

DOI: 10.26820/recimundo/9.(esp).mayo.2025.57-73

URL: <https://recimundo.com/index.php/es/article/view/2599>

EDITORIAL: Saberes del Conocimiento

REVISTA: RECIMUNDO

ISSN: 2588-073X

TIPO DE INVESTIGACIÓN: Artículo de revisión

CÓDIGO UNESCO: 33 Ciencias Tecnológicas

PAGINAS: 57-73



Análisis del contenido periodístico en el grupo de Telegram “Rutas Del Conflicto” en el mes de enero del 2024

Analysis of journalistic content in the Telegram group "Rutas Del Conflicto"
in January 2024

Análise de conteúdos jornalísticos no grupo de Telegram "Rutas Del
Conflicto" em janeiro de 2024

Nubia Lizbeth Cóndor Gavilema¹

RECIBIDO: 10/01/2025 **ACEPTADO:** 19/03/2025 **PUBLICADO:** 05/05/2025

1. Universidad Técnica de Cotopaxi; Latacunga, Ecuador; nubia.condor7452@utc.edu.ec;  <https://orcid.org/0009-0008-6321-8695>

CORRESPONDENCIA

Nubia Lizbeth Cóndor Gavilema
nubia.condor7452@utc.edu.ec

Latacunga, Ecuador

RESUMEN

El presente estudio posee como objetivo principal evaluar los estilos periodísticos utilizados en los contenidos informativos del medio digital "Rutas del Conflicto" distribuidos a través de la plataforma Telegram durante el período de enero de 2024. Además, analiza la proporción de noticias, reportajes, crónicas, entrevistas, análisis y otros formatos periodísticos presentes en el grupo de Telegram, se clasifican los contenidos por tema (Actualidad, hechos violentos, accidentes de tránsito, etc), y analizando las ubicaciones geográficas más frecuentes de los contenidos informativos. La investigación se llevó a cabo utilizando una metodología mixta, combinando enfoques cualitativos y cuantitativos. Se recopiló información relevante sobre las características y funcionalidades de Telegram, y de manera cuantitativa se obtuvo datos de reacciones a las 542 publicaciones del canal de Telegram de "Rutas del Conflicto" durante el período de estudio. Para ello, se utilizaron fichas de observación para ambos enfoques. Los resultados obtenidos en este estudio pueden ser de utilidad para periodistas, medios de comunicación y organizaciones civiles, con el fin de mejorar el estándar y la influencia de la información que se transmite a través de redes sociales y plataformas de mensajería instantánea.

Palabras clave: Canal digital, Contenido periodístico, Difusión, Estilos periodísticos, Mensajería instantánea, Telegram.

ABSTRACT

The main objective of this study is to evaluate the journalistic styles used in the informative contents of the digital media "Rutas del Conflicto" distributed through the Telegram platform during the period of January 2024. In addition, it analyzes the proportion of news, reports, chronicles, interviews, analysis and other journalistic formats present in the Telegram group, the contents are classified by topic (Current Affairs, violent events, traffic accidents, etc), and analyzing the most frequent geographic locations of the informative contents. The research was conducted using a mixed methodology, combining qualitative and quantitative approaches. Relevant information was collected on the characteristics and functionalities of Telegram, and quantitatively, data was obtained on reactions to the 542 publications of the Telegram channel of "Routes of Conflict" during the study period. For this purpose, observation sheets were used for both approaches. The results obtained in this study may be useful for journalists, media and civil organizations, in order to improve the standard and influence of the information transmitted through social networks and instant messaging platforms.

Keywords: Channel, Journalistic content, Dissemination, Journalistic styles, Instant messaging, Social networks, Telegram.

RESUMO

O principal objetivo deste estudo é avaliar os estilos jornalísticos utilizados nos conteúdos informativos do meio digital "Rutas del Conflicto" distribuídos pela plataforma Telegram durante o período de janeiro de 2024. Além disso, analisa a proporção de notícias, reportagens, crônicas, entrevistas, análises e outros formatos jornalísticos presentes no grupo Telegram, classifica os conteúdos por temas (atualidade, eventos violentos, acidentes de viação, etc.) e analisa as localizações geográficas mais frequentes dos conteúdos informativos. A investigação foi conduzida utilizando uma metodologia mista, combinando abordagens qualitativas e quantitativas. Foram recolhidas informações relevantes sobre as características e funcionalidades do Telegram e, quantitativamente, foram obtidos dados sobre as reações às 542 publicações do canal de Telegram "Rotas do Conflito" durante o período do estudo. Para tal, foram utilizadas fichas de observação para ambas as abordagens. Os resultados obtidos neste estudo podem ser úteis para jornalistas, meios de comunicação social e organizações civis, de forma a melhorar a qualidade e a influência da informação transmitida através das redes sociais e das plataformas de mensagens instantâneas.

Palavras-chave: Canal, Conteúdo jornalístico, Divulgação, Estilos jornalísticos, Instant messaging, Redes sociais, Telegram.

Introducción

Las redes sociales son plataformas en línea que permiten a las personas conectarse, interactuar y compartir contenido, además del intercambio de información a través de fotos, vídeos y otros medios, tienen como función principal conectar a personas en el mundo virtual, ya sea para construir nuevas relaciones sociales o para mantener las existentes (Blasco Fontecilla, 2021).

Considerando también que, las redes sociales están diseñadas no solo para conectar a las personas, sino también para fomentar un uso intensivo a través de mecanismos que generan adicción a las mismas, precisamente diseñadas para tener el control sobre nosotros, alterar nuestras emociones y de la misma manera manipularnos (Blasco Fontecilla, 2021). Señalando este tipo de adicciones hacia las redes sociales, las personas optan por informarse a través de las mismas, en vez de utilizar medios tradicionales.

En 2008, en el Ecuador se popularizaron las redes sociales. En el 2015, se registró un incremento de 11 veces mayor referente al 2008, donde 66 de cada 100 personas tenía acceso al Internet. Tomando en cuenta que, en el perfil del internauta, más hombres que mujeres usan la red para conectarse, trabajar y educarse. Demostrando que Facebook es considerada la red más utilizada en el año 2015, con 8.1 millones de usuarios, de 8.5 millones de personas que cuentan con acceso al internet (Bejarano et al., 2020).

En la actualidad según datos proporcionados de Mentinno, en enero del 2024, el 69.25% de la población del país, que equivale al 15.29 millones de personas, utilizan Internet. Mencionando que existen cerca de 18.28 usuarios en redes sociales, demostrando que el 119.5% de personas que usan Internet cuentan con múltiples cuentas en diferentes plataformas de redes sociales, lo que resulta un porcentaje mayor al 100% (Del Alcázar Ponce, 2024). Afirmando así, que la mayoría de ecuatorianos prefie-

ren utilizar las redes sociales antes de un medio tradicional.

