

Rol de los medios digitales en la reputación de la Policía Nacional en Manabí

Role of digital media in the reputation of the National Police in Manabí

Autor:

Ramón Eduardo Mera Intriago, Licenciado en Comunicación Social de la Universidad San Gregorio de Portoviejo, Manabí, Ecuador; Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-4083-6238>

Resumen:

La reputación es el reconocimiento que los “stakeholders” hacen del comportamiento de una empresa o institución a partir del nivel de cumplimiento de los compromisos asumidos. La Policía Nacional al ser la institución encargada de garantizar la seguridad de los habitantes es constantemente evaluada por los ciudadanos y medios de comunicación.

En Manabí la institución no escapa al escrutinio público, principalmente de los medios digitales, cuyos comunicadores no siempre realizan publicaciones apegadas a la ética periodística afectando la reputación de la Policía en esta provincia.

A partir de esta realidad, este estudio tiene como objetivo analizar cómo potencia o afectan las diferentes publicaciones de los medios digitales a la reputación de la Policía Nacional en Manabí. Para ello se utilizarán matrices de cálculo y apreciaciones empíricas objetivas. Se observarán las interacciones en las redes sociales de los cinco medios digitales con mayor número de seguidores de la provincia en el mes de mayo de 2023.

Los resultados revelan que menos del 25% de las noticias son favorables a la Policía Nacional, señalando una posible falta de gestión comunicacional efectiva. En conclusión, podemos determinar que, al existir un proliferante campo comunicacional a través de las redes

sociales, la Policía Nacional no puede descuidar este segmento periodístico, que resulta ser uno de los principales medios de información utilizado por la ciudadanía y por tanto cumplen un rol fundamental en el capital reputacional de institución uniformada.

Abstract:

The National Police in Manabí, disseminates local information to different digital media, which in many cases do not in many cases do not handle a specific editorial line and therefore tend to present tend to present yellow news that are not always attached to reality, affecting the reputation of the reality, affecting the reputation of the entities in charge of security. This The objective of this study is to quantify how the different publications of the digital media affect the reputation of the National Police in Manabí. Manabí, for which we will analyze by means of calculation matrices and empirical objective objective empirical assessments of interactions in social networks of the five digital media with the highest number of followers in Manabí. with the largest number of followers in the province in the month of May 2023. The results reveal that less than 25% of the news are favorable to the National Police, pointing to a possible the National Police, indicating a possible lack of effective communication management. management. In conclusion, we can determine that, with the existence of a proliferating communication field through social networks, the National Police cannot neglect this journalistic This is one of the main means of information used by the citizens. information used by citizens and therefore play a fundamental role in the reputational play a fundamental role in the reputational capital of the uniformed institution.

Palabras claves: Policía Nacional; Reputación; Redes Sociales; Medios Digitales; Manabí.

Keywords: National Police; Reputation; Social Networks; Digital Media; Manabi.

Introducción

En el contexto de la era digital contemporánea, los medios de comunicación han sufrido una metamorfosis radical, lo que ha llevado a que trasciendan las fronteras tradicionales y adquieran un papel esencial en la construcción y percepción de la imagen de instituciones públicas y privadas; en particular, la Policía Nacional en la provincia de Manabí, se encuentra inmersa en esta dinámica, donde su reputación se ha convertido en un aspecto de interés crítico debido a la creciente influencia de los medios digitales en la formación de la opinión pública.

La investigación se enfoca en cuantificar cómo las diversas publicaciones de los medios digitales pueden potenciar o afectar la reputación de la Policía Nacional en nuestra provincia. Este estudio adopta un enfoque multidisciplinario para explorar las implicaciones de esta dinámica en la relación entre la institución policial y la comunidad a la que sirve; se busca comprender cómo los medios digitales influyen la percepción pública de la Policía Nacional, e identificar estrategias que permitan fortalecer la confianza ciudadana y mejorar la imagen institucional.

La relevancia de este tema radica en la importancia de entender y abordar el papel de los medios digitales en la reputación de una institución tan crucial como lo es la Policía Nacional, pues la rápida expansión de estos medios ha intensificado la interacción entre la Policía Nacional y la opinión pública, presentando desafíos únicos en términos de control de la información, gestión de crisis y promoción de una imagen positiva, adentrándonos en un entorno donde las

noticias falsas y las percepciones distorsionadas pueden propagarse con facilidad, la Policía Nacional en Manabí se enfrenta al desafío de mantener y mejorar su reputación en medio de un panorama mediático en constante evolución.

El estudio se basa en un análisis exhaustivo y la revisión de las publicaciones de cinco medios digitales durante el mes de mayo de 2023, con el objetivo de contribuir al desarrollo de estrategias efectivas que permitan a la institución policial fortalecer su imagen y mantener una relación positiva con la sociedad en el entorno digital.

Las investigaciones previas sobre el impacto de las redes sociales en las instituciones han arrojado varias contribuciones significativas y han identificado brechas en el conocimiento. Fernández (2013) destaca cómo las redes sociales han cambiado radicalmente la dinámica mediática, transformando la forma en que se informa y se comunica. Esta evolución ha llevado a cambios sustanciales en las estrategias y enfoques en ámbitos como la política y el mercado audiovisual.

