



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**

**(UTN)**

**FACULTAD FECYT DE EDUCACIÓN CIENCIA Y TECNOLOGÍA**

**(FECYT)**

**CARRERA: COMUNICACIÓN SOCIAL EN LÍNEA**

**INFORME FINAL DEL TRABAJO DE TITULACIÓN, EN LA  
MODALIDAD DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN**

**TEMA:**

**“REDES SOCIALES Y PERIODISMO: ANÁLISIS SOBRE EL  
PERIODISMO DIGITAL Y LA CRISIS INFORMATIVA DE LA  
PRENSA ESCRITA DE LA CIUDAD DE IBARRA”**

**Trabajo de titulación previo a la obtención del título de *Licenciatura en Comunicación*.**

**Línea de investigación:** Desarrollo social y del comportamiento humano

**Autor:** Gabriela Alexandra Chalcualán Piaún

**Director:** MSc. Judith Mercedes Bayas Jiménez

**Ibarra -Octubre – 2025**



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**  
**BIBLIOTECA UNIVERSITARIA**

**AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD  
TÉCNICA DEL NORTE**

**IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA**

En cumplimiento del Art. 144 de la Ley de Educación Superior, hago la entrega del presente trabajo a la Universidad Técnica del Norte para que sea publicado en el Repositorio Digital Institucional, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

<b>DATOS DE CONTACTO</b>		
<b>CÉDULA DE IDENTIDAD:</b>	1004035471	
<b>APELLIDOS Y NOMBRES:</b>	CHALCUALÁN PIAÚN GABRIELA ALEXANDRA	
<b>DIRECCIÓN:</b>	La Floresta- Ibarra	
<b>EMAIL:</b>	<a href="mailto:gachalcualanp@utn.edu.ec">gachalcualanp@utn.edu.ec</a>	
<b>TELÉFONO FIJO:</b>	0	<b>TELÉFONO MÓVIL:</b> 0983603919

<b>DATOS DE LA OBRA</b>	
<b>TÍTULO:</b>	“REDES SOCIALES Y PERIODISMO: ANÁLISIS SOBRE EL PERIODISMO DIGITAL Y LA CRISIS INFORMATIVA DE LA PRENSA ESCRITA DE LA CIUDAD DE IBARRA”.
<b>AUTOR (ES):</b>	GABRIELA ALEXANDRA CHALCUALÁN PIAÚN
<b>FECHA: DD/MM/AAAA</b>	01/10/2025
<b>SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO</b>	
<b>PROGRAMA:</b>	<input checked="" type="checkbox"/> <b>PREGRADO</b> <input type="checkbox"/> <b>POSGRADO</b>
<b>TITULO POR EL QUE OPTA:</b>	Licenciada en Comunicación
<b>ASESOR / DIRECTOR:</b>	MSc. Joselyn López / MSc. Judith Bayas

## CONSTANCIAS

El autor (es) manifiesta (n) que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto, la obra es original y que es (son) el (los) titular (es) de los derechos patrimoniales, por lo que asume (n) la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá (n) en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, al 01 día, del mes de octubre de 2025

### **EL AUTOR:**

Firma.....

Nombre: Alexandra Chalcualán.

**CERTIFICACIÓN DEL DIRECTOR DEL TRABAJO DE INTERGRACIÓN CURRICULAR**

Ibarra, 25 de septiembre de 2025

**MSc. Judith Bayas Jiménez**  
**DIRECTOR DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR**

**CERTIFICA:**

Haber revisado el presente informe final del trabajo de integración curricular, el mismo que se ajusta a las normas vigentes de la Unidad Académica de la Universidad Técnica del Norte; en consecuencia, autorizo su presentación para los fines legales pertinentes.



*MSc. Judith Bayas Jiménez*  
C.C.: 1002798096

## **DEDICATORIA**

Con nostalgia y con el corazón lleno de gratitud, dedico este trabajo a quienes han sido mi mayor inspiración en todo este proceso educativo.

A mi madre, que con amor infinito y sacrificio silencioso me ha sostenido en cada paso de la vida. Ella ha sido mi guía, mi fortaleza y mi inspiración, la mujer que me enseñó a no rendirme ante las adversidades y a confiar siempre en que los sueños, por más lejanos que parezcan, pueden alcanzarse con esfuerzo y fe. Cada palabra de ánimo cuando sentía rendirme, cada abrazo que me devolvió la calma, han sido el combustible que me ha impulsado a llegar hasta aquí. Este triunfo no es solo mío, sino también suyo, porque es el reflejo de sus valores, de su paciencia y de todo lo que ha sembrado en mí desde el inicio de mi vida.

A la empresa Workforce, agradezco profundamente por haber creído en mí y haberme brindado la oportunidad de crecer tanto en lo personal como en lo profesional. Workforce no solo es un espacio de trabajo, sino también una escuela de vida donde aprendí el valor de la constancia, la disciplina y la resiliencia a luchar por los sueños. Gracias a su respaldo y confianza, encontré la motivación para avanzar en este camino académico y para convertirme en alguien más fuerte y más preparado.

Este trabajo es testimonio de que nada es imposible cuando se cuenta con el apoyo de seres invaluable y de instituciones que apuestan por el crecimiento humano. Hoy, más que un logro académico, es una victoria compartida con quienes han marcado mi vida con amor, esfuerzo y fe inquebrantable.

De: Alexandra

## **AGRADECIMIENTO**

A Dios, por darme la vida, la fortaleza y la sabiduría necesarias para superar cada desafío que se presentó en este camino. A mi madre, por su amor inquebrantable, por el apoyo y por enseñarme a nunca rendirme. A mis maestros, por su paciencia, sabiduría y asistencia en lo que se convirtió en mi crecimiento académico.

Quisiera expresar mi más sincero agradecimiento a mi asesora de tesis, Mgs. Judith Bayas, por su valiosa orientación y asistencia en este proceso. Su dedicación, paciencia y conocimiento contribuyeron en gran medida al desarrollo de este trabajo. Durante el período de mi investigación, a mi docente MSc. Joselyn López no solo me brindó su experiencia académica, sino que también me infundió el impulso para superar dificultades al igual que mi estimada MSc. Gabriela Arcos quien con su templanza me ha dado el empuje para culminar este proceso; asimismo, me inculcó en sus valores y conocimientos. A la empresa Workforce, por la oportunidad brindada, por su respaldo y por contribuir de manera significativa a mi desarrollo profesional y académico.

Por: Alexandra

## RESUMEN EJECUTIVO

Este estudio se centra en la transformación digital del periodismo local en la ciudad de Ibarra, utilizando al Diario del Norte como estudio de caso, un medio impreso cuya circulación y sostenibilidad económica han disminuido notablemente durante el período 2020–2025. Para comprender cómo el advenimiento del periodismo digital ha impactado su actual crisis de información, nuestro objetivo es que esto genere algunas estrategias que, a su vez, se adapten a los nuevos hábitos de consumo y producción. La investigación combinó encuestas aplicadas a los habitantes de Ibarra con registros de observación de los medios impresos y digitales. Este enfoque permite comparar la percepción pública y la interacción con ambos formatos.

Los resultados de esta investigación ponen en evidencia que el Diario del Norte mantiene cierta relevancia entre sus lectores tradicionales, su presencia digital es débil. Su sitio web recibe pocas visitas directas y su principal canal de difusión es Facebook. Asimismo, se observa que la audiencia prefiere contenidos visuales, breves e interactivos, lo cual contrasta con el estilo más rígido de su edición impresa. En conclusión, la crisis del diario no es únicamente económica, sino también estructural, resultado de una estrategia digital poco desarrollada, limitada innovación narrativa y escasa conexión con su audiencia. Ante este panorama, se plantea como solución reforzar su presencia multicanal, adoptar formatos digitales más dinámicos y fortalecer el vínculo con la comunidad para asegurar su sostenibilidad a largo plazo.

**Palabras clave:** Periodismo digital, crisis informativa, transformación mediática, estrategia digital, consumo informativo.

## **ABSTRACT**

This study focuses on the digital transformation of local journalism in the city of Ibarra, using Diario del Norte as a case study, a print media outlet whose circulation and economic sustainability have declined significantly during the period 2020–2025. To understand how the advent of digital journalism has impacted its current information crisis, our goal is to generate strategies that, in turn, adapt to new consumption and production habits. The research combined surveys of Ibarra residents with observational records of print and digital media. This approach allows for a comparison of public perception and interaction with both formats.

The results show that although Diario del Norte maintains some relevance among its traditional readers, its digital presence is weak. Its website receives few direct visits, and its main dissemination channel is Facebook. Moreover, the audience prefers visual, brief, and interactive content, which contrasts with the more rigid style of its print edition. In conclusion, the newspaper's crisis is not only economic but also structural, resulting from an underdeveloped digital strategy, limited narrative innovation, and weak connection with its audience. In light of this, the proposed solution is to strengthen its multichannel presence, adopt more dynamic digital formats, and reinforce its community ties to ensure long-term sustainability.

**Keywords:** Digital journalism, informational crisis, media transformation, digital strategy, information consumption.

# ÍNDICE DE CONTENIDOS

IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA .....	III
CONSTANCIAS.....	IV
CERTIFICACIÓN DEL DIRECTOR DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR.....	V
DEDICATORIA .....	VI
AGRADECIMIENTO.....	VII
RESUMEN EJECUTIVO .....	VIII
ABSTRACT.....	IX
ÍNDICE DE TABLAS .....	XIV
ÍNDICE DE FIGURAS.....	XV
INTRODUCCIÓN .....	18
CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO.....	19
1.1    Periodismo .....	19
1.1.1    Periodismo Tradicional .....	19
1.1.2    Transición al Periodismo Digital.....	20
1.2    Comunicación .....	21
1.2.1    Dinámicas del proceso comunicativo.....	21
1.2.2    Importancia del proceso comunicativo.....	22
1.2.3    La Comunicación Digital.....	23
1.2.4    Desarrollo de la Comunicación Digital .....	23
1.3    Periodismo Digital .....	24
1.3.1    Contexto del Periodismo Digital .....	25
1.3.2    Características del Periodismo Digital.....	26
1.3.3    Ciberperiodismo y Herramientas .....	27
1.3.4    Periodismo y Redes Sociales .....	28
1.4    Efectos de la Transformación Digital de los Contenidos.....	28
1.4.1    Tipos de Redes Sociales .....	29
1.4.2    Factores y características de la transformación del periodismo tradicional a la digital.....	30
1.4.3    Estudio en la redacción del periodismo tradicional y periodismo digital.....	31
1.5    Breve Historia de Diario del Norte como medio de comunicación .....	31
CAPÍTULO II: MATERIALES Y MÉTODOS .....	33
2.1    Tipo y Diseño de Investigación.....	33
2.2    Técnicas e Instrumentos de Investigación .....	33
2.3    Preguntas de investigación .....	35
2.4    Matriz de operacionalización de variables o matriz diagnóstica.....	36

Tabla Matriz 1 .....	36
Tabla Matriz 2 .....	37
2.5 Población y Muestra.....	40
2.5.1 Población .....	40
2.5.2 Muestra .....	41
2.6 Procedimiento y análisis .....	42
2.6.1 Definición de la Población y Muestra .....	42
2.6.2 Análisis de Datos.....	44
CAPITULO III: RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	45
3.1 Resultados de la investigación cuantitativa .....	45
Figura 1 <i>¿Es lector habitual del diario impreso o digital del Diario del Norte?</i> .....	45
Figura 2 <i>Encuestados por Edad</i> .....	45
Figura 3 <i>Género</i> .....	46
Figura 4 <i>Nivel de instrucción</i> .....	46
Figura 5 <i>Ocupación</i> .....	47
Figura 5 <i>Frecuencia de lectura del Diario del Norte en formato impreso</i> .....	47
Figura 7 <i>Evaluación sobre contenidos de Diario del Norte</i> .....	48
Figura 8 <i>Temas mejor tratados en el periódico.</i> .....	49
Figura 9 <i>¿Qué aspectos considera necesitan mejora en el diario impreso?</i> .....	49
Figura 10 <i>¿Con que frecuencia accede a la versión digital de Diario del Norte?</i> .....	50
Figura 11 <i>¿A través de qué medios accede normalmente a Diario del Norte?</i> .....	50
Figura 12 <i>¿Qué formatos digitales prefiere al consumir noticias?</i> .....	51
Figura 13 <i>Evaluación experiencia versión digital Diario del Norte.</i> .....	51
Figura 14 <i>¿Qué tan frecuentemente realiza las siguientes acciones con el contenido digital?....</i>	52
Figura 15 <i>Características más importantes en una noticia digital</i> .....	53
Figura 16 <i>¿Qué estrategias considera necesarias para mejorar la adaptación del Diario del Norte al entorno digital?</i> .....	53
Figura 17 <i>¿Qué estrategias considera necesarias para mejorar la adaptación del Diario del Norte al entorno digital?</i> .....	54
Figura 18 <i>¿Estaría dispuesto a pagar por contenido digital exclusivo del Diario del Norte? ....</i>	54
3.2 Resultados de la ficha de observación .....	55
Figura 19 <i>Indicadores generales sobre las publicaciones físicas en el Diario del Norte</i> .....	55
Figura 20 <i>Contenido – Autoreferencial</i> .....	56
Figura 21 <i>Referencias Externas</i> .....	56
Figura 22 <i>Referencias internas</i> .....	57
Figura 23 <i>Presentación de la información</i> .....	57
Figura 24 <i>Formato periodístico</i> .....	58
Figura 25 <i>Actores sociales</i> .....	58

Figura 26 <i>Cobertura en territorio</i> .....	59
Figura 27 <i>Temática</i> .....	59
Figura 28 <i>Interacción: Like – Me gusta</i> .....	60
Figura 29 <i>Interacción: Comentarios</i> .....	60
Figura 30 <i>Participación 1</i> .....	61
Figura 31 <i>Participación</i> .....	61
Figura 32 <i>¿Como participa?</i> .....	61
Figura 33 <i>Hashtags</i> .....	62
Figura 34 <i>Formato del contenido</i> .....	62
Figura 35 <i>Plataforma</i> .....	63
Figura 36 <i>Usos</i> .....	63
Figura 37 <i>Acceso</i> .....	64
Figura 38 <i>Interacción: Usuario</i> .....	64
Figura 39 <i>Actualización de contenidos</i> .....	65
Figura 40 <i>Formato multimedia</i> .....	65
Figura 41 <i>Alcance</i> .....	66
Figura 42 <i>Seguridad y privacidad</i> .....	66
Figura 43 <i>Datos de contenido</i> .....	67
Figura 44 <i>Fuentes</i> .....	67
Figura 45 <i>Fuentes - Referencias</i> .....	68
Figura 46 <i>Calidad informativa</i> .....	68
Figura 47 <i>Formato periodístico</i> .....	69
Figura 48 <i>Actores sociales</i> .....	69
Figura 49 <i>Alcance territorial</i> .....	70
Figura 50 <i>Temática</i> .....	70
Figura 51 <i>Reacciones – me gusta</i> .....	71
Figura 52 <i>Interacción - Comentarios</i> .....	71
Figura 53 <i>Interacción - Retuits</i> .....	72
Figura 54 <i>Actividad de usuarios</i> .....	72
Figura 55 <i>Formato de participación</i> .....	73
Figura 56 <i>Usos</i> .....	73
Figura 57 <i>Contenidos</i> .....	74
Figura 58 <i>Plataforma</i> .....	74
Figura 59 <i>Usos</i> .....	75
Figura 60 <i>Accesibilidad a la red</i> .....	75
Figura 61 <i>Interacción</i> .....	76
Figura 62 <i>Actualizaciones</i> .....	76

Figura 63 <i>Multimedia</i> .....	77
Figura 64 <i>Distribución de contenido y alcance</i> .....	77
Figura 65 <i>Seguridad y privacidad del medio</i> .....	78
Figura 66 <i>Contenidos</i> .....	78
Figura 67 <i>Fuentes</i> .....	79
Figura 68 <i>Calidad informativa</i> .....	79
Figura 69 <i>Actores sociales</i> .....	80
Figura 70 <i>Alcance territorial</i> .....	80
Figura 71 <i>Temática</i> .....	81
Figura 72 <i>Interacción - like</i> .....	81
Figura 73 <i>Usos</i> .....	82
Figura 74 <i>Plataformas</i> .....	82
Figura 75 <i>Usos</i> .....	83
Figura 76 <i>Accesos</i> .....	83
Figura 77 <i>Formatos</i> .....	84
Figura 78 <i>Ficha de observación de noticias en redes sociales de Diario del Norte</i> .....	84
Tabla Matriz 3 <i>Resumen temático de hallazgos entrevista a la Gerencia. Gerente, Daniela Castillo.</i> .....	85
3.2.1 <i>Conclusión General</i> .....	87
3.3 <i>Discusión</i> .....	87
CAPITULO IV: <i>PROPUESTA</i> .....	90
CAPITULO V: <i>CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES</i> .....	95
3.4 <i>Conclusiones</i> .....	95
3.5 <i>Recomendaciones</i> .....	96
REFERENCIAS.....	97
ANEXOS .....	105
3.5.1 <i>Fichas de observación</i> .....	109

## ÍNDICE DE TABLAS

<u>Tabla Matriz 1 Operaciolización</u> .....	35
<u>Tabla Matriz 2 Matriz de objetivos y variables</u> .....	36
<u>Tabla Matriz 3 <i>Resumen temático de hallazgos entrevista a la Gerencia. Gerente, Daniela Castillo.</i></u> .....	85

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 <i>¿Es lector habitual del diario impreso o digital del Diario del Norte?</i> .....	45
Figura 2 <i>Encuestados por Edad</i> .....	45
Figura 3 <i>Género</i> .....	46
Figura 4 <i>Nivel de instrucción</i> .....	46
Figura 5 <i>Ocupación</i> .....	47
Figura 5 <i>Frecuencia de lectura del Diario del Norte en formato impreso</i> .....	47
Figura 7 <i>Evaluación sobre contenidos de Diario del Norte</i> .....	48
Figura 8 <i>Temas mejor tratados en el periódico</i> .....	49
Figura 9 <i>¿Qué aspectos considera necesitan mejora en el diario impreso?</i> .....	49
Figura 10 <i>¿Con que frecuencia accede a la versión digital de Diario del Norte?</i> .....	50
Figura 11 <i>¿A través de qué medios accede normalmente a Diario del Norte?</i> .....	50
Figura 12 <i>¿Qué formatos digitales prefiere al consumir noticias?</i> .....	51
Figura 13 <i>Evaluación experiencia versión digital Diario del Norte</i> .....	51
Figura 14 <i>¿Qué tan frecuentemente realiza las siguientes acciones con el contenido digital?</i> ....	52
Figura 15 <i>Características más importantes en una noticia digital</i> .....	53
Figura 16 <i>¿Qué estrategias considera necesarias para mejorar la adaptación del Diario del Norte al entorno digital?</i> .....	53
Figura 17 <i>¿Qué estrategias considera necesarias para mejorar la adaptación del Diario del Norte al entorno digital?</i> .....	54
Figura 18 <i>¿Estaría dispuesto a pagar por contenido digital exclusivo del Diario del Norte?</i> ....	54
Figura 19 <i>Indicadores generales sobre las publicaciones físicas en el Diario del Norte</i> .....	55
Figura 20 <i>Contenido – Autoreferencial</i> .....	56
Figura 21 <i>Referencias Externas</i> .....	56
Figura 22 <i>Referencias internas</i> .....	57
Figura 23 <i>Presentación de la información</i> .....	57
Figura 24 <i>Formato periodístico</i> .....	58
Figura 25 <i>Actores sociales</i> .....	58
Figura 26 <i>Cobertura en territorio</i> .....	59
Figura 27 <i>Temática</i> .....	59
Figura 28 <i>Interacción: Like – Me gusta</i> .....	60
Figura 29 <i>Interacción: Comentarios</i> .....	60
Figura 30 <i>Interacción: Retuits</i> .....	61
Figura 31 <i>Participación</i> .....	61
Figura 32 <i>¿Como participa?</i> .....	61
Figura 33 <i>Hashtags</i> .....	62
Figura 34 <i>Formato del contenido</i> .....	62

Figura 35 <i>Plataforma</i> .....	63
Figura 36 <i>Usos</i> .....	63
Figura 37 <i>Acceso</i> .....	64
Figura 38 <i>Interacción: Usuario</i> .....	64
Figura 39 <i>Actualización de contenidos</i> .....	65
Figura 40 <i>Formato multimedia</i> .....	65
Figura 41 <i>Alcance</i> .....	66
Figura 42 <i>Seguridad y privacidad</i> .....	66
Figura 43 <i>Datos de contenido</i> .....	67
Figura 44 <i>Fuentes</i> .....	67
Figura 45 <i>Fuentes - Referencias</i> .....	68
Figura 46 <i>Calidad informativa</i> .....	68
Figura 47 <i>Formato periodístico</i> .....	69
Figura 48 <i>Actores sociales</i> .....	69
Figura 49 <i>Alcance territorial</i> .....	70
Figura 50 <i>Temática</i> .....	70
Figura 51 <i>Reacciones – me gusta</i> .....	71
Figura 52 <i>Interacción - Comentarios</i> .....	71
Figura 53 <i>Interacción - Retuits</i> .....	72
Figura 54 <i>Actividad de usuarios</i> .....	72
Figura 55 <i>Formato de participación</i> .....	73
Figura 56 <i>Usos</i> .....	73
Figura 57 <i>Contenidos</i> .....	74
Figura 58 <i>Plataforma</i> .....	74
Figura 59 <i>Usos</i> .....	75
Figura 60 <i>Accesibilidad a la red</i> .....	75
Figura 61 <i>Interacción</i> .....	76
Figura 62 <i>Actualizaciones</i> .....	76
Figura 63 <i>Multimedia</i> .....	77
Figura 64 <i>Distribución de contenido y alcance</i> .....	77
Figura 65 <i>Seguridad y privacidad del medio</i> .....	78
Figura 66 <i>Contenidos</i> .....	78
Figura 67 <i>Fuentes</i> .....	79
Figura 68 <i>Calidad informativa</i> .....	79
Figura 69 <i>Actores sociales</i> .....	80
Figura 70 <i>Alcance territorial</i> .....	80
Figura 71 <i>Temática</i> .....	81

Figura 72 <i>Interacción - like</i> .....	81
Figura 73 <i>Usos</i> .....	82
Figura 74 <i>Plataformas</i> .....	82
Figura 75 <i>Usos</i> .....	83
Figura 76 <i>Accesos</i> .....	83
Figura 77 <i>Formatos</i> .....	84
Figura 78 <i>Ficha de observación de noticias en redes sociales de Diario del Norte</i> .....	84

## INTRODUCCIÓN

La presente investigación se centra en analizar cómo el periodismo digital está transformando la producción, distribución y consumo de noticias en la ciudad de Ibarra, Ecuador, a partir del estudio de caso de Diario del Norte. La investigación parte del reconocimiento de que los medios tradicionales enfrentan una crisis de audiencia, credibilidad y sostenibilidad, agravada por la irrupción de entornos digitales y el cambio en los hábitos de consumo informativo de la población local. En este contexto, la digitalización no ha resuelto del todo los problemas inherentes al sector informativo, pero sí ha planteado nuevos retos y oportunidades tanto para periodistas como para el público.

El marco teórico aborda la evolución del periodismo desde sus formas tradicionales, caracterizadas por la unidireccionalidad y control editorial centralizado, hasta el periodismo digital, que promueve la interactividad, la inmediatez y la convergencia de nuevas tecnologías. Además, se analizan las particularidades del periodismo local en Ibarra, identificando las estrategias de adaptación del Diario del Norte frente a la disminución de la circulación impresa y la necesidad de construir audiencias fieles en el entorno digital.

A través de una metodología mixta que combina encuestas, entrevistas y observación de contenidos, el estudio indaga en la percepción de los ciudadanos sobre la credibilidad y relevancia de las noticias, el análisis de los formatos impresos y digitales, y la identificación de buenas prácticas y áreas de mejora para un periodismo sostenible y pertinente en la era digital. De este modo, la investigación se posiciona como una contribución relevante para comprender la dinámica actual de los medios en Ibarra y ofrece recomendaciones para fortalecer la relación entre el periodismo local y su comunidad en el ecosistema digital.

# CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO

En este capítulo, construyo la base de mi investigación, que se centró en cómo el periodismo digital influye en la crisis de noticias en Ibarra. Se dice que el periodismo digital y la crisis de información que enfrentan los medios tradicionales son dos factores interrelacionados; existen varios estudios internacionales los cuales indican que la digitalización no ha resuelto los problemas inherentes en este sector. Diario del Norte, por ejemplo, ha visto caer su circulación impresa en Ecuador dramáticamente. Superar las dificultades financieras con ediciones digitales se convierte en un problema importante. Además, hay una tendencia hacia noticias agregadas en red a través de las redes sociales, la limitada presencia de medios comunitarios y la falta de profesionalización empeoran las cosas; por lo tanto, es correcto que ahora continúe exigiéndose la transformación del periodismo local.

## 1.1 Periodismo

En el mundo actual, el periodismo o la comunicación social juegan un papel importante, como lo señaló Abdul en 2020 Mendieta y Estrada (2023) hablan sobre cómo el periodismo ha cambiado a lo largo de los años, mostrando que desde que las personas comenzaron a escribir y luego inventaron la prensa de impresión, las personas siempre han querido compartir cosas importantes sobre lo que sucede a su alrededor Este viaje a través de la historia muestra cómo compartir cosas y alcanzar los objetivos de la marca importan en sociedades que se involucran con él.

Por su parte, Rojo (2020) describe el periodismo como el conjunto de técnicas y recursos orientados a la obtención de información de fuentes fidedignas, la cual posteriormente será analizada de forma exhaustiva con el objetivo de extraer conclusiones objetivas con respecto a la influencia de un hecho específico sobre la realidad. El periodismo no se trata solo de transmitir datos, es un gran problema para pensar las cosas y tomar decisiones, configurando cómo funciona la sociedad Teniendo en cuenta lo que se ha dicho antes, está claro que el periodismo se trata de usar ciertos métodos y herramientas para desenterrar información sobre una realidad particular, y luego compartir cómo esa realidad afecta nuestra vida cotidiana.

### 1.1.2 Periodismo Tradicional

En los informes de noticias de la vieja escuela, la forma en que transmiten información es directa de unidireccional, de arriba a abajo, y todo el control está en un solo lugar El periodista o medio elabora el mensaje, lo envía a través de un medio (prensa, radio, televisión), y la audiencia lo consigue sin mucha interacción No hay una reacción o ajuste instantáneo al crear el contenido que esta configuración permite a los periodistas reunir una

práctica que se trata de verificar los hechos, organizar la información por importancia y ser la fuente de noticias.

