



Ñawi: arte diseño comunicación

ISSN: 2528-7966

ISSN: 2588-0934

Escuela Superior Politécnica del Litoral

Oviedo Alvarado, Alejandro; Auz Espinoza, Diana

Análisis semiótico de los nuevos formatos de la noticia de comunidad en Facebook y Twitter del discurso del medio digital ecuatoriano KolectiVOZ1

Ñawi: arte diseño comunicación, vol. 4, núm. 1, 2020, Enero-Julio, pp. 47-59
Escuela Superior Politécnica del Litoral

DOI: <https://doi.org/10.37785/nw.v4n1.a3>

Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=687972067003>

- Cómo citar el artículo
- Número completo
- Más información del artículo
- Página de la revista en redalyc.org



Sistema de Información Científica Redalyc
Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe, España y Portugal
Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso
abierto



Imagen: Gema Toapanta

Análisis semiótico de los nuevos formatos de la noticia de comunidad en Facebook y Twitter del discurso del medio digital ecuatoriano KolektiVOZ¹

Semiotic analysis about the news published in social media from KotectiVOZ, a Ecuadorian new media

Resumen

En el presente estudio se han analizado los nuevos formatos en los que el nuevo medio *KolektiVOZ* expone sus contenidos, en las redes sociales *Facebook* y *Twitter*. Para ello, se ha realizado un análisis semiótico del discurso audiovisual expuesto por el medio en su espacio denominado "Culopropismo". En la investigación se determinó criterios como la pragmática, la sintaxis y la semántica. Todo ello permitió que ese análisis al texto como un elemento parte de un sistema de comunicación, en el que el contexto de los contenidos juega un rol importante.

Palabras claves: KolektiVOZ, redes sociales, semiótica, Facebook, Twitter.

Abstract

In the present research we have analyzed the new formats in which the new media *KolektiVOZ* exposes its contents on the social networks *Facebook* and *Twitter*. For this, a semiotic analysis of the audio-visual text exposed by the medium in its space called *Culopropismo* has been carried out. In the research, concepts such as pragmatics, syntax and semantics were determined. This allowed that analysis to analyze the text as an element of a communication system, in which the context of the content plays an important role.

Keywords: KolektiVOZ, social media, semiotic, Facebook, Twitter.

Lourdes Paola Ulloa-López
Escuela Superior Politécnica del Litoral
Guayaquil, Ecuador
lulloa@espol.edu.ec
<https://orcid.org/0000-0002-1678-6365>

Alejandro Oviedo Alvarado
Escuela Superior Politécnica del Litoral
Guayaquil, Ecuador
hoviedo@espol.edu.ec
<https://orcid.org/0000-0002-2830-1433>

Diana Auz Espinoza
Universidad Laica Vicente Rocafuerte
Guayaquil, Ecuador
mauze@ulvr.edu.ec
<https://orcid.org/0000-0001-6655-3482>

Enviado: 18/11/2019
Aceptado: 16/12/2019
Publicado: 30/01/2020

¹ Esta investigación forma parte del proyecto *Estudio de la influencia que ejercen los contenidos audiovisuales expuestos en los medios digitales en la sociedad*.

Sumario. 1. Introducción . 2. Marco teórico. 2.1. Sociedad Red . 2.2 Estado red desde la horizontalidad y desde la extraterritorialidad . 2.3 La nueva retórica en las redes sociales . 2.4 Del espectador al usuario-prosumidor . 4. Metodología. 5. Discusión y resultados. 6. Conclusiones .

Como citar: Ulloa-López, L. P., Oviedo Alvarado, A. y Auz Espinoza, D. (2020). Análisis semiótico de los nuevos formatos de la noticia de comunidad en Facebook y Twitter del discurso del medio digital ecuatoriano KolektiVOZ, *Nawi: arte diseño comunicación*, Vol. 4, Núm. 1, 47-59.