DiMare (2011) y Guede (2017) han explorado el impacto de las redes sociales en el periodismo y en el comportamiento del consumidor respectivamente. DiMare cuestiona el modelo tradicional de objetividad en el periodismo, argumentando que los medios deben adoptar un papel más activo en la sociedad. Por su parte, Guede (2017) subraya la influencia transformadora de las redes sociales en el comportamiento de los consumidores.

Las investigaciones también han abordado el rol del comunicador y la importancia de la libertad de expresión. García (2005) destaca el papel del comunicador como un agente de servicio a la sociedad, mientras que Arévalo & Mercedes (2017) resaltan la conexión entre la libertad de expresión y su ejercicio sistemático.

En cuanto a los medios digitales y el periodismo local, Trujillo (2019) señala la aparición de nuevas iniciativas periodísticas locales impulsadas por las redes sociales. En España y América Latina, estos medios han sido influenciados por la conectividad, la concentración de la propiedad y otras dinámicas regionales, lo que ha afectado sus agendas informativas y modelos de sostenibilidad.

Rodríguez (2024) destaca la relevancia de los medios digitales en la sociedad, ya que no solo sirven como referentes informativos y herramientas de interacción, sino también como fuente de poder al definir la realidad social y ocupar una parte significativa del tiempo de los usuarios.

Aunque estas investigaciones han proporcionado una comprensión más profunda del papel de las redes sociales en las instituciones y en el periodismo, aún existen brechas en el conocimiento, especialmente en lo que respecta al impacto específico de las redes sociales en la reputación de instituciones como la Policía Nacional en contextos locales como la provincia de Manabí. Se necesita más investigación empírica para abordar y desarrollar estrategias efectivas para fortalecer la imagen institucional en la era digital.

¿Cuál es el impacto de las publicaciones de los medios de comunicación digitales, a la reputación de la Policía Nacional en la provincia de Manabí, y cuáles son las implicaciones de esta dinámica en la relación entre la institución policial y la comunidad a la que sirve?

Objetivo general:

- Determinar el impacto de las publicaciones de los medios digitales en la reputación de la Policía Nacional en la provincia de Manabí, y explorar las

implicaciones de esta dinámica en la relación entre la institución policial y la comunidad a la que sirve.

Objetivos específicos:

- Analizar el contenido de las publicaciones de los medios digitales, relacionadas con la Policía Nacional en la provincia de Manabí durante el mes de mayo de 2023.
- Cuantificar el impacto de estas publicaciones en la percepción pública de la Policía Nacional en la provincia de Manabí mediante la aplicación de métodos cuantitativos.
- Identificar las narrativas y temas predominantes en las publicaciones de los medios digitales que afectan la reputación de la Policía Nacional.
- Evaluar la relación entre la percepción pública de la Policía Nacional y la confianza ciudadana en la provincia de Manabí, considerando el contexto mediático digital.
- Proponer estrategias efectivas para fortalecer la imagen institucional de la Policía Nacional y mantener una relación positiva con la sociedad en el entorno digital, basadas en los hallazgos de la investigación.

En la era digital contemporánea, los medios de comunicación han experimentado una transformación radical, trascendiendo las fronteras tradicionales y adquiriendo un papel fundamental en la construcción y percepción de la imagen de instituciones públicas y privadas. La Policía Nacional, como una entidad esencial en el mantenimiento del orden y la seguridad

ciudadana, no se encuentra exenta de esta dinámica; en particular, la reputación de la Policía Nacional en la provincia de Manabí, Ecuador, se ha convertido en una cuestión de interés crítico dada la creciente influencia de los medios digitales en la formación de la opinión pública.

Los medios digitales, incluyendo redes sociales, sitios web de noticias y plataformas de contenido generado por los usuarios, han surgido como canales de información omnipresentes y poderosos en la sociedad actual. Su capacidad para transmitir información en tiempo real y su alcance global les otorgan un impacto sin precedentes en la manera en que las organizaciones son percibidas por el público en general. A medida que la ciudadanía se torna más conectada, su percepción de la Policía Nacional se encuentra cada vez más influenciada por la información y las narrativas que se difunden a través de estos medios.

El presente estudio tiene como propósito cuantificar como potencia o afecta las diferentes publicaciones de los medios digitales a la reputación de la Policía Nacional en la provincia de Manabí. A través de un enfoque multidisciplinario, se pretende explorar las implicaciones de esta dinámica en la relación entre la institución policial y la comunidad a la que sirve. Al comprender cómo los medios digitales influyen en la percepción pública de la Policía Nacional, se busca identificar estrategias que permitan fortalecer la confianza ciudadana y mejorar la imagen institucional.

La relación entre la Policía Nacional y la opinión pública ha sido históricamente un tema de interés y debate en Ecuador. La rápida expansión de los medios digitales ha intensificado esta interacción, presentando desafíos únicos en términos de control de la información, gestión de crisis y promoción de una imagen positiva. En un entorno donde las noticias falsas y las percepciones distorsionadas pueden propagarse con facilidad, la Policía Nacional en Manabí se

enfrenta a la problemática de cómo mantener y mejorar su reputación en medio de este panorama mediático en constante evolución.