Según América Cabrera Almeida (2023), este tipo de periodismo es el núcleo de lo que hace los medios, marcados por ser justos, responsables y éticos, actuando como una fuente confiable y oficial para el público. Hagan hincapié en que lo clave de este medio es su dependencia de formatos impresos, de radio y TV. Mientras que según Vinueza y Sanz (2023), enfatizan que el periodismo tradicional se constituye gracias al trabajo del periodista que, desde su profesionalismo y en el rigor de los principios éticos, guía a la población hacia la búsqueda de la verdad como un reflejo de la sociedad, generando información subjetiva. De esta manera, el vínculo entre los eventos mundiales y el público ha sido puesto en los medios de comunicación tradicionalistas. La información se organiza para que las personas puedan entenderla y analizarla por sí mismas (Cabrera, 2021).

Como señala Guarnizo (2022), el periodismo tradicional se ha convertido así en un elemento esencial en el proceso de formación de la identidad sociocultural y la memoria histórica. Los medios de comunicación se han encargado de documentar eventos noticiables que forjan la realidad política, social y económica de cada año. En otro sentido, proporcionan registros que pueden ser consultados por las generaciones venideras, datos cruciales sobre los cuales basar sus propios análisis de la historia y cómo nos afecta hoy. Los datos que recogen de la historia son donde surge su importancia; estos se utilizan no solo como evidencia, sino también como demostración o confirmación de puntos realizados a través del análisis en diferentes escalas temporales.

Como señala Almeida (2023), este periodismo sobresale por cómo cuenta las cosas y los tipos de historias que usa, que van desde dar noticias y contar relatos hasta investigar y entrevistar, resaltando que cada forma tiene su razón de ser al cambiar la información, dejando ver los hechos desde varios ángulos. En consonancia con lo anterior, es necesario decir que el periodismo tradicional forma la comunicación humana basada en un orden establecido; solo con estricta adhesión a principios establecidos se puede generar información que hace que la sociedad influya a menudo en las personas para ver a la luz del mundo que les rodea.

### **1.1.3 Transición al Periodismo Digital**

En contraste, el periodismo digital es un concepto totalmente nuevo en comparación con los medios tradicionales. Los orígenes de ambos están arraigados en la sociedad y la tecnología, pero son fenómenos muy diferentes en realidad. Según Guarnizo Delgado (2022), la comunicación social hoy en día ha cambiado radicalmente en su modo de transmitir información. Todo es el resultado de nuevas demandas culturales y necesidades planteadas por la tecnología o tales surgimientos para tal existencia. Toda esta evolución está estrechamente ligada al desarrollo tanto del internet como de las redes sociales.

El sentimiento público se ha inclinado cada vez más hacia los formatos en línea en este contexto, haciendo necesario que el periodismo se adapte a nuevas formas de comunicación si quiere seguir siendo influyente y una voz de fiabilidad en un entorno cada vez más influenciado por las tecnologías digitales. Valbuena (2023) señala que el periodismo en línea ha traído cambios significativos en la forma en que las personas acceden a la información, principalmente porque dicho uso extensivo de la tecnología de la comunicación y la información está disponible para todos. Desde este punto de vista, estos cambios han facilitado que las personas encuentren una amplia variedad de contenidos y participen activamente. Esto es especialmente cierto con las oportunidades llevadas a cabo en campos tan fértiles como el reciente crecimiento en las redes sociales y los nuevos medios digitales. Con esto en mente, tuvimos que cambiar toda nuestra escala de comunicación.

De acuerdo con lo anterior, se destaca que, a diferencia del esquema de siempre, donde la comunicación iba en una sola dirección, el periodismo digital ha facilitado una mayor participación de los usuarios, quienes ahora no solo consumen información, sino que también pueden interactuar, expresar opiniones y crear su propio contenido. En relación con los aportes descritos previamente, se identifica que el proceso de transformación del periodismo hacia la era digital debe asumirse considerando las exigencias de la sociedad, con respecto a la generación, manejo y transmisión de información en base a un sinnúmero de herramientas tecnológicas que optimizan la capacidad operativa de los medios de comunicación, así como las funciones del comunicador social.

## **1.2 Comunicación**

La comunicación puede definirse como el proceso fundamental mediante el cual los seres humanos intercambian información, ideas, emociones y conocimientos, utilizando diversos recursos lingüísticos, tecnológicos y simbólicos, para fortalecer los vínculos sociales y construir el sentido de pertenencia en una sociedad. Como señala Salazar (2020), “la comunicación surge de esa necesidad humana básica de compartir datos con lo que nos rodea, creando así redes de intercambio que hacen posible la interacción entre nosotros”.

### **1.2.1 Dinámicas del proceso comunicativo**

Según el punto de vista de Salazar (2020), la comunicación surge de esa necesidad humana básica de compartir datos con lo que nos rodea, creando así redes de intercambio que hacen posible la interacción entre nosotros. La comunicación, tal como se presenta aquí, no es un simple cálculo estadístico, y es aún menos un trabajo puramente mecánico. Es una actividad humana que moderniza la vida humana, une a las personas, trae armonía a la sociedad; sin comunicación, sería difícil vivir en cualquier parte del mundo.

Por otro lado, según la visión de Guijarro (2020), la comunicación sirve como un canal para que las personas expresen ideas, opiniones, conocimientos y emociones. Es un portador de diversos mensajes que ayudan a construir conexiones interpersonales por las cuales puede llegar la compañía de los demás o su rastro remoto. Esto aporta significativamente al desarrollo de relaciones sociales, además implica y da a conocer que el intercambio de contenidos fomenta la construcción de espacios para el entretenimiento y el debate sobre las noticias, fortaleciendo la cohesión dentro de la sociedad. En cuanto al desarrollo del proceso analizado, Aramendia (2020) explica que el proceso comunicativo responde a modelos específicos, destacándose el modelo de transmisión que se centra en el mensaje enviado entre emisor y receptor, rasgo esencial para destacar la función de la información en un contexto específico. En ello se destaca la importancia del contenido y la forma de darlo a conocer para lograr resultados favorables por medio de la ciudadanía quien recepta la información.

De forma similar, Santillán (2020) destaca que, a pesar de los diversos modelos implementados para definir el proceso comunicativo, es esencial considerar que la transmisión de información depende de procesos sociales alternativos, tales como la aplicación de las nuevas TIC, mismas que agilizan la forma como los individuos interactúan entre sí y con el entorno. Sin embargo, no se le está dando suficiente énfasis a cómo los contextos culturales y sociales influyen en la interpretación de los mensajes.

La estructuración del periodismo en su forma tradicional y en internet se basa en este tipo de comunicación. Aunque tienen similitudes en cuanto a su funcionamiento, los cambios en la tecnología han alterado de manera bastante fundamental la base estructural de ambos procesos, la posición del periodista e incluso las audiencias mismas. Comprender estos cambios es esencial para garantizar un periodismo de alta calidad en la era digital.

### **1.2.2 Importancia del proceso comunicativo**

Teniendo la comunicación como la base de todas las relaciones humanas, necesitamos recordar y darnos cuenta de lo importante que es para nuestra vida cotidiana. Otero (2020) dice que es algo que construimos juntos y lo destaca como su punto principal. Necesitamos conectarnos con los demás, buscando vínculos sociales, lo que puede ilustrar, por un lado, cómo el mundo nos afecta y también lo que hemos hecho. Los hábitos de comunicación se inculcan y fomentan en este viaje, convirtiéndose en una parte necesaria para el crecimiento personal. Además, vale la pena mencionar que, hoy en día debido a los avances tecnológicos y científicos, nuestra forma de comunicarnos ha avanzado enormemente.

Existen posibilidades para manejar información fácilmente, de manera rápida y precisa, por ejemplo, a través de servicios de correo modernos. Gracias a esto, nuestras comunicaciones llegan mucho más allá de sus destinatarios originales (Maigret, 2024). Sobre lo que se acaba de mencionar, se reconoce que la generación y transmisión de

conocimiento influyen directamente en las concepciones del hombre sobre el mundo que lo rodea.

### **1.2.3 La Comunicación Digital**

En este contexto, la evolución de la comunicación digital ha redefinido el rol del periodista, lo que se analiza en el siguiente apartado. Al definir el acto comunicativo, se reconoce diferentes formas de generar intercambio de información entre dos o más personas. Sarmiento y Reinoso (2021) definen dicho concepto como el conjunto de recursos y avances tecnológicos enfocados en la optimización de conceptos enfocados en la transmisión de la información, lo cual debe generarse a través de un medio tecnológico específico. En este sentido, Dueñas y Gómez (2021) explican que la comunicación de tipo digital se basa en la implementación de estrategias comunicacionales diferenciadas, que permiten generar intercambios de información alternativos a lo tradicional.

Como se dice en concordancia con lo expuesto, Arminola y García (2020) enfatizan como principal recurso la aplicación de tecnologías informativas en la comunicación, esto debido principalmente a las ventajas presentadas al momento de transmitir información, tales como el desarrollo de procesos comunicativos interactivos, sincrónicos, globales, la difusión masiva de información, entre otras circunstancias.

Ahora con relación a los aportes anteriores de distintos investigadores, se define a la comunicación digital como la capacidad de generar e implementar recursos específicos, generalmente de tipo tecnológico, durante el proceso de transmisión de información, hecho que genera un sinnúmero de ventajas, entre las cuales se destacan la inmediatez, globalización, sincronía y masividad.

### **1.2.4 Desarrollo de la Comunicación Digital**

En cuanto al periodismo digital y con referencia a la definición y caracterización previa de la comunicación digital, es necesario reconocer su desarrollo. Geneteau (2021) explica de manera breve que, desde la invención de la imprenta en el siglo XV, el ser humano ha sabido proporcionarse de los medios y recursos necesarios que le han permitido optimizar la comunicación, al establecer diferencias en la interacción bidireccional y en tiempo real entre los periodistas y la audiencia.

Desde la creación y surgimiento de los medios digitales, hasta la revolución tecnológica propiciada por las TIC, al fomentar un flujo constante de comentarios, debates y retroalimentación podemos ver que, el autor citado agrega que la implementación de nuevas tecnologías ha generado ventajas estratégicas relacionadas con el intercambio de la información, al enriquecer la calidad y relevancia de las noticias, adaptadas a la necesidad actual. En base a todo lo mencionado, los autores Meza y Vásquez (2021) dan a conocer

que el desarrollo de la comunicación digital se ha generado mediante la inserción continua y permanente de nuevos recursos tecnológicos innovadores que han influido en elementos específicos del circuito comunicativo, por ejemplo, la determinación del código, canal o contexto socio-comunicativo.

Siendo esto importante, lo que debemos recalcar es que la comunicación digital tiene sus propias características que alteran cómo se transmite el mensaje. Debido a esto, Aramendia (2020) sostiene que este tipo de comunicación enriquece en gran medida la interacción social. Permite una mayor flexibilidad en los intercambios comunicativos y ofrece una variedad de herramientas que pueden mejorar el proceso. En consecuencia, el proceso comunicativo se ve obligado a adoptar un enfoque más interactivo, alimentado por la dinámica del entorno digital, donde la efectividad de un mensaje depende de cuán adaptable sea a múltiples plataformas, así como de su claridad, accesibilidad y atractivo. Por lo tanto, los reporteros tienen que desarrollar todo tipo de habilidades técnicas y nuevos métodos de narración para no perder el interés o la lealtad de sus lectores. Se puede ver, por lo tanto, que con la comunicación digital, el cambio en el modo de interacción ha ocurrido porque las personas adaptan sus formas de interactuar para ajustarse a las herramientas y plataformas que tengan a su disposición.

### **1.3 Periodismo Digital**

Podríamos decir que el periodismo es un oficio en el que se busca noticias, se procesan y se difunden los resultados a todos aquellos que los necesitan. Con originalidad, con integridad, con misión social y una disposición para el elogio legítimo, trabajamos para mantener a la sociedad informada sobre lo que ocurre a su alrededor hoy o mañana (McNair, 2017). En estos tiempos, esta profesión ha cambiado mucho debido a nuestra comprensión cada vez más profunda de la informática. Ha dado lugar al periodismo electrónico, es decir, una forma completamente nueva de hacer las cosas. Esto no solo cambia los sitios de noticias, sino también cómo las contamos y de qué tratan, cómo presentamos a los lectores sus propios datos a cambio. Al mismo tiempo, cambia la función del periodista y la manera de comunicarse con el público. También es clave entender que esta revolución tecnológica que ha cambiado el periodismo actual viene de lejos.

Geneteau (2021) explica que el periodismo digital empezó a asomar en los años 80, con las primeras publicaciones en internet. Entre los momentos más importantes están el primer periódico digital en Reino Unido en 1980, la llegada de internet como fuente de noticias en los noventa y la aparición de blogs y podcasts en los 2000, que trajo más variedad de formatos. Estos sucesos marcaron el inicio de una nueva etapa en cómo se hace y se comparte la información, cambiando las costumbres del periodismo de antes y abriendo la puerta a una comunicación con más contacto y menos centralizada. Al principio del periodismo digital, las páginas web solo copiaban las ediciones impresas, sin cambiar mucho cómo se veían. Pero, a medida que más gente tuvo acceso a internet y mejoraron las

herramientas para navegar, los medios empezaron a probar cosas nuevas como videos, audios y otras opciones interactivas. Este cambio no solo hizo que las noticias fueran más entretenidas, sino que también acercó a los medios con su público, permitiendo que la gente participara más y diera su opinión. El crecimiento del periodismo incluye, últimamente, un sinnúmero de eventos e hitos que han marcado el cambio de los procesos de comunicación hacia la cultura digital.

Así, como bien apuntaba Guarnizo Delgado (2022), se argumenta que todo esto ha propiciado un nuevo modo de entender el periodismo, que ahora pide a gritos maneras distintas de contar las cosas. Por ello, la utilización de elementos multimedia, hipertextos y opciones interactivas ha cambiado la forma en que se crea y se comparte la información, volviendo al periodismo digital algo intrincado, adaptable y con muchas facetas. Varios estudiosos remarcan que uno de los resultados principales de este cambio es que ahora es más fácil para todos acceder a la información, ya que cualquiera puede crear y compartir cosas en internet.

A pesar de ello, esta apertura también ha traído consigo demasiada información, haciendo más difícil saber qué fuentes son fiables. En esta situación, el periodismo de verdad tiene el desafío de destacar por su calidad, su ética al informar y su compromiso con la sociedad en un mundo lleno de datos y mensajes (Burbano, 2023). Por lo tanto, teniendo en cuenta lo que dicen estos autores, es importante señalar que el avance del periodismo digital, aparte de traer ventajas en la creación, gestión y cambio de la información, también ha supuesto un cambio importante en cómo debe ser un comunicador social. Este debe ajustarse a lo que se pide ahora, saber manejar las herramientas tecnológicas y responder a la rapidez que exige el mundo digital. Por todo esto, el periodista de hoy en día debe mejorar sus habilidades y tener una forma de trabajar que combine la forma de contar las cosas, el análisis y la tecnología para lograr una comunicación más viva y en la que todos puedan participar.

### **1.3.1 Contexto del Periodismo Digital**

El periodismo en línea opera bajo un esquema que fomenta la interacción, la pluralidad de voces y una estructura menos jerárquica. Aquí, el periodista ya no es la única fuente de información; el público tiene la capacidad de crear contenido, dar réplica, añadir opiniones o difundir noticias a gran escala (Sarmiento y Reinoso, 2021). La retroalimentación es inmediata y masiva, lo cual afecta la temporalidad y estructura del mensaje. El canal ahora lo integran una red de plataformas (redes sociales, blogs, aplicaciones), donde el mensaje circula en tiempo real y en diversos formatos (texto, video, imagen, audio). Esto incorpora nuevos elementos en el proceso comunicativo, como los algoritmos, la curaduría digital y los metadatos (Balasingham, 2025).

El desarrollo del periodismo abarca en los últimos tiempos un sinnúmero de eventos e hitos que han marcado la transformación de los procesos comunicativos hacia la cultura digital. Con relación al tema, se explica que dicho escenario pone de manifiesto una nueva

articulación discursiva del periodismo que obliga a pensar en formas novedosas de narrar las historias, donde los recursos multimedia, hipertextuales e interactivos han modificado la forma de transmitir información (Guarnizo Delgado, 2022).

Definitivamente es importante reconocer que la revolución tecnológica que ha transformado el ejercicio periodístico actual tiene raíces en procesos históricos de largo recorrido. De manera similar, Geneteau (2021) destaca que los albores del periodismo digital se remontan a los años ochenta, cuando las primeras revistas electrónicas hicieron su aparición. Algunos momentos clave incluyen el debut del primer diario digital en el Reino Unido allá por 1980, la adopción generalizada de internet como fuente de noticias durante los noventa, y la expansión de los formatos en la década del 2000, con el auge de los blogs y los pódcast. Tales sucesos señalan el comienzo de una etapa sin precedentes en la creación y distribución de noticias, que transforma las costumbres periodísticas de siempre y fomenta una comunicación más participativa y horizontal. La evolución en la manera en que nos comunicamos requiere que repensemos la función del periodista. En el mundo digital, ya no es el periodista quien tiene la última palabra, sino más bien quien elige la información, verificando, dando contexto e interpretando una gran cantidad de datos dispersos. Socialmente, este nuevo modelo impulsa que más personas puedan expresarse, pero también incrementa riesgos como la información falsa, el exceso de noticias y la polarización. Esto resalta lo importante que es la educación sobre los medios y la ética profesional.

### 1.3.2 Características del Periodismo Digital

De conformidad con las investigaciones académicas recientes, las características más relevantes del periodismo digital son:

- **Humanismo digital:** La idea central del humanismo digital es lograr que la tecnología refleje nuestros principios como seres humanos, abarcando aspectos como la moral, la justicia y el progreso social dentro del mundo digital (Erich, 2024).
- **Transformación de identidades:** La digitalización está alterando nuestra percepción de lo que significa ser periodista, afectando relaciones sociales, poder y autonomía profesional (Werthner, 2021).
- **Nuevas dinámicas colaborativas:** El aprendizaje y trabajo digital en entornos como el metaverso favorecen dinámicas colaborativas que contradicen el aislamiento habitual atribuido a lo digital (Valdés Godínez y Ángel Rueda, 2023).
- **Convergencia tecnológica:** Según Nikitenko (2025), el periodismo en línea se apoya en herramientas como la IA, el big data y los algoritmos para crear, difundir y adaptar las noticias.
- **Replanteamiento de la legalidad:** la era digital requerirá nuevas leyes y constituciones que intenten controlar o incluso canalizar el poder de las plataformas en línea.

- **Cambio en hábitos del usuario:** la pandemia ha intensificado la función de los medios digitales como fuente de información, transformando a los usuarios en entornos digitales en consumidores más activos y discriminantes (Sotomayor, 2021).
- **Crítica al reconocimiento digital:** sin embargo, la necesidad de obtener aprobación y ser visto en las redes (Herzog, 2024) ha traído nuevas formas de autoritarismo y enfermedades sociales a los entornos del periodismo digital.

El periodismo digital transformará cómo se disemina y se consume la información hoy en día y ha alterado completamente la relación entre los medios y el destinatario; a diferencia de los días anteriores del periodismo, en los que los plazos de publicación o las transmisiones de televisión regulaban las historias de noticias y los eventos de la vida real estaban en gran medida fuera del alcance de cualquiera, excepto de unos pocos privilegiados que estaban en el lugar, el mundo en línea de hoy lleva las noticias a todos a cualquier hora con fronteras disueltas por nuevas tecnologías de entrega de información, como el correo push o los teléfonos móviles, que proporcionan acceso desde prácticamente cualquier punto de vista en nuestro globo. Permite a los usuarios empoderarse al permitirles participar en la creación de sus propios relatos de lo que ven, oyen y sienten en la vida que les rodea (Herrera y Castillo, 2023).

El uso de tecnologías digitales ha reforzado la flexibilidad y personalización de la comunicación. Los lectores intercambian datos importantes y toman decisiones públicas en opiniones y actitudes inmediatas, lo que cambia la función del periodista, que ya no es solo un transmisor de noticias, sino más bien un puente entre eventos y personas que buscan un conocimiento fresco y más fácilmente comprensible (Lado, 2021).

### 1.3.3 Ciberperiodismo y Herramientas

Robledo (2022) plantea que el ciberperiodismo es una nueva manera de ejercer el periodismo, que demanda habilidades para crear contenido en variados formatos, ajustables a distintos públicos. Se distingue por su rápida propagación, la interacción con la audiencia, el uso de elementos multimedia, la hipertextualidad y la disponibilidad al instante. A diferencia del periodismo clásico, basado en la impresión y reparto físico, el ciberperiodismo prospera sobre todo en plataformas digitales, brindando información al momento y accesible desde cualquier dispositivo conectado a la red. Gómez (2023) aclara que el ciberperiodismo consiste en ejercer el periodismo en el ámbito digital, valiéndose de herramientas y tecnologías como internet, redes sociales y dispositivos móviles para crear, difundir y consumir información. Asimismo, el empleo de apps móviles y la optimización de los sitios web para móviles posibilitan que los usuarios accedan a la información desde cualquier sitio y a cualquier hora, aumentando la velocidad de consumo de noticias y transformando las costumbres informativas de la sociedad.

### **1.3.4 Periodismo y Redes Sociales**

El periodismo digital ha dado origen a nuevas formas y nuevos recursos al momento de transmitir información, entre ellos se incluye el uso de redes. Freixa (2020) explica que, mediante la conexión en redes, se han abierto nuevas fronteras en el proceso y envío de todo tipo de mensajes en tiempo real, además de estrategias comunicativas relacionadas con conferencias audiovisuales online, que enriquecen la forma como se genera y transmite información.

Martínez y Villanueva (2019) destacan cómo las redes sociales, al emplearse en la comunicación del periodismo digital, han cambiado de manera importante el papel del comunicador social. Ahora, este profesional cuenta con herramientas novedosas que influyen en lo que comunica y en cómo lo presenta. Si bien esta evolución expande las opciones para expresarse e informar, también plantea retos relevantes. Sobresale la importancia de asegurar que el contenido sea cierto, junto con la cada vez mayor necesidad de combatir la difusión de noticias engañosas. En este panorama, es vital que los periodistas actualicen constantemente sus habilidades digitales y tecnológicas, para asegurar un ejercicio profesional ético, eficiente y acorde al contexto informativo actual.

La implementación de redes sociales ha transformado la forma como se genera y desarrolla el periodismo, además de influir en los medios de transmisión de información, permite al comunicador establecer un vínculo más cercano que lo relacione con el entorno en el cual se generan los hechos.

### **1.4 Efectos de la Transformación Digital de los Contenidos**

Según Delgado y Quiroga (2023), al analizar cómo evoluciona el periodismo digital y cómo esto afecta la creación de contenido, notamos que la forma en que entendemos y confirmamos la información ha cambiado mucho. Esto se debe a que las redes sociales ahora son fuentes importantes de información para muchas personas en nuestra sociedad digital. En este sentido, la transformación digital ha cambiado por completo cómo se crea, se comparte y se utiliza la información. La digitalización ha hecho que sea más fácil acceder a los contenidos y que estos circulen más, lo que ha modificado las formas tradicionales de hacer periodismo. Los medios de comunicación ya no dependen solo del papel, sino que ahora usan páginas web, aplicaciones y redes sociales como herramientas clave para llegar a más gente y conectar con audiencias de todo el mundo.

Freixa (2020) explica que en la actualidad cada usuario puede transformarse en productor, consumidor y difusor de contenidos si posee un teléfono móvil a su disposición. La información y su comunicación ya no es exclusiva del periodista que labora en un medio, lo que requiere que los expertos en información se mantengan actualizados acerca de las modificaciones que se presentan en el ambiente digital (Díaz, 2021).

### 1.4.1 Tipos de Redes Sociales

Las principales redes sociales como herramientas de difusión de información, caracterizadas por su inmediatez, globalización y el hipertexto, son:

- Facebook: Ochoa (2021) señala que Facebook nació el 4 de febrero de 2004 gracias a Mark Zuckerberg, quien la pensó como un sitio para divertirse y que los alumnos de Harvard pudieran charlar. Con el paso del tiempo, esta red creció muy rápido en todo el mundo y ahora es un lugar público muy popular. A partir de su apertura al público en 2005, Facebook permitió a los usuarios gestionar de manera más precisa los contenidos que deseaban compartir, estableciendo así un modelo de comunicación personalizada que influyó en la forma de distribuir información en la era digital.

Da la posibilidad de difundir novedades a más gente, ayudando a los medios a generar perfiles, foros y citas donde se muestra material audiovisual, textos, grabaciones y emisiones en directo (Villalobos, Fuentes, Morales, y Cupil, 2023). Un punto importante es que los reporteros usan Facebook para comunicarse cara a cara con la gente, animar a hablar y darle continuidad a sucesos noticiosos al instante (Newman, Fletcher, Schulz, Andí, y Nielsen, 2023).

- Instagram: Kevin Systrom y Mike Krieger la crearon en 2010, resaltando desde el principio por su estilo visual. Entre sus puntos fuertes está la gran diversidad de opciones que brinda para incentivar el contacto con la gente, sobre todo al subir fotos, videos, GIFs y otros elementos que recurren a la comunicación no verbal. Esto ha ayudado a que los jóvenes la acepten más, al hacer más fácil una forma de hablar más directa, bonita a la vista y expresiva (Gianella Caramutti Frías, 2020).

Si bien esta plataforma no está diseñada para la creación de noticias, se ha vuelto muy popular en el periodismo en línea, ya que permite a los medios contar historias visualmente de forma rápida y directa. Instagram fomenta la conexión con los usuarios a través de comentarios, reacciones y hasta encuestas en sus historias, creando así un diálogo abierto.

- X (Anteriormente Twitter): Se ha convertido en una herramienta clave para los medios por su habilidad para comunicar noticias de manera simple, veloz y precisa, como señala Gelpi (2018). Esta red se ha destacado por sus mensajes cortos, conocidos como tweets. Apoya estos tweets ofreciendo enlaces, hashtags y menciones para una mayor interacción con la audiencia. Ahora cuenta con características que la convierten en un lugar activo y útil para conectar con muchos usuarios, importante para difundir información rápidamente (Restrepo, García y Arboleda, 2020).

Los periodistas utilizan este lugar para reportar en tiempo real sobre eventos de última hora, como desastres naturales, elecciones o crisis internacionales. Aquí puedes interactuar directamente con periodistas y medios sin intermediarios, hacer preguntas, realizar comentarios, discutir con las noticias. Por lo tanto, se ha convertido en una gran plataforma

de periodismo de noticias debido a su énfasis en la inmediatez y la participación de la audiencia (Posetti, 2018). Más allá de las simples redes sociales, estas plataformas son ahora el primer canal para la comunicación, intercambio y difusión instantánea de contenido. Su elección se justifica por su gran peso en el ecosistema digital y el impacto realizado en las dinámicas de consumo de información. A diferencia de otras redes, que se basan en entretenimiento o mensajería privada, este tipo de redes sociales combina factores como la inmediatez, la capacidad multimedia, la interactividad masiva con una audiencia masiva. Para concluir: también constituyen un punto en el cual convergen diferentes formatos de información (Andrada y Franganillo, 2024).