<http://www.revistas.espol.edu.ec/index.php/nawi/article/view/626>

www.doi.org/10.37785/nw.v4n1.a3

1. Introducción

Las redes sociales digitales comprenden una nueva esfera mediática donde se generan nuevos formatos informativos. En este sentido, nuestra investigación se enfocará en una dinámica diferente de noticia de la comunidad en las redes. Para ello, se empleará el método hermenéutico; a través de este, se pretende hacer un análisis semiótico del espacio “Culopro-pismo”, proyectado por el medio digital “KolectiVOZ”, que lo encontramos en la plataforma de Facebook. El medio digital denuncia, través de su espacio, quejas de la ciudadanía como invasión o apropiación indebida del espacio público. De esta manera, el análisis semiótico partirá de las dimensiones respectivas: sintáctica, semántica y pragmática, conectando con los resultados de las hipermediaciones técnicas y sociales que permiten la comunicación en el espacio digital, y analizando asimismo qué tipo de audiencias son las que consumen dichos contenidos. En la actualidad, vivimos la “sociedad red” (Castells, 2001), y con el desarrollo de las nuevas tecnologías se evidencia un bombardeo de información debido a la actividad continua de los “prosumidores” (Scolari, 2008), que constituyen una audiencia que no solo consume contenidos, sino que además los produce. Ante ello, las audiencias cohabitan en una ecología de medios donde conviven los medios digitales y los medios analógicos (Scolari, 2015). En consecuencia, los formatos de los contenidos noticiosos se diversificaron, no solo en cuanto a contenido sino también en formatos (Oviedo & Ulloa, 2016). Por ser una gran plataforma de información, la Internet supera con creces las dimensiones informativas que los medios analógicos pueden brindar, en los cuales se presentan todo tipo de situaciones que favorecen o no a una sociedad. Los “nativos digitales” (Piscitelli, 2008), esto es, aquellos que nacieron rodeados de tecnología, disponen de una serie de capacidades cognitivas que no tienen los “migrantes digitales”. Es por ello que los nuevos formatos de las noticias están enfocados en esta nueva audiencia. El estudio realizado es innovador porque no se ha realizado otra investigación de este tipo, es decir, que comprenda una lectura semiótica de los textos audiovisuales de denuncia de la comunidad en los nuevos medios sociales.

2. Marco teórico

2.1. Sociedad Red

Ecuador ha experimentado la migración digital de una forma lenta, debido a la tardía llegada de la tecnología computacional en relación a países del llamado “primer mundo” (que son quienes la producen), cuya expansión es un hecho histórico que sigue en desarrollo y su avance es vertiginoso. La importancia de la Internet en la era de la información en la sociedad ecuatoriana es más bien motivo de supervivencia, que requiere la presencia de distintos actores no incluidos en la línea editorial de los medios convencionales (poder hegemónico comunicacional), y sean estos quienes tomen la posta y hagan comunicación contrahegemónica para audiencias que necesitan ser informadas sobre temas de realidad local o que

busquen entretenimiento, pero con una identidad que representen las diversas subculturas ecuatorianas. Los medios de comunicación alternativos y los canales de entretenimiento que se encuentran en la red de la internet en el Ecuador, han hecho que existan nuevos puntos de vista en torno a la coyuntura política, económica y social que acontece en el país, a diferencia de los medios tradicionales con presencia mayoritaria en la señal de la TV analógica y con menor presencia en redes digitales.

Manuel Castells, importante teórico de la comunicación digital, dice lo siguiente: “Esa tecnología es mucho más que una tecnología. Es un medio de comunicación, de interacción y de organización social. Hace poco tiempo, cuando todavía Internet era una novedad, la gente consideraba que, aunque interesante, en el fondo era minoritario, algo para una elite de internautas, de *digerati*, como se dice” (Castells, 2002, p. 1). Sin duda, estos importantes avances comunicacionales representan un mecanismo social para crear pensamiento colectivo más apegado a la realidad ecuatoriana, con información que permita ser contrastada gracias a medios de una línea editorial contrahegemónica.

Para García (2016), la sociedad red no solo se basa en el desarrollo de la tecnología, sino en cómo se generan nuevas formas de interacción con la sociedad, dentro del ámbito político, cultural, económico y en la vida cotidiana. La red de redes recorre desde las transacciones comerciales, los sistemas educativos y avanza hasta la parte laboral y el entretenimiento.

En Ecuador existen escasos medios alternativos, pero que han permitido a la ciudadanía obtener información opuesta a la emitida por los medios convencionales. Están situados en distintas plataformas digitales, cuya audiencia es la que tiene una conexión a Internet, principalmente en las ciudades más pobladas del país. Para Lorenzo Vilches (2001) la diferencia en las clases sociales no es tan simple como se la conoce, sino que va más allá. Es algo más profundo que evidencia la brecha entre los que están informados y los que no han tenido oportunidad de acceder a la tecnología para poder informarse. Lo último se resume en un nivel bajo de educación, que muchas veces va acompañado por la falta de recursos económicos en economías con fuerte desigualdad social.