De esta forma es como las aplicaciones de mensajería instantánea como WhatsApp y Telegram se han convertido en herramientas indispensables para la comunicación móvil de proximidad en la sociedad actual (Sedano Amundarain & Palomo-Torres, 2023). Las aplicaciones de mensajería instantánea nos facilitan el intercambio de información e interacción, mejorando así la comunicación entre usuarios.

Las redes sociales se han convertido en herramientas indispensables para el terrorismo y grupos terroristas que buscan sacar provecho para sus propios intereses criminales, para esto existen puntos claves como: reclutar jóvenes vulnerables a través de las redes sociales, la difusión de propaganda, con mensajes de odio, la comunicación segura, empleada para coordinar acciones de manera privada, el financiamiento utilizada para estafas y extorsiones, y el impacto en la sociedad, causando pánico en usuarios (Jaime Mayorga & Holguín, 2024). Considerando así un aumento del mal uso de los canales de información en redes sociales para aquellos que buscan sembrar el terror y preocupación en la sociedad.

En la actualidad, se ha observado un aumento en el uso de grupos de Telegram que difunden contenidos amarillistas, estos canales son considerados como espacios de interacción social, debido al papel que muestran al difundir este tipo de contenido (Sánchez Gonzales & Martos Moreno, 2020). El problema radica en que la sociedad no utiliza medios tradicionales para corroborar información que se difunde en grupos de Telegram, los mismos que utilizan fuentes primarias.

El 9 de enero del 2024, en el país, los GDO (Grupos Delictivos Organizados), se tomaron ciudades como Guayaquil, Quito y Cuenca, realizando hechos terroristas e invadieron el canal TC Televisión y amedrentaron al equipo periodístico. Se presencia-

ron amotinamientos en Centros de Privación de la Libertad, extorsiones a comerciantes, privación de libertad a policías de distintas Unidad de Policía Comunitaria y guías penitenciarios de los Centros de Privación de Libertad (CPL). Estas son las principales razones por las cuales se ha considerado que enero de 2024, es un mes con gran cantidad de contenido periodístico

El canal conocido como “Rutas del Conflicto” perteneciente a la plataforma Telegram, se considera un medio alternativo de alcance nacional que distribuye contenido de manera explícita. El grupo fue creado el 14 de octubre del 2023, cuenta con 211,572 suscriptores el 24 de mayo del 2024, por cada publicación se consideran 46 820 visualizaciones, de lo cual la tasa de participación entre publicación y visualización es del 22,13%. Se difunde cerca de 84 publicaciones diarias y establece alrededor de 283 reacciones por cada publicación en el canal; estos son datos oficiales de Telemetro Bot encargado de estadísticas en la plataforma de Telegram.

El presente estudio posee como objetivo principal evaluar los estilos periodísticos utilizados en los contenidos informativos del medio digital “Rutas del Conflicto” distribuidos a través de la plataforma Telegram durante el período de enero de 2024.

Para cumplir con este objetivo se analizará la proporción de noticias, reportajes, crónicas, entrevistas, análisis y otros formatos periodísticos presentes en el grupo de Telegram “Rutas del Conflicto” durante enero de 2024, se evaluará el número de contenidos y su clasificación por tema (Actualidad, Farándula, hechos violentos, accidentes de tránsito, política, deportes), analizando las ubicaciones geográficas más frecuentes y la concentración de la cobertura periodística por regiones o zonas de los contenidos informativos.

Metodología

La presente investigación contó con una metodología mixta, La combinación complementaria de los métodos cuantitativo y

cualitativo permite, a partir del empleo del sistema de codificación propuesto, enriquecer los puntos de vista y ayuda a alcanzar conclusiones desde una perspectiva amplia. (Jiménez, 2023) Para alcanzar los objetivos planteados en esta investigación, se combinarán métodos cualitativos y cuantitativos. Los métodos cualitativos permitirán obtener información detallada sobre los parámetros establecidos, mientras que los cuantitativos nos ayudarán a encontrar estadísticas relevantes. Utilizaremos herramientas específicas para identificar las características de los contenidos periodísticos, así como las reacciones y tendencias de los usuarios. El análisis se centrará en 542 contenidos periodísticos, publicados entre el 1 y el 31 de enero de 2024, con el fin de proporcionar una visión integral y precisa del fenómeno estudiado.

El enfoque cualitativo se basa en un análisis interpretativo del objeto de estudio, con el objetivo de comprender las acciones humanas y los fenómenos sociales en profundidad. Por otro lado, el enfoque cuantitativo busca contextualizar y reforzar la solidez y validación de los resultados obtenidos mediante el uso de datos estadísticos y métricas específicas. Combinando ambos enfoques, se logra una comprensión más completa y robusta del tema de investigación, permitiendo así obtener conclusiones más precisas y validadas. (Jiménez, 2023).

Para el enfoque cualitativo se utilizará fichas de observación directas, para una revisión exhaustiva de todos los contenidos periodísticos publicados en el grupo de Telegram “Rutas del Conflicto” durante enero del 2024. Para lo cual se plantea una tabla con los siguientes parámetros: fecha de publicación, estilo de lenguaje que contenga cada publicación, el tipo de titular presente en las publicaciones, analizar el tipo de género periodístico, clasificado en: noticias, reportajes, crónicas y entrevistas, tipo de fuente, si es primaria o secundaria, clasificar si utilizan fotos, videos o ambas, ubicación geográfica de los contenidos publicados clasificados por provincias. Analizar la temática,

clasificada en: farándula, hechos violentos, policiales, accidentes de tránsito, política y deportes. Y el contexto de cada contenido haciendo referencia a la temática. Como se presenta en la correspondiente:

Tabla 1. Tabla para análisis absoluto de contenido periodístico

Contenido periodístico “Rutas del Conflicto”										
N	Fec ha	Lengu aje	Titul ar	Tip o de titul ar	Género periodíst ico	Fuen te	Tip o de fuen te	Foto/ví deo	Ubicac ión	Temát ica

Para el enfoque cuantitativo se utilizará como herramienta, la ficha de observación para contabilizar las reacciones de las publicaciones analizadas, y distribuirlas por emociones, como son: Me gusta, Me divierte, Me encanta, Me enoja, Me entristece y Me asombra, para analizar el impacto que las mismas transmiten a su público objetivo, así mismo cuantificar el porcentaje de visualizaciones por publicación durante este período. Como se muestra en la siguiente:

Tabla 2. Tabla para reacciones y visualizaciones

Reacciones						Visualizaciones
Me gusta	Me divierte	Me encanta	Me enoja	Me entristece	Me asombra	

Esta investigación ayudará a comprender las prácticas periodísticas en la difusión de contenidos a través de plataformas de mensajería instantánea como Telegram. A su vez, permitirá analizar el impacto y la relevancia de las noticias para los usuarios, proporcionando una visión más completa de cómo se consume la información en la actualidad.