Estas plataformas sociales cumplen universalmente con la sustancia y forma del rol desempeñado por el periodismo online mencionado anteriormente. Facebook, interactuando con grupos de noticias y sistemas de segmentación, hace que las noticias lleguen a audiencias específicas caracterizadas por los medios digitales. Instagram ensalza la presentación visual y audiovisual de la información porque la hace más atractiva y fácil de entender para la audiencia, resultando en una mayor comunicación a través de imágenes y video. Por su parte, X parece clave en esta forma de información en tiempo real. Tanto los medios como los individuos participan cada vez más activamente con respuesta. Esto está sucediendo ahora mismo mientras estos eventos ocurren (Sánchez, Martínez Acebal y García Galera, 2022).

#### **1.4.2 Factores y características de la transformación del periodismo tradicional a la digital**

El futuro del periodismo se caracteriza por una serie de oportunidades y amenazas alternas que cambian con la innovación tecnológica en los patrones de consumo de información. La rapidez en la propagación de noticias y la competencia por lectores han marcado una era muy estresante para el periodismo, advierten Gee y Guitart (2019). Sin embargo, en tales circunstancias, principios fundamentales como la autonomía editorial y el compromiso con la verdad aún deben mantenerse, porque la presión de informes más inmediatos ha llevado a los medios tradicionales a reorganizar sus mecanismos internos para adaptarse a dos premisas principales: en nuestra era digital en constante cambio, cualquier red que no pueda mantenerse al día con las actualizaciones quedará desactualizada; y su relación cercana con los lectores (Palacios y Moreno, 2025).

El auge de estas plataformas de redes sociales ha transformado fundamentalmente cómo se circula la información. Muchas maneras de interactuar al enviar y recibir han permitido que las partes interactúen directamente en tiempo real. El rol del periodista se redefine ahora; ya no solo informa, sino que también coordina activamente formas más participativas de comunicación que son más rápidas y extendidas (Palacios y Moreno, 2025). Nuevas tecnologías visuales y de audio han creado una forma única de comunicación en tecnologías de información y comunicación. Este nuevo modelo

tecnológico globalizado ha llevado a la probable reestructuración de la geografía (Mayre y Hidalgo, 2020).

### **1.4.3 Estudio en la redacción del periodismo tradicional y periodismo digital**

La redacción digital cumple un papel clave en el periodismo contemporáneo, ya que define la interacción de los reportajes multimedia y orienta los nuevos géneros periodísticos, permitiendo adaptar los contenidos a las exigencias del entorno digital mediante el uso de herramientas tecnológicas que facilitan la creación de productos modernos y atractivos para audiencias cada vez más dinámicas (Calvo, 2019).

En este contexto, se destaca que en la actualidad se puede diferenciar claramente el periodismo digital del tradicional, considerando que el primero requiere un enfoque pragmático enfocado en generar nuevas estrategias que permitan diversificar la forma en que genera y transmite información sobre el entorno, dando paso a una nueva forma de compartir contenidos, mientras que el segundo cuenta con un enfoque formal (Estrada-García y Gamir-Ríos, 2023).

### **1.5 Breve Historia de Diario del Norte como medio de comunicación**

Luis Mejía Montesdeoca fundó el Diario del Norte en 1987 en Ibarra. En poco tiempo, el diario alcanzó los estándares comunitarios del norte del país y se convirtió en una referencia informativa para todos los que necesitaban la opinión de expertos sobre las condiciones locales. Desde la década de 1990 hasta el 2000, se desarrolló como un periódico confiable y estable en la región, ejerciendo una poderosa influencia local. Se transformó en un buen periódico, basado en el modelo de líder en noticias rurales que levantó y sacudió las cosas de un extremo a otro durante los últimos 15 años de historia de publicación.

Pero en la transición de la década de 2010 hacia los medios sin papel, cambió la impresión por el periodismo digital en su propio sitio web y a través de las redes sociales. Luego, al adoptar un formato de reporte multiplataforma, logró ampliar su alcance más allá del espacio físico inmediato en la cobertura de noticias locales, acercándose lo más posible a los detalles para no requerir demasiado esfuerzo de las personas que realmente están muy ocupadas. Desde comienzos de 2021, el Diario del Norte ha estado presente en todos los eventos significativos que moldean la opinión pública. Y lo ha hecho en nombre de las personas locales cuyo bienestar está en juego.

El periódico Diario del Norte, como se evidencia en su sitio oficial (elnorte.ec), cubre las noticias locales de Imbabura, Carchi y el norte de Pichincha, y el punto de vista de las tres provincias ayuda a que la vida parezca habitada no solo por agricultores sino también por escritores. Presenta artículos sobre el desarrollo socioeconómico local, noticias nacionales

e internacionales, temas sociales con sabor local e incluso un poco de sabor internacional. Tal cobertura integral permite a las personas comprender mejor su propia situación. También promueve el ingreso turístico de muchos países, ayudando así a construir reservas internacionales o ingresos por intercambio extranjero a partir de la venta de productos en el exterior. Su valioso lector esperaría que la publicación, que sigue un programa diario tanto en su versión impresa como digital siga de cerca los formatos establecidos. Los lectores lo encontrarán tanto en sus páginas de Facebook, Twitter, Instagram; ofrece otros servicios como ediciones impresas con entrega a domicilio; además de archivos PDF que datan de tiempos remotos a través de su sitio web mediante una cuenta en la cual también se puede acceder a todos los textos y publicidad, además de versiones digitales interactivas de cada número desde entonces. Ahora cuenta con más de 50 colaboradores, así como con instalaciones modernas para ayudarle a conectar mejor con la comunidad.

Se puede concluir que, desde su creación en 1987, el Diario del Norte ha evolucionado de un medio impreso local a una plataforma digital moderna, manteniendo su firme compromiso con la comunidad del norte de Ecuador porque no se siente bien hacer historia, todo de una vez. Su presencia continua en la ciudad de Ibarra e influencia en toda Imbabura lo convierten en un jugador clave en la ecología mediática regional.

## CAPITULO II: MATERIALES Y MÉTODOS

Para llevar a cabo esta investigación, una mezcla de métodos cualitativos y cuantitativos pertenece a la predicción de conducta de visión única sobre el aumento y la revisión personalizada que debe darse manualmente. Nos ayuda a entender cómo evolucionan los procesos y diferentes direcciones de creación y distribución de material, lo que arroja luz sobre la manera en que los ciudadanos evalúan obtener información digitalmente. Bases de datos en línea como Google y Baidu ofrecen vastas cantidades de información gratuita para cualquiera con acceso. Como señalaron Ávila Feria (2020) y Osorio & Castro (2021), la investigación mixta es distinta en la medida que es capaz de incorporar no solo métodos e instrumentos de recolección de datos, sino también el análisis de datos. Se diferencia al mismo tiempo de otros enfoques al combinar mediciones cuantitativas con evaluaciones cualitativas para abordar un problema de investigación.

El marco metodológico está estructurado sobre un estudio de caso enfocado en puntos de publicación impresa en Ibarra que tienen presencia en Internet, con especial atención a Diario del Norte. Es en parte descriptivo y en parte orientado a propuestas, buscando definir las características de los fenómenos, así como posibles estrategias para adaptarse a un contexto digital.

### 2.1 Tipo y Diseño de Investigación

- **Descriptivo:** El objetivo fue examinar en detalle los aspectos clave del periodismo digital, los problemas que enfrenta la prensa tradicional y cómo la gente de Ibarra se informan actualmente.
- **Propositivo:** Se crea una guía útil sobre cómo manejar la información en el periodismo digital, ofreciendo así una respuesta concreta a los retos observados.

Diseño de Investigación:

- **Estudio de Caso:** Se centrará en el Diario del Norte de la ciudad de Ibarra para un análisis profundo de su proceso de adaptación al entorno digital y la situación de su prensa.

### 2.2 Técnicas e Instrumentos de Investigación

Con el fin de garantizar que los datos obtenidos en esta investigación sean precisos y confiables, se han elegido métodos y herramientas adecuados para el problema que se investiga y los objetivos específicos del estudio. Uno a uno, los métodos de aplicación y herramientas para dicha aplicación se describen en la siguiente sección de este documento.

**Encuesta.** Según Ávila y González (2020), la encuesta es una técnica de recopilación de datos mediante la aplicación de un cuestionario a un grupo de personas representativo del

universo, llamado muestra, con el fin de obtener información sobre las características, opiniones o comportamientos de quienes responderán a este instrumento.

Este estudio proporcionará la información necesaria de la encuesta para delinear el perfil del lector de Ibarra, comprender la producción de información y las percepciones de los lectores con los medios de comunicación, registrar formatos utilizados por el periodismo digital y qué herramientas tecnológicas se están empleando, así como establecer una base para proponer directrices sobre la gestión de la información digital.

**Cuestionario.** Para llevar a cabo la encuesta, se desarrolló un cuestionario hecho a medida que fue preparado especialmente para uso no controlado en esta investigación. Comprende preguntas con opciones predefinidas, agrupadas por temas ya identificados.

**Ficha de Observación.** Un instrumento a través del cual recolecto observaciones es la hoja de observación. Esta es una herramienta indispensable en la metodología mixta que se sigue aquí, como apunta Feria Ávila (2020). Facilita el registro sistemático de comportamientos, interacciones y eventos en entornos de la vida real. Por ejemplo, se puede usar para investigar cómo las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) afectan diferentes actividades sociales, como en el caso del periodismo. Para este estudio, se diseñaron especialmente dos formularios de observación para capturar diferentes tipos de datos.

**Ficha de Observación de Contenido Impreso.** Orientada al análisis del contenido informativo en el formato impreso del Diario del Norte. En Imbabura, el período entre el 17 y el 31 de octubre de 2024 abarca diversas actividades de interés público. Se conmemora el Día Internacional para la Erradicación de la Pobreza, una fecha mundial que genera debates y reflexiones importantes. Además, el 31 de octubre es una fecha particularmente activa: a nivel nacional, se celebra el Día del Escudo, una efeméride cívica relevante, y, al igual que en el resto del país, se festeja Halloween, una celebración internacional que, aunque no es tradicionalmente ecuatoriana, ha ganado mucha popularidad en lo cotidiano de esas fechas. Es precisamente por estas razones que el análisis del contenido informativo en el formato impreso del Diario del Norte se enfoca en este período. La confluencia de una fecha mundial de gran escala social, una efeméride cívica nacional y una festividad internacional tan extendida, provoca una mayor actividad social y un consecuente incremento en el interés del público por informarse, lo que hace de estos días un momento óptimo para evaluar cómo el diario cubre estos eventos.

La selección de este lapso de 17 días para analizar el contenido impreso del Diario del Norte se fundamenta metodológicamente en su capacidad para establecer un diseño de investigación longitudinal de corte temporal específico, crucial para comprender la dinámica informativa en el contexto de la crisis de la prensa en Ibarra. Este período es idóneo porque, al ser lo suficientemente amplio, permite observar de manera representativa la frecuencia de publicación y una diversidad temática considerable, garantizando la inclusión de acontecimientos variados sin saturar el análisis. Además, al proyectarse en el futuro, posibilita evaluar cómo la estructura editorial, la extensión del contenido y los tipos

de noticias se adaptan a las presiones de dicho entorno, todo ello mientras se mantiene un volumen de datos manejable para un análisis fuerte.

**Ficha de Observación de Contenido Digital.** Enfocada en la actividad digital del mismo medio a través de sus redes sociales oficiales (particularmente Facebook e Instagram) y su página web. Se observaron elementos como el uso de recursos multimedia (imágenes, videos, hipervínculos), el estilo narrativo, la interacción generada (reacciones, comentarios, compartidos) y la periodicidad de las publicaciones.

La razón por la que se analiza las plataformas digitales radica en su importancia actual como los conductos más importantes para la difusión de información, además del cambio en las costumbres de consumo de noticias entre los espectadores jóvenes y que están en línea. Ambas herramientas se usaron al mismo tiempo durante el mismo período de observación, y la información recopilada se tabuló y organizó con el programa Microsoft Excel para su posterior interpretación y comparación con los hallazgos de las encuestas. Este método dejó tener una perspectiva comparativa entre los métodos de comunicación del Diario del Norte en sus ediciones impresa y digital, lo que reforzó el análisis de la transformación del periodismo clásico en el mundo digital.

**Entrevista.** Se uso una técnica de entrevista semiestructurada, para ello se empleó la entrevista para obtener información primaria de alta relevancia de actores clave. Esta técnica permitió explorar en profundidad sus perspectivas y experiencias.

- **Guion de entrevista.** El guion de entrevista fue diseñado con preguntas abiertas que permitieron una conversación fluida y la exploración de temas emergentes. Se entrevistó a la Gerente del Diario del Norte, con quien se pudo conocer sobre diferentes aspectos directivos, administrativos y operacionales que inciden de manera directa en los resultados alcanzados por el medio de información. La información recabada constituye una parte principal de esta investigación cualitativa.

### 2.3 Preguntas de investigación

Las preguntas de investigación guiaron el desarrollo del estudio, centrando la atención en resolver las principales interrogantes planteadas:

- ¿De qué manera las características y herramientas del periodismo digital (como la multimedialidad, hipertextualidad e interactividad en plataformas como Facebook, Instagram y X) influyen en la transformación de la producción y distribución de contenidos del Diario del Norte y en la satisfacción de las nuevas necesidades informativas de los ciudadanos de Ibarra?
- ¿Cuál es la percepción de los ciudadanos de Ibarra sobre la credibilidad y relevancia de la información publicada por el Diario del Norte en sus formatos impreso y digital, y cómo esta percepción incide en la crisis informativa de la prensa escrita frente al auge del consumo de noticias en redes sociales?

## 2.4 Matriz de operacionalización de variables o matriz diagnóstica

Se elaboró una matriz para la operacionalización de las variables, basada en las preguntas de investigación y los temas abordados.

**Tabla Matriz 1**

### *Operaciolización*

Objetivos	Instrumento	Variable	Dimensión	Indicadores	Ítems (Ejemplos)
<b>O.G:</b> Analizar la transformación de la prensa escrita en el entorno digital identificando el nivel de incidencia hacia el periodismo.	Entrevistas a periodistas y editores	Transformación de la prensa	Digitalización mediática	Uso de plataformas digitales; Adaptación a formatos multimedia	Presencia en redes sociales, formatos digitales usados
<b>O.E- 1:</b> Analizar la producción de información de la prensa escrita para la recepción en los lectores.	Encuestas a lectores	Nivel de incidencia del entorno digital en el periodismo	Producción digital de contenidos	Calidad de contenidos digitales; Frecuencia de publicación digital	Contenidos multimedia, frecuencia de actualización
<b>O.E- 2:</b> Evaluar los formatos y herramientas tecnológicas para la distribución de la información dentro del periodismo digital y su recepción a los usuarios.	Revisión documental	Producción informativa de la prensa	Formatos y herramientas tecnológicas usadas	Uso de multimedialidad, hipertextualidad e interactividad	Videos, hipertextos, interacción en redes sociales
<b>O.E- 3:</b> Proponer un instructivo sobre el manejo de la información dentro del periodismo digital.	Análisis de contenido de ediciones impresas y digitales	Recepción de la información por parte de los lectores	Percepción y satisfacción del usuario	Credibilidad, relevancia, accesibilidad	Preferencias de formato, confianza en el medio

*Fuente: Elaboración Propia*

## Tabla Matriz 2

### Matriz de objetivos y variables

Variable	Dimensión	Indicador	Ítem de Encuesta (Sección y Número)
Perfil sociodemográfico	Edad	Distribución etaria de los encuestados	1. ¿Cuál es su edad?
	Género	Distribución por género	2. ¿Cuál es su género?
Consumo del Diario El Norte (impreso)	Nivel de instrucción	Nivel educativo alcanzado	3. ¿Cuál es su nivel de instrucción?
	Ocupación	Condición laboral	4. ¿Cuál es su ocupación?
Consumo del Diario El Norte (impreso)	Hábito de lectura	Frecuencia de lectura	6. ¿Con qué frecuencia lee el Diario El Norte en formato impreso?
	Satisfacción con el contenido	Relevancia de los temas	7a. Los temas son relevantes para la comunidad.
Consumo del Diario El Norte (impreso)	Áreas de interés	Actualización y oportunidad	7b. El contenido es actualizado y oportuno.
	Aspectos a mejorar	Claridad del lenguaje	7c. El lenguaje es claro y comprensible.
Consumo del Diario El Norte (digital)	Frecuencia de uso	Objetividad y confiabilidad	7d. La información es objetiva y confiable.
		Identificación del lector	7e. Me siento identificado con las noticias publicadas.
Consumo del Diario El Norte (digital)	Canal de acceso	Temas mejor tratados	8. ¿Qué temas considera mejor tratados en el periódico?
		Debilidades percibidas	9. ¿Cuál de los siguientes aspectos considera que necesita mejora en el diario impreso?
Consumo del Diario El Norte (digital)	Formato preferido	Regularidad de acceso	10. ¿Con qué frecuencia accede a la versión digital del Diario El Norte?
		Medio de acceso a la versión digital	11. ¿A través de qué medios accede normalmente al Diario El Norte digital?
Consumo del Diario El Norte (digital)	Experiencia digital	Tipos de contenido digital	12. ¿Qué formatos digitales prefiere al consumir noticias?
		Facilidad de uso	
		Adaptabilidad móvil	
		Rapidez de carga	

		Valor del multimedia Motivación a interactuar	13a. Es fácil de usar y navegar. 13b. El contenido se adapta bien al formato móvil. 13c. La carga de la página o app es rápida. 13d. Los formatos multimedia enriquecen la experiencia. 13e. Me siento motivado a interactuar con el contenido.
Interacción digital	Comportamiento del usuario	Frecuencia de interacción (comentarios, compartir, reacciones)	14. ¿Qué tan frecuentemente realiza las siguientes acciones con el contenido digital?
Confiabilidad en el periodismo digital	Calidad informativa	Redacción clara Fuentes verificadas Imparcialidad Actualización frecuente	15. ¿Qué características considera más importantes en una noticia digital confiable?
Estrategias de adaptación al entorno digital	Innovación y mejora	Presencia en redes sociales Producción multimedia Usabilidad web Interacción con la audiencia	16. ¿Qué estrategias considera más necesarias para mejorar la adaptación del Diario El Norte al entorno digital?
Capacitación periodística	Competencias digitales	Herramientas digitales Redacción digital Creación audiovisual Ética digital	17. ¿Qué tipo de capacitación considera más útil para los periodistas del Diario El Norte?
Modelo de sostenibilidad	Pago por contenido	Disposición de pago	18. ¿Estaría dispuesto a pagar por contenido digital exclusivo del Diario El Norte?
Perfil sociodemográfico	Edad Género Nivel de instrucción Ocupación	Distribución etaria de los encuestados Distribución por género Nivel educativo alcanzado Condición laboral	1. ¿Cuál es su edad? 2. ¿Cuál es su género? 3. ¿Cuál es su nivel de instrucción? 4. ¿Cuál es su ocupación?

Consumo del Diario El Norte (impreso)	Hábito de lectura Satisfacción con el contenido Áreas de interés Aspectos a mejorar	Frecuencia de lectura Relevancia de los temas Actualización y oportunidad Claridad del lenguaje Objetividad y confiabilidad Identificación del lector Temas mejor tratados Debilidades percibidas	6. ¿Con qué frecuencia lee el Diario El Norte en formato impreso? 7a. Los temas son relevantes para la comunidad. 7b. El contenido es actualizado y oportuno. 7c. El lenguaje es claro y comprensible. 7d. La información es objetiva y confiable.
Consumo del Diario El Norte (digital)	Frecuencia de uso Canal de acceso Formato preferido Experiencia digital	Regularidad de acceso Medio de acceso a la versión digital Tipos de contenido digital Facilidad de uso Adaptabilidad móvil Rapidez de carga Valor del multimedia Motivación a interactuar	7e. Me siento identificado con las noticias publicadas. 8. ¿Qué temas considera mejor tratados en el periódico? 9. ¿Cuál de los siguientes aspectos considera que necesita mejora en el diario impreso? 10. ¿Con qué frecuencia accede a la versión digital del Diario El Norte? 11. ¿A través de qué medios accede normalmente al Diario El Norte digital? 12. ¿Qué formatos digitales prefiere al consumir noticias? 13a. Es fácil de usar y navegar. 13b. El contenido se adapta bien al formato móvil. 13c. La carga de la página o app es rápida. 13d. Los formatos multimedia enriquecen la experiencia. 13e. Me siento motivado a interactuar con el contenido.
Interacción digital	Comportamiento del usuario	Frecuencia de interacción	14. ¿Qué tan frecuentemente realiza las

Confiabilidad en el periodismo digital	Calidad informativa	(comentarios, compartir, reacciones) Redacción clara Fuentes verificadas Imparcialidad Actualización frecuente	siguientes acciones con el contenido digital?  15. ¿Qué características considera más importantes en una noticia digital confiable?
Estrategias de adaptación al entorno digital	Innovación y mejora	Presencia en redes sociales Producción multimedia Usabilidad web Interacción con la audiencia Herramientas digitales	16. ¿Qué estrategias considera más necesarias para mejorar la adaptación del Diario El Norte al entorno digital?  17. ¿Qué tipo de capacitación considera más útil para los periodistas del Diario El Norte?
Capacitación periodística	Competencias digitales	Redacción digital Creación audiovisual Ética digital	
Modelo de sostenibilidad	Pago por contenido	Disposición de pago	18. ¿Estaría dispuesto a pagar por contenido digital exclusivo del Diario El Norte?

*Fuente: Elaboración Propia*

## 2.5 Población y Muestra

### 2.5.1 Población

Grupo Poblacional	Tipo de Muestreo	Tamaño de Muestra	Criterios de Selección / Estratificación
Población externa (ciudadanos ibarreños, lectores frecuentes u ocasionales del Diario El Norte impreso y digital)	Probabilístico estratificado	382 encuestas (95% de confianza, 5% de margen de error)	Estratificación por edad, nivel educativo y uso de medios digitales.
Población interna (periodistas, editores y responsables de contenido del Diario El Norte)	No probabilístico intencional	10 – 15 participantes	Experiencia en medios impresos con presencia digital, especialmente en Diario El Norte.

*Fuente: Elaboración Propia*

Considerando el diseño metodológico propuesto, la muestra estadística propuesta se adapta a dos grupos poblacionales definidos de conformidad con los objetivos específicos planteados.

Se escogieron estas poblaciones por su relevancia estratégica para el estudio de la transformación del Diario El Norte en el entorno digital. La población externa, conformada por ciudadanos ibarreños que son lectores habituales u ocasionales tanto del formato impreso como de la digital, permite obtener una visión representativa y diversa sobre la recepción, satisfacción y percepción de los contenidos informativos. La estratificación según edad, nivel educativo y uso de medios digitales asegura que los resultados capturen las diferencias generacionales y tecnológicas, reflejando el impacto real de la digitalización en la ciudadanía local.

Por otro lado, la selección no probabilística e intencional de periodistas, editores y responsables de contenido del Diario El Norte responde a la necesidad de recoger experiencias y criterios especializados sobre los procesos internos de producción y adaptaciones tecnológicas del medio. Este criterio permite profundizar en las prácticas profesionales y retos enfrentados por quienes han vivido la transición entre lo impreso y digital, enriqueciendo el análisis comparativo respecto a las audiencias externas y aportando elementos clave sobre la gestión del cambio en la prensa local.

### 2.5.2 Muestra

Para el cálculo de la muestra se utilizará la fórmula estadística para muestras finitas, como se indica a continuación:

$$n = \frac{N * Z^2 * p * q}{e^2 * (N - 1) + Z^2 * p * q}$$

Donde:

$n$  = Tamaño de muestra buscado

$N$  = Tamaño de la Población o Universo

$Z$  = Parámetro estadístico que depende el nivel de confianza

$e$  = Error de estimación máximo aceptado.

$p$  = Probabilidad de que ocurra el fenómeno estudiado (éxito)

$q$  = Probabilidad de que ocurra el fenómeno en estudio

Por lo tanto, reemplazando los datos se obtuvo:

$$n = \frac{(1.96)^2 * 0.5 * (1 - 0.5) * 50000}{(0.05)^2 * (50000 - 1) + (1.96)^2 * 0.5 * (1 - 0.5)}$$

$$n = \frac{3.8416 * 0.25 * 50000}{0.0025 * 49999 + 0.9604}$$

$$n = \frac{48020}{124,9975 + 0.9604}$$

$$n = \frac{48020}{125,9579}$$

$$n = 381,3$$

$$n = 382$$

## 2.6 Procedimiento y análisis

- Cuantitativa: A través de encuestas aplicadas a un grupo de personas que representan a la sociedad, la investigación buscó obtener una comprensión profunda de ellos. ¿Quién está a menudo informado, qué medios prefieren, cuánta credibilidad se le atribuye a las noticias, y dónde este público sufre hábitos de lectura incorrectos? Quién sabe, parte de esto incluso podría avanzar.
- Cualitativa: Se aplicará para explorar los pensamientos y sentimientos experimentados por varias personas involucradas en posiciones clave, ya sea periodista o audiencia, a través de entrevistas y archivos de observación, analizando así el contenido y las formas narrativas de la prensa en su conjunto, obteniendo una imagen más completa sobre cómo evolucionarán los modelos futuros.

### 2.6.1 Definición de la Población y Muestra

- Ibarra, en el censo de 2022, registraba un total de 157 941 residentes, según el INEC (2022). Las cifras del censo revelan que, dentro del área urbana de Ibarra, existen 123 774 individuos mayores de 15 años, a quienes se considera parte de la población con capacidad lectora. (Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2022).
- A pesar de la falta de información precisa sobre Ibarra, investigaciones a nivel nacional sugieren una tendencia creciente al debilitamiento de los medios en Ecuador, junto con un aumento rápido en el uso de Internet, aunque todavía no alcanza los niveles de otros países de la región (Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2022). Diversos sondeos nacionales revelan que la proporción de personas adultas que consumen prensa de forma regular (ya sea en formato impreso o digital) se sitúa aproximadamente entre el 35 y el 45%.

*Diseño de Instrumentos de Recolección de Datos:*

Para llevar a cabo la encuesta, se desarrolló un cuestionario hecho a medida que fue preparado especialmente para uso no controlado en esta investigación. Comprendía preguntas con opciones predefinidas, agrupadas por temas ya identificados.

Las escalas de Likert medían el grado de satisfacción o frecuencia subjetiva, y las preguntas de sí/no recopilaban datos sobre temas explícitos. Tras la aprobación por parte de expertos, el cuestionario se envió en formato digital a través de una interfaz web como Google Forms para su fácil inclusión en un sitio web, dirigiendo a los posibles participantes a acceder al sitio mediante un enlace proporcionado junto con su invitación para participar en el estudio de investigación y asegurándoles confidencialidad al responder.

- Técnica: Observación

La observación se utilizó como guía, anotando claramente y sin prejuicios los comportamientos, relaciones o momentos característicos del tema investigado. Se prefirió la observación no involucrada y organizada, y se mantuvo la distancia necesaria para no influir en lo observado. De esta manera, lo establecido en las encuestas pudo compararse con el comportamiento real, proporcionando una perspectiva adicional para el análisis.