En el contexto de la migración digital, Alejandro Piscitelli interpreta a Vilches como “una nueva economía creada por las tecnologías del conocimiento, donde la moneda de cambio es la información, siendo esta la que genera nuevas identidades individuales y colectivas” (2007, p. 1). Sin embargo, no solo las migrantes digitales ocupan la red en Ecuador; existen también los llamados “nativos digitales”, que Piscitelli explica como “los consumidores y próximos productores de casi todo lo que existe (y existirá)” (2007, p. 45). Estos productores de contenido son jóvenes que han nacido con la Internet gracias a las diversas plataformas que se han creado. Existe *YouTube* como principal medio que usan los jóvenes para la emisión o consumo de contenido audiovisual. Esta plataforma es muy importante para crear contenido

que refuerce la identidad cultural ecuatoriana o que se pueda identificar las subculturas que existen en ella. Hay creaciones de este formato, pero escasas. Sin embargo, a medida que el tiempo avanza, se ven más desarrolladores ecuatorianos de este tipo de contenido, aunque para otros países ya es algo habitual.

En su análisis de las redes, David de Ugarte menciona que “la red se define como un conjunto de *nodos* (también llamados puntos o vértices) que en análisis social representan a los *actores* de la red, unidos por *líneas* que representan la relación o relaciones que les unen” (2007, p. 3). Esto ha hecho que, en el caso de Ecuador, *Facebook* sea la más popular, tal como lo demuestra un estudio del INEC (2015) que representa más del 50% de cuentas activas. Por medio de esta red social se exponen videos de reclamos, carencias, injusticias, que han hecho de Internet un canal en que los ciudadanos comunes pueden ser escuchados. La viralización de contenidos que la sociedad red ecuatoriana emite trata sobre denuncias de carácter social.

2.2 Estado red desde la horizontalidad y desde la extraterritorialidad

El estado red nace de la crisis institucional que sufre el Estado nación por la falta de legitimidad política y por un alto nivel de verticalidad que existe en la toma de decisiones que favorecen a unos pocos actores sociales, afectando o minimizando a las grandes mayorías. Este viraje ha traído consigo grandes cambios en la estructura de un estado que se encuentra enmarcado dentro de un territorio, que, como resultado, se llega a romper las fronteras del estado por estar interconectado a una red global (Castells, 2009).

La globalización debe ser entendida como un proceso donde intervienen diferentes actores, por poner algún ejemplo: organizaciones internacionales, Estados, subculturas, medios de comunicación, tecnología, etc. que juegan un papel fundamental en la creación del estado red cuya convergencia es la unidad en tiempo real. Dentro del estado red se evidencia la importancia que tiene la soberanía entre distintos Estados y niveles de gobierno que comparten responsabilidades, mayor relación entre gobiernos y ciudadanos, procedimientos ciudadanos más participativos que, cuya característica principal es que el tiempo es local y global.

Dentro del marco, “estado red” es el punto extraterritorial que caracteriza una formación espacio temporal, cuyas estructuras sociales no se limitan en lo nacional, sino que son globales y locales por lo que trascienden lo nacional. Las redes han eliminado los límites territoriales, considerándolas con poder socio-espaciales, que convergen y reestructuran las sociedades.

Para Castells, la importancia del estado red abarca un sinnúmero de oportunidades que crea una sociedad con mayor participación en proyectos de interés común, entendiendo así que el mundo es objetivamente flexible y multilateral, aunque existen países que actúan unilateralmente y es ahí donde el conjunto de la sociedad civil tiene cierto poder para romper

la estructura caduca del estado-nación, actuando sobre la opinión pública a través de los medios y las redes de comunicación para que se limite el poder que tiene el estado nación y surja sin contraposición el aclamado estado red y las libertades que trae consigo (2009).