Las posibles hipótesis que se encontrarán son: las fuentes de información utilizadas principalmente son primarias (testigos, víctimas, familiares) con menor proporción de fuentes secundarias (expertos, medios de comunicación, instituciones), el uso de lenguaje es descriptivo y detallado en los contenidos, la cobertura geográfica se centra en una zona específica y las crónicas representan la mayor proporción de contenidos distribuidos en “Rutas del Conflicto”.

El análisis de contenido permitirá confirmar o refutar estas hipótesis y obtener un conocimiento más profundo sobre las tendencias periodísticas en la cobertura de las muertes violentas en el grupo de Telegram “Rutas del Conflicto”.

Resultados

Una vez desarrollado el análisis correspondiente a cada parámetro, se procederá a presentar los resultados que se ha obtenido en cada ficha de observación que se planteó. Para el enfoque cualitativo y cuantitativo, obtenido de los 542 contenidos periodísticos que se analizaron del mes de enero del 2024.

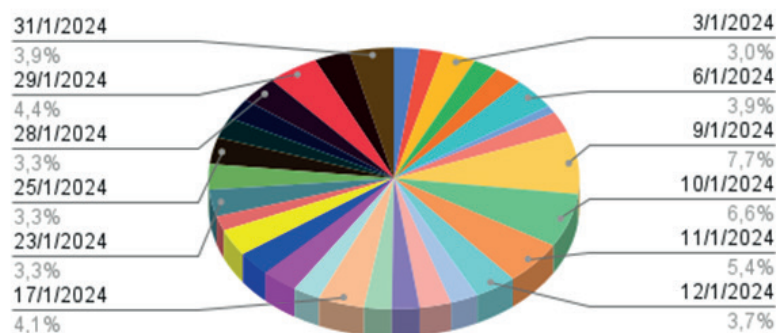


Figura 1. Contenido periodístico publicado en el período enero 2024

En relación con el primer parámetro analizado, se evidencia que el 9 de enero concentró la mayor cantidad de publicaciones, con 42 registros que representan el 7.7% del total. Le sigue el 10 de enero, con 36 publicaciones, equivalentes al 6.6%. Estos datos reflejan que ambos días fueron los de mayor actividad periodística por parte del medio, lo que pone de manifiesto la intensidad de los acontecimientos ocurridos durante ese periodo. Particularmente, el 9 de enero se destaca por su fuerte impacto en la agenda mediática nacional, debido a una serie de eventos violentos protagonizados por Grupos Delictivos Organizados (GDO). Estos grupos ejecutaron una serie de ataques coordinados en Centros de Privación de la Libertad (CPL) a nivel nacional, generando motines, secuestros de policías y guías pe-

nitenciarios, así como actos de vandalismo en Unidades de Policía Comunitaria (UPC). Además, se reportó la aparición de coches bomba en diversas ciudades del país, lo que contribuyó a un ambiente generalizado de caos e inseguridad.

El hecho más alarmante y de mayor repercusión, tanto a nivel nacional como internacional, fue la toma violenta del canal TC Televisión por parte de grupos armados, lo cual dejó en evidencia la capacidad operativa de estas organizaciones y su intención de generar terror a través de medios de comunicación masiva. Este acto no solo paralizó momentáneamente la actividad periodística del canal, sino que también simbolizó una grave amenaza contra la libertad de prensa y la seguridad institucional del país.

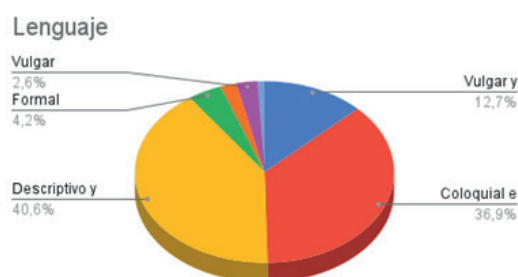


Figura 2. Clasificación del Lenguaje que utiliza el contenido periodístico

Este gráfico está dividido en seis partes, cada una representando un tipo específico de lenguaje con su porcentaje correspondiente. El lenguaje descriptivo y directo, con

un (40.6%), es el predominante, lo que refleja una intención de comunicar con claridad y riqueza sensorial, común en textos explicativos. En segundo lugar, aparece el len-

guaje coloquial e informal con un (36.9%), característico del habla cotidiana y que aporta cercanía, naturalidad y realismo al texto. Le sigue el lenguaje vulgar y coloquial con un (12.7%), un porcentaje considerable que sugiere el uso de expresiones más crudas o intensas con fines estilísticos o para transmitir emociones como la ira. El lenguaje formal, con un (4.2%), tiene poca representación, lo que indica un enfoque menos estructurado y más accesible. Por otro lado, el lenguaje vulgar, aunque con un porcentaje reducido (2.6%), refuerza la inclusión limitada de términos considerados inapropiados o populares. También se observa una pequeña proporción de lenguaje coloquial (2.0%), utilizado para facilitar la comprensión y acercarse a un público amplio mediante expresiones comunes. Finalmente,

los emoticones (0.9%), aunque visualmente informales, funcionan como recursos estratégicos para hacer las noticias más llamativas, expresivas y fáciles de entender.

Teniendo en cuenta que el lenguaje descriptivo y directo utilizado en los contenidos de Rutas del Conflicto tiene como objetivo informar sin recurrir al sensacionalismo, como se analizó previamente en el canal de Telegram, este medio tiende a combinar diferentes registros lingüísticos en sus publicaciones para captar la atención de los usuarios. En este contexto, el uso de un lenguaje descriptivo y detallado resulta particularmente eficaz, ya que permite transmitir el mensaje de forma clara, directa y comprensible, haciendo que la información sea accesible, precisa y atractiva para el lector.

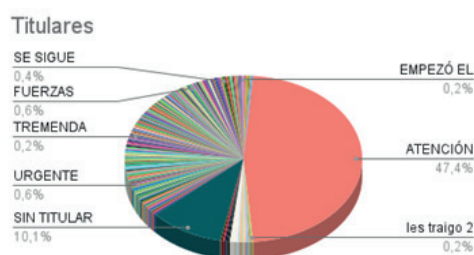


Figura 3. Titulares utilizados



Figura 4. Clasificación de titular

Como se muestra en la Figura 3, los titulares analizados presentan variaciones que van desde un lenguaje excesivamente vulgar hasta la falta de conexión con el contenido de la noticia. De las 542 publicaciones evaluadas, un 47.4% (correspondiente a 257 noticias) emplea únicamente la palabra

“ATENCIÓN” como supuesto encabezado. En algunos casos, ni siquiera se incluye un titular, lo que dificulta la identificación de la estructura periodística del contenido.