- Instrumento: Ficha de Observación

Un instrumento a través del cual recolecto observaciones es la hoja de observación. Esta es una herramienta indispensable en la metodología mixta que se sigue aquí, como apunta Feria Ávila (2020). Facilita el registro sistemático de comportamientos, interacciones y eventos en entornos de la vida real. Por ejemplo, se puede usar para investigar cómo las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) afectan diferentes actividades sociales, como en el caso del periodismo. Para este estudio, se diseñaron especialmente dos formularios de observación para capturar diferentes tipos de datos.

### *Recolección de datos*

- El análisis del contenido informativo en el formato impreso del Diario del Norte. En Imbabura, el período entre el 17 y el 31 de octubre de 2024 abarca diversas actividades de interés público. Se conmemora el Día Internacional para la Erradicación de la Pobreza, una fecha mundial que genera debates y reflexiones importantes. Además, el 31 de octubre es una fecha particularmente activa: a nivel nacional, se celebra el Día del Escudo, una efeméride cívica relevante, y, al igual que en el resto del país, se festeja Halloween, una celebración internacional que, aunque no es tradicionalmente ecuatoriana, ha ganado mucha popularidad en lo cotidiano de esas fechas. Es precisamente por estas razones que el análisis del contenido informativo en el formato impreso del Diario del Norte se enfoca en este período. La confluencia de una fecha mundial de gran escala social, una efeméride cívica nacional y una festividad internacional tan extendida, provoca una mayor actividad social y un consecuente incremento en el interés del público por informarse, lo que hace de estos días un momento óptimo para evaluar cómo el diario cubre estos eventos.

La selección de este lapso de 17 días para analizar el contenido impreso del Diario del Norte se fundamenta metodológicamente en su capacidad para establecer un diseño de investigación longitudinal de corte temporal específico, crucial para comprender la dinámica informativa en el contexto de la crisis de la prensa en Ibarra. Este período es idóneo porque, al ser lo suficientemente amplio, permite observar de manera representativa la frecuencia de publicación y una diversidad temática considerable, garantizando la inclusión de acontecimientos variados sin saturar el análisis. Además, al proyectarse en el futuro, posibilita evaluar cómo la estructura editorial, la extensión del contenido y los tipos de noticias se adaptan a las presiones de dicho entorno, todo ello mientras se mantiene un volumen de datos manejable para un análisis fuerte.

### **2.6.2 Análisis de Datos**

El análisis de los datos se realizó de forma integrada, cruzando los resultados cuantitativos de las encuestas con los hallazgos cualitativos de las observaciones y entrevistas. Esto permitió comprender cómo se articulan los contenidos en formatos multimedia, el grado de interacción con las audiencias, la implementación de estrategias comunicativas orientadas a mantener la vigencia del medio frente a los nuevos hábitos de consumo informativo, y los desafíos estructurales que enfrenta la prensa escrita.

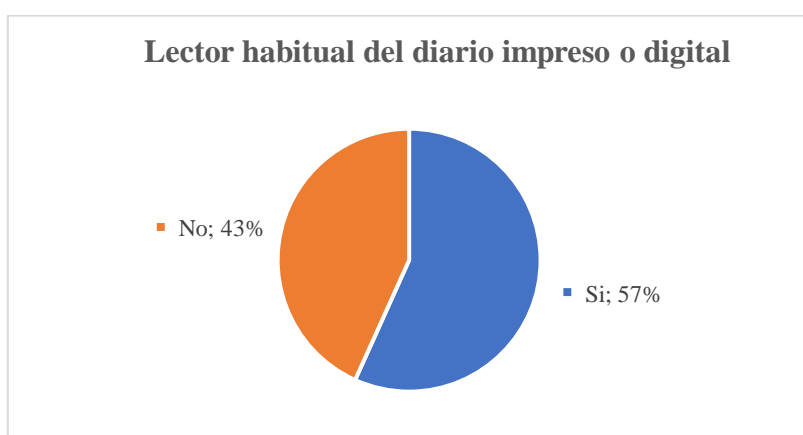
## CAPITULO III: RESULTADOS Y DISCUSIÓN

### 3.1 Resultados de la investigación cuantitativa

Considerando objetivos, temática, sustento teórico y metodológico, se procedió a realizar el análisis de la información obtenida considerando los resultados, los cuales fueron tabulados y presentados mediante gráficas diseñadas en Excel, para la realización del respectivo análisis, facilitando una mejor comprensión.

**Figura 1**

*¿Es lector habitual del diario impreso o digital del Diario del Norte?*

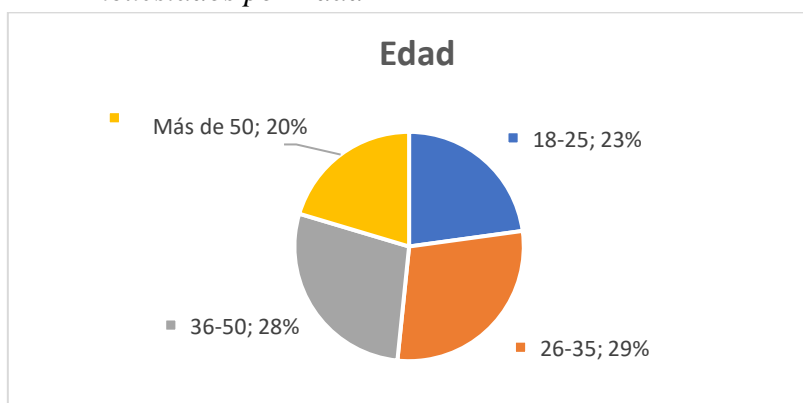


*Fuente: Elaboración Propia*

A pesar de tener una base de lectores considerable, existe un margen significativo del 43% de personas que no leen el periódico, lo que representa una gran oportunidad para captar nuevos lectores y expandir la audiencia.

**Figura 2**

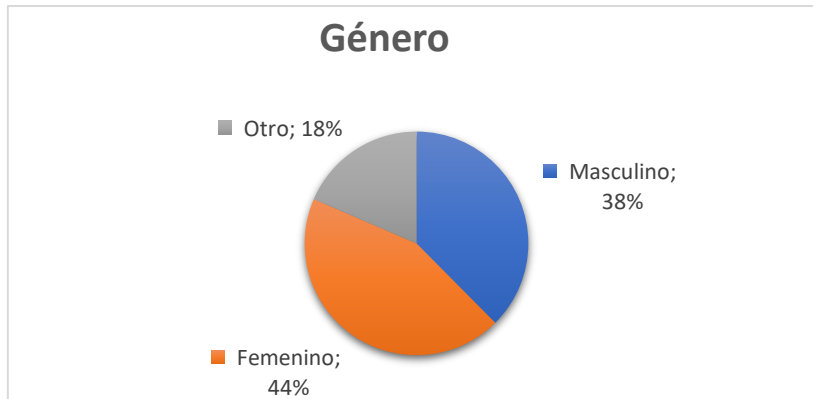
*Encuestados por Edad*



*Fuente: Elaboración Propia*

La edad de los jóvenes y adultos jóvenes entre 18 a 50 años, representan la abrumadora mayoría de la muestra, lo que se analiza que las estrategias de comunicación y el contenido deben adaptarse principalmente a estas cohortes generacionales para maximizar el impacto.

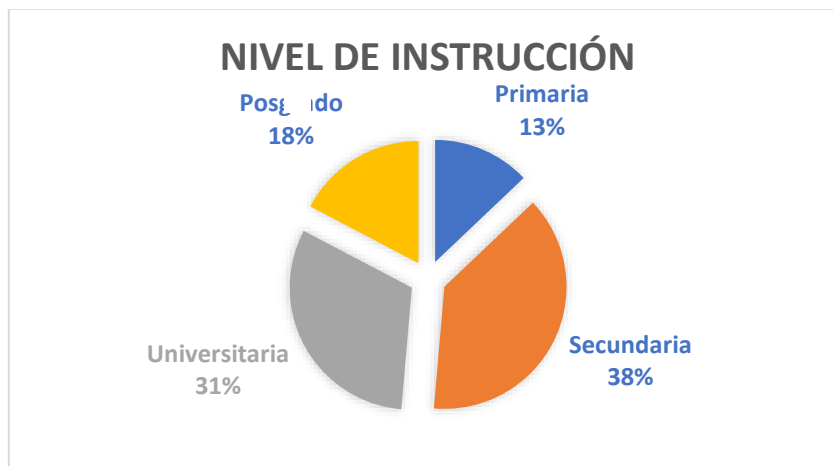
**Figura 3**  
*Género*



*Fuente: Elaboración Propia*

Se observa una variación no muy significativa entre el género masculino y femenino, pero podemos resaltar que el interés es siempre predominante en el femenino, existe un enfoque incluso en la selección de la muestra.

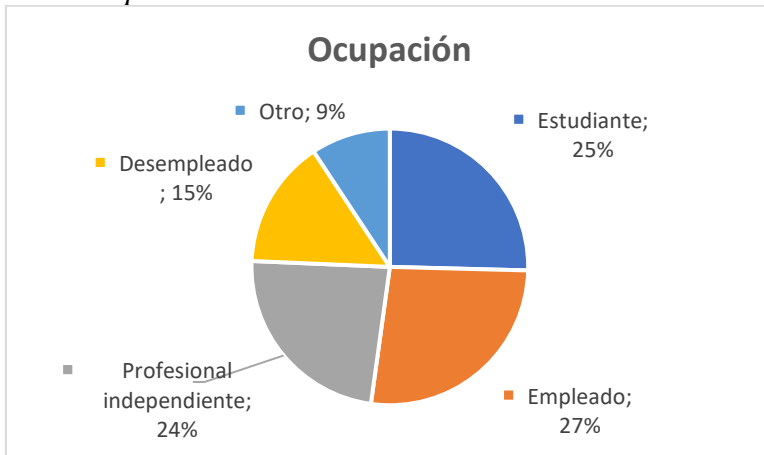
**Figura 4**  
*Nivel de instrucción*



*Fuente: Elaboración Propia*

Un alto porcentaje de los encuestados tiene nivel universitario a su vez el posgrado no se queda de lado, secundaria y primaria seguidamente nos hace entender que tenemos un público educado y con instrucción educativa.

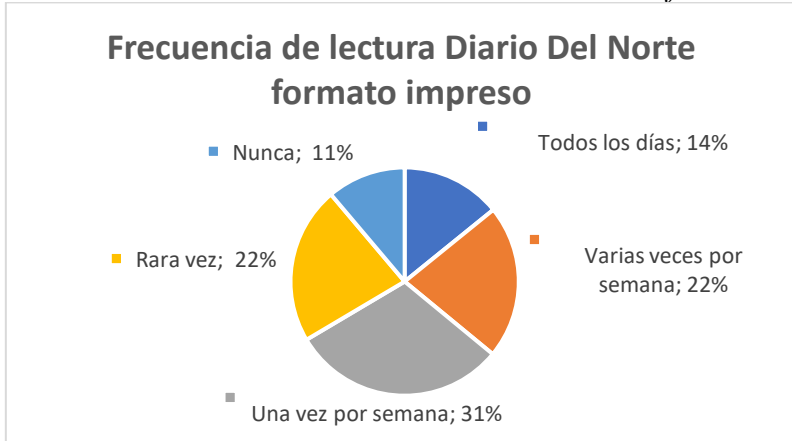
**Figura 5**  
*Ocupación*



*Fuente: Elaboración Propia*

Más del 50% de la muestra está conformado por personas empleadas o profesionales independientes, mientras que los estudiantes representan el 25%, Esta distribución evidencia una audiencia con diversidad en el tiempo disponible, acceso a tecnología y necesidades informativas.

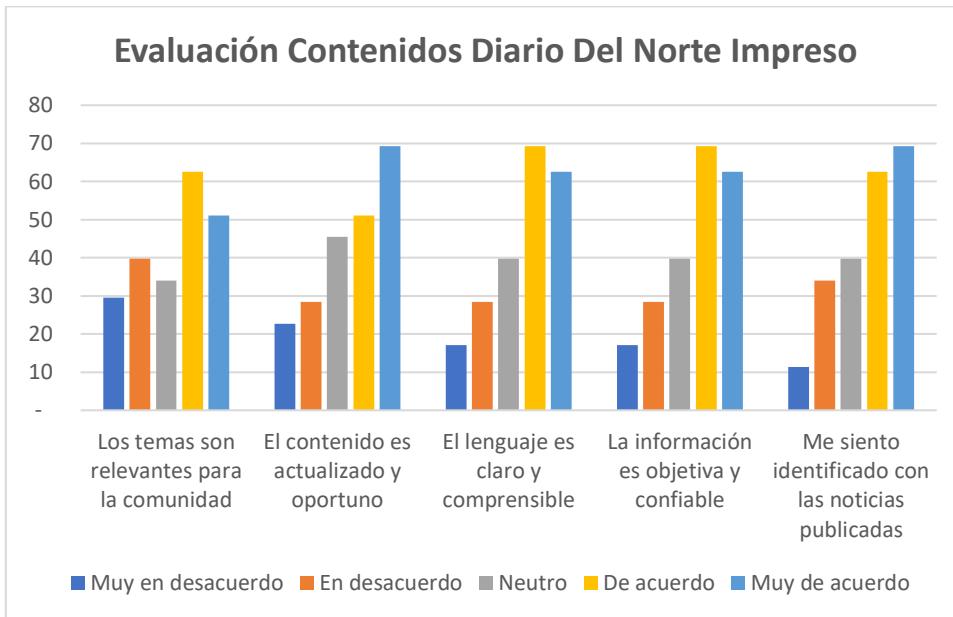
**Figura 5**  
*Frecuencia de lectura del Diario del Norte en formato impreso*



*Fuente: Elaboración Propia*

El grupo más numeroso que lee el diario una vez por semana predomina, se puede observar una orientación hacia un consumo más selectivo y puntual, probablemente motivado por interés en temas específicos o ediciones especiales. Se puede observar que, aunque sólo el 14% lee el diario impreso todos los días, un 66% lo hace con cierta regularidad, lee desde una vez por semana a lectura diaria, es decir, aunque el consumo diario ha disminuido, el impreso sigue teniendo presencia en la rutina de los lectores.

**Figura 7**  
Evaluación sobre contenidos de Diario del Norte

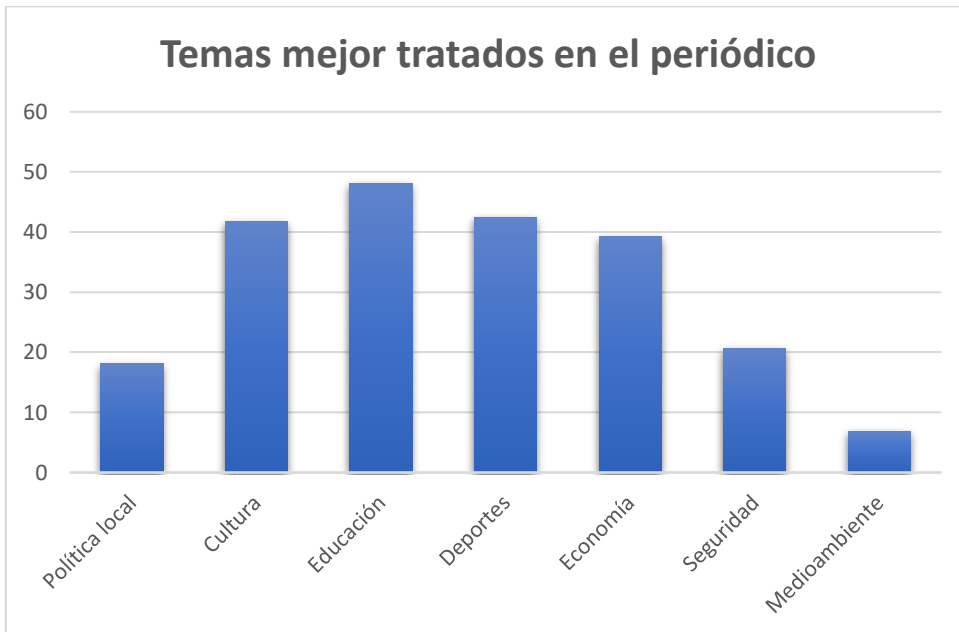


*Fuente: Elaboración Propia*

De los criterios evaluados en la escala de Likert, siendo 1= Muy en desacuerdo y 5=Muy de acuerdo, se puede señalar:

Los resultados de la escala Likert revelan una valoración mayoritariamente positiva del Diario del Norte por parte de los encuestados, con porcentajes de acuerdo que oscilan entre el 55% y el 61% en todos los criterios evaluados. La claridad del lenguaje, la objetividad y confiabilidad de la información, así como la actualización y oportunidad del contenido, emergen como puntos fuertes percibidos por más de la mitad de la audiencia. Sin embargo, es crucial destacar que un segmento significativo de entre el 20% y el 32% de los encuestados expresa desacuerdo en estas mismas áreas, señalando importantes oportunidades de mejora. Esta minoría crítica sugiere que, si bien el medio es percibido como relevante y creíble por la mayoría, existe una necesidad patente de aumentar la pertinencia de los temas para la comunidad, diversificar las voces y problemáticas sociales tratadas para lograr una mayor identificación, y asegurar una actualización aún más consistente y oportuna en todas las secciones para consolidar plenamente la satisfacción de su audiencia.

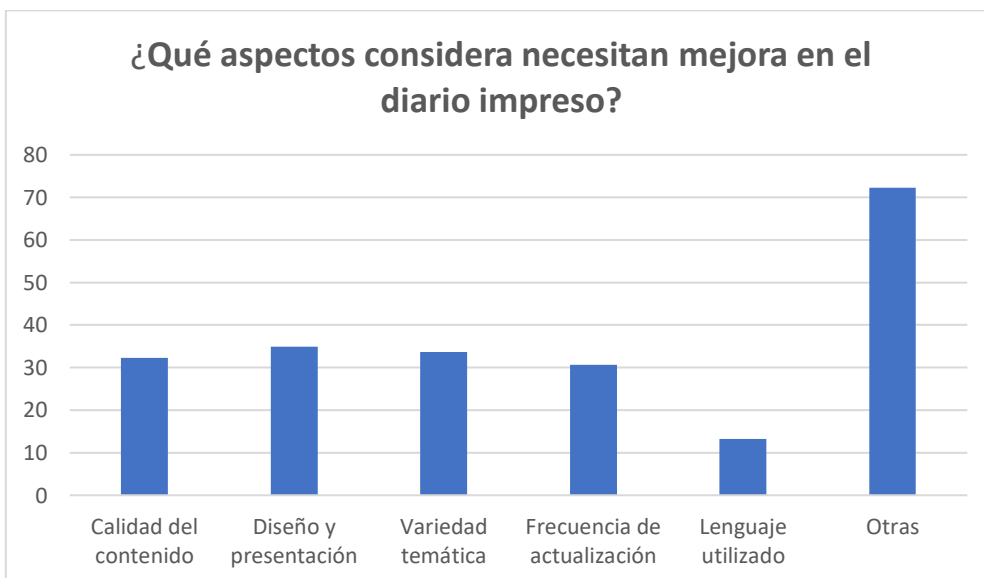
**Figura 8**  
Temas mejor tratados en el periódico.



*Fuente: Elaboración Propia*

Se puede observar que los tres temas mejor valorados son: educación, deportes y cultura con se evidencia una línea editorial con fuerte enfoque en temáticas sociales y de identidad comunitaria; el tema económico tiene una buena percepción mientras que la política local tiene un bajo interés y la seguridad mínima importancia el tema de medioambiente tiene interés nulo ya que es el tema de menor percepción.

**Figura 9**  
¿Qué aspectos considera necesitan mejora en el diario impreso?

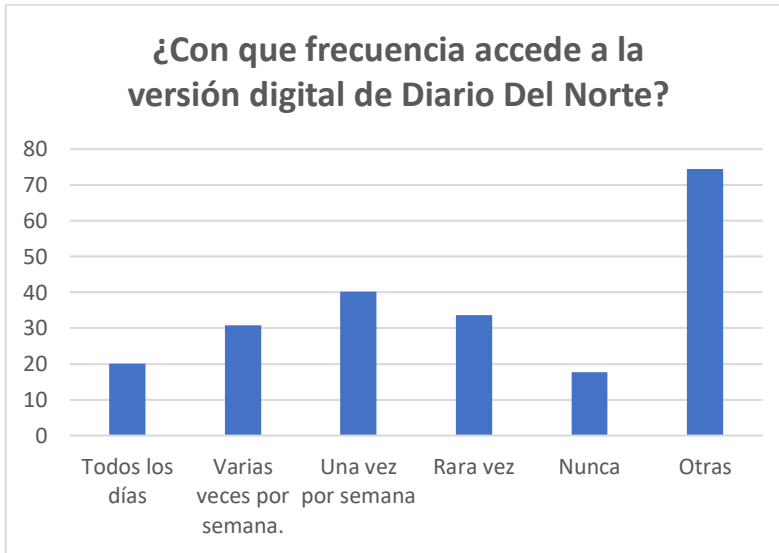


*Fuente: Elaboración Propia*

Casi la mitad de los encuestados que rodea el 46%, identifica áreas clave para mejorar el periódico en cuanto a diseño, calidad de contenido, variedad temática y frecuencia de actualización. Sin embargo, un tercio significativo 33% señala "otras", lo que se puede decir que existen expectativas diversas y más allá de las opciones presentadas que deben ser exploradas para satisfacer plenamente a la audiencia.

**Figura 10**

*¿Con que frecuencia accede a la versión digital de Diario del Norte?*

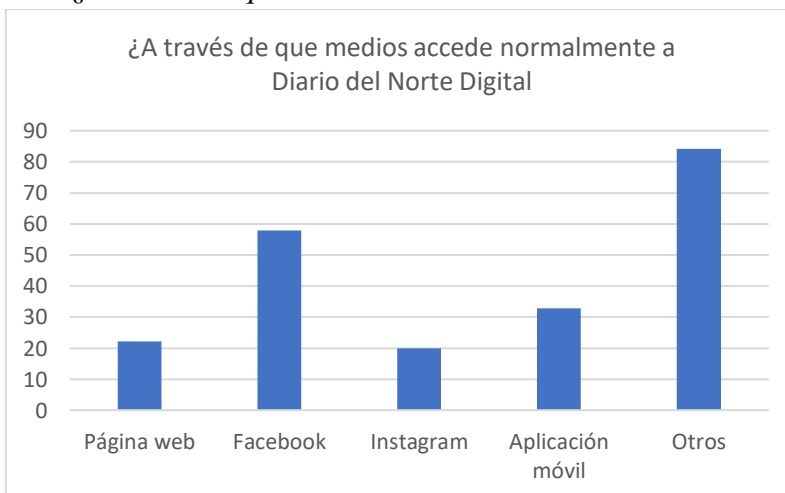


*Fuente: Elaboración Propia*

Existe una baja penetración del formato digital, con solo un 23% de usuarios regulares. Más preocupante es que el 34% de los encuestados eligen "otras" como frecuencia de acceso, lo que indica una gran brecha en la comprensión de los hábitos de consumo digital y la necesidad urgente de investigar las razones detrás de esta respuesta mayoritaria para poder impulsar la plataforma digital.

**Figura 11**

*¿A través de qué medios accede normalmente a Diario del Norte?*

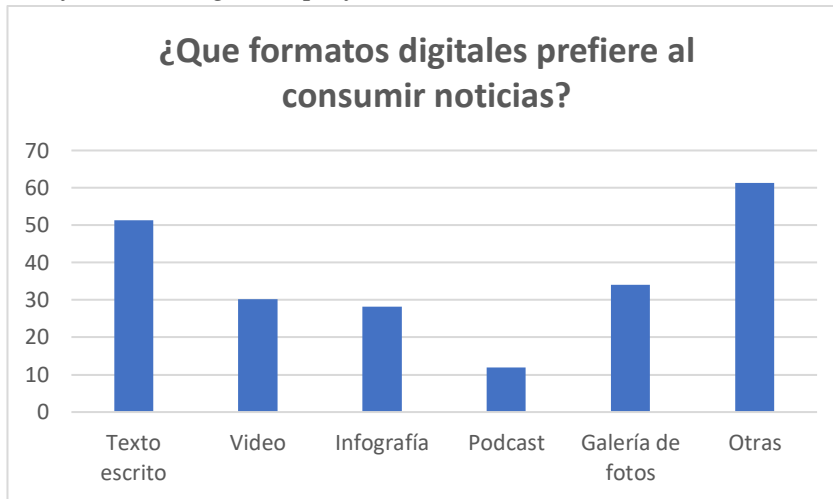


*Fuente: Elaboración Propia*

A pesar de la popularidad de Facebook con el 27%, la opción "otros" es la vía de acceso predominante y más significativa 39%, lo que revela que la mayoría de los lectores llegan al contenido a través de canales indirectos y diversos que pueden ser: WhatsApp, enlaces compartidos o buscadores, que no están siendo plenamente identificados o aprovechados por el medio. Esto sugiere una necesidad crítica de entender mejor estas rutas para optimizar la distribución y la estrategia digital.

**Figura 12**

*¿Qué formatos digitales prefiere al consumir noticias?*

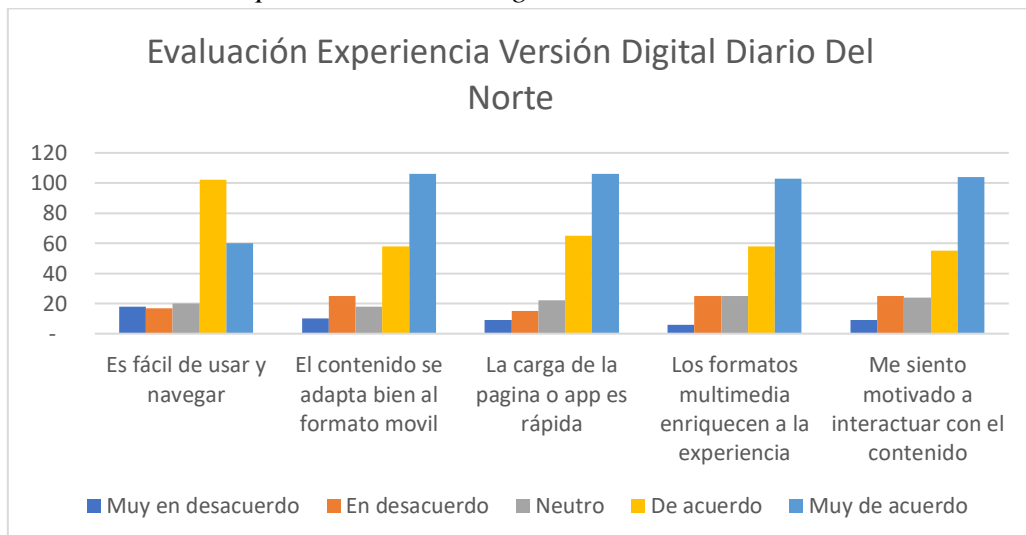


*Fuente: Elaboración Propia*

El texto escrito sigue siendo una fuente confiable y muy utilizada para las noticias. Sin embargo, hay una fuerte inclinación hacia los formatos visuales como galerías de fotos y videos, destacando la importancia del contenido gráfico y audiovisual. Lo más relevante es que una parte significativa de la gente prefiere "otras" opciones, lo que indica la necesidad de explorar nuevas tendencias informativas. Los podcasts son el formato menos elegido.