Este estudio se enmarca en la necesidad de comprender y abordar el papel de los medios digitales en la reputación de la Policía Nacional en Manabí. A través de un análisis exhaustivo y la revisión de las publicaciones de 5 medios digitales durante el mes de mayo de 2023, se busca contribuir al desarrollo de estrategias efectivas que permitan a la institución policial fortalecer su imagen y mantener una relación positiva con la sociedad en el entorno digital.

El artículo está organizado en varias secciones que abordan diferentes aspectos relacionados con el tema de estudio. Estas secciones son:

Introducción: Se presenta una visión general del contexto en el que se desarrolla el estudio, destacando la importancia de los medios digitales en la percepción de instituciones como la Policía Nacional en la provincia de Manabí, también se plantea el propósito del estudio y su relevancia para comprender el impacto de los medios digitales en la reputación institucional.

Metodología: Se describe el enfoque metodológico utilizado en la investigación. Esto incluye detalles sobre el diseño del estudio, la selección de medios digitales analizados, el período de estudio y los métodos de análisis de datos utilizados para cuantificar el impacto de las publicaciones en la reputación de la Policía Nacional.

Resultados y discusión: En esta sección se presentan los hallazgos obtenidos del análisis de las publicaciones de los medios digitales. Se destacan los temas y narrativas predominantes, así como el impacto de estas publicaciones en la percepción pública de la Policía Nacional en la provincia de Manabí. Aquí se interpretan los resultados en el contexto de la literatura existente y se discuten las implicaciones de los hallazgos para la relación entre la Policía Nacional y la

comunidad. También se abordan posibles estrategias para mejorar la reputación institucional en el entorno digital.

Conclusiones: Se resumen las principales conclusiones del estudio y se destacan las implicaciones prácticas y teóricas de los hallazgos. También se sugieren áreas para futuras investigaciones relacionadas con el tema.

Metodología

El enorme avance de Internet en el mundo actual ha tenido un impacto significativo en diversas facetas comunicativas de las organizaciones; uno de estos aspectos se relaciona con la construcción de su imagen digital; en el pasado, las organizaciones solían centrarse en estrategias de comunicación destinadas a establecer una buena reputación mediante una comunicación unidireccional efectiva con los medios tradicionales; no obstante, la irrupción de Internet y las redes sociales ha transformado esta dinámica, en la actualidad, la percepción colectiva que las personas tienen de una organización, es decir, su reputación, depende en gran medida de cómo se percibe en el entorno digital y en línea.

Una red es un conjunto de relaciones entre objetos que puede ser personas, organizaciones, naciones, elementos encontrados en una búsqueda de Google, células cerebrales o transformadores eléctricos. Las redes sociales se complementan con los nuevos medios basados en internet (Madariaga, Abello, & Sierra, 2011, p. 26).

Luna (2004) por su lado considera que desde finales del siglo pasado la metáfora de la red ha permitido una evolución en la manera que tenemos de ver la comunicación, esta evolución significa un desarrollo metodológico y teórico que ha revolucionado o al menos a redefinido tanto la política como la sociología o la economía por mencionar algunos, incrementando los

estudios, pero a la vez creando nuevas preocupaciones por la significativa aparición de fenómenos sociales (Luna, 2004).

La reputación se refiere a la opinión o percepción general que las personas tienen hacia alguien o algo (RAE, 2022). Puede ser positiva o negativa y se basa en las acciones, comportamientos y resultados obtenidos. Una buena reputación puede generar confianza y oportunidades, mientras que una mala reputación puede causar desconfianza y afectar las relaciones personales o profesionales. Es importante cuidar y mantener una buena reputación, ya que puede influir en cómo nos perciben los demás

La teoría de la Agenda Setting, una de las más conocidas en el área comunicacional, sostiene que los medios de comunicación establecen una agenda previa de los temas que deben ser importantes en la audiencia, con el objetivo de que los consumidores les otorguen la misma relevancia. Además, se destaca que el medio informativo no incide en la ideología que debe tener el público, pero sí decide qué temas van a estar en la opinión pública (Rodríguez, 2004).

Los medios de comunicación digital han experimentado una transformación radical en las últimas décadas, impulsada en gran medida por el acceso a la información a través de Internet y las redes sociales. Este cambio ha llevado a un aumento significativo en la publicación de noticias amarillistas, un término que se utiliza para describir historias sensacionalistas y exageradas con el propósito de atraer la atención del público y aumentar el tráfico en línea.

Las redes sociales permiten a las instituciones públicas comunicarse directamente con sus públicos externos e internos, lo que puede aumentar la transparencia y la visibilidad de sus acciones y políticas, pero las redes sociales también pueden amplificar las crisis comunicacionales, los errores o escándalos pueden difundirse rápidamente y dañar la reputación.

Las redes sociales pueden facilitar la participación ciudadana y el compromiso cívico, lo que puede mejorar la percepción de una institución pública si se utilizan de manera efectiva.