2.3 La nueva retórica en las redes sociales

Sánchez y Aguaded (2002) señalaban que en los nuevos medios la comunicación se construye con la intención de comunicar para crear vínculos o redes. Existe una diferencia tácita en la exposición de los autores, debido a que la forma en que los prosumidores (Scolari, 2008) se comunican ha cambiado, pasó de transmitir a tener una clara intención de generar redes, que tributan al capital social. Alberich (2005) destaca que las narrativas de los nativos digitales cambian cuando están de cara a su unidad móvil. La linealidad del texto escrito muta y da paso a una simbiosis en la que se unifica al texto en su totalidad, imagen y escrito; por lo tanto, su lectura, escritura y percepción va a ser distinta.

De esta manera, Scolari (2016) destaca que existe una ecología de medios, pero también destaca que hay una narrativa transmedia. Por ello, el relato aristotélico se rompe y la linealidad desaparece para transformarlo en un discurso reticular. Alberich (2005) percibe a la narrativa en la red como un rompecabezas, es decir, como una transmedia reticular. De esta manera, ambos expertos coinciden en su percepción de la comunicación en la red.

El discurso oral ha adoptado elementos nuevos en las redes sociales. Hay una nueva interpretación de los signos, o si se quiere, es aún más arbitraria. Esta situación se debe a que el discurso se ha visto reforzado por las nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación (TICs) que permiten que los usuarios tengan nuevas formas de comunicación. Una comunicación que, si bien es bidireccional también, ahora, es en tiempo real. Redes sociales como *Facebook*, *Instagram* y *Twitter*, las más populares en Ecuador, permiten transmisiones en vivo de parte de cualquier usuario. De esta manera, estos nuevos medios permiten una comunicación que supera la linealidad y que trasciende al relato transmedia (Scolari, 2014); también rompe con un texto plano porque además de incluir videos se suman *gif*, memes, fotos, *stickers* o realidad virtual.

2.4 Del espectador al usuario-prosumidor

En la actualidad, gran parte de la Humanidad se despierta con la alarma de su teléfono inteligente, y antes de levantarse revisa su móvil para ver cuáles son las noticias del día, no solo en cuanto a su comunidad sino a sus redes personales. Hasta ese momento, se trata del número espectadores que viven en una ecología de medios digitales. Luego, en el transcurso del día, ese mismo usuario tuitea el accidente que encontró camino a casa o al trabajo; también publicó una historia en su *WhatsApp* y más tarde, durante el almuerzo, colgará en *Facebook* la foto de su comida y dejará ver un *check-in* en el lugar donde almorzó, o donde

quiere que sus contactos en la red social crean que comió. En la noche tendremos su historia en *Instagram*, que no va a ser totalmente igual a ninguna de sus publicaciones del día en otras redes sociales.

Esa interacción es la que permite que este nuevo usuario que vive en una ecología de medios digitales se despoje de su rol de espectador para convertirse en un *prosumer* (Jenkins, 2000). Es decir, un usuario que además de ser un espectador que consume contenidos que le provee los medios, también produce o realiza contenidos para su red de contactos o seguidores.

Scolari (2008) define a este usuario como el prosumidor que no está dispuesto a esperar que los medios de comunicación tradicional le den información. Tampoco está dispuesto a esperar las horas necesarias para poder acceder a esos contenidos. Todo lo contrario, este nuevo usuario informa y entretiene a sus redes de contactos y a la sociedad global red (Castells, 2012). También se informa de usuarios de redes sociales o de medios digitales que pueden darle información en tiempo real y de manera pertinente. En este sentido, descarta o pasa a un segundo plano a los medios tradicionales y a su dinámica comunicativa porque no es compatible con el tiempo real ni con la pertinencia de acceder a contenidos que tiene este nuevo usuario.

Pero este usuario, que es parte de la Sociedad Red (Castells, 2001), desde cuándo está presente en los nuevos medios. Psicitelli (2013) decía que las personas que hayan nacido desde la década de 1990 son nativos digitales. Sin embargo, Ulloa-López (2019) destaca que en entornos como América Latina o en regiones en vías de desarrollo, el acceso a la tecnología no es para toda la población, por lo tanto, el entorno sociocultural y económico del individuo va a ser determinante para que él sea o no nativo digital. Por ello, es importante precisar que, por ejemplo, en el alto Chimborazo, en la sierra del Ecuador, o en medio del espeso golfo de Guayaquil, seguramente se encontrará a jóvenes que no tienen aún acceso constante y estable a la tecnología, porque en su vivienda no existe la infraestructura para ello. Y todos esos jóvenes, pese a haber nacido luego de la década de 1990, no son nativos digitales, sino meros migrantes digitales (o, simplemente, no son usuarios de los nuevos medios).

