicos de interés. El medio toma medidas concretas para cumplir con este compromiso, incluyendo el obtener el consentimiento previo y explícito de sus públicos de interés antes de recopilar, almacenar, compartir o utilizar sus datos personales.

- **Participación:** El Vocero permite la participación de sus lectores a través de los comentarios en sus noticias, los mensajes en sus redes sociales, los correos electrónicos y los formularios de contacto. El medio también invita a sus lectores a enviar sus opiniones, denuncias, sugerencias o felicitaciones. Sin embargo, el medio no tiene mecanismos para fomentar el diálogo y el debate con sus lectores. Tampoco tiene espacios para la educación mediática, la alfabetización digital o la capacitación ciudadana. Estas acciones son importantes para generar una mayor interacción, retroalimentación y colaboración con sus lectores.
- **Innovación:** El Vocero innova en su propuesta, al aprovechar las ventajas de los medios digitales, al ofrecer información actualizada, relevante, interactiva y multimedia. El medio también innova en su proceso, al utilizar las herramientas y las metodologías más avanzadas para la producción, la distribución y la medición de sus contenidos. El medio también innova en su resultado, al generar valor agregado, diferenciación y competitividad en el mercado mediático. Sin embargo, el medio podría innovar más, al incorporar las tendencias y las oportunidades que ofrecen los medios digitales, como la inteligencia artificial, el big data, el periodismo colaborativo, el periodismo de soluciones, el periodismo constructivo, el periodismo de paz, etc.

CONCLUSIONES

- Luego del análisis realizado, se evidencia que el Vocero es un medio digital que tiene un compromiso con la responsabilidad social con sus lectores, que se ajusta al propósito de esta investigación, pero también tiene áreas de mejora y desafíos que afrontar. El medio debe seguir desarrollando e implementando políticas y prácticas de responsabilidad social que sean más claras y transparentes. También cuenta con un equipo de editores y periodistas que se encargan de verificar la información que se publica. Sin embargo, el medio no proporciona información clara sobre sus políticas y las buenas prácticas comunicativas, lo que dificulta que la audiencia comprenda el compromiso del medio con la misma.
- Se evidenció que El Vocero carece de una estrategia para abordar los impactos negativos de su actividad en la sociedad. Esto incluye el impacto y la difusión de la desinformación y noticias falsas, según la ficha de observación, el Vocero publica contenido que promueve la diversidad y la inclusión. Sin embargo, el medio no tiene una estrategia clara para abordar los impactos negativos de su actividad en la sociedad. Por ejemplo, el medio podría desarrollar un plan para reducir o para combatir la difusión de la desinformación. De esta manera, el medio podrá cumplir con su misión de informar con veracidad, objetividad y oportunidad y contribuir al desarrollo sostenible de la sociedad.
- Según los hallazgos encontrados en la ficha de observación se evidenció que El Vocero no ha promovido la participación de la audiencia en el debate sobre el tema de la responsabilidad social en los medios digitales. El medio podría hacerlo a través de encuestas, foros o debates. La participación de la audiencia ayudaría al medio a comprender mejor las expectativas de la sociedad en relación con la responsabilidad social. Por consiguiente, el Vocero debe mejorar la calidad y la transparencia de su información, fomentar la participación y la diversidad de sus lectores, garantizar la accesibilidad y la protección de datos de sus públicos de interés, buscar la sostenibilidad y la innovación de su proyecto.