Uno de los principales motores detrás de la publicación de noticias contrarias a la seguridad en los medios de comunicación digital es la competencia por la atención del público. En un mundo donde la información está al alcance de todos en todo momento, los medios se ven obligados a destacar en medio del ruido constante. Las noticias violentas, a menudo acompañadas de titulares impactantes llamativos, pueden atraer la atención de manera más efectiva.

Otro factor clave es el modelo de negocio de las redes sociales. Muchas de ellas generan ingresos a través de la publicidad en línea, y estos ingresos dependen en gran medida de la cantidad de clics que reciben. Esto ha llevado a una práctica conocida como "clickbait", en la que los medios de comunicación digital utilizan titulares engañosos o exagerados para incitar a los usuarios a hacer clic en un artículo.

El sensacionalismo, una característica central de las noticias, a menudo explora temas polémicos o escandalosos. Estas historias tienden a provocar fuertes emociones en los lectores, lo que a su vez puede aumentar la participación en las redes sociales y los comentarios en los sitios web de noticias. Los medios digitales pueden ver esto como una forma de generar interacción y mantener a las personas involucradas con su contenido.

El estudio se llevará a cabo utilizando un enfoque mixto, combinando tanto métodos cualitativos como cuantitativos para obtener una comprensión completa y holística del rol de los medios digitales en la reputación de la Policía Nacional en la provincia de Manabí. Se empleará un diseño de investigación descriptivo y analítico, con el fin de analizar la presencia en línea de

la Policía Nacional, evaluar la percepción de la comunidad y determinar los factores que influyen en la construcción de la reputación.

La parte cuantitativa del estudio pretende establecer la relación porcentual que existe entre las publicaciones de noticias favorables a la seguridad ciudadana, con aquellas noticias que en cierto modo acrecientan la sensación de inseguridad. Por otro lado, un análisis cualitativo ayudo a determinar o clasificar cada una de las noticias en positivas o negativas, para lo cual fue necesario establecer parámetros de relación adjetiva que permitan estimar una clasificación apropiada para cada noticia. El enfoque holístico reconoce que las partes cuantitativas dependen de la estimación cualitativa del estudio y el entendimiento completo solo se logra al considerar todas sus partes y sus interacciones.

Determinar si una noticia es positiva, negativa o neutral en favor de una institución implica evaluar el tono y el sesgo de la noticia con respecto a la institución guardiana del orden; para lo cual fue necesario leer, escuchar o ver las noticias en su totalidad con la finalidad de establecer el tono y contexto, que podría cambiar a lo largo del artículo.

Las noticias escogidas son aquellas las relacionadas con la seguridad, razón por la cual estas se relacionan directamente con la institución policial, lo cual es fundamental para evaluar si el artículo es positivo, negativo o neutral hacia la institución guardiana del Orden.

En la noticia se buscó palabras y frases que indiquen una actitud positiva o negativa hacia la institución. Por ejemplo, palabras como "éxito", "logro", "profesional", "efectivo" tienden a tener connotaciones positivas, mientras que "escándalo", "problema" o "crisis" "sicariato" "muerte violenta" tienen connotaciones negativas, sobre todo cuando se analizan las adjetivaciones descriptivas utilizadas para contextualizar la noticia.

Se consideraron las fuentes y las declaraciones de personas relacionadas con la institución, las declaraciones de expertos y en ciertos casos opiniones vertidas por los periodistas, en los medios digitales de comunicación estudiados, siempre buscando un equilibrio y objetividad para que el estudio posea la menos cantidad de sesgos, considerando toda la información recopilada, se utilizó un juicio crítico para determinar si la noticia es positiva, negativa o neutral en relación con las actividades de la institución policial.

Es importante determinar que la percepción del tono de una noticia puede ser subjetiva en algunos casos, por lo que diferentes personas pueden tener opiniones ligeramente diferentes sobre si una noticia es positiva, negativa o neutral; sin embargo, al seguir este método y utilizar un enfoque crítico, logramos realizar una evaluación más objetiva del tono de la noticia en relación con la Policía Nacional.

Tipo de investigación: El estudio se clasifica como una investigación mixta, ya que combina tanto métodos cualitativos como cuantitativos para abordar el problema de investigación.

Enfoque de la investigación: El enfoque de la investigación es descriptivo y analítico. Se busca describir la presencia en línea de la Policía Nacional en la provincia de Manabí, evaluar la percepción de la comunidad y determinar los factores que influyen en la construcción de su reputación. Además, se analizará la relación entre las publicaciones de noticias favorables y desfavorables a la seguridad ciudadana.

Método de investigación: Se empleará un método mixto que combina el análisis cuantitativo y cualitativo de las noticias relacionadas con la Policía Nacional. La parte cuantitativa del estudio busca establecer relaciones porcentuales entre diferentes tipos de

publicaciones, mientras que la parte cualitativa se centrará en la clasificación de las noticias en positivas, negativas o neutrales, considerando el tono y el sesgo de cada noticia.

Técnicas e instrumentos: Para el análisis cuantitativo, se utilizarán técnicas estadísticas para calcular la relación porcentual entre las diferentes categorías de noticias. Para el análisis cualitativo, se emplearán técnicas de codificación y clasificación de noticias, considerando el tono, el contexto y las adjetivaciones utilizadas en cada artículo.