Tal como también lo expone Cravi (2010), quien afirma que los jóvenes están ligados directamente al uso de la tecnología, es decir la manejan con facilidad. Sin embargo, no todos son diestros, ya que no tienen ni los recursos ni la infraestructura para acceder a los nuevos medios, como aquellos de escasos recursos económicos que viven en entornos rurales, donde no hay cobertura del servicio de Internet fijo o móvil, por lo que se genera una profunda brecha digital.

Sin embargo, este no es el único obstáculo. Existe otro, y está ligado a lo cognitivo. Esto quiere decir que, pese a que el joven es diestro en el uso de las tecnologías digitales, se le

hace difícil jerarquizar o interpretar la información que recibe para poder procesarla, lo que le impide mejorar en sus actividades cotidianas (Cravi, 2010).

3. Metodología

Para realizar este estudio, se empleó un método hermenéutico. Para ello, se desarrolló un análisis semiótico sustentado en tres pilares: sintáctico, semántico y pragmático. Esta herramienta se desplegó en las tres primeras publicaciones del espacio #Culopropismo, del medio digital KolektiVOZ, registradas el mes de septiembre de 2019. La muestra de estudio está conformada por los contenidos que generaron más *feedbacks* (alrededor de 2000 reproducciones por cada publicación) en el muro de la página de fans *Facebook* y en el perfil de *Twitter*.

En este sentido, como parte del análisis del lenguaje se hizo una recolección de impresiones de pantallas de las mencionadas publicaciones que se realizaron en la fecha anteriormente indicada para ser analizadas. La investigación se ha basado en los niveles sintácticos, semánticos y pragmáticos estudiados desde diferentes categorías de ponderaciones que generalmente cuenta con cinco escalas (Berlanga & Martínez, 2010). De esta manera, cada una de las publicaciones de los prosumidores y sus *posts* son sometidos al análisis semiótico. El propósito de la metodología es hacer un análisis objetivo que permita determinar bajo qué bases se está construyendo el contenido del espacio de comunidad que es estudiado.

4. Discusión y resultados

Es una realidad reconocer que el periodismo desde los nuevos medios busca ser un contrapunto a la información que emiten los periodistas que trabajan en las corporaciones privadas de comunicación, cuya principal vía son los medios analógicos. En el caso de Ecuador, aún estos medios no han logrado afianzarse en las nuevas plataformas digitales que encabeza *Facebook*, como la principal red social usada por la mayoría de la población ecuatoriana. Esto ha traído al tablero central un importante actor que busca hacerse un sitio en las plataformas digitales antes mencionadas, para mostrar contenido de beneficio para la ciudadanía, como lo es el periodismo ejercido desde los medios sociales.

Es en este contexto donde se encuentra la importancia que tienen los medios digitales para la sociedad. Su emancipación de los medios analógicos es de vital importancia, cuya comunicación de masas radica de uno-a-muchos, por lo que no permite generar retroalimentación ni hace partícipe a su audiencia. Es a través de estas plataformas digitales donde KolektiVOZ (medio digital) ha empleado un formato de denuncias dirigido a la comunidad de Guayaquil que lo llama “Culopropismo”, nuestro análisis va a caracterizarse por el lenguaje que es utilizado en este espacio comunitario. Para esto se tomaron tres publicaciones de la plataforma en Facebook. La proyección de este contenido se verá reflejado en los diferentes signos y símbolos que se presentan en los videos publicados. El análisis considerado para este

estudio contempla tres parámetros dentro de la semiótica: sintáctico, semántico y pragmático. De Charles Morris (1985) emplearemos su estudio, como base epistemológica. A continuación, la definición dentro de estos campos de análisis.