**Figura 13**

*Evaluación experiencia versión digital Diario del Norte.*

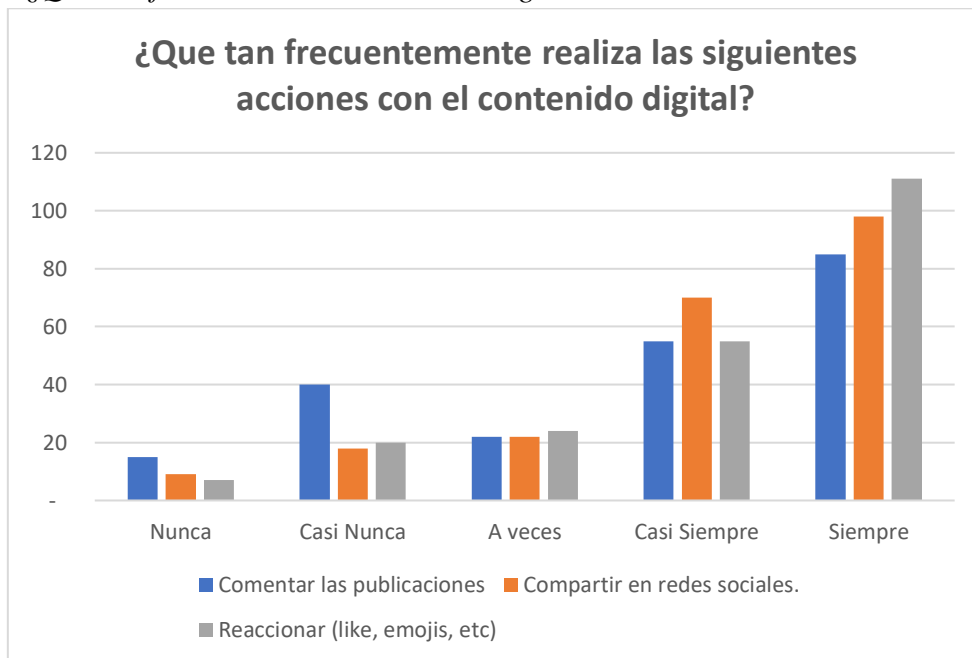


*Fuente: Elaboración Propia*

El producto digital recibe una valoración general muy positiva. La mayoría de los usuarios encuentran que es *fácil de usar y navegar*, y el *contenido está bien adaptado a dispositivos móviles*. La *velocidad de carga de la página o aplicación* es excelente, lo cual es crucial para una buena experiencia. Además, se valora mucho el *uso de formatos multimedia* (videos, imágenes, infografías) porque aportan valor al lector. La motivación para interactuar es favorable, pero siempre hay espacio para hacerla aún más atractiva. En resumen, el producto goza de una *gran aprobación en todos sus aspectos clave*.

**Figura 14**

*¿Qué tan frecuentemente realiza las siguientes acciones con el contenido digital?*

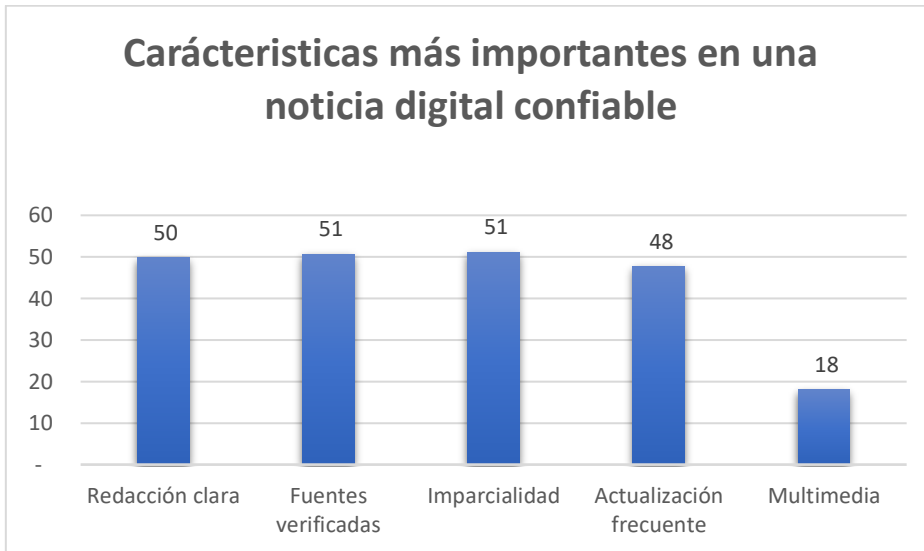


**Fuente:** *Elaboración Propia*

Reaccionar mediante like, emojis, u otros, es la acción más frecuente, indica que los usuarios están interactuando de forma rápida y emocional con el contenido, compartir en redes sociales también es una actividad con alta frecuencia, los usuarios no solo consumen contenido, sino que lo difunden, este es un indicador importante del valor percibido del contenido, comentar las publicaciones se encuentra ligeramente por debajo de las otras acciones, sin embargo muestra una tendencia positiva, comentar requiere mayor esfuerzo cognitivo y tiempo, por lo que se espera que su frecuencia sea algo menor.

**Figura 15**

*Características más importantes en una noticia digital*

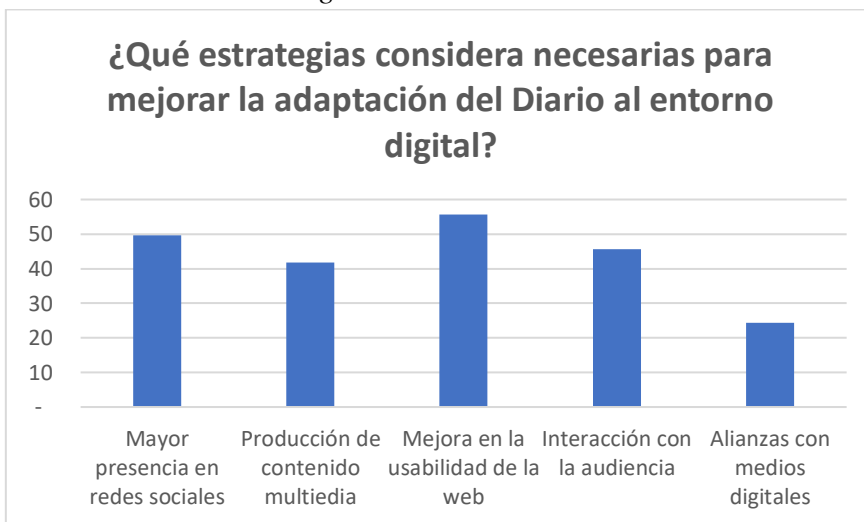


*Fuente: Elaboración Propia*

Para evaluar la confiabilidad de una noticia digital, lo más importante es que las fuentes sean verificadas y que haya imparcialidad. La claridad en la redacción también es clave, así como la actualidad de los hechos, asegurando que reflejen eventos en tiempo real. La presencia de multimedia es lo menos relevante a la hora de determinar si una noticia es confiable.

**Figura 16**

*¿Qué estrategias considera necesarias para mejorar la adaptación del Diario del Norte al entorno digital?*



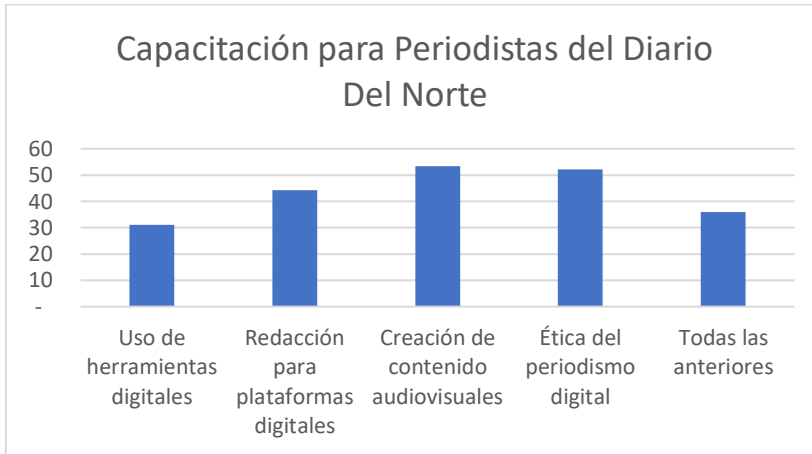
*Fuente: Elaboración Propia*

La usabilidad de la web es la estrategia más relevante para los usuarios ya que buscan una plataforma más intuitiva, rápida y accesible. Así como también es muy importante la mayor presencia en redes sociales para aumentar el alcance y la visibilidad. De igual manera la interacción con la audiencia es clave, ya que los usuarios quieren ser escuchados

y participar activamente. Aunque el contenido multimedia es importante, no reemplaza la necesidad de una experiencia fluida y participativa. De esta manera podemos decir que las alianzas con otros medios digitales son la estrategia menos priorizada por los usuarios.

**Figura 17**

*¿Qué estrategias considera necesarias para mejorar la adaptación del Diario del Norte al entorno digital?*

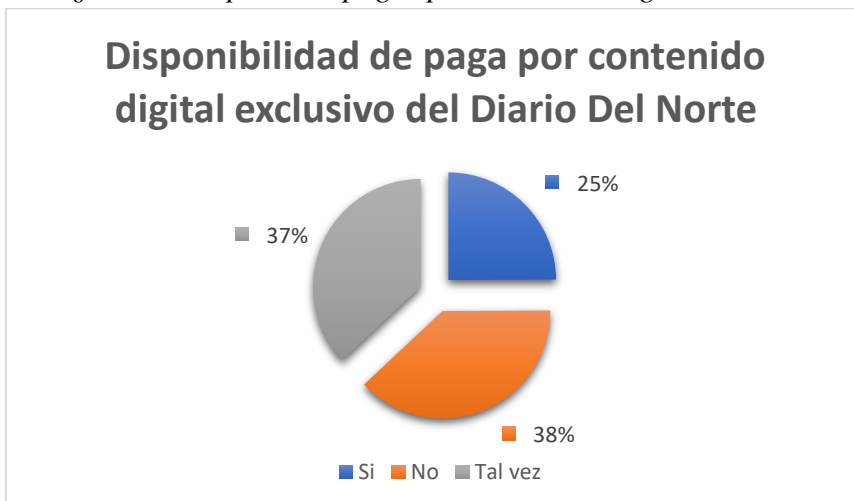


*Fuente: Elaboración Propia*

La capacitación considerada más importante es creación de contenidos audiovisuales esto confirma una clara demanda por fortalecer las habilidades en video, animación, reels, y contenido visual, claves para captar audiencias en plataformas digitales, a continuación, se señala la ética del periodismo digital con 24.1%, lo que refleja preocupación por mantener integridad, transparencia y confianza en un entorno donde la desinformación es un riesgo latente, se reconoce también la necesidad de redacción para plataformas digitales con el 20.4%, adaptar el estilo periodístico a los formatos digitales, titulares atractivos, lenguaje accesible, SEO, y estructura clara, el uso de herramientas digitales con el 14.4%, sigue siendo relevante, por último se considera que todas las competencias mencionadas son esenciales.

**Figura 18**

*¿Estaría dispuesto a pagar por contenido digital exclusivo del Diario del Norte?*



Fuente: Elaboración Propia

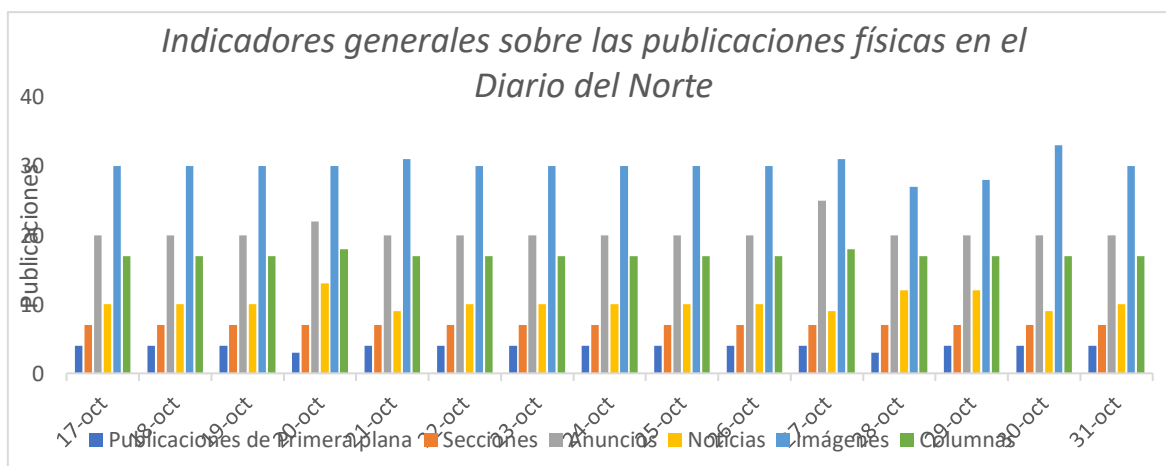
Existe una resistencia significativa a pagar por contenido exclusivo y solo una minoría dispuesta a hacerlo. Sin embargo, hay una gran oportunidad estratégica en el grupo de usuarios indecisos; pero también podríamos manejar una estrategia adecuada, el enfoque debe ser comunicar el valor, ofrecer pruebas y personalizar las ofertas para captar a este público.

### 3.2 Resultados de la ficha de observación

En el contexto metodológico de esta investigación, se utilizaron dos fichas de observación como instrumentos principales para la recolección de datos. Estas herramientas permitieron analizar tanto el contenido como la estructura de los volúmenes del Diario del Norte, centrándose especialmente en sus ediciones impresas y digitales. La observación se llevó a cabo durante un período de 15 días, entre el jueves 17 de octubre, hasta el 31, lo que permitió capturar una muestra representativa de la cobertura informativa de ambos formatos con la finalidad de establecer criterios sobre la necesidad de digitalizar los contenidos del medio impreso, en respuesta a las crecientes demandas de la transformación digital en los medios de comunicación. A continuación, se presentan los resultados obtenidos.

Figura 19

Indicadores generales sobre las publicaciones físicas en el Diario del Norte



Fuente: Elaboración Propia

El Diario del Norte muestra una *estructura editorial bastante rígida y constante* en secciones, anuncios y columnas, lo que sugiere una planificación editorial sólida, posiblemente por sostenibilidad operativa. A pesar de esta estabilidad, el *volumen de noticias e imágenes varía*, lo que indica que se realizan ajustes temáticos según la coyuntura. Las *noticias fluctuaron diariamente*, con picos que podrían relacionarse con una mayor actividad informativa. Las *imágenes se mantuvieron elevadas*, reflejando un esfuerzo por mejorar la presentación visual, especialmente en fechas clave.

El Diario del Norte podemos ver que mantiene un *fuerte énfasis en una estructura informativa sólida y visualmente atractiva*, equilibrando contenido editorial e imagen para

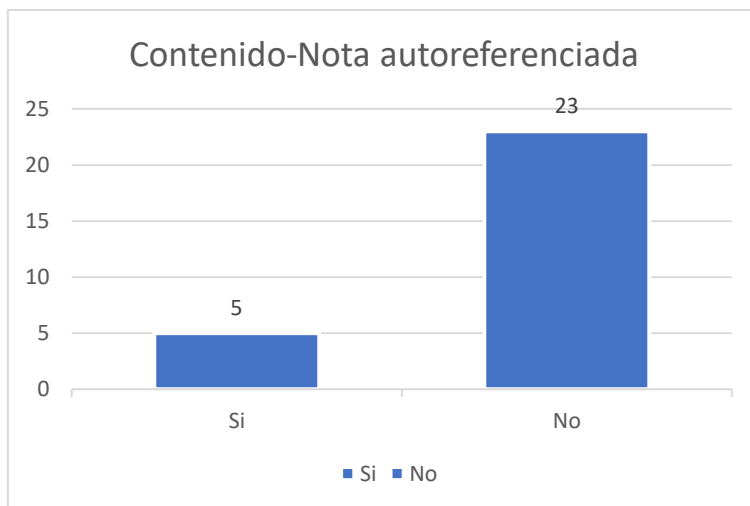
reforzar su credibilidad. Esto demuestra la aplicación de *criterios editoriales definidos* en su versión impresa, adaptando el contenido a los hábitos de lectura local y ofreciendo información estructurada y pertinente.

### Indicadores generales sobre las publicaciones digitales en el Diario del Norte

Las principales publicaciones digitales analizadas son:

#### Facebook:

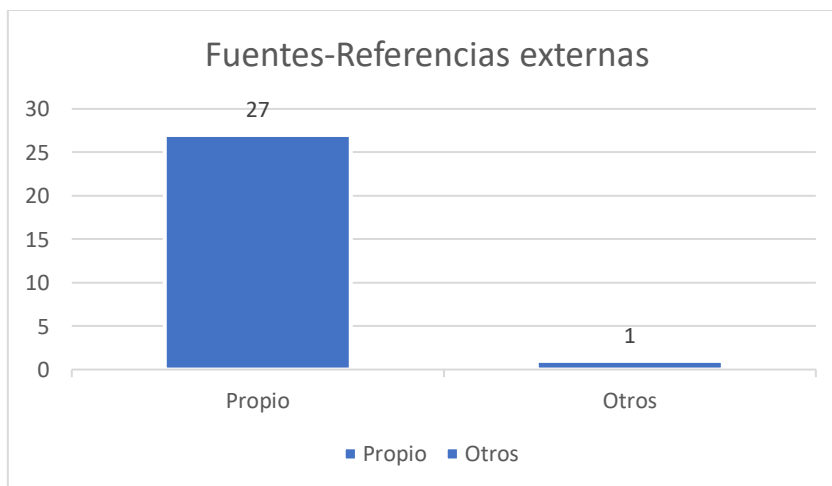
**Figura 20**  
*Contenido – Autoreferencial*



*Fuente: Elaboración Propia*

Se puede observar que de 28 notas observadas el medio hace uso de 5 auto referenciadas, lo que corresponde a un 18%.

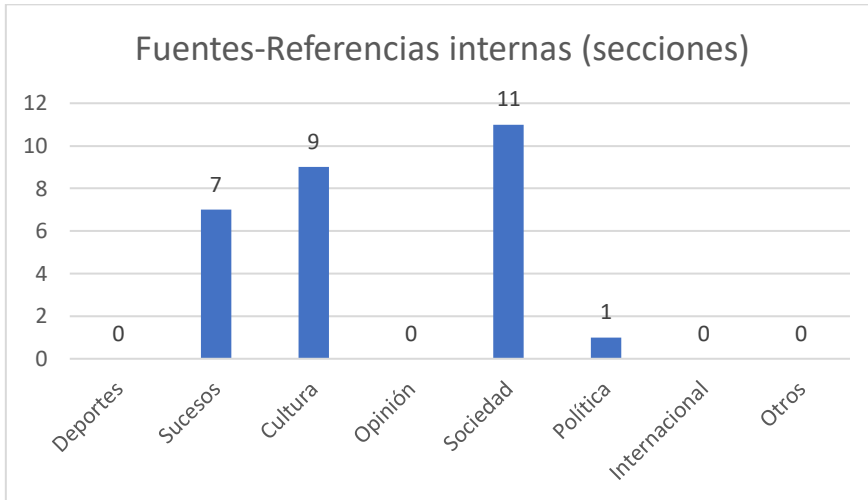
**Figura 21**  
*Referencias Externas*



*Fuente: Elaboración Propia*

Que las fuentes de información en su gran mayoría son propias, ya sean citas, datos, enlaces u otros documentos corresponde al 96%.

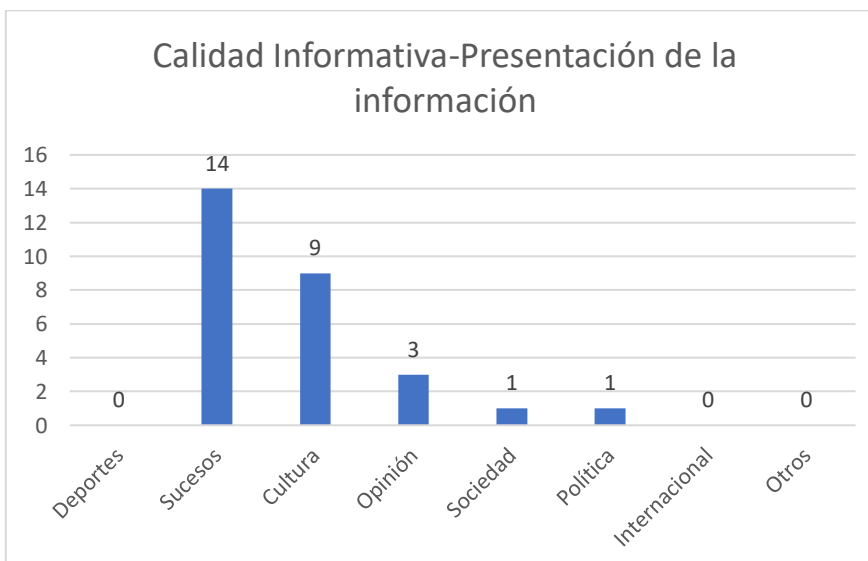
**Figura 22**  
*Referencias internas*



*Fuente: Elaboración Propia*

Que más del 96% de las notas auto referenciadas se centran en tres secciones: sociedad, cultura y sucesos, lo cual refleja una práctica editorial localizada.

**Figura 23**  
*Presentación de la información*



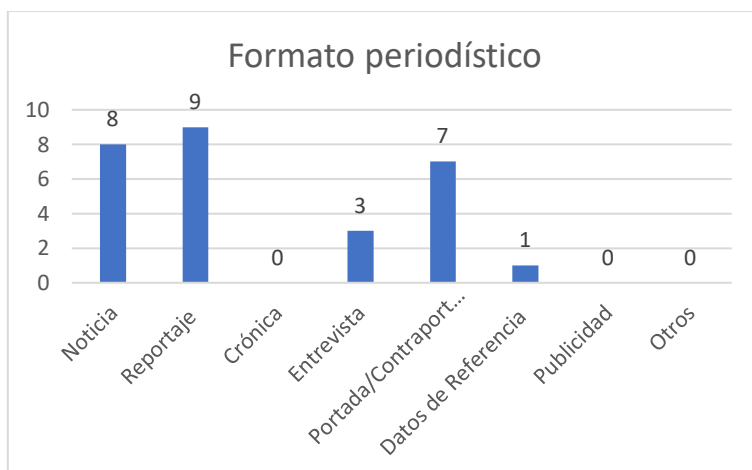
*Fuente: Elaboración Propia*

Que la calidad informativa en la presentación se concentra principalmente en las secciones Sucesos y Cultura con el 82,1%, las demás secciones opinión, sociedad y política tiene una presencia limitada.

## Indicadores específicos sobre las publicaciones digitales en el Diario del Norte

**Figura 24**

*Formato periodístico*

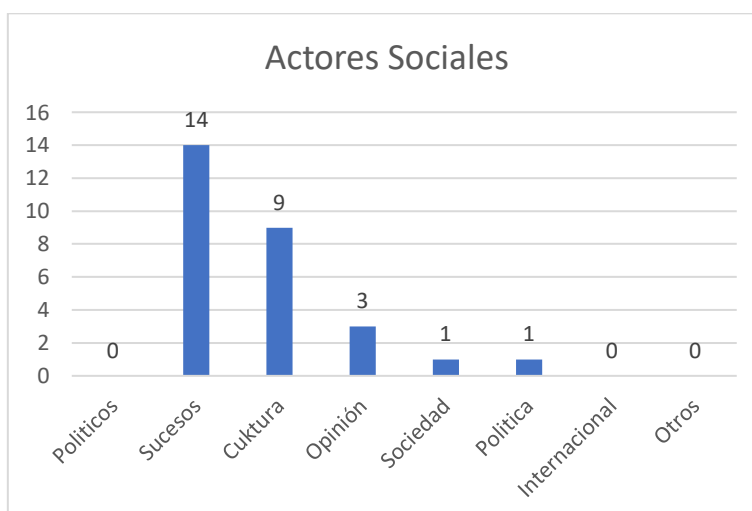


*Fuente: Elaboración Propia*

Que el 85,7% de los contenidos se concentran en tres formatos: reportaje, noticia y portada/contraportada, los formatos narrativos tienen un papel secundario del 14,3%, géneros como crónica, publicidad y otros están ausentes.

**Figura 25**

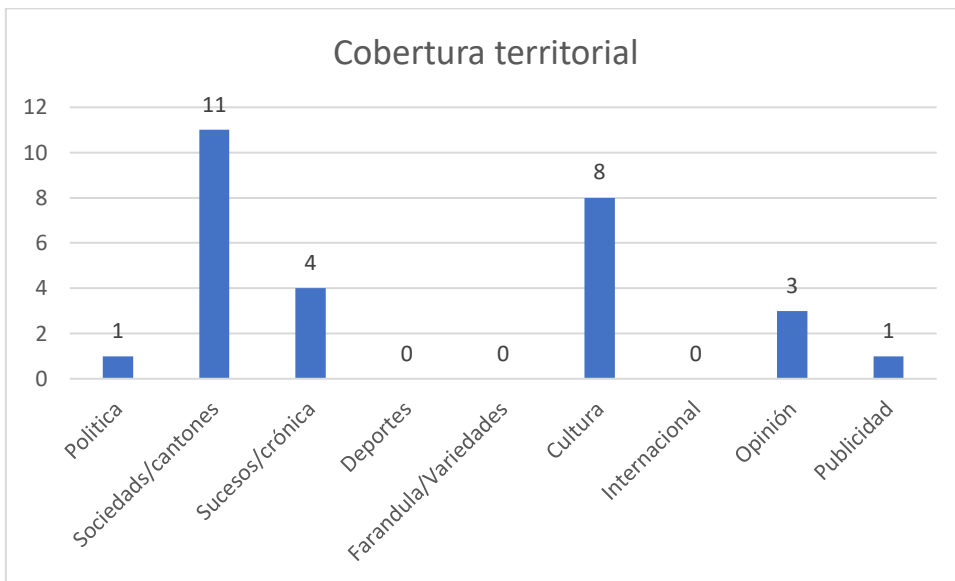
*Actores sociales*



*Fuente: Elaboración Propia*

Que los actores sociales están concentrados en las secciones sucesos y cultura, que suman el 82,1%, esto da visibilidad a actores relacionados con estas secciones, pero deja en segundo plano a otros sectores, reflejan un desequilibrio en la cobertura, que podría limitar la pluralidad informativa.