El análisis de las publicaciones de Rutas del Conflicto revela tres categorías principales,

la más predominante es "Sin titular", representando el 61.6% (334 noticias), lo que indica que la información se presenta de forma directa, sin un título que anticipe el tema o proporcione contexto previo. En segundo lugar, se encuentra el "Amarillismo", con un 34.3% (186 noticias), caracterizado por titu-

lares exagerados, llamativos o sensacionalistas, cuyo propósito es captar la atención del público y aumentar la audiencia. Finalmente, solo un 4.1% (22 noticias) corresponde a titulares informativos, los cuales se destacan por su precisión y claridad, alineándose directamente con el contenido de la noticia.

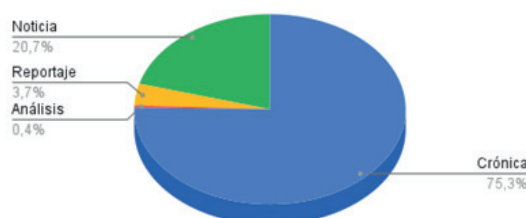


Figura 5. Estilos periodísticos en el que se clasifican los contenidos analizados

La crónica es el género predominante, abarcando un 75.3% del total. Este dato pone en evidencia una inclinación hacia narrativas detalladas que no solo informan, sino que también buscan involucrar emocionalmente al lector a través de una construcción literaria que ambienta y desarrolla los hechos progresivamente. Este enfoque subraya la intención del medio de generar una conexión tanto racional como emocional con su audiencia.

El género noticioso ocupa el segundo lugar con un 20.7%. Este estilo se centra en la presentación directa y concreta de los hechos, organizada bajo los principios básicos del periodismo: quién, qué, cómo, cuándo, dónde y por qué. Aunque en menor proporción que la crónica, esta cifra denota la importancia otorgada a la claridad y rapidez informativa.

El reportaje, con una representación del 3.7%, se caracteriza por su enfoque en el análisis profundo e investigativo. A pesar de

su valor y profundidad, su escasa presencia sugiere una menor prioridad frente a otros géneros, posiblemente debido a factores como tiempo, recursos o enfoque editorial.

Finalmente, el género análisis alcanza solo un 0.4%, evidenciando una participación marginal. Este tipo de contenido, que ofrece una interpretación crítica de los hechos, parece relegado frente a géneros más descriptivos o narrativos. Su baja representación podría deberse a una preferencia por narrativas menos reflexivas y más accesibles para la audiencia general.

En resumen, los resultados reflejan una clara tendencia hacia la narrativa inmersiva de la crónica, mientras que géneros como la noticia, el reportaje y el análisis ocupan roles secundarios. Esta estrategia sugiere una apuesta editorial por relatar los hechos con un enfoque envolvente y emocional, más que profundizar en el análisis crítico o la simple transmisión de información.

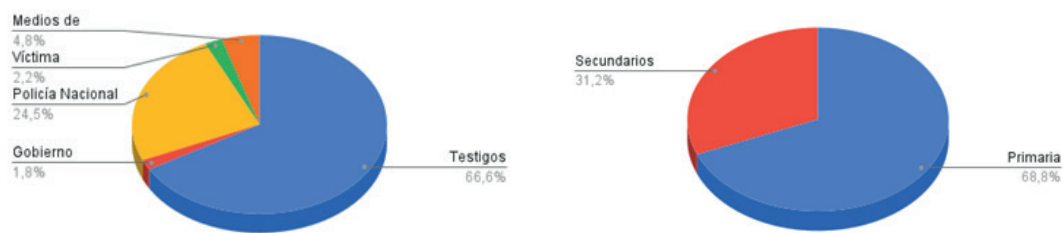


Figura 6. Fuentes que utiliza el canal “Rutas del Conflicto”, para proporcionar contenido

Las fuentes de los contenidos analizados se organizan en testigos y víctimas haciendo relación a fuentes primarias con el 68.8% equivalentes a 372 contenidos analizados. Considerando que en las fuentes secundarias están clasificadas en, noticias publicadas en cuentas oficiales por parte del Gobierno y Policía Nacional y FF.AA. los contenidos proporcionados de medios de comunicación son de: El Universo, Ecuavisa, MP Machala, Teleamazonas, Centro Digital, Correo, Radio Pichincha, Radio Dinámica EC, Primicias, TV Televisión Digital, La hora y LND La noticia Digital, buscando así, proporcionar información verídica. El grupo “Rutas del Conflicto” cuenta con el 31.2% de fuentes secundarias consultando a fuentes oficiales. En conclusión, las fuentes de información utilizadas por "Rutas del Conflicto" son principalmente primarias (testigos, víctimas, familiares), con una menor proporción de fuentes secundarias.

Las fuentes de los contenidos analizados se agrupan en dos grandes categorías: fuentes primarias y fuentes secundarias. Las fuentes primarias, representadas por testigos, víctimas y sus familiares, constituyen el 68.8%,

lo que equivale a 372 contenidos. Esta alta proporción revela una fuerte inclinación por obtener información de primera mano, directamente vinculada con los hechos relatados.

Por otro lado, las fuentes secundarias representan el 31.2% del total. Estas incluyen publicaciones emitidas por cuentas oficiales del Gobierno, la Policía Nacional y las Fuerzas Armadas, así como contenidos de diversos medios de comunicación reconocidos, entre ellos: El Universo, Ecuavisa, MP Machala, Teleamazonas, Centro Digital, Correo, Radio Pichincha, Radio Dinámica EC, Primicias, TV Televisión Digital, La Hora y LND La Noticia Digital. La consulta a estas fuentes tiene como objetivo respaldar la veracidad de la información difundida y presentarla de manera profesional.

En resumen, el grupo "Rutas del Conflicto" basa su contenido mayoritariamente en fuentes primarias, lo que refuerza la autenticidad y cercanía del relato, mientras que recurre a fuentes secundarias en menor medida, apoyándose en datos oficiales y medios establecidos para complementar y verificar los hechos presentados.