En este sentido, la sintaxis se enfoca en la gramática, pero específicamente en la morfología y la sintaxis: “El estudio de las relaciones sintácticas de los signos entre sí haciendo relaciones de las abstracciones de las relaciones de los signos con los objetos o con los intérpretes” (Morris, 1985, p. 45). De esta manera, el estudio de este parámetro va a permitir analizar la relación de los signos, es decir, el lenguaje mismo, con objetos que podrían ser los otorgados por la interfaz de KolectiVOZ en sus cuentas en *Facebook* y *Twitter*, como *likes*, emoticones, gif o memes; o, en su defecto, los *hashtags* o etiquetas. En este sentido, el estudio se basará en el contenido, pero específicamente este estudio se centrará en las publicaciones y en las respuestas de estas.

Adicionalmente, la sintaxis puede definirse como “el estudio de las relaciones sintácticas de los signos con su “designata”, y, por ello con los objetos que puede denotar o que de hecho denotan” (Morris, 1985, p. 43). De esta manera, este campo de estudio abarca el discurso como tal, su coherencia y las construcciones narrativas del discurso tanto del contenido del medio como de los comentarios como de *posts*. En este campo también se revisará el contexto bajo el cual el medio decide publicar el contenido que se ha estudiado. Es decir, qué sucedía en la sociedad que es inmediatamente afectada por el hecho noticioso que anuncia el medio digital KolectiVOZ.

El análisis semántico analizará la interpretación que los usuarios finales del *post* le dan al significado. Es por ello, que se estudió en cada uno de los *posts* aspectos como la claridad, la presión, su alto o bajo nivel de veracidad y si los elementos discursivos de las publicaciones son de culto, coloquial o vulgar.

La pragmática, en cambio, permitirá analizar la relación de los signos con sus intérpretes, en este caso la audiencia de Kolectivoz en los medios digitales. El análisis abarcará las circunstancias o, si se quiere, del contexto en el que se produce el proceso de expresión y/o comunicación. En este caso, la correlación que existe entre los seguidores de las cuentas del medio digital, tanto en *Facebook* como en *Twitter*, con los hechos noticiosos que promueve KolectiVOZ. Es decir, se contrastará ese aspecto con la agenda *setting* de los medios de la ciudad y si estos hechos que denuncia KolectiVOZ tienen eco en esos medios tradicionales o no y qué *feedbacks* se generan.

KolectiVOZ es un medio de comunicación digital que permite la construcción de memoria y conciencia ciudadana, mediante procesos comunicativos alternativos, en uno de los segmentos que presenta “Hola soy Iván”, un producto adaptado a microcápsulas informativas que tratan temas históricos, viajes, pero siempre con carácter social. Hace poco (según lo

que se proyecta en sus redes sociales) presentó un cambio en la programación en la que Iván Sierra canaliza un programa de denuncias llamado “Culopropismo” que significa cuidar el interés propio de cada persona, sin mirar si se afecta a o no al vecino o la persona que haga uso del espacio público.

Este nuevo segmento generó gran impacto en redes porque tratan un tema poco profundizado por los medios convencionales. Se trata de una crítica a la obra municipal, definida por el Municipio como “modelo exitoso”. En el espacio del medio digital se visibiliza el grado de inconformidad por los servicios caducos o con escasa calidad de servicio, en determinado grupo de la sociedad local. Asimismo, KolectiVOZ permite que en su espacio los usuarios denuncien a los ciudadanos que, a modo de ver de los seguidores del medio digital, hacen un mal uso del espacio público para beneficio propio.

El espacio de denuncia dirigido por Iván Sierra se ha focalizado en la cobertura de los barrios de clase media ubicados al norte de la ciudad de Guayaquil. Se escoge el lugar a visitar, mediante los correos electrónicos que los seguidores del espacio envían con sus denuncias. Los videos del lugar de la supuesta irregularidad tienen una duración no mayor a un minuto treinta segundos. Dentro de los mismos se expone el sitio, se explica la terminología del nombre del programa, se expone la denuncia y, por último, se deja el problema para que reflexione el usuario e invita a que denuncie.

Culopropismo es una condición mental precaria de personas que deciden sin que les importe nada las consecuencias o afectaciones a terceros. Sierra ahonda en este término a través de cada video haciendo hincapié al egoísmo ciudadano que no toma las debidas precauciones para no afectar el espacio público.