Población y muestra: La población objetivo del estudio son las noticias relacionadas con la Policía Nacional publicadas en medios digitales durante el período de estudio. La muestra consistirá todas las noticias publicadas en el periodo de estudio relacionadas con la Institución guardiana del Orden o con la seguridad ciudadana.

Método de inclusión o exclusión de los medios escogidos: de entre más de 30 medios de comunicación digitales que operan en la provincia de Manabí se consideró a los 5 medios de comunicación digital con mayor acogida (número de seguidores) y con mayor número de interacciones (like, visualizaciones, comentarios), siendo una metodología empírica válida.

Resultados y Discusión

En este contexto es importante considerar como la información afecta la reputación de las empresas, las instituciones, incluso las personas y siendo la institución policial la responsable intrínseca de la seguridad, se plantea el siguiente estudio que analiza 5 de los medios digitales con mayor aceptación de la provincia de Manabí, donde se buscó las noticias publicadas o posteadas durante todo el mes de mayo de 2023, relacionadas con la seguridad y la Policía Nacional del Ecuador, de las cuales, mediante un análisis empírico de cada una de las 447

noticias se clasificaron en positivas y negativas, con la finalidad de buscar una estadística porcentual y determinar de forma práctica mediante la observación y el análisis como la información generada afecta de forma positiva o negativa la reputación policial.

Para un mejor manejo de la información generada se ha estimado realizar una tabla de resumen de la información generada en el estudio, tabla que ha omitido varias columnas de información las cuales podrán ser revisadas en los anexos.

Tabla 1: Resumen del recorte de noticias realizado de mayo 2023

Medio digital	Calificación	Cantidad	Interacciones
Ultimas Noticias Portoviejo	Positivas	47	2598
	Negativas	96	12210
Ola Manta	Positivas	3	449
	Negativas	21	54319
El Diario Ec.	Positivas	20	11660
	Negativas	146	91992
Puerta de Oro	Positivas	14	911
	Negativas	30	3253
Infórmate Manabí	Positivas	17	5094
	Negativas	54	16101

Entre los medios digitales escogidos se consideró a Ultimas Noticias Portoviejo, el cual al realizar un recorte de noticias del mes de mayo de 2023, se puede verificar que, de 143 noticias posteadas en este medio digital relacionadas con la seguridad ciudadana, 96 son negativas y 47 son positivas, mostrando una relación de 67% negativas contra un 33% positivas, pero al considerar las interacciones, la relación porcentual es de 87% negativas contra un 13% de interacciones positivas.

Es importante destacar que este medio de comunicación realiza varias publicaciones de la misma noticia, empleando sobre todo “en vivos” de muertes violentas, lo cual, si bien busca informar los acontecimientos, también crean un desmedro en la reputación de la institución guardiana del orden, al visualizar que no tiene el mismo tratamiento para las noticias positivas.

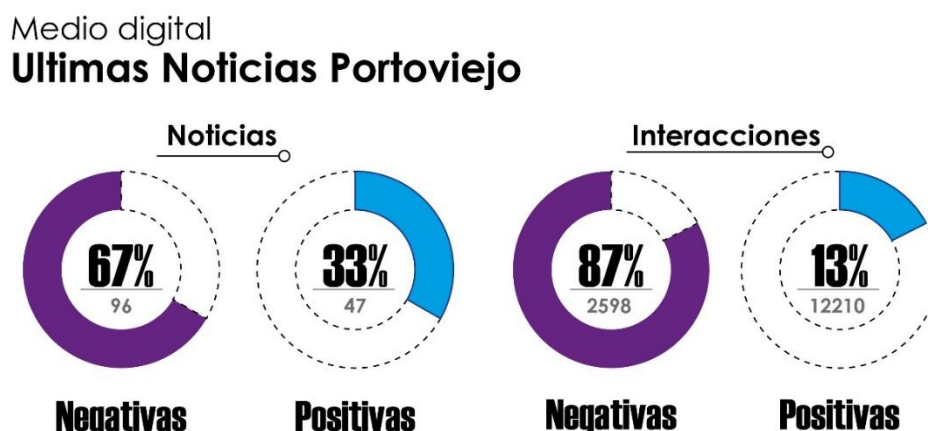


Figura 1: Pasteles estadísticos de Ultimas Noticias Portoviejo

El segundo medio digital considerado en esta investigación es Ola Manta, el cual se puede notar que, si bien no realiza tantas publicaciones como el anterior medio, sus interacciones son impresionantes, casi todas sus publicaciones superan las mil interacciones; ya entrados en el tema que nos interesa podemos ver que de 24 noticias relacionadas con la seguridad, apenas 3 son positivas, las cuales completan un 13% del total calificado, pero cuando se verifica las interacciones el margen porcentual desciende al 8%, datos que demuestran la mínima gestión comunicacional que se está realizando con este medio digital mantense, el cual, no duda en poner en duda el profesionalismo policial, lo cual incide de forma directa en la percepción de seguridad de sus más de 280 mil seguidores.