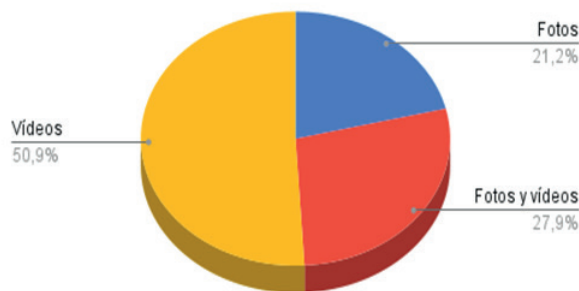


Figura 7. Multimedia en la que se representan los contenidos periodísticos

De acuerdo con la figura 6, los vídeos constituyen la mayor proporción del contenido analizado, alcanzando un 50.9%, superando a las fotografías y la combinación de ambos formatos, cuya diferencia se sitúa en un 6.7%. Este análisis revela una preferencia clara por el uso de elementos audiovisuales en la estrategia comunicativa de "Rutas del Conflicto", resaltando el impacto visual y dinámico de los vídeos como principal recurso para captar la atención de su audiencia. El grupo utiliza los vídeos como su medio principal para informar, publicándolos sin censura y con una duración promedio de menos de un minuto. Estos materiales reflejan directamente los eventos, abordando temas como accidentes de tráfico, robos y operativos policiales, entre otros sucesos relevantes. La falta de edición en estos vídeos busca transmitir los hechos de manera realista, apelando a la inmediatez y a la emotividad para generar un mayor impacto.

Además, cada noticia suele contener entre 2 y 5 elementos periodísticos que pueden combinar diferentes formatos como vídeos, fotografías o ambos. Esta variedad en la presentación del contenido no solo aumenta las posibilidades de captar la atención de distintos segmentos del público, sino que también amplía el alcance de la información. Es importante destacar que la incorporación de vídeos sin censura responde a una estrategia orientada a maximizar el nivel de engagement con el público. Este enfoque busca que los espectadores experimenten una conexión directa con la realidad mostrada, lo cual podría influir en sus percepciones y reacciones.

En resumen, el análisis demuestra que "Rutas del Conflicto" prioriza una narrativa visual e inmediata, optimizando el uso de vídeos como su principal recurso informativo. Este enfoque permite al grupo atraer a una audiencia más amplia mientras comunica los hechos de manera impactante y directa.

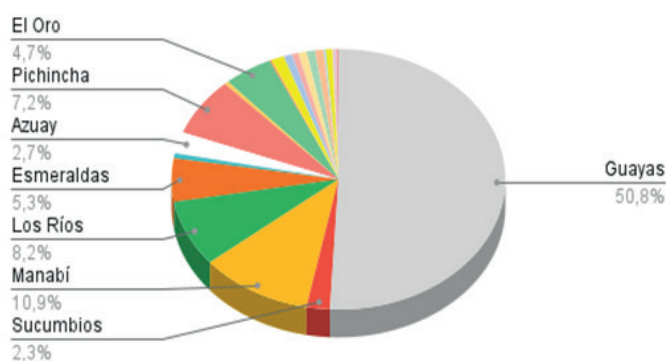


Figura 8. Ubicación geográfica con mayor y menor contenido

Este estudio investiga la distribución geográfica de la cobertura informativa en 20 provincias del país, evidenciando notables desigualdades en el nivel de atención periodística que recibe cada una. Los hallazgos indican que la provincia del Guayas abarca la mayor parte del contenido analizado, alcanzando un 50.8%. Este predominio sugiere una clara preferencia editorial hacia esta región, posiblemente influenciada por su peso demográfico y la frecuencia de eventos noticiosos en el área.

En un segundo plano, provincias como Manabí, Los Ríos y Pichincha muestran porcentajes más equilibrados, lo que indica una cobertura moderada en comparación con Guayas. Aunque estas regiones reciben atención, no alcanzan niveles similares, lo que podría deberse a la distribución de recursos periodísticos. Así mismo, provincias como Azuay, El Oro, Esmeraldas y Sucumbíos tienen porcentajes más bajos, con cifras que varían entre el 2.3% y el 5.3%. Este rango sugiere una cobertura notablemente inferior, posiblemente

limitada a eventos de gran relevancia o interés excepcional en esas localidades.

Finalmente, un grupo integrado por Zamora-Chinchipe, Chimborazo, Tungurahua, Loja, Pastaza, Imbabura, Bolívar, Napo, Orellana, Tulcán, Santo Domingo y Santa Elena presenta una representación mínima, por debajo del 1.1%. Este escaso nivel de cobertura indica una clara tendencia a marginar estas provincias, lo cual podría estar relacionado con la concentración de recursos y esfuerzos en áreas con mayor población.

Este panorama pone de manifiesto una desigualdad estructural en la atención informativa, favoreciendo a las provincias más grandes y urbanizadas del país. Las causas detrás de esta disparidad pueden estar ligadas a diversos factores, como la centralización de los medios de comunicación, la ubicación estratégica de corresponsales y el criterio editorial que prioriza las regiones que generan mayor audiencia.

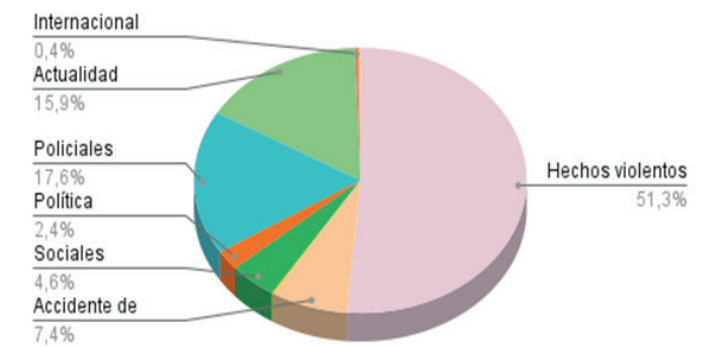


Figura 9. Temática de los contenidos analizados

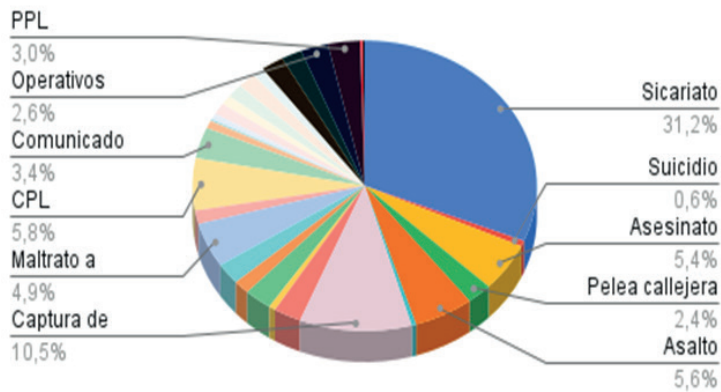


Figura 10. Clasificación de los contenidos analizados

Para las temáticas de contenidos periodísticos, estos se clasifican en: Hechos violentos con el 51.3%, de los cuales están relacionados con: sicarios, asesinatos, secuestros a comerciantes, Policía Nacional y Guías penitenciarios, atentados en distintos lugares como: UPC, carro bomba, Hospitales y en domicilios de distintas zonas del país.