Según los datos obtenidos del análisis semiótico dentro de los tres pilares sintáctico, semántico y pragmático del lenguaje visual de los videos de denuncias dentro de la plataforma del medio digital KolectiVOZ en *Facebook* y *Twitter*, podemos concluir lo siguiente:

La sintaxis de sus tres primeras publicaciones demuestra que el lenguaje oral y escrito que presenta el espacio “Culopropismo” dentro de la plataforma de Facebook y Twitter es claro y simple, pues permite que la comunicación con sus usuarios en estas redes sociales sea bastante clara e interactiva por la presencia del video como fuente principal de transmisión de las denuncias. Asimismo, el presentador no solo emite el mensaje con términos lingüísticos, sino que también emplea la comunicación corporal, a través de sus gestualidades y signos paralingüísticos, porque usa gráficos y emoticones en los videos señalando algún objeto o presencia de elementos que obstruyen del espacio público. Esto permite al usuario identificar con mayor claridad el problema. En los comentarios que se pueden ver de las tres publicaciones tomadas para su estudio se evidencia que se emplea el texto escrito sin hacer uso de los signos paralingüísticos que generalmente se usan para expresar algún tipo de comentario, a

favor o en contra, dentro de un contexto caracterizado por la presencia de nativos digitales. La comunicación escrita por parte del usuario es bastante simple y clara; pero, aunque es legible su comprensión, carece de normas gramaticales en ciertos casos. En general, se puede decir que el contenido emitido posee un alto nivel de claridad y su lectura es simple.

En las tres publicaciones analizadas, la semántica denota la presencia de un lenguaje culto, pero que apela al espectador con ciertas frases, palabras coloquiales que a su vez generan *insights* o nexos emotivos con el espectador. Las frases empleadas por el presentador son bastante directas a la problemática que se denuncia.

Realizar denuncias ciudadanas a través de los nuevos medios ha creado en el espectador gran interés, e incluso permite llegar a sentirse representados y escuchados, porque al fin un medio llega a sus barrios para denunciar actos que afectan a la comunidad y que son de conocimiento general, que por falta de interés o empatía no se los ha tomado en cuenta.

De las tres publicaciones estudiadas, no se usa términos que puedan ser ofensivos para la ciudadanía. No se emite dirección alguna de los sitios donde están siendo denunciados, pero un ciudadano que conozca la urbe puede inferir que las denuncias corresponden, por ejemplo, al norte de la ciudad por las características presentadas. Al no especificar la dirección de la denuncia le resta precisión y, por lo tanto, credibilidad, porque no hay una certeza de dónde se produce el hecho denunciado. En esa medida, el medio digital debería ser más preciso.

En los comentarios realizados por los seguidores de la página se evidencia que están agradecidos y conformes con el espacio de denuncias, incluso, se llega a evidenciar que este problema de apropiación del espacio indebido del público es una constante que genera mucho malestar en la ciudadanía.

En lo pragmático, se considera oportuno poner en contexto la problemática presentada por el espacio de Iván Sierra denominado “Culopropismo”, situado en la ciudad de Guayaquil, donde los medios tradicionales no suelen ser críticos con la autoridad municipal. Este medio en su crítica permite evidenciar aspectos de falta al orden público que no son registrados en medios locales. Esta preocupación es evidente en las denuncias presentadas en estos tres contenidos del espacio de KollectiVOZ, donde el común denominador es la falta de respeto y empatía del ciudadano de Guayaquil, que por satisfacer sus necesidades individuales no consideran el respeto al orden público.

En este análisis se ha determinado que la pragmática de las publicaciones se desarrolla en un contexto favorable para el medio digital, ya que en la actualidad se convierte en el único crítico de la gestión municipal, lo cual es pertinente desde el punto de vista periodístico porque permite tener una lectura nueva y diferentes de los hechos de la ciudad. Hace seis meses, el medio digital Ideas para Guayaquil transmitía denuncias en contra de la gestión

del Cabildo de Guayaquil, pero en los siguientes meses el medio dejó de hacer publicaciones sobre esta temática, lo que dejaba una agenda *setting* local inclinada solo hacia un lado de la balanza, que con el espacio que es sujeto de esta investigación permite equilibrar las lecturas que tenemos de los hechos que suceden en Guayaquil, desde los medios.