Medio digital
Ola Manta

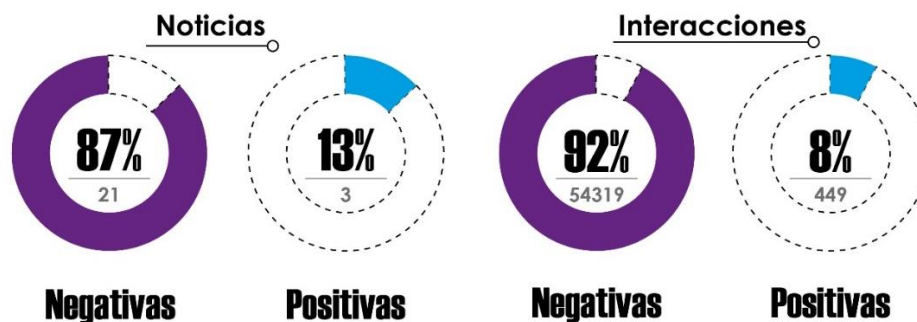


Figura 1: Pasteles estadísticos de Ola Manta

El Diario Ec, medio digital perteneciente a EDIASA, es la adaptación natural del medio impreso de mayor circulación en la provincia de Manabí, con sus más de 480 mil seguidores, es un medio digital dirigido por profesionales de la comunicación, aun así las noticias violentas son las que más énfasis tienen, donde se realizan “en vivos” repetitivos de la misma noticia y seguimientos incluso días después de los acontecimientos, así se verifica que de un universo de 166 noticias relacionadas con la seguridad y publicadas en las fechas de estudio, apenas 20 de ellas podrían considerarse positivas, lo cual muestra una relación del 12% positivo frente a un 88% negativo, al revisar las interacciones podemos estimar que los porcentajes son consecuentes apenas fluctuando un 1%.

Medio digital El Diario Ec

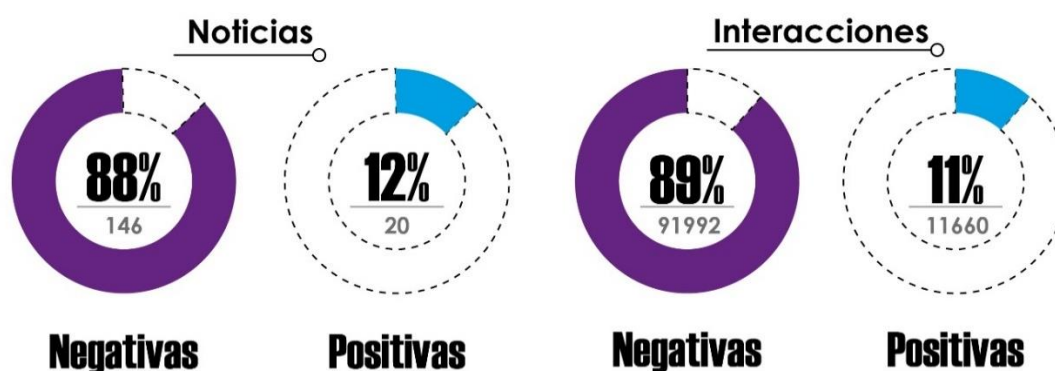


Figura 1: Pasteles estadísticos de El Diario Ec.

El cuarto medio digital en estudiado es Puertas de Oro, medio del cantón El Carmen, el cual tiene una buena relación con su comunidad y según la perspectiva observacional es quien mejor equilibra la publicación de noticias positivas y negativas, donde podemos ver una relación de una noticia positiva por cada dos negativas. En un universo de 44 publicaciones en el mes de mayo de 2023, aunque al revisar las interacciones, estas no son consecuentes, pues la observación determina una relación de un me gusta a las noticias positivas por cada cinco interacciones a las noticias negativas.

Medio digital Puerta de Oro

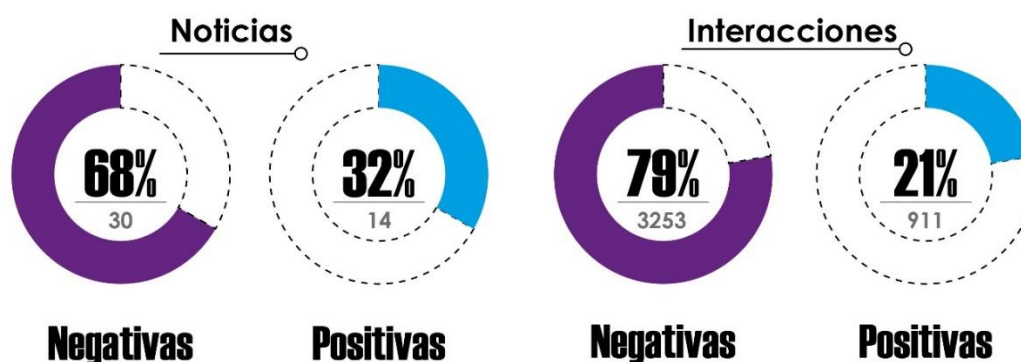


Figura 1: Pasteles estadísticos de Puerta de Oro

El último medio considerado para este estudio es Infórmate Manabí, con más 260 mil seguidores, siendo un claro referente de la comunicación e información digital en la provincia de Manabí, este medio digital ha publicado 71 noticias de las cuales 17 son positivas y 54 negativas donde la relación porcentual es de 24% positivo frente al 76% negativo, lo cual coincide perfectamente con los porcentajes de las interacciones.