Para la temática de policiales cuenta con el 17.6% que se clasifican en: captura de delincuentes, captura de terroristas, allanamientos y captura de GDO (Grupos Delictivos Organizados), Narcotráfico, captura de extorsionadores/vacunadores y Operativos realizados a lo largo del país, principalmente en las zonas más conflictivas.

En el tema de Actualidad con 15.9%, se presenta la distribución: en contenido de Centros de privación de la libertad con allanamientos, controles, corte de internet y telefonía, decomiso de sustancias ilícitas, fuga de PPL, repatriación de presos, cero privilegios para PPL. También consta en actualidad los comunicados dispuestos por el Gobierno en el mes de enero, comunicados de la ONU sobre los derechos humanos, el aumento del IVA, entre otros; como lo son contenidos relacionados con: Fito, Daniel Salcedo y Colón Pico, las temáticas también están distribuidas en Internacionales con el 0.4%, Sociales con el 4.6% que abarca a asaltos a casas, locales y transeúntes, Accidentes de tránsito con el 7.4% y temas de política con el 2.4%.

Los contenidos periodísticos analizados se clasifican en diversas temáticas, destacándose por su variedad y especificidad en la cobertura informativa, Hechos violentos (51.3%) constituyen la mayor proporción de los contenidos periodísticos. Este grupo abarca eventos relacionados con sicarios, asesinatos y secuestros, los cuales involucran tanto a comerciantes como a miembros de la Policía Nacional y guías penitenciarios**. También incluye atentados en múltiples escenarios, como Unidades de Policía Comunitaria (UPC), carros bomba, hospitales y domicilios ubicados en distintas zonas del país. Este enfoque hacia hechos de violencia refleja un interés por destacar acontecimientos que generan alto impacto en la sociedad, exponiendo su gravedad y alcance.

Temáticas policiales (17.6%) agrupan diversos eventos relacionados con actividades de seguridad y justicia, como la captura de delincuentes, terroristas y miembros de Grupos Delictivos Organizados (GDO). Además, incluyen allanamientos, narcotráfico, detenciones de extorsionadores o “vacunadores”, y operativos realizados principalmente en las zonas más conflictivas del país. Este enfoque pone en evidencia el esfuerzo de las autoridades por combatir el crimen organizado y garantizar el orden.

Actualidad (15.9%) este grupo se centra en una variedad de temas contemporáneos, como los acontecimientos en Centros de Privación de Libertad (CPL). Las noticias incluyen allanamientos, controles, cortes de internet y telefonía, decomiso de sustancias ilícitas, fugas de Personas Privadas de Libertad (PPL), repatriación de presos. También aborda comunicaciones oficiales del Gobierno, como los anuncios realizados en enero, pronunciamientos de la ONU sobre derechos humanos, y medidas económicas como el aumento del IVA. Además, se incluyen temas relacionados con figuras como Fito, Daniel Salcedo y Colón Pico, destacando su relevancia dentro del contexto nacional.

Sociales (4.6%) incluyen reportes sobre asaltos a casas, locales comerciales y transeúntes, reflejando los problemas cotidianos de seguridad que afectan a la ciudadanía. Este tipo de contenido busca visibilizar las condiciones de inseguridad que experimentan las comunidades. Accidentes de tránsito (7.4%) abordan los incidentes vehiculares, mostrando las causas y consecuencias de estos hechos. Este tipo de contenido tiene como objetivo generar conciencia sobre la prevención y seguridad vial. Política (2.4%) aunque con menor frecuencia, esta categoría incluye noticias relacionadas con actividades y decisiones del ámbito político, resaltando aspectos que impactan la gobernanza y la vida pública. Internacionales (0.4%) con una representación marginal, se enfoca en eventos relevantes de otras naciones, brindando una perspectiva global limitada pero complementaria al enfoque nacional.

En términos generales, la clasificación muestra una clara inclinación hacia la cobertura de hechos violentos y policiales, lo que podría indicar un interés editorial por resaltar el efecto de la criminalidad en el país. Al mismo tiempo, la variedad de temas abordados permite incluir una amplia gama de intereses y preocupaciones sociales, aunque su distribución en cuanto a frecuencia e importancia es desigual.

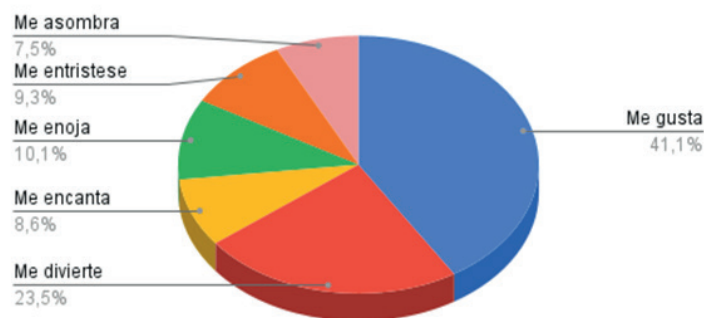


Figura 11. Emociones generadas por contenidos periodísticos

El estudio reveló que hay una variación significativa en las reacciones dependiendo del tipo de publicación. Algunas noticias recibieron todas las seis reacciones analizadas, mientras que otras solo algunas de ellas. La categoría "Me gusta" es la más común entre los contenidos analizados, lo que sugiere que la mayoría de los usuarios perciben estos contenidos de manera positiva o neutral.

Este comportamiento varía por diversos factores, como la forma en que se presentan los contenidos, el tono del titular y la temática presentada. Las noticias con un estilo más sensacionalista o impactante tienden a generar más reacciones como "Me enoja" o "Me entristece", lo que refleja un fuerte impacto emocional en los usuarios. En contraste, las publicaciones con un tono humorístico o curioso suelen provocar respuestas como "Me divierte" o "Me asombra", utilizando la creatividad y el entretenimiento para conectar con la audiencia.

Además, la manera de comunicar la noticia es crucial para obtener reacciones. Los contenidos visualmente atractivos, como imágenes impactantes o videos dinámicos, logran captar más interacciones en comparación con aquellos que solo contienen texto. Este enfoque amplía el impacto de la noticia en redes sociales.