En las tres publicaciones estudiadas, en KolektiVOZ y en su espacio #Culopropismo, la problemática se dirige al uso del vehículo, sea este para ampliar el garaje donde un usuario guarda el vehículo o para impedir un parqueo público en las afueras de una casa de Urdesa, aunque esta cuente con un garaje propio. En el tercer *post* prácticamente se imposibilita la libre movilización por una vereda donde se han sembrado unos arbustos en medio del paso peatonal, que busca embellecer la salida de una urbanización que se encuentra en el sector, esto trae consigo que se restrinja el tránsito por la vereda y que los peatones se vean obligados a caminar por la calle.

5. Conclusiones

La comunicación digital ha creado nuevas fuentes de información, a través de medios alternativos presentes en distintas plataformas de Internet en Ecuador, donde la colaboración ciudadana a los comunicadores es de gran ayuda porque facilita información que acontece en la realidad local. La red social *Facebook* ha generado un nuevo canal de comunicación para medios que se encuentran fuera de la programación de los *mass media*.

Se evidencia la necesidad de una audiencia que cada día crece y consume contenido de los medios digitales, con el fin de ser informados e incluso que se escuchen sus propuestas, peticiones, denuncias que en los medios análogos no lo tienen. La comunicación reticular es una de las ventajas que posee las redes sociales creando una relación más empoderada del usuario.

El medio digital analizado tiene una agenda editorial distinta a la agenda de los medios tradicionales porque incluye en ella espacios de crítica constructiva a la gestión de la Municipalidad de Guayaquil, una ciudad donde los medios no informan sobre las noticias de la comunidad. Sin embargo, es importante que los contenidos publicados en el espacio #Culopropismo sean más precisos y puedan determinar con exactitud cuál es el lugar de la denuncia que presentan, para que la ausencia de este tipo de datos no les reste credibilidad.

Una mayor precisión en la información que se genera desde el espacio Culopropismo permitirá que el contenido cuente con mayor veracidad, un factor determinante en el periodismo, pero específicamente en la noticia de denuncia. Asimismo, hay otros factores como los planos de la cámara que se utilizan en el espacio, que denota cercanía con el usuario final. El *selfie* o el hecho de que el presentador del espacio se grabe a él mismo permite que la audiencia lo identifique con cierta cercanía y lo incluya como parte de su grupo.

El lenguaje sencillo y claro que se utiliza en el espacio de denuncia también logra que las mediaciones comunicativas confluyan de buena manera para que el espectador pueda comprender de manera sencilla el mensaje. El lenguaje y el tono tienen un papel determinante en el sistema de comunicación que supone la pieza audiovisual. Son signos que decisivamente contribuyen a que haya una mayor cercanía con la audiencia.

Bibliografía

- Berlanga, I.; Martínez E. (2010). Ciberlenguaje y principios de la retórica clásica. Redes sociales: el caso Facebook. *Enla@ce. Revista venezolana de Información, tecnología y Conocimiento*, 7 (2), 47-61.
- Castells, M. (2002). *La era de la información. Economía, sociedad y cultura. La sociedad red. Vol. 1.* México: Siglo XXI.
- Castells, M. (2009). *Comunicación y poder.* Madrid: Alianza.
- Cravi, D. (2010). Jóvenes, migraciones digitales y brecha tecnológica. *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, Vol. 52, N. 209, 119-133.
- De Ugarte, D. (2007). *Breve historia del análisis de redes sociales* (texto no publicado en editorial).
- García, J. (2016). *Comunicar en la sociedad red. Teorías, modelos y prácticas.* Barcelona: UOC.
- Morris, C. (1985). *Fundamento de la teoría de los signos.* Barcelona: Paidós.
- Oviedo, M.; Ulloa-López, P. (2016). Análisis de la interacción en Twitter, entre los televidentes y los noticieros matinales en la ciudad de Guayaquil. *Innova Research Journal*. Vol. 1 (9), 58-76.
- Piscitelli, A. (2007). Nativos Digitales. *Contratexto* 16, 43-56.
- Scolari, C. (2008). *Hipermediaciones. Elementos para una teoría de la comunicación digital interactiva.* Barcelona: Gedisa.
- Scolari, C. (2015). *Ecología de medios. Entornos, evoluciones e interpretaciones.* Barcelona: Gedisa.
- Ulloa-López, P.; Gómez Masjuan, M. (2019). Hipermediaciones que rigen en la comunicación de jóvenes universitarios de Ecuador en Facebook. *RISTI*, 20 (5), 152-164.
- Vilches, L. (2001). *La migración digital.* Barcelona: Gedisa.