REFERENCIAS

- Álvarez, B. (2005). Aceptación social de las encuestas en internet. Desarrollo de una aplicación específica.
- Arévalo, R. &. (2017). Los medios de comunicación y su responsabilidad social organizacional en Iberoamérica. *Ediciones Complutenses* (1043-1055).
- Arévalo, R. I. (2021). Comunicación digital para las organizaciones y responsabilidad social. *Sintaxis* , 16–29.
- Arévalo, R. I. (2021). Comunicación digital para las organizaciones y responsabilidad social. *Sintaxis* , 16–29.
- Bajaña, S. k. (2018). Medios digitales, responsabilidad social e impacto en la opinión pública de los Babahoyenses. *Bachelor's thesis* .
- Barredo, D. (2021). Medios digitales, participación y opinión pública. *Tirant Lo Blanch* .
- Bel Mallen, I. &. (2003). Derecho de la Información. *Editorial Ariel* .
- Bowen, H. R. (1953). Social Responsibilities of the Businessman. En H. R. Bowen. California.
- Bryman, A. y. (2012). Análisis de datos cuantitativos con IBM SPSS 17, 18 y 19. *Una guía para científicos sociales* . *Rutledge*.
- Carrasco, B. J. (2016). La influencia de los medios sociales digitales en el consumo. La función prescriptiva de los medios sociales en la decisión de compra de bebidas refrescantes en España. *Universidad Complutense de Madrid* .
- Castello, L. Á. (2022). El método inductivo y su aplicación a la enseñanza del griego clásico . *Tábano* , 19 (37-53).
- Castrillón, C. y. (2016). Fundamentos éticos disciplinares de la responsabilidad social organizacional. *Revista Venezolana de Gerencia* , 21 (75).
- Convención Americana sobre Derechos Humanos*. (2019). Segunda Edición: Konrad

Adenauer Stiftung.

Creswell, J. (2013). Pasos para realizar un estudio académico con métodos mixtos.

Declaración Universal de Derechos Humanos . (1948).

DiMare, L. y. (2011). El modelo de la responsabilidad social en los medios y la figura del defensor del lector.

Duque Orozco, Y. C. (2013). Responsabilidad Social Empresarial: Teorías, índices, estándares y certificaciones. *Cuadernos de Administración* , 29 (50) (196-206).

Durán, M. M. (2012). El estudio de caso en la investigación cualitativa. *Revista nacional de administración* , 3(1) (121-134).

Evelyn D. Cano-Lara, X. A.-R. (2016). Los diferentes tipos de responsabilidad social y sus implicaciones éticas. *Dominio De Las Ciencias* , 2(3 Especial) (117–126).

Gallardo, P. G. (2009). Libertad de Expresión, protección y responsabilidad. . *Ciespal* .

García Arellano, M. (2021). La responsabilidad social como motor de la digitalización. *El país*.

García Avilés, J. A. (2014). La credibilidad de los contenidos informativos en internet para los 'nativos digitales'. *Palabra clave* , 17(3) (875-894).

García Orosa, B., & López García, X. (2016). Las redes sociales como herramienta de distribución on line de la oferta informativa en los medios de España y Portugal. *ZER: Revista De Estudios De Comunicación* , 21 (40).

García, G. L. (2005). Modelos de comunicación, nuevos medios y público en Internet. *El Ecosistema digital* .

Guede, S. &. (2017). Los medios sociales a través de la experiencia web: un análisis de su percepción desde un enfoque relacional. *Semantic Scholar* .

Hernández Calzada, M. A. (2017). La Responsabilidad Social En La Empresa Familiar. *HOLOS* , 5 (174–185).

- Loreti, D. (1995). El Derecho a la Información: Relación entre medios, público y periodistas.
- Macías, Á. (2002). Método de Inducción de Reglas de Clasificación Oblicuas Mediante un Algoritmo Evolutivo. *Revista Colombia de Computación* .
- Magallón Rosa, R. (2019). La (no) regulación de la desinformación en la Unión Europea. Una perspectiva comparada. *Revista De Derecho Político* , 1(106) (319–346).
- Masip, P. (2016). Investigar el periodismo desde la perspectiva de las audiencias. *Profesional de la Información* , 25(3) (323-330).
- Mendieta Rivas, M. A. (2023). Responsabilidad social, uso de las redes sociales en entornos virtuales. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar* , 7(1) (10662-10690).
- Morales, M. E. (2012). Libertad de Expresión excesos, sanción y reparación. Editora Jurídica Cevallos.
- Moreano, R. (2018). La evolución de los medios digitales pasa por el replanteamiento del modelo de negocio. *PerDebate* , 2(1) (166–177).
- Ossorio, M. (2008). Diccionario de Ciencias Jurídicas Políticas y Sociales. *Buenos Aires: Heliasta* , Vol. 97.
- Pacheco, M. P. (2021). La importancia de los medios digitales para el posicionamiento de una marca de moda en Facebook e Instagram. *Facultad de Comunicación de la Universidad de Los Hemisferios* .
- Recio, M. J. (2014). Otra forma de plantear la información y documentación en los medios digitales. *Revista General de Información y Documentación* , 24(1) (119-134).
- Rivera Costales, J. (2012). Información de ciencia y tecnología en medios digitales y ecuatorianos En Chasqui. *Revista Latinoamericana de Comunicación* , no. 119 (pp. 54-60.).
- Rodríguez, F. L. (2019). Desinformación: retos profesionales para el sector de la comunicación. *El Profesional de la Información* , 18.