En resumen, el análisis indica que las reacciones de los usuarios son un indicador clave del éxito y relevancia de los contenidos. Destaca el "Me gusta" existiendo una preferencia general por contenidos accesibles y populares, mientras que las otras categorías ofrecen una visión más profunda sobre el impacto emocional que ciertos temas y presentaciones pueden generar. Este estudio no solo ayuda a identificar las preferencias del público, sino también a optimizar la estrategia de comunicación para maximizar el alcance e influencia de las publicaciones.

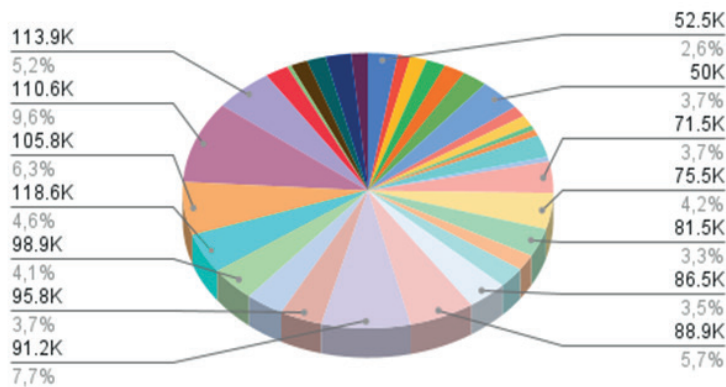


Figura 12. Visualizaciones por cada contenido periodístico

En los últimos días, las cifras de visualizaciones alcanzaron 110.6 mil (9.6%) el 9 de enero, 91.2 mil (7.7%) el 10 de enero y 88.9 mil (5.7%) el 11 de enero, indicando picos de interés en los contenidos publicados, probablemente relacionados con eventos de gran relevancia compartidos durante ese tiempo. Las visualizaciones presentan variaciones significativas que dependen de factores como la temática de las publicaciones, el tipo de lenguaje empleado y el contexto del contenido periodístico. Este análisis sugiere que la utilización estratégica de titulares atractivos, formatos audiovisuales dinámicos y enfoques específicos en las noticias ayuda a captar la atención de quienes buscan información a través de estas plataformas de mensajería instantánea. Además, la forma en que se trata cada contenido es fundamental para generar interés y fomentar la interacción.

Los resultados obtenidos en este estudio son valiosos ayudan a evaluar el impacto del contenido, sino también como identificar áreas donde se puede mejorar la estrategia comunicativa. Esta información puede servir a periodistas, medios de comunicación y organizaciones civiles como una herramienta esencial para elevar los estándares de calidad informativa y maximizar la influencia de sus publicaciones en redes sociales y plataformas de mensajería.

Discusión

Entorno a los de medios de comunicación digital actuales y frente a la investigación realizada se puede determinar que entre los resultados principales del contenido que se distribuye en “Rutas del Conflicto”, en Telegram, se ha demostrado que se utilizan más fuentes primarias, (víctimas, testigos, familiares) sin corroborar la información transmitida. Como lo menciona Sánchez-Gonzales & Martos-Moreno (2023), el modelo de plataforma de comunicación Telegram se caracteriza por ser unidireccional, donde los medios de comunicación envían noticias directamente a los usuarios. Sin embargo,

este enfoque no prioriza la retroalimentación de los usuarios, lo que puede limitar la interacción y la participación activa de la audiencia. La falta de consideración de las opiniones y respuestas de los usuarios puede afectar la calidad del contenido distribuido y la satisfacción del usuario final. “El modelo que impera en Telegram es unidireccional, basado exclusivamente en el envío directo de noticias de medios a usuarios, sin tener especialmente en cuenta la retroalimentación” (p. 108).

Además, con los resultados obtenidos, se evidencia mediante Telegram, que existe mayor presencia de usuarios, ya que estos prefieren plataformas de mensajería instantánea o redes sociales, debido a que así se transmiten más mensajes, lo cual coincide con la teoría de Dargahi Nobari et al. (2021). Publicar el contenido de los canales de Telegram en secciones más privadas, como grupos o chats privados, podría ser una estrategia altamente efectiva para aumentar el engagement de los usuarios. Al hacerlo, se facilita el acceso a contenidos atractivos de una manera más directa y personalizada. Los seres humanos tienden a ser más receptivos a la información que reciben en entornos privados o grupales, ya que estos espacios suelen fomentar una mayor interacción y sentimiento de comunidad. Además, este enfoque permitiría a los usuarios sentirse más involucrados y valorados, mejorando así la calidad de la comunicación y fortaleciendo la fidelidad hacia el contenido y la plataforma. Implementar esta estrategia podría transformar la forma en que los usuarios interactúan con el contenido, haciendo la experiencia más rica y significativa.

Frente a los resultados obtenidos indicamos que los contenidos periodísticos que se muestra en el canal “Rutas del Conflicto”, en Telegram se distingue por presentar noticias de actualidad y situaciones que suscitan día tras día en el país, siendo así una característica de los grupos de Telegram, como lo menciona Sedano Amundarain & Palomo-Torres (2023) “Telegram como sis-

tema para enviar noticias de última hora sobre acontecimientos recientes" (p. 441).

Los resultados obtenidos demuestran que la incorporación de fotos y vídeos en las noticias es una estrategia efectiva para reforzar la información y atraer a una mayor audiencia. Las imágenes y los vídeos capturan la atención de los usuarios de manera más eficiente, generando un impacto visual inmediato y mejorando la comprensión del contenido. En la actualidad, las personas son altamente receptivas a los estímulos visuales, lo que facilita que las noticias con elementos multimedia logren un mayor alcance y causen una impresión más duradera en los usuarios. Implementar y potenciar el uso de fotografías y vídeos en las publicaciones es crucial para aumentar las visualizaciones y atraer a una audiencia más amplia y comprometida. Lo cual coincide con la teoría de Sedano Amundarain & Palomo-Torres (2023), "Telegram como mensajería instantánea nos permite enviar fotografías, vídeos a la audiencia, como formato de noticia o reportaje". (p. 442).

Frente al estudio realizado, se presenta que los contenidos periodísticos del canal "Rutas del Conflicto", obtienen mayor alcance de visualizaciones por parte de las personas que no se encuentran suscritas al canal y usuarios del mismo, así como lo representa Sánchez-Gonzales & Martos-Moreno (2023).

El análisis realizado revela que, en la mayoría de los casos, las personas prefieren informarse a través de redes sociales o aplicaciones de mensajería instantánea. No obstante, esta tendencia conlleva un riesgo significativo, ya que muchos usuarios no corroboran la veracidad de la información obtenida por estos medios. La facilidad y rapidez con la que se accede a noticias y actualizaciones en estas plataformas puede llevar a la difusión de información inexacta o engañosa. Es crucial fomentar prácticas de verificación entre los usuarios para garantizar que la información consumida sea precisa y confiable, promoviendo así una cultura de responsabilidad

y discernimiento en el consumo de noticias digitales, como lo indica Sánchez-Gonzales & Martos-Moreno (2024), "los usuarios recurren a los canales de las marcas conocidas para informarse" (p. 171).