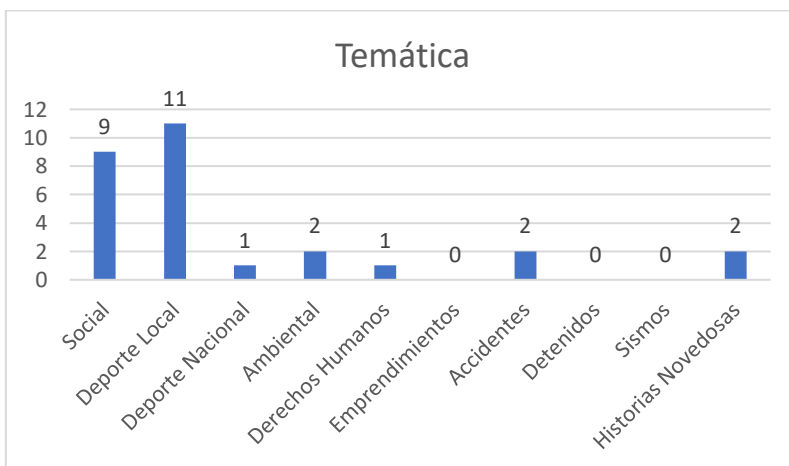
**Figura 26**  
*Cobertura en territorio*



*Fuente: Elaboración Propia*

Que la cobertura territorial se concentra en tres ejes principales; lo local sociedades/cantones, la cultura y los sucesos, que en conjunto representan más del 82% de los casos, lo cual evidencia que el medio apuesta por dar voz a comunidades cercanas, resaltar el ámbito cultural y registrar hechos de seguridad como sus pilares informativos.

**Figura 27**  
*Temática*

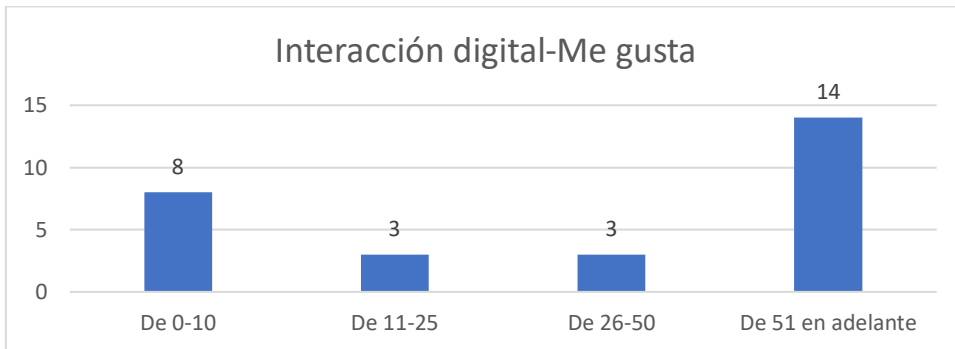


*Fuente: Elaboración Propia*

Que la agenda temática se concentra en dos grandes ejes: deporte Local y social juntos representan más del 70% de la cobertura, refleja un perfil comunitario y territorial, se proyecta una identidad informativa local, centrada en lo social y deportivo, con poca atención a temáticas globales, nacionales o estructurales.

**Figura 28**

*Interacción: Like – Me gusta*

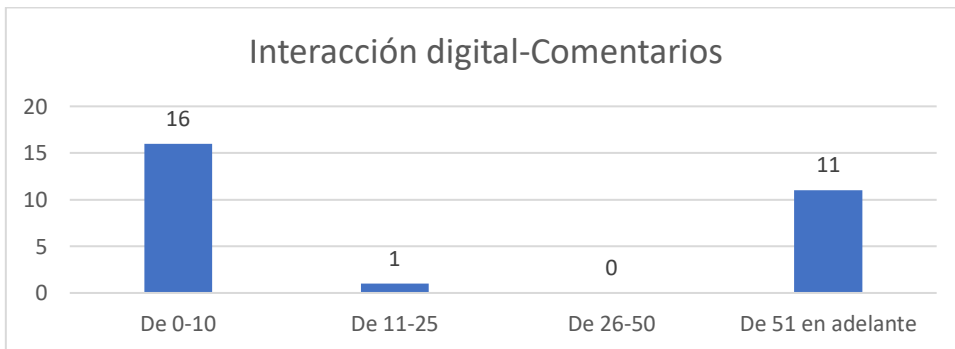


*Fuente: Elaboración Propia*

Las publicaciones tienen éxito más en “me gusta”, y hace que genere interés de esta manera mucho más like.

**Figura 29**

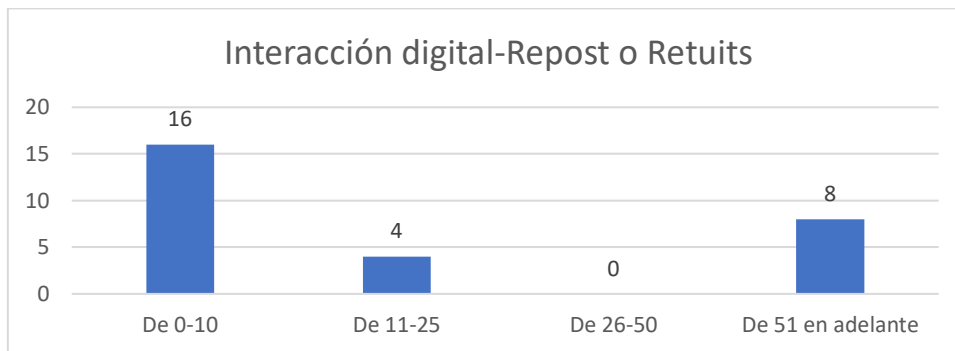
*Interacción: Comentarios*



*Fuente: Elaboración Propia*

La participación en las publicaciones se concentra en dos extremos: la mayoría genera poca interacción, mientras que ciertos contenidos despiertan un alto nivel de conversación. La zona intermedia prácticamente no existe, lo que evidencia que los temas publicados suelen ser o poco atractivos o muy motivadores para el público.

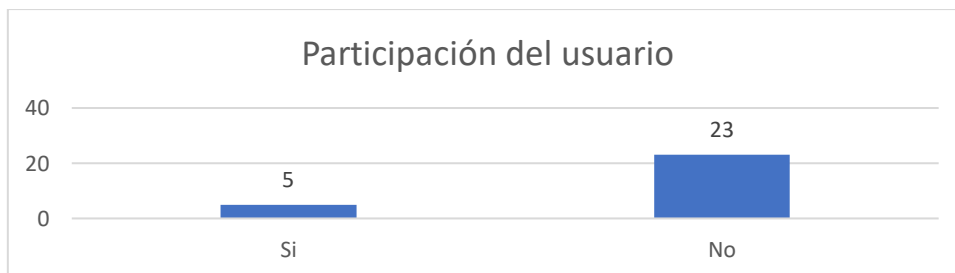
**Figura 30**  
*Participación 1*



*Fuente: Elaboración Propia*

Que el 57,1% tiene baja difusión, lo que sugiere que muchos contenidos se quedan solo en el consumo pasivo, una minoría relevante, logra ser compartida masivamente y amplificar el alcance del medio, escasa zona intermedia indica que la audiencia tiende a decidir entre no compartir o difundir ampliamente.

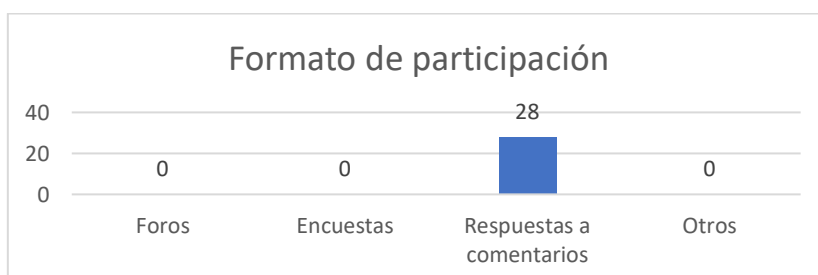
**Figura 31**  
*Participación*



*Fuente: Elaboración Propia*

Que se observa un desequilibrio en la participación del usuario, más de 8 de cada 10 casos 82,1% muestran ausencia de participación, lo que limita la construcción de comunidad y el intercambio en la plataforma, casi 2 de cada 10 usuarios participan activamente.

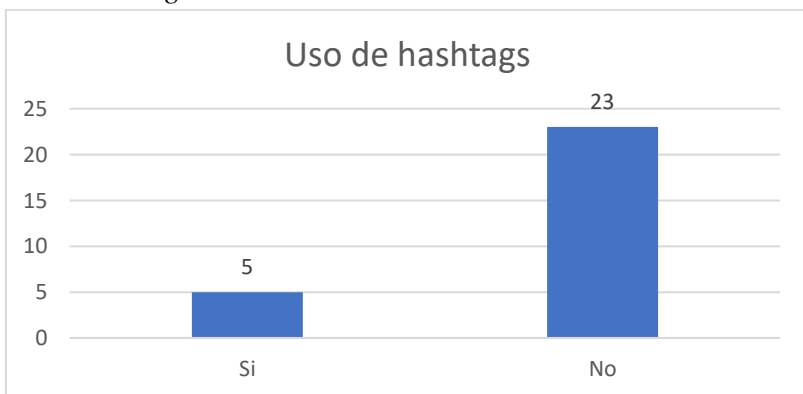
**Figura 32**  
*¿Como participa?*



Fuente: *Elaboración Propia*

Que la participación del usuario es el 100% se produce mediante comentarios, sin presencia de encuestas, foros u otros formatos, refleja un modelo de interacción básico.

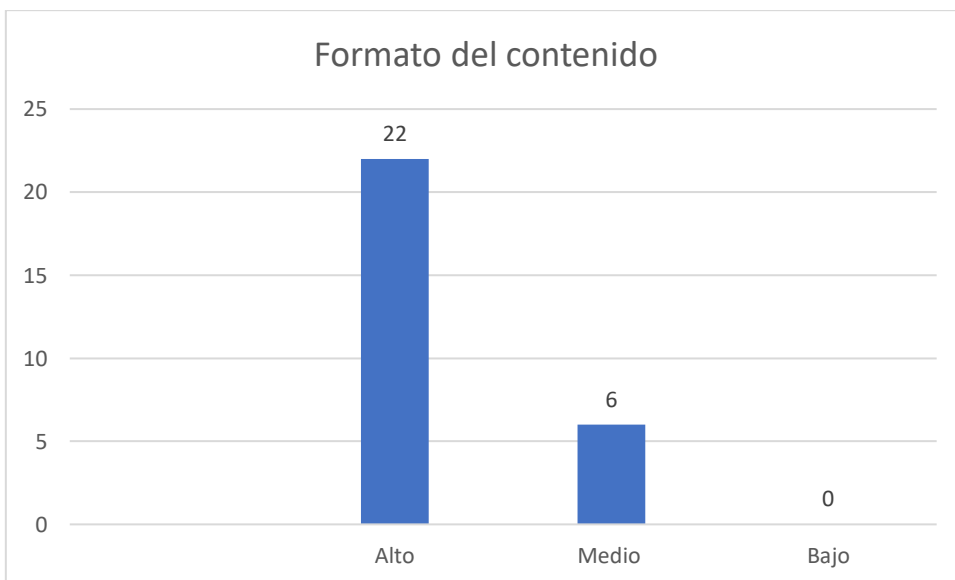
**Figura 33**  
*Hashtags*



Fuente: *Elaboración Propia*

No se está incorporando de forma sistemática el uso de hashtags, 2 de cada 10 publicaciones los usan, 8 de cada 10 no aprovechan esta herramienta gratuita para incrementar visibilidad, interacción y posicionamiento digital.

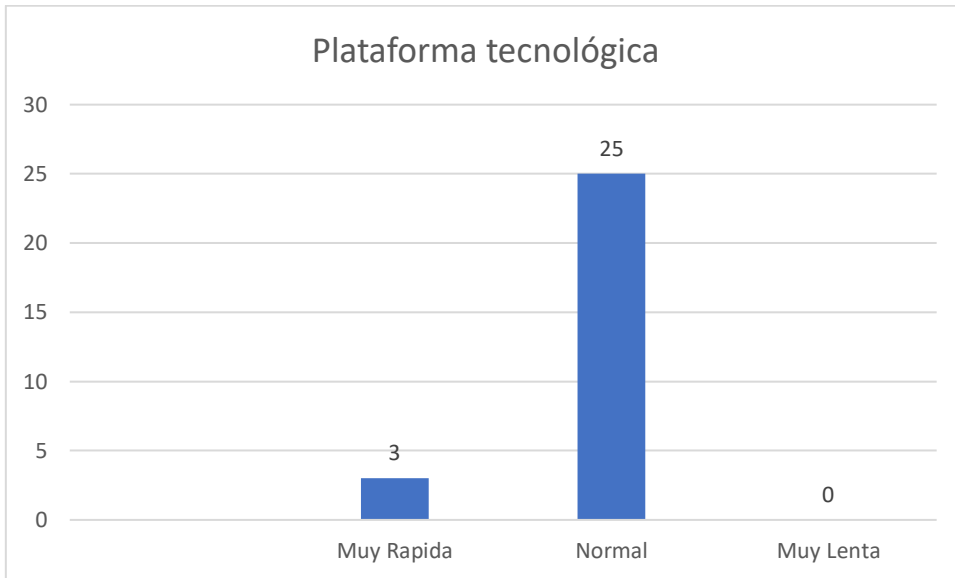
**Figura 34**  
*Formato del contenido*



Fuente: *Elaboración Propia*

Casi 8 de cada 10 publicaciones, 78,6% destacan por su alto nivel de calidad y formato, el resto se ubica en un nivel medio, mostrando consistencia en los estándares editoriales.

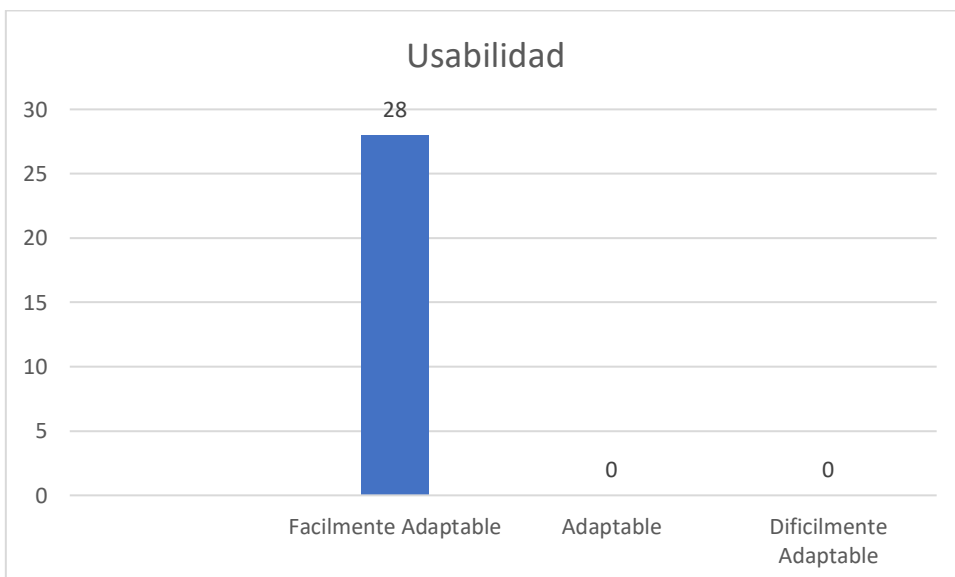
**Figura 35**  
*Plataforma*



*Fuente: Elaboración Propia*

La percepción sobre la plataforma tecnológica es altamente favorable, la mayoría 89,3% la considera de rendimiento normal y estable, lo que asegura confiabilidad en el servicio, un porcentaje destaca su alta velocidad, ningún usuario la califica como lenta, lo que indica que no hay problemas graves de desempeño.

**Figura 36**  
*Usos*

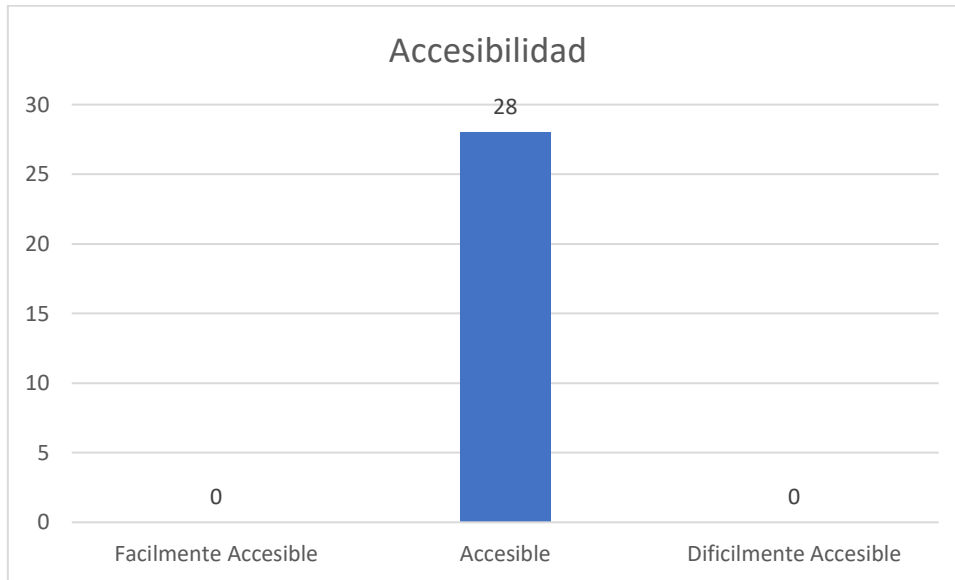


*Fuente: Elaboración Propia*

La usabilidad de la plataforma es muy buena, con un 100% de aceptación como fácilmente adaptable, refleja una experiencia de usuario óptima, sin barreras de accesibilidad o dificultad en el aprendizaje del sistema.

**Figura 37**

*Acceso*

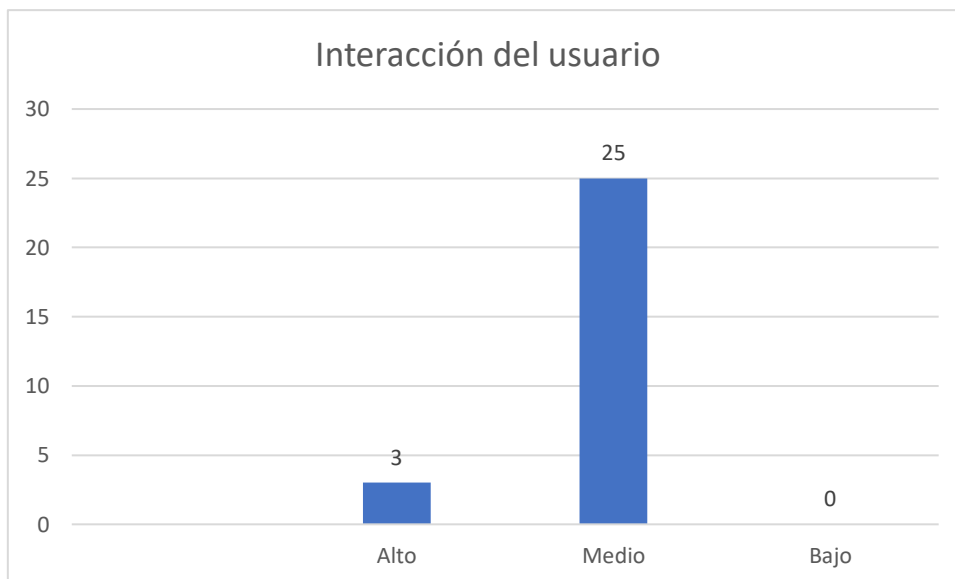


*Fuente: Elaboración Propia*

La accesibilidad de la plataforma es plena y consistente en un 100%, lo que constituye una fortaleza en términos de inclusión y facilidad de uso, ningún usuario la percibe como difícil de usar, lo que elimina barreras de entrada.

**Figura 38**

*Interacción: Usuario*

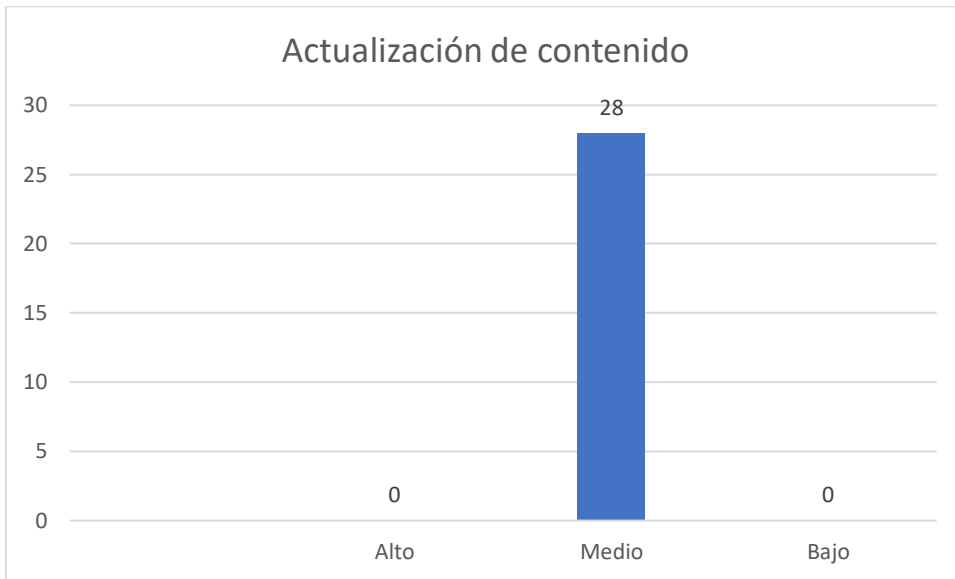


*Fuente: Elaboración Propia*

La interacción de los usuarios se concentra en un nivel medio con el 89,3%, lo que refleja un compromiso estable pero moderado con la plataforma, existe cierta participación generalizada, aunque solo un 10,7% destaca como usuarios altamente activos.

**Figura 39**

*Actualización de contenidos*

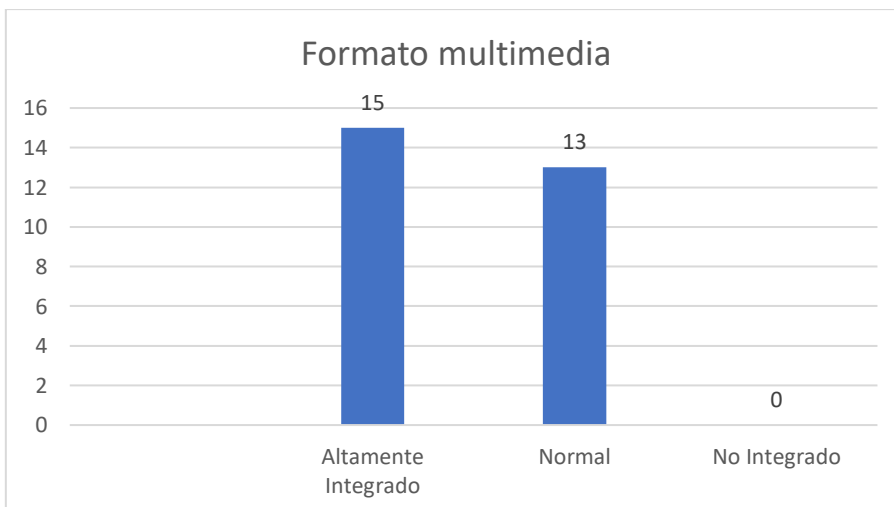


*Fuente: Elaboración Propia*

La actualización de contenido se caracteriza por un nivel uniforme y medio del 100%, no hay deficiencias, lo que garantiza que la plataforma no está desatendida, tampoco se alcanza un nivel de actualización “alto”, lo que limita la competitividad frente a medios más dinámicos.

**Figura 40**

*Formato multimedia*



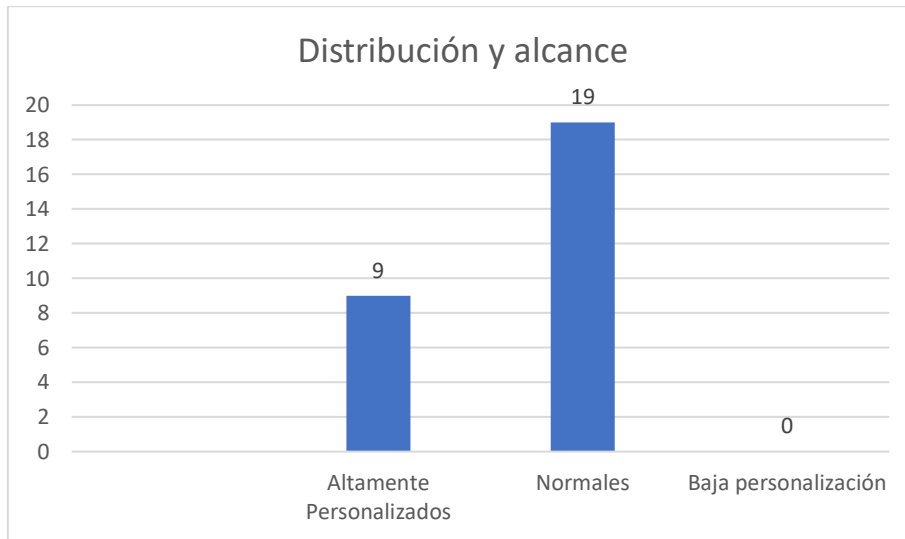
*Fuente: Elaboración Propia*

Que presenta un perfil fuerte en el uso de formatos multimedia, más de la mitad el 53,6% logra un nivel de integración avanzado, generando contenidos atractivos e interactivos, el

46,4% mantiene un nivel normal, asegurando consistencia, aunque sin explotar al máximo los recursos digitales.

**Figura 41**

*Alcance*

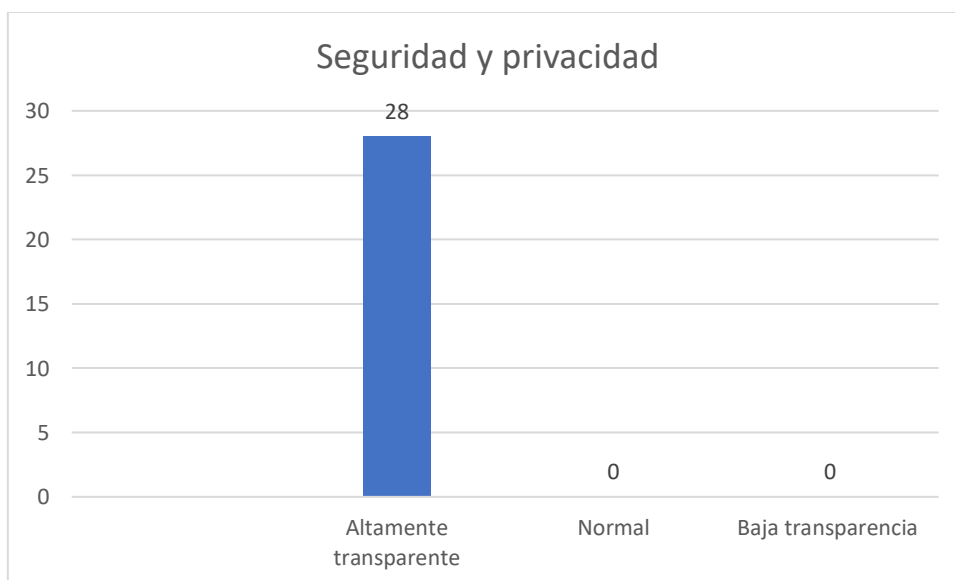


*Fuente: Elaboración Propia*

La distribución y alcance de los contenidos se caracteriza por un equilibrio entre generalidad y especialización, 2 de 3 publicaciones se distribuyen de forma normal, llegando a una audiencia amplia, pero sin segmentación avanzada, 1 de cada 3 el aplica personalización elevada.