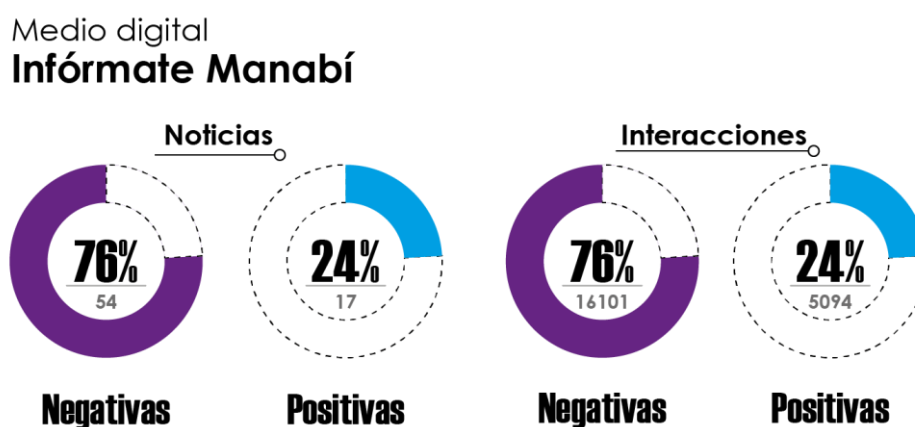


Figura 1: Pasteles estadísticos de Infórmate Manabí

Después de revisar las estadísticas generadas por las noticias relacionadas con la seguridad de 5 medios digitales propios de la provincia de Manabí, cada uno con audiencias que superan los 150 mil seguidores, observamos una tendencia clara de publicaciones negativas, las cuales si bien obedecen a la realidad que vive la provincia, también responden a la tendencia de consumo cultural que existe, es relevante notar que cualquier noticia negativa tiene más interacciones, más visualizaciones y más comentarios que las noticias positivas, lo cual si bien mejora el rendimiento del medio digital, provoca sensaciones y sentimientos de inseguridad que no solo afectan a la reputación de la institución policial, sí no que también desmedra la inversión, el trabajo y la producción en general.

Debemos mencionar que la fragmentación del capital social “crea desconfianza, falta de interés en la asociatividad, generando un capital social negativo, incremento de la delincuencia, impunidad, crimen organizado, corrupción, alcoholismo, drogadicción, etc.” (Rivera, 2016, pág. 129).

El rol de los medios digitales en la reputación de la Policía Nacional del Ecuador, basados en el estudio realizado, estima un papel sumamente importante, pues los medios digitales tienen hoy por hoy, más audiencia que los medios tradicionales, por tanto, determinan la percepción que tiene la ciudadanía sobre la institución Guardiania del Orden.

Al comparar los resultados del estudio y determinar que menos del 25% de las noticias son favorables a la Policía Nacional, podemos estimar que también existe una falta de gestión comunicacional que promueva efectivamente la labor policial, lo cual se podría lograr, informando no solo operatividad policial, sino también enviando consejos de seguridad, ofertando los servicios ciudadanos, comunicando el trabajo preventivo y la labor social realizada por la institución.

Se ha establecido de manera practica una perspectiva de como los medios digitales se han convertido en una de las mayores fuerzas comunicativas en la Provincia de Manabí y como sus publicaciones afectan la reputación de la Policía Nacional, claro entendiéndose que no se pretende deslindar de responsabilidad al estado y sus funcionarios encargados de hacer cumplir la ley.

Finalmente hay que estimar que la creación de una cuenta oficial de la Policía Nacional, propia de la provincia de Manabí, le permite interactuar con la comunidad de una manera más cercana; pueden responder preguntas, recibir denuncias y comentarios, y establecer una relación

más directa con la población; esto puede mejorar la percepción pública de la policía y fortalecer la confianza, ofrece la oportunidad de influir en la narrativa que rodea a la institución; pueden destacar historias de éxito, mostrar acciones positivas y promover sus valores y principios.

El método utilizado para determinar si una noticia es positiva, negativa o neutral se basó en un análisis empírico de cada una de las noticias recopiladas de cinco medios digitales durante el mes de mayo de 2023. Se consideraron varias variables para realizar esta clasificación, incluyendo el tono de la noticia, el contexto en el que se presenta la información y las adjetivaciones utilizadas para describir los eventos relacionados con la Policía Nacional.

Se establecieron parámetros de relación adjetiva que permitieron estimar una clasificación apropiada para cada noticia. Para determinar si una noticia era positiva, se buscaron palabras y frases que indicaran una actitud favorable hacia la institución policial, como "éxito", "logro", "profesional", entre otras. Por otro lado, para identificar noticias negativas, se buscaron términos y expresiones con connotaciones desfavorables, como "escándalo", "problema" o "crisis". Además, se consideraron las fuentes de la información, las declaraciones de personas relacionadas con la institución y la objetividad del contenido presentado en cada medio digital.