Demostrando así que existe una constante relación con la desinformación de noticias, ya que al ser una aplicación de mensajería instantánea es más propensa a viralizar los contenidos a través de grupos, como lo menciona Díez Garrido et al. (2021), "Una gran cantidad de desinformaciones encontradas fomentan la viralización y animan a los lectores a compartir la noticia" (p. 484).

El análisis realizado evidencia que, en la actualidad, Telegram se utiliza ampliamente para la distribución de noticias de diversas temáticas, tanto nacionales como internacionales, a través de sus canales. Esta plataforma no solo permite el envío de noticias, sino que también incorpora fotos y vídeos que ayudan a interpretar y comprender mejor los hechos presentados. Gracias a esta integración multimedia, Telegram ha logrado captar la atención de una audiencia más amplia y mantenerla informada de manera efectiva. Esta tendencia indica que Telegram seguirá evolucionando y desarrollándose como una herramienta esencial para la difusión de información, aprovechando al máximo los recursos visuales y tecnológicos disponibles, así como se menciona Sánchez Gonzales & Martos Moreno (2020) "Telegram continúa desarrollando su incursión en el periodismo y formando parte de las rutinas de medios y profesionales de la información" (p. 258).

Conclusiones

Las plataformas de mensajería instantánea especialmente en Telegram, según el contenido periodístico analizado en el grupo "Rutas del Conflicto" en el mes de enero, ha evidenciado que es un grupo netamente enfocado en crónicas con titulares de carácter amarillistas, utilizando la exageración para captar la atención de sus usuarios con fotografías y vídeos sin censura para informar los acontecimientos en distintas provincias del país.

Los medios de comunicación más populares como Vistazo, Sonorama, La Posta, entre otros, poseen dentro de sus contenidos noticias de interés nacional e internacional diarias. Cuentan con reportajes, noticias, consolidándose como medios de comunicación, a comparación de canales de Telegram que la mayoría de sus contenidos son vídeos polémicos y crónicas, siendo estos contenidos los que llaman la atención de varios usuarios.

Tomando en cuenta que las personas optan por mantenerse informadas a través de grupos o canales como “Rutas del Conflicto” en Telegram, donde la información es proporcionada por fuentes primarias, utilizando lenguaje coloquial e informal, en algunas ocasiones utilizan un lenguaje vulgar para expresar ciertas publicaciones y en otros casos el lenguaje es detallado y directo, demostrando así, que no cumple con una labor periodística.

En este artículo, se presentó un análisis del contenido periodístico entorno a un canal de Telegram, denominado “Rutas del Conflicto”. En el cual se examinó las características de la cobertura de noticias, el tipo de lenguaje, titulares utilizados, temática aplicada en sus contenidos, tipo de multimedia y la reacción de este contenido sobre la audiencia. Buscando entender cómo la comunidad digital se informa, interpreta y difunde información relacionada con eventos de distinta causalidad, que en su mayoría se destacan por ser violentas.

Bibliografía

- Bejarano, Z. L., Salamea, L. V., & Montecé, M. F. (2020). Redes sociales y periodismo ciudadano: investigación documental. *Journal of Science and Research*, 5(1), 149–164. <https://doi.org/10.5281/ZENODO.3599276>
- Blasco Fontecilla, H. (2021). El impacto de las redes sociales en las personas y en la sociedad: redes sociales, redil social, ¿o telaraña? *Tarbiya Revista de Investigación e Innovación Educativa*, 1(49), 97–110. <https://doi.org/10.15366/tarbiya2021.49.007>
- Dargahi Nobari, A., Sarraf, M. H. K. M., Neshati, M., & Erfanian Daneshvar, F. (2021). Characteristics of viral messages on Telegram; The world's largest hybrid public and private messenger. *Expert Systems with Applications*, 168. <https://doi.org/10.1016/j.eswa.2020.114303>
- Del Alcázar Ponce, J. P. (2024). Acceso Estado Digital Ecuador 2024 - Mentinno - Acompañamiento directivo y analítica para negocios. Mentinno - Acompañamiento directivo y analítica para negocios. <https://www.mentinno.com/acceso-estado-digital-ecuador-2024/>
- Díez Garrido, M., Renedo Farpón, C., & Cano-Orón, L. (2021). Desinformación en las redes de mensajería instantánea. Estudio de las fake news en los canales relacionados con la ultraderecha española en Telegram. *Miguel Hernández communication journal*, 12(2), 467–489. <https://doi.org/10.21134/mhjourn.v12i.1292>
- Jaime Mayorga, M. I., & Holguín, M. C. B. R. (2024). Las redes sociales como instrumento del terrorismo en el Ecuador. *Revista de la Academia de Guerra del Ejército Ecuatoriano*, 17(1), 91–102.
- Jiménez, A. M. (2023). Metodología para el estudio de la recepción de contenidos multimedia. *Comunicación & Métodos*, 9–25.
- Sánchez Gonzales, H. M., & Martos Moreno, J. (2020). Telegram como herramienta para periodistas: Percepción y uso. *Revista de Comunicación*, 19(2), 245–261. <https://doi.org/10.26441/rc19.2-2020-a14>
- Sánchez Gonzales, H. M., & Martos Moreno, J. (2024). Consumo incidental de noticias en Telegram. *Estudios sobre el mensaje periodístico*, 30(1), 164–176. <https://doi.org/10.5209/esmp.92127>
- Sánchez-Gonzales, H.-M., & Martos-Moreno, J. (2023). Producción y distribución de noticias de los medios de comunicación en Telegram. *Communication & Society*, 36(1), 95–112. <https://doi.org/10.15581/003.36.1.95-112>
- Sedano Amundarain, J. A., & Palomo-Torres, M. B. (2023). Innovación aplicada a la comunicación periodística inmediata en España: el caso de Telegram y WhatsApp. *Universidad de Málaga*.



CREATIVE COMMONS RECONOCIMIENTO-NOCOMERCIAL-COMPARTIRIGUAL 4.0.

CITAR ESTE ARTICULO:

Cóndor Gavilema, N. L. (2025). Análisis del contenido periodístico en el grupo de Telegram “Rutas Del Conflicto” en el mes de enero del 2024. RECIMUNDO, 9(Especial), 57–73. [https://doi.org/10.26820/recimundo/9.\(esp\).mayo.2025.57-73](https://doi.org/10.26820/recimundo/9.(esp).mayo.2025.57-73)