**Figura 42**

*Seguridad y privacidad*



*Fuente: Elaboración Propia*

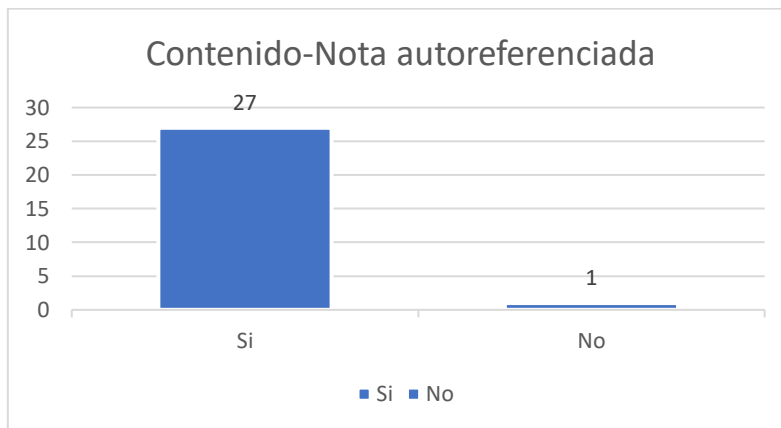
La plataforma logra un desempeño óptimo en seguridad y privacidad, con una valoración unánime del 100% como altamente transparente, representa una fortaleza crítica frente a la competencia, ya que en el entorno digital la confianza en la protección de datos es un elemento diferenciador.

### Instagram:

### Indicadores generales sobre las publicaciones digitales en el Diario del Norte

**Figura 43**

*Datos de contenido*

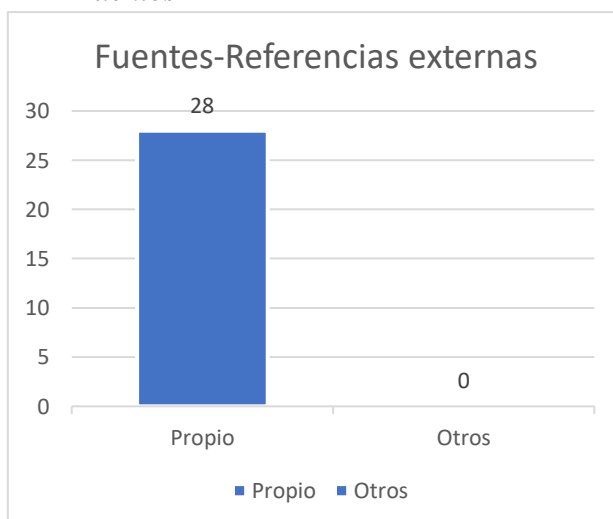


*Fuente: Elaboración Propia*

El medio basa casi toda su producción en notas auto referenciadas, lo cual muestra autonomía informativa, pero también una fuerte dependencia interna.

**Figura 44**

*Fuentes*

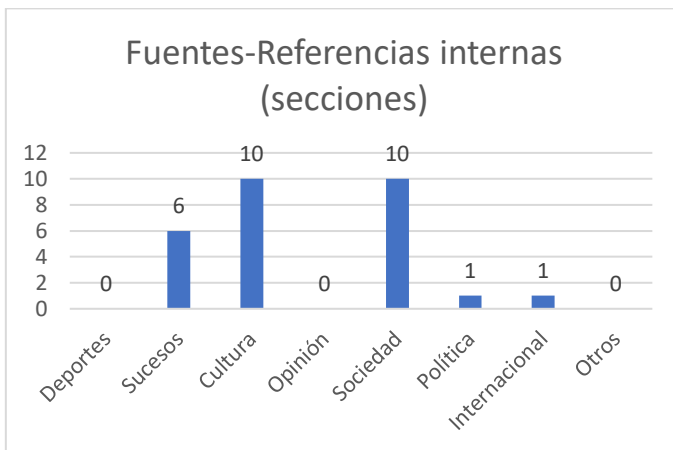


*Fuente: Elaboración Propia*

Todas las referencias externas corresponden a fuentes propias del medio, no se utilizan fuentes externas independientes, lo que limita la diversidad y credibilidad.

**Figura 45**

*Fuentes - Referencias*



*Fuente: Elaboración Propia*

Cultura y sociedad concentran el 71,4% de las referencias internas, política e internacional suman apenas el 7,2%, existe un marcado enfoque en contenidos sociales y culturales.

**Figura 46**

*Calidad informativa*



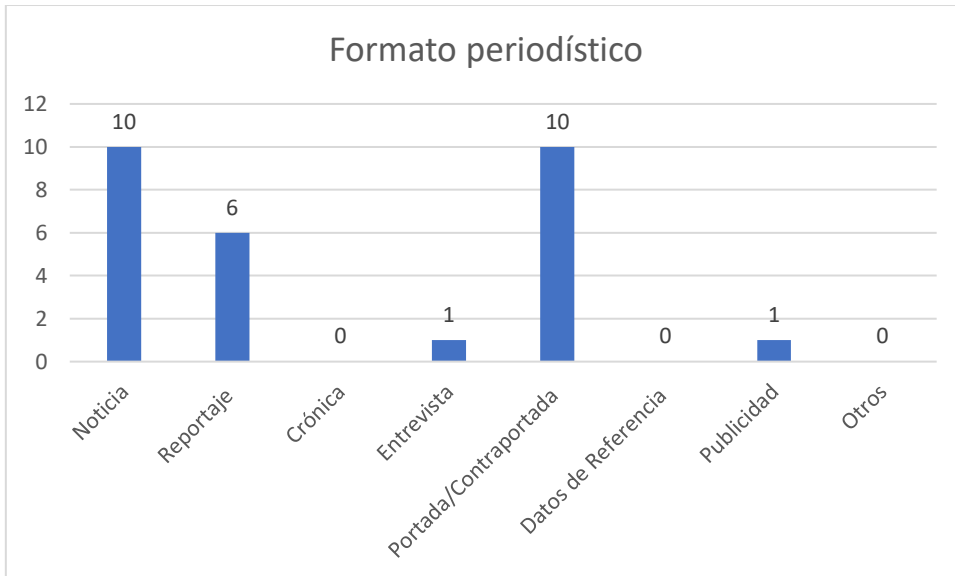
*Fuente: Elaboración Propia*

La calidad informativa se concentra en sucesos 57,1% y cultura 35,7%, las demás secciones no tienen producción destacada.

## Indicadores específicos sobre las publicaciones digitales en el Diario del Norte

**Figura 47**

*Formato periodístico*

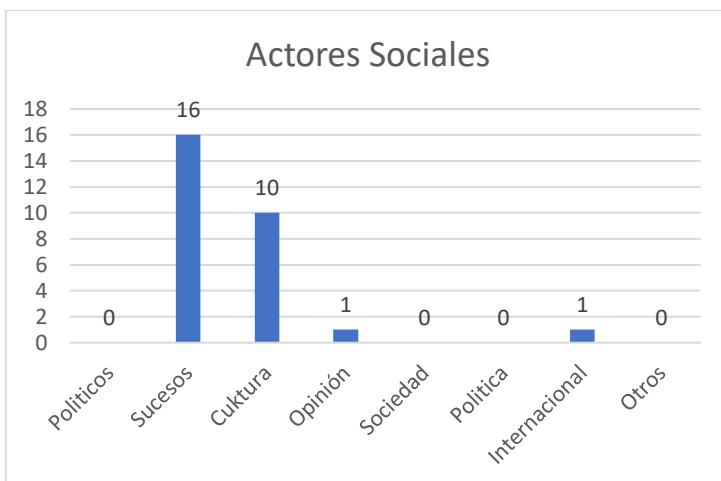


*Fuente: Elaboración Propia*

El medio basa su producción en noticias rápidas y portadas 71,4%, presenta un estilo más informativo que analítico, los reportajes 21,4% complementan la oferta.

**Figura 48**

*Actores sociales*

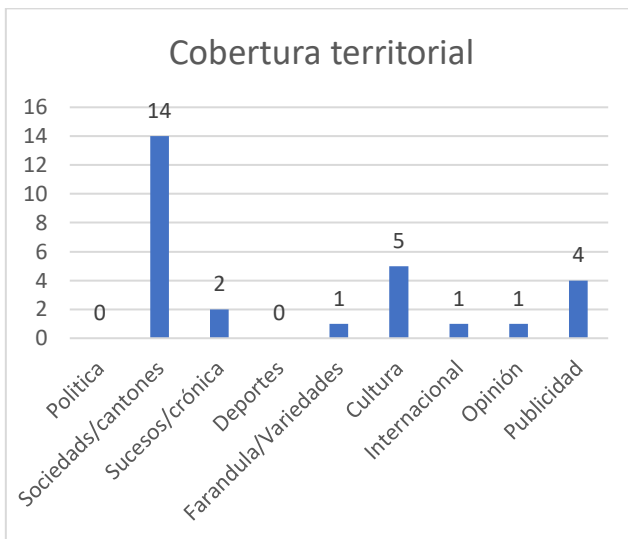


*Fuente: Elaboración Propia*

La representación de actores sociales está concentrada en sucesos y cultura con un 92,8%, con muy poca presencia en otros ámbitos.

**Figura 49**

*Alcance territorial*

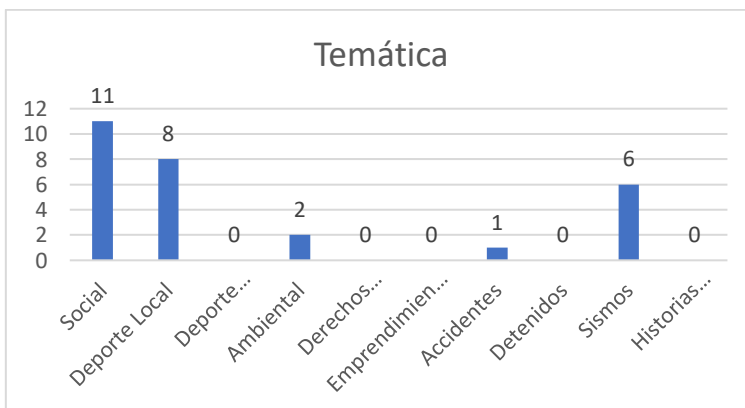


*Fuente: Elaboración Propia*

Presenta una cobertura territorial con fuerte énfasis en lo local con el 50%, refleja cercanía con las comunidades y relevancia inmediata para los públicos cercanos, a costa de una baja diversidad temática.

**Figura 50**

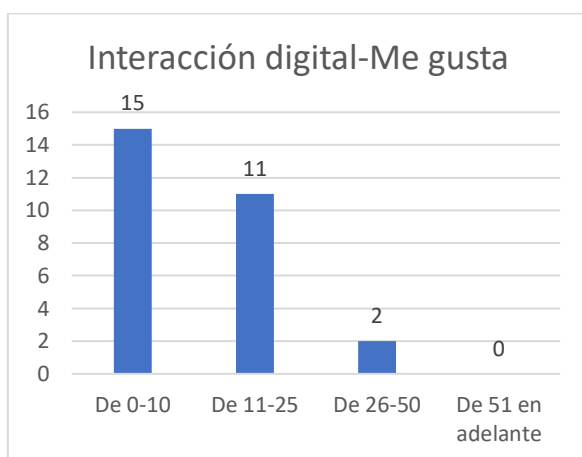
*Temática*



*Fuente: Elaboración Propia*

La cobertura temática del medio está fuertemente centrada en lo social, el deporte local y los sismos, representando más de dos tercios del total, la ausencia de otras áreas reduce el potencial de impacto de una agenda pública más amplia.

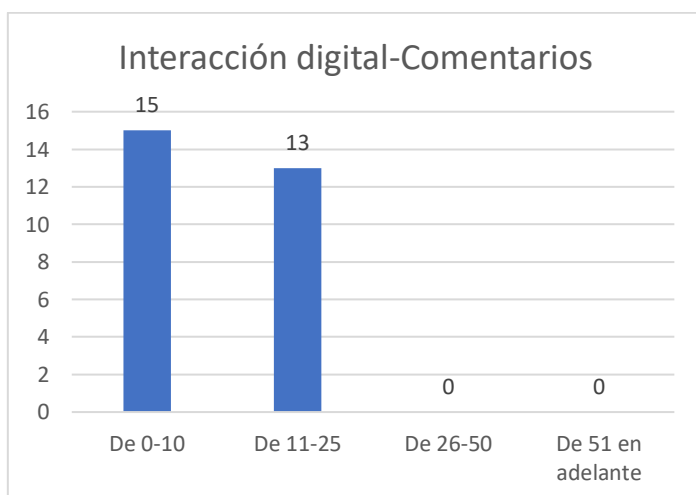
**Figura 51**  
*Reacciones – me gusta*



*Fuente: Elaboración Propia*

La interacción digital medida en “me gusta” es predominantemente baja a media, El 92,9% de las publicaciones no superan los 25 “me gusta”, los otros ítems alcanzan un rango medio-alto entre no tan alto con respecto al inicial.

**Figura 52**  
*Interacción - Comentarios*

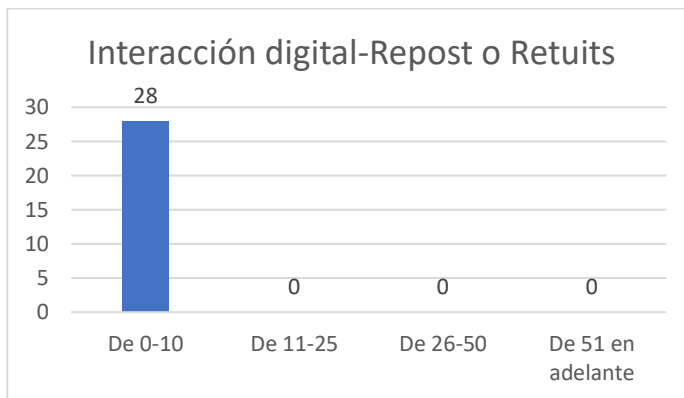


*Fuente: Elaboración Propia*

El 100% de la interacción por comentarios se mantiene en un rango bajo–medio 0 a 25, ninguna publicación lo supera, esto refleja baja capacidad para generar debates profundos o masivos.

**Figura 53**

*Interacción - Retuits*

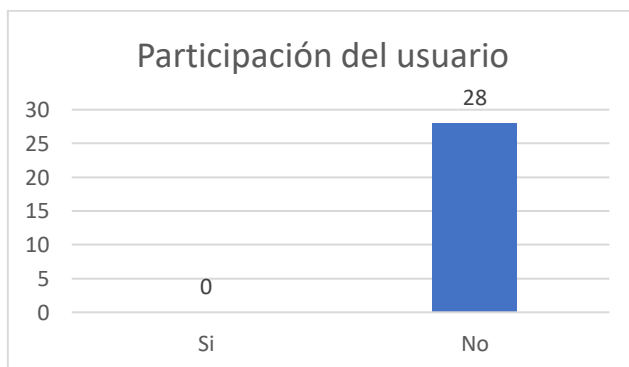


*Fuente: Elaboración Propia*

Se evidencia que la participación de usuarios está totalmente limitada a respuestas a comentarios en el 100%, sin diversificación en otros formatos, por lo que el engagement se mantiene lineal y poco innovador.

**Figura 54**

*Actividad de usuarios*

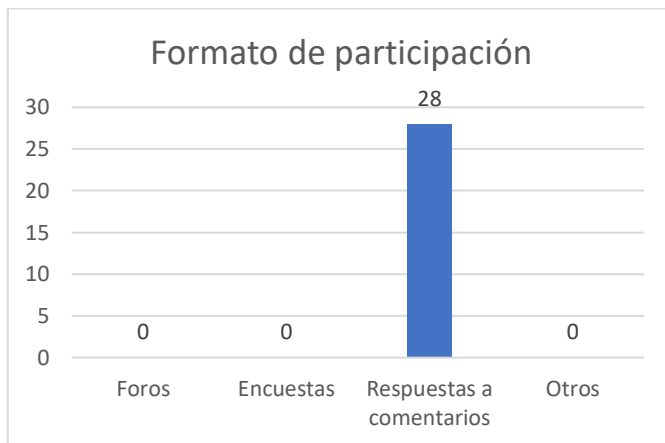


*Fuente: Elaboración Propia*

La participación del usuario es inexistente 0%, se evidencia que el medio funciona bajo un esquema unidireccional y cerrado, donde no se aprovecha el potencial del diálogo digital.

**Figura 55**

*Formato de participación*



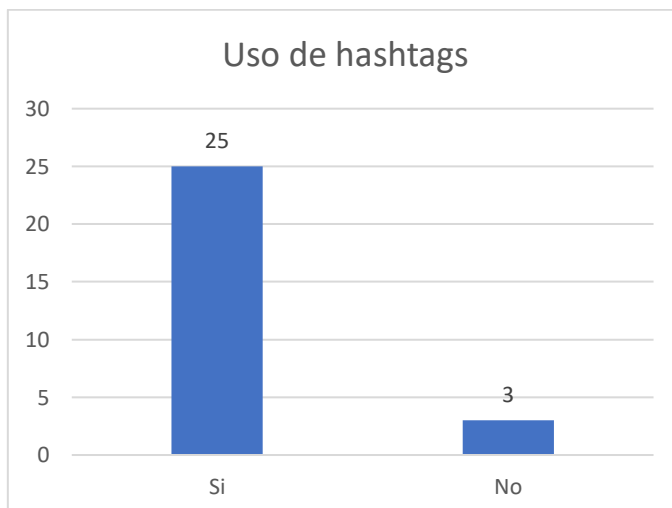
*Fuente: Elaboración Propia*

La participación se limita en un 100% a respuestas a comentarios, con ausencia de otros formatos como encuestas y foros, lo que muestra un modelo participativo cerrado y reactivo, que restringe la interactividad y el involucramiento de la audiencia.

### **Indicadores de evaluación de herramientas tecnológicas sobre las publicaciones digitales en el Diario del Norte**

**Figura 56**

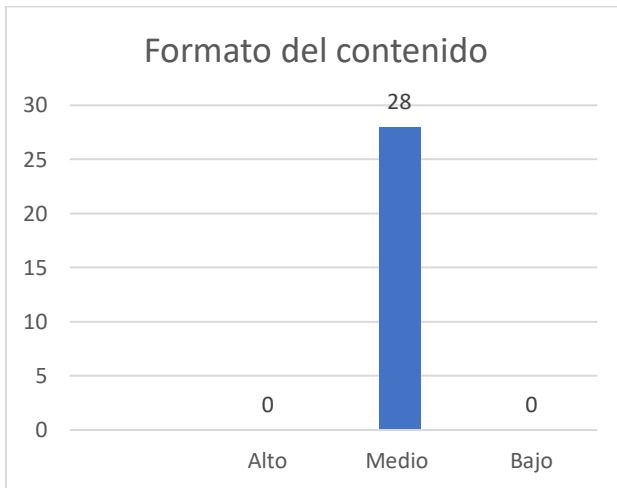
*Usos*



*Fuente: Elaboración Propia*

El gráfico evidencia que el medio utiliza hashtags en casi 9 de cada 10 publicaciones, lo que indica un buen nivel de adaptación a las prácticas de difusión digital. Sin embargo, un pequeño porcentaje de publicaciones 10,7% muestra cierta inconsistencia estratégica.

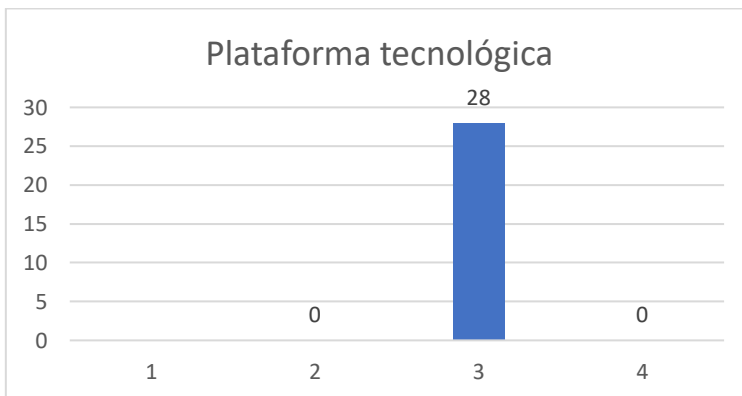
**Figura 57**  
*Contenidos*



*Fuente: Elaboración Propia*

La totalidad del contenido 100% se produce en un formato medio, sin alcanzar niveles altos de calidad ni caer en lo bajo, refleja un perfil estable pero poco competitivo.

**Figura 58**  
*Plataforma*

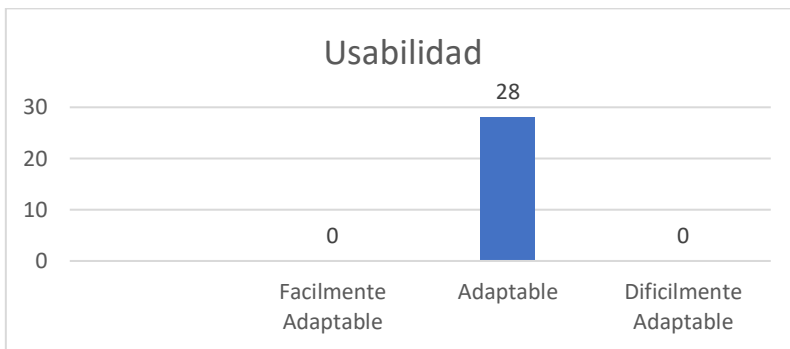


*Fuente: Elaboración Propia*

La plataforma tecnológica se percibe como “normal” en el 100% de los casos, sin fallas críticas, pero también sin atributos sobresalientes, en términos estratégicos, mantenerse en un nivel medio garantiza operatividad, pero no brinda ventaja competitiva ni fidelización del usuario.

**Figura 59**

*Usos*

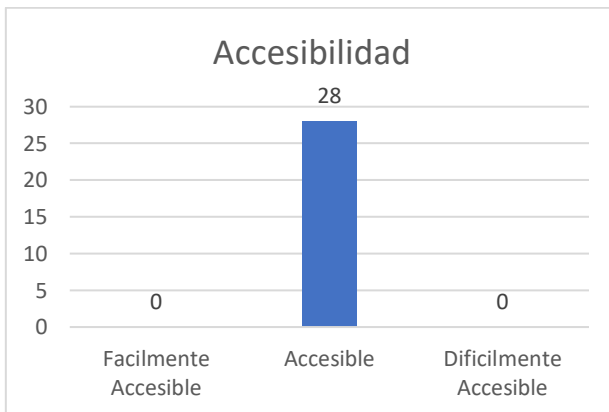


*Fuente: Elaboración Propia*

La usabilidad de la plataforma es considerada “adaptable” en el 100% de los casos, sin extremos positivos ni negativos, evolucionar hacia un nivel superior requiere trabajar en interfaces más intuitivas, accesos simplificados y diseño centrado en el usuario.

**Figura 60**

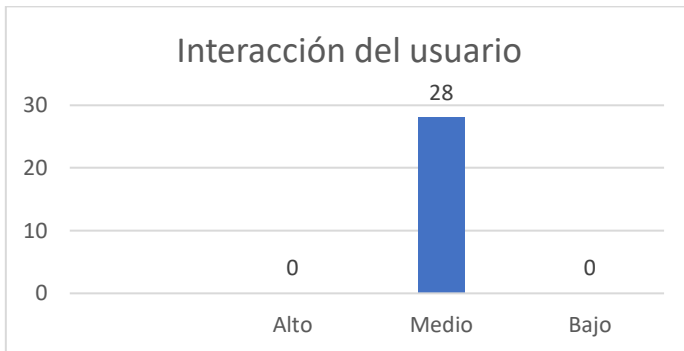
*Accesibilidad a la red*



*Fuente: Elaboración Propia*

La accesibilidad se percibe como aceptable en el 100% de los casos, sin llegar a un nivel de excelencia o facilidad destacada, pero carece de mejoras que lo hagan más inmediato, inclusivo y amigable para distintos tipos de usuarios.

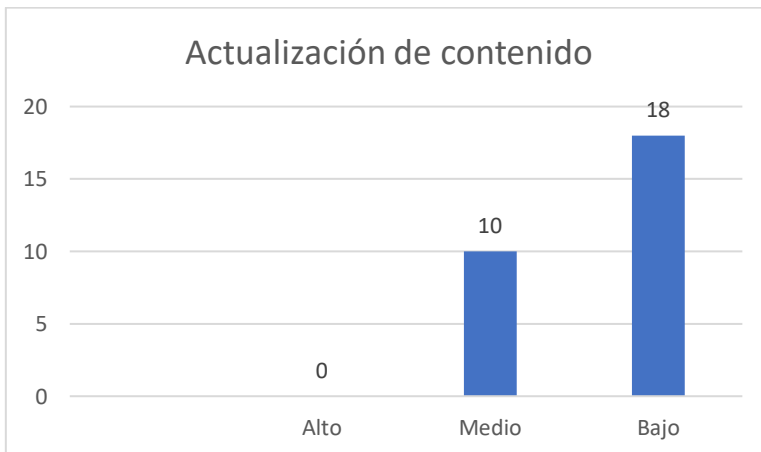
**Figura 61**  
*Interacción*



*Fuente: Elaboración Propia*

La interacción del usuario es moderada en el 100% de los casos, sin variación hacia niveles altos o bajos, esto garantiza un mínimo de participación estable, pero al mismo tiempo refleja estancamiento en el crecimiento del engagement.

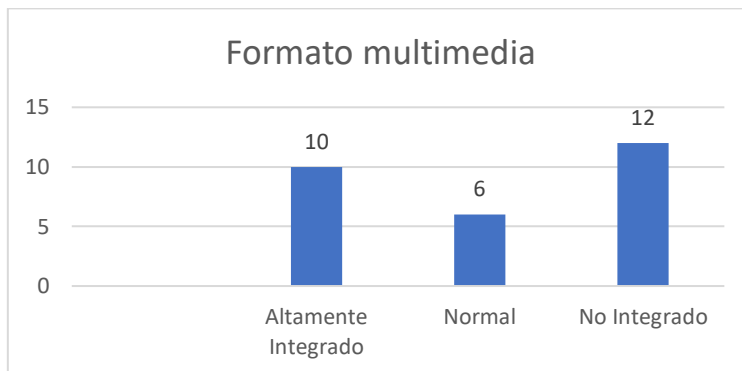
**Figura 62**  
*Actualizaciones*



*Fuente: Elaboración Propia*

El medio presenta una actualización de contenido predominantemente baja 64,3%, complementada con un nivel medio 35,7%, pero sin alcanzar niveles altos.