Es importante destacar que la percepción del tono de una noticia puede ser subjetiva en algunos casos, por lo que se utilizó un enfoque crítico y se aplicó un juicio objetivo para determinar la clasificación de cada noticia. Este método permitió realizar una evaluación más objetiva del tono de la noticia en relación con la Policía Nacional, a pesar de que diferentes personas podrían tener opiniones ligeramente diferentes sobre la evaluación de cada noticia.

Conclusiones

Con base en el análisis realizado sobre el papel de los medios digitales en la reputación de la Policía Nacional en la provincia de Manabí, se pueden destacar las siguientes conclusiones:

Los medios digitales estudiados tienden a publicar noticias negativas relacionadas con la seguridad y la Policía Nacional. Estas noticias tienen un mayor impacto en términos de interacciones y visualizaciones, lo que sugiere una preferencia del público por contenido amarillista y violento, determinando que el porcentaje de interacciones y visualizaciones asciende al 80%, muy por encima del 20% que corresponde a las noticias positivas.

La Policía Nacional parece enfrentar un desafío en cuanto a la gestión de su comunicación positiva en los medios digitales. La proporción de noticias positivas es baja en comparación con las negativas, lo que indica una oportunidad para mejorar la promoción de sus actividades beneficiosas a la comunidad.

Los medios digitales ejercen una influencia significativa en la percepción pública de la Policía Nacional. La tendencia hacia la publicación de noticias negativas puede contribuir a una percepción negativa de la institución, lo que puede afectar su reputación y la confianza de la comunidad en sus acciones.

La Policía Nacional debe desarrollar estrategias de comunicación efectivas que incluyan la difusión de noticias positivas, la interacción activa en redes sociales y la promoción de su labor preventiva y de servicio a la comunidad. Esto podría contrarrestar la tendencia de noticias negativas y mejorar su imagen pública.

La creación de una cuenta oficial de la Policía Nacional en la provincia de Manabí en redes sociales es una herramienta valiosa para interactuar directamente con la comunidad. Puede

contribuir a una comunicación más cercana y transparente, lo que podría fortalecer la confianza y la percepción positiva de la institución.

En resumen, los medios digitales desempeñan un rol fundamental en la reputación de la Policía Nacional en Manabí. Cuantificando gracias a las estadísticas generadas que al menos el 80% de los seguidores que interactúan en los medios digitales estudiados perciben grandes índices de violencia y criminalidad en la provincia de Manabí, lo cual afecta significativamente la reputación de la institución encargada de hacer cumplir la ley; en tal virtud, es importante implementar una gestión comunicacional efectiva, promocionar las noticias positivas y la interacción de la comunidad en programas y proyectos de seguridad, buscar plataformas digitales con elementos esenciales para mejorar la percepción pública de la institución y fortalecer su capital reputacional. La Policía Nacional debe adaptarse a la dinámica de los medios digitales y utilizarlos estratégicamente para comunicar su labor y valores de manera efectiva, estimando que la razón de existir de los medios digitales es mantener informado a su público.

Referencias bibliográficas

Arévalo, R. & Mercedes (2017). Los medios de comunicación y su responsabilidad social organizacional en Iberoamérica. Ediciones Complutenses (1043-1055).

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

Fernández, P. E. (2013). Las audiencias en la era digital: interacción y participación en un sistema convergente. Question, 1. <http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/32744>

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.
- Rodríguez Guale, K. T. (2024). La Responsabilidad Social en los Medios Digitales; Caso El Vocero. Ensayo académico presentado como trabajo de titulación para la obtención del grado de Magíster en Comunicación en la Universidad Estatal Península de Santa Elena.
- Luna, M. (2004). Redes sociales. *Revista Mexicana de Sociología*, 66, 59–75.
<https://doi.org/10.2307/3541443>
- Masip, P. (2016). Investigar el periodismo desde la perspectiva de las audiencias. *Profesional de la Información*, 25(3) (323-330).
- Madariaga, Abello, R., & Sierra, O. (2011). Redes sociales: infancia, familia y comunidad.
<https://bit.ly/3EGFkqE>
- Real Academia Española. (2011). Reputación. En *Diccionario de la lengua española (23ª ed.,)*.
<https://dle.rae.es/reputaci%C3%B3n>
- Rivera, J. (2016). El deterioro del Capital Social como promotor de la violencia y la delincuencia entre la población del municipio de Rioverde, San Luis Potosí. *Papeles de población*, 103-132. Obtenido de <https://rppoblacion.uaemex.mx/article/view/8288/6904>
- Rodríguez Díaz, R. (2004). Teoría de la Agenda-Setting: aplicación a la enseñanza universitaria. Observatorio Europeo de Tendencias Sociales. <http://hdl.handle.net/10045/2297>
- Trujillo, J. Z. (2019). Medios nativos digitales en América Latina: agenda, sostenimiento e influencia. *Revista Latinoamericana Chasqui de Comunicación*.

Anexos:

Enlace a las tablas completas de calificación de noticias en redes sociales en Manabí

<https://drive.google.com/drive/folders/1aJ8J9MKxWJc2zo6o75j9k2qypbIJVKR7?usp=sharing>