Ros Diego, V. J. (2012). La comunicación de la responsabilidad en los medios sociales.

Revista Latina De Comunicación Social , 67, 47–67.

Sampieri, D. R. (2014). Metodología de la investigación. En R. F. Hernández Sampieri.

México D.F: McGraw-Hill.

Sánchez, G. P. (2022). Medios nativos digitales generalistas y especializados. *Espejo De*

Monografías De Comunicación Social , (7) (55–70).

Solano, S. J. (2013). La responsabilidad social empresarial, una forma de crear valor.

Trujillo, J. Z. (2019). Medios nativos digitales en América Latina: agenda, sostenimiento e

influencia. *Revista Latinoamericana Chasqui de Comunicación* .

Venturini, M. T. (2020). Responsabilidad Civil por uso inadecuado de las redes sociales .

Villacorta, M., & Ramírez , J. (23 de 09 de 2014). *comunicación estrategica*. Recuperado el

29 de 11 de 2023, de Gestión:

<https://blogs.gestion.pe/comunicacionestrategica/2014/09/responsabilidad-social-medios-comunicacion.html>

Yin, R. K. (2014). Diseño y métodos de investigación de estudios de caso. *Revista*

Canadiense de Evaluación de Programas , 30 (1) (108-110).

APÉNDICES

Técnica: Observación directa

Instrumento: Ficha de Observación- Elaboración Propia Ficha de Observación

Tabla 1: Contenido publicado en la red social Facebook por el medio digital El Vocero.

Nombre del Medio Digital	El Vocero	Requisito		
		Cumple	No Cumple	Parcialmente
Fecha de Observación	(3 semanas) Desde el 23 de octubre hasta el 13 de Noviembre del 2023			
T1: Bloque 1	Responsabilidad Social			
Accesibilidad	Observar si el medio digital facilita el acceso a la información.			X
Transparencia	Evaluar si el medio digital es transparente en cuanto a su propiedad, financiamiento y procesos editoriales.			X
Diversidad e Inclusión	Analizar si el medio digital promueve la diversidad y la inclusión en su contenido y en su equipo de trabajo.			X
T1: Bloque 2	Contenido digital			
Calidad del contenido	Analizar el contenido, esto puede implicar la identificación de los temas principales y la evaluación de la precisión de la información y la identificación de cualquier sesgo o perspectiva particular.			X
Sostenibilidad	Evaluar si el medio digital presenta la sostenibilidad de su proyecto y diferentes fuentes de ingreso y garantizar su viabilidad, puntos de vista y trata a todas las partes con justicia.			X
Protección de datos	Observar si el medio digital verifica la información antes de publicarla , si respeta la privacidad y seguridad de sus lectores.	X		
Participación	Analizar si el medio digital permite y fomenta la participación de los usuarios.			X
Innovación	Evaluar si el medio digital innova en su propuesta y ofrece información actualizada.			X
Observaciones adicionales	Permitió registrar datos extras, como la apreciación e interpretación del observador al objeto práctico de estudio.	X		

Fuente: Elaboración propia