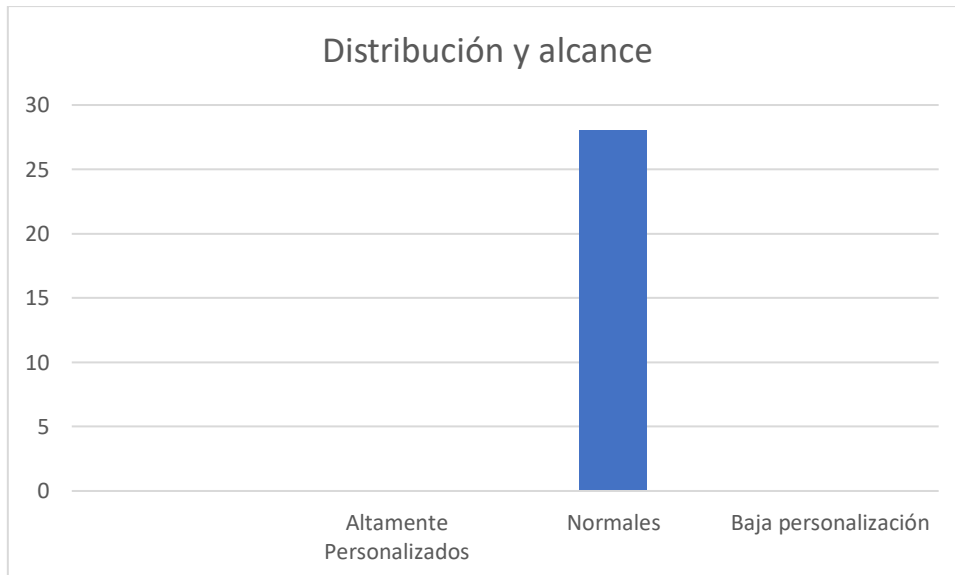
**Figura 63**  
*Multimedia*



*Fuente: Elaboración Propia*

Se observa un perfil mixto en el uso de multimedia, 42,9% de los contenidos no integran recursos multimedia, lo que representa una debilidad significativa, el 35,7% sí lo hacen de forma altamente integrada, lo que refleja buenas prácticas en un segmento del medio, el 21,4% se queda en un nivel normal.

**Figura 64**  
*Distribución de contenido y alcance*

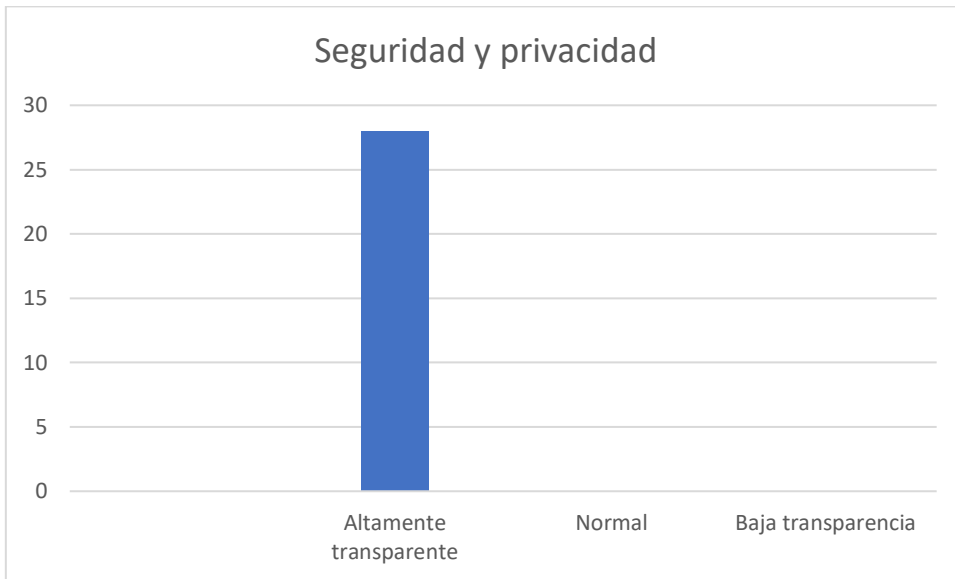


*Fuente: Elaboración Propia*

La distribución y el alcance de los contenidos es uniforme y estándar es 100% normal, esto asegura un desempeño básico y funcional, pero también muestra una falta de personalización y optimización en la difusión.

**Figura 65**

*Seguridad y privacidad del medio*



*Fuente: Elaboración Propia*

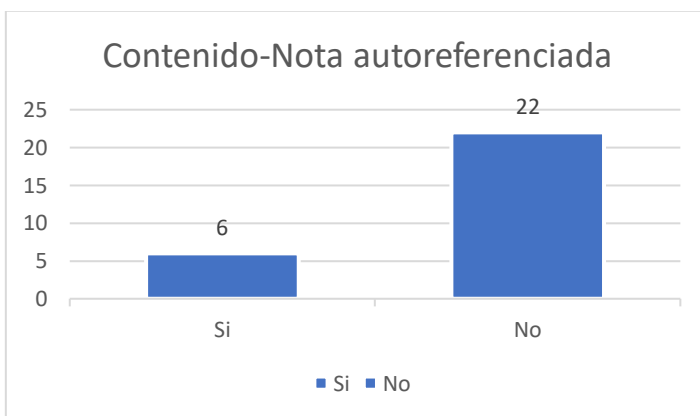
La seguridad y privacidad del medio son percibidas como altamente transparentes en el 100% de los casos, lo que constituye una de sus principales fortalezas institucionales.

### **Página Web**

#### **Indicadores generales sobre las publicaciones digitales en el Diario del Norte**

**Figura 66**

*Contenidos*

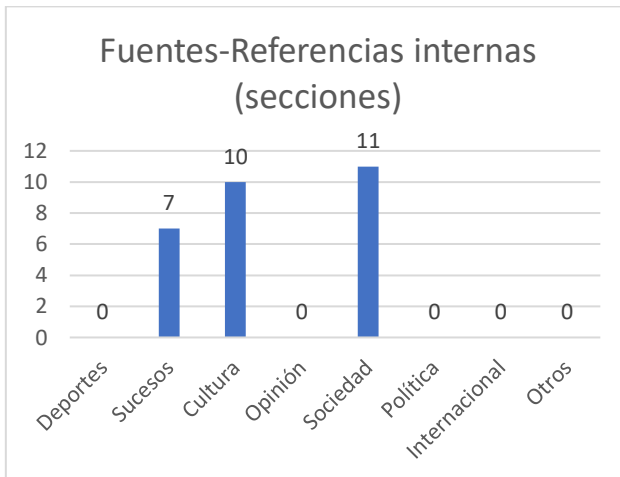


*Fuente: Elaboración Propia*

Solo 1 de cada 5 notas 21,4% utiliza auto referencias, mientras que la mayoría 78,6% depende de fuentes externas o independientes, refleja una estrategia de información más orientada hacia lo externo que hacia el refuerzo de la propia producción editorial.

**Figura 67**

*Fuentes*

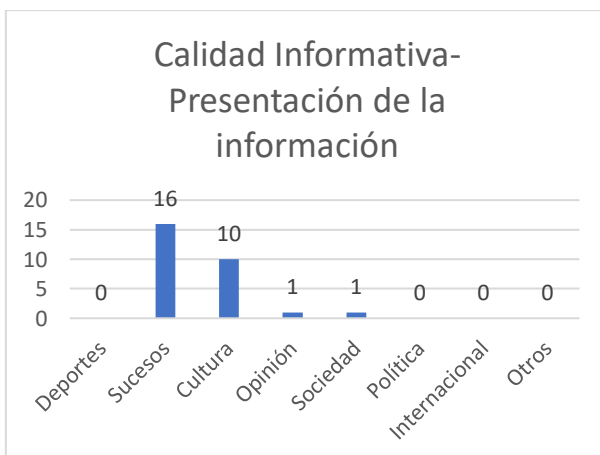


*Fuente: Elaboración Propia*

Las referencias internas se concentran en pocas secciones, principalmente sociedad y cultura casi 4 de cada 5 referencias, con apoyo de sucesos, sugiere un patrón editorial limitado en alcance, ya que se desaprovechan secciones estratégicas como política o internacional.

**Figura 68**

*Calidad informativa*



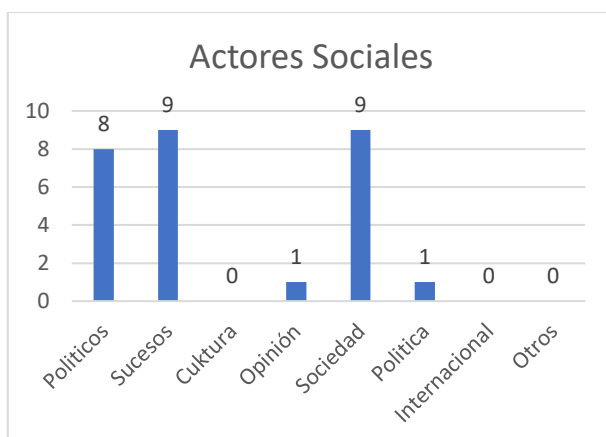
*Fuente: Elaboración Propia*

La calidad informativa se concentra en sucesos 55,2% y cultura 34,5%, en conjunto representan casi 9 de cada 10 casos, esta tendencia muestra que el medio prioriza hechos inmediatos y contenidos culturales en su mejor presentación.

## Indicadores específicos sobre las publicaciones digitales en el Diario del Norte

**Figura 69**

*Actores sociales*

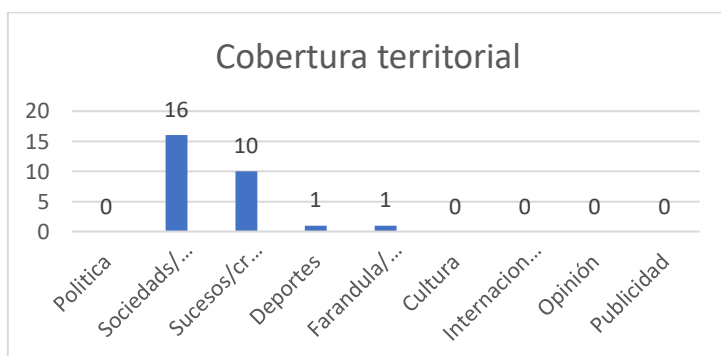


*Fuente: Elaboración Propia*

La cobertura de actores sociales se concentra en sucesos, sociedad y políticos, que representan más del 85% del total, lo cual muestra un enfoque noticioso hacia los hechos locales y actores políticos, reforzando la atención en temas de coyuntura social y de poder.

**Figura 70**

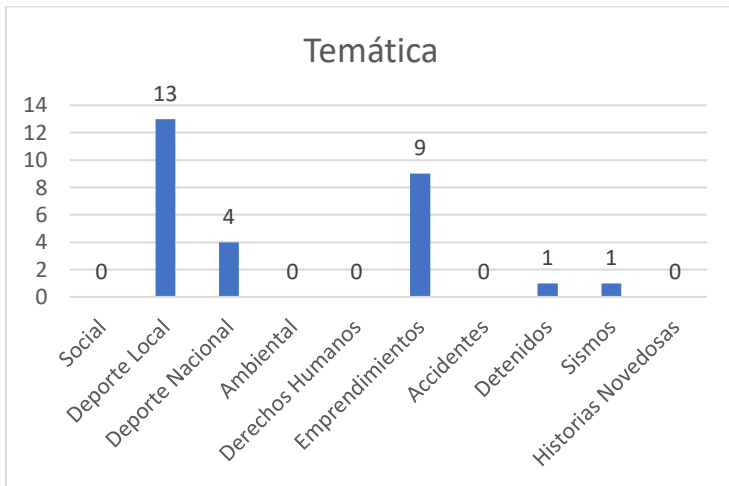
*Alcance territorial*



*Fuente: Elaboración Propia*

Se encuentra fuertemente concentrada en lo local y comunitario sociedades/cantones y en los sucesos inmediatos, que en conjunto representan casi el 90% del total.

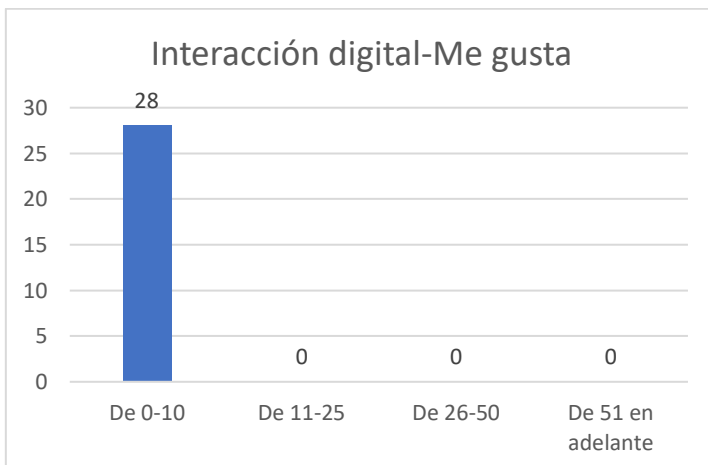
**Figura 71**  
*Temática*



*Fuente: Elaboración Propia*

Está dominada por el Deporte Local y los Accidentes 73,3%, que evidencia un enfoque localista y de hechos inmediatos, el deporte nacional ocupa un lugar secundario, las áreas sociales, ambientales y de derechos humanos están completamente ausentes.

**Figura 72**  
*Interacción - like*



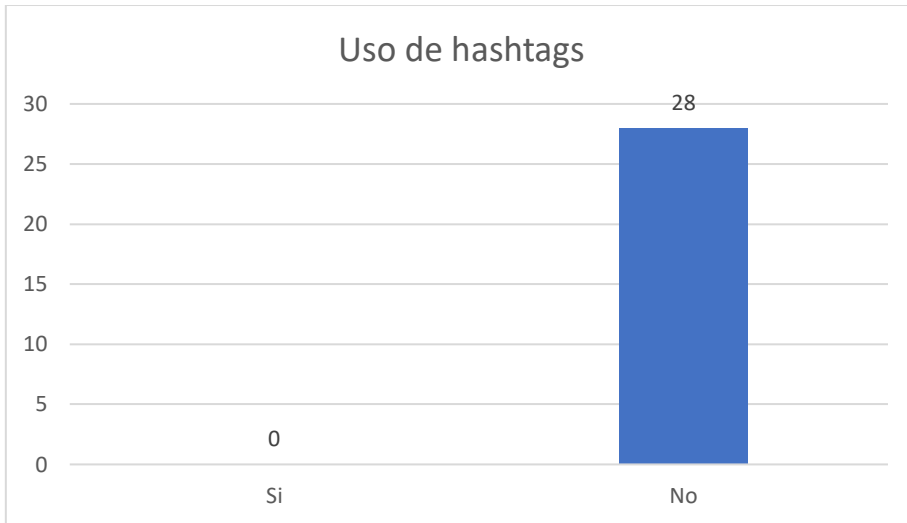
*Fuente: Elaboración Propia*

Medida por “Me gusta” es críticamente baja, ya que el 100% de los contenidos se mantiene en el rango más bajo 0–10, refleja una necesidad urgente de replantear la estrategia digital.

## Indicadores específicos sobre las publicaciones digitales en el Diario del Norte

**Figura 73**

*Usos*

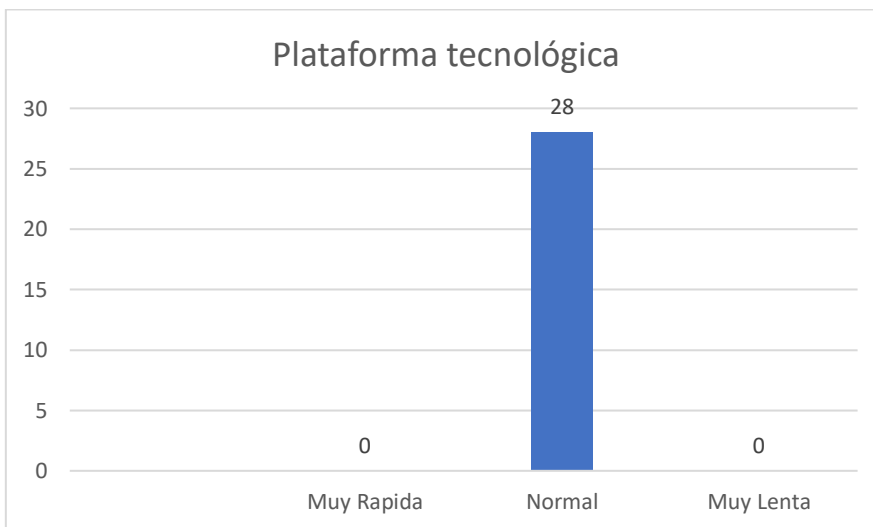


*Fuente: Elaboración Propia*

Su uso es inexistente 0%, lo que limita de forma significativa la capacidad de los contenidos para ampliar su visibilidad, atraer nuevas audiencias, y generar mayor interacción.

**Figura 74**

*Plataformas*

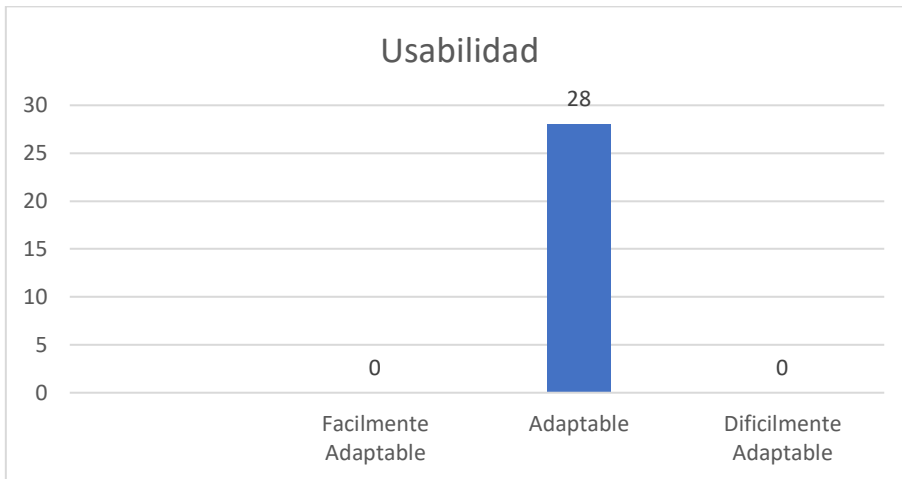


*Fuente: Elaboración Propia*

Se percibe como funcional pero estándar, con un 100% de calificaciones en “normal”, sugiere que no existen problemas significativos de lentitud o fallos graves, pero tampoco destaca por ofrecer un rendimiento superior.

**Figura 75**

*Usos*

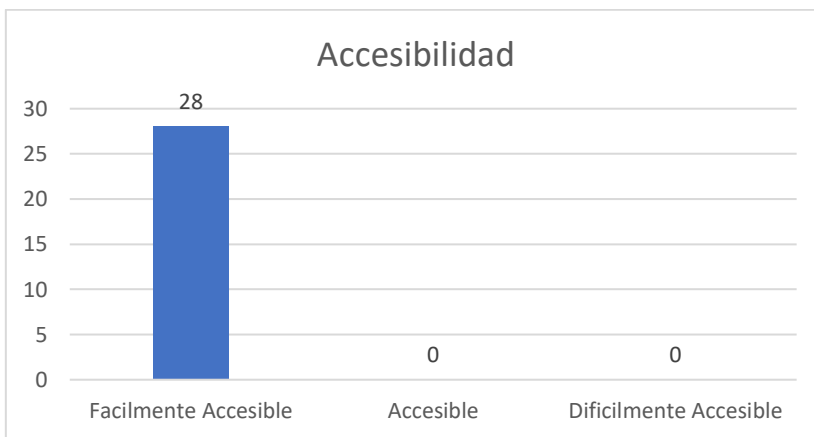


*Fuente: Elaboración Propia*

Es vista como aceptable y estable 100% adaptable, no se percibe como intuitiva o de adaptación inmediata, lo que muestra un ámbito de mejora en diseño, ergonomía digital y experiencia de usuario.

**Figura 76**

*Accesos*

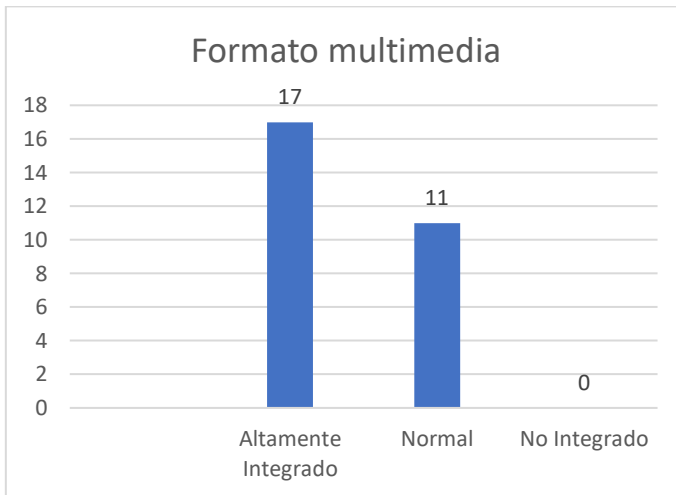


*Fuente: Elaboración Propia*

Es excelente 100% fácilmente accesible, consolidándose como una de sus mayores fortalezas tecnológicas. Esto significa que los usuarios no encuentran obstáculos para ingresar, navegar o interactuar, lo que refuerza la usabilidad y la experiencia global.

**Figura 77**

*Formatos*



*Fuente: Elaboración Propia*

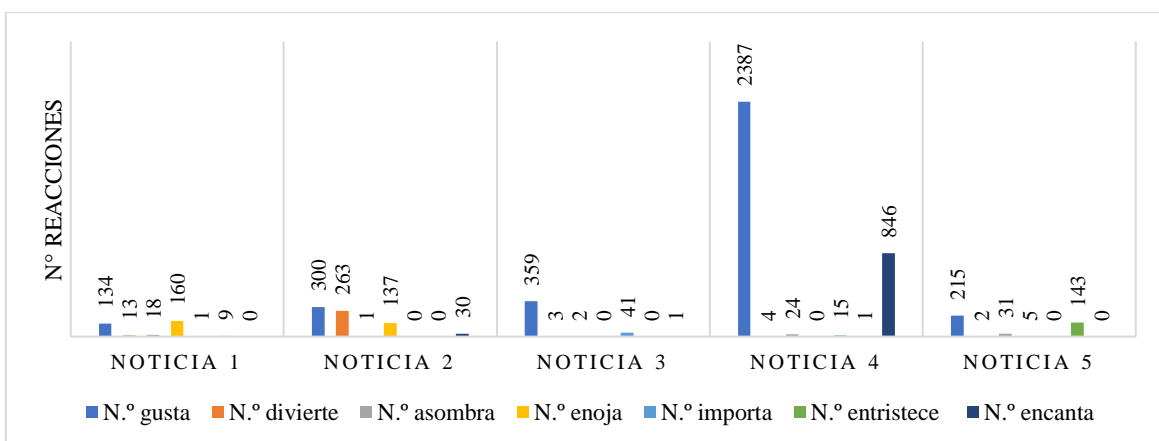
Es una fortaleza, el 100% de los contenidos incorpora recursos multimedia, con un predominio de la categoría altamente integrado 60,7%, evidencia un compromiso con la presentación visual e interactiva de la información.

Se puede concluir que Diario del Norte posee un capital informativo significativo, pero debe fortalecerse su impacto, mediante el fortalecimiento de sus equipos de comunicación y la implementación de herramientas de analítica social que permitan medir, entender y responder a las expectativas de las audiencias digitales actuales.

**Ficha de observación de noticias en redes sociales de Diario del Norte**

**Figura 78**

*Ficha de observación de noticias en redes sociales de Diario del Norte*



*Fuente: Elaboración Propia*

Las cinco publicaciones del Diario del Norte analizadas, difundidas entre el 17 y el 22 de octubre de 2024, revelan que la interacción en redes sociales está profundamente mediada por la carga emocional y la relevancia temática para la ciudadanía.

La selección de estas cinco publicaciones del Diario del Norte fue estratégica y deliberada, no aleatoria. El propósito fundamental fue construir una muestra representativa y multifacética que permitiera estudiar cómo la prensa digital genera impactos emocionales y participa en la configuración de la opinión pública en redes sociales. Cada una de las noticias fue escogida por su capacidad para ilustrar un espacio distinto de reacciones emocionales, temáticas y de implicación ciudadana, abarcando desde el descontento estructural (electricidad) y la polarización política (visita presidencial), hasta el orgullo comunitario (tren) y la gratificación colectiva (hospital), sin olvidar la empatía social frente a la tragedia (accidente). Esta diversidad temática y afectiva garantiza una radiografía completa de las dinámicas de interacción mediática contemporánea, revelando cómo el contenido, el formato y la relevancia contextual de las noticias activan respuestas diferenciadas, consolidando la emocionalidad como un pilar central del periodismo digital y la participación ciudadana en el entorno virtual del Diario El Norte.

Las noticias analizadas revelaron que las redes sociales actúan como un reflejo emocional de la sociedad, en donde el contenido periodístico determina la naturaleza de la respuesta pública. Mientras que los temas relacionados con fallas estructurales o problemas económicos desencadenan un enojo generalizado, canalizando de esta manera la frustración colectiva, las noticias políticas suelen generar una polarización de opiniones, manifestando el escepticismo hacia las autoridades. En contraste con lo analizado los contenidos sobre progreso comunitario, bienestar social o mejora de servicios básicos inspiran reacciones positivas y mucho entusiasmo, apelando a la esperanza y al orgullo local. Finalmente se concluye que las tragedias movilizan emociones de tristeza y solidaridad, pero también enojo, evidenciando el dolor social y la demanda de soluciones; conjuntamente estos patrones demuestran que las redes sociales son espacios de participación donde el cúmulo de emociones es un eje central, influyendo en la configuración de la agenda pública a través de la conexión de las noticias con las necesidades y aspiraciones ciudadanas.

### **Tabla Matriz 3**

#### ***Resumen temático de hallazgos entrevista a la Gerencia. Gerente, Daniela Castillo.***

<b>Ámbito analizado</b>	<b>Hallazgos clave</b>
Impacto económico	Reducción del 70% en circulación impresa; ingresos orientados a sostenibilidad.
Gestión editorial y digital	Periodistas multicanal; separación clara entre redacción y marketing.
Relación con sector público	Retiro de pauta por ejercer fiscalización; se mantuvo independencia editorial.

Sostenibilidad tecnológica	Altos costos por operar legalmente; ciberataques afectaron base de datos
Vínculo con universidades	Relaciones activas; preocupación por limitaciones de la formación virtual.

*Fuente: Elaboración Propia*

– **Entrevista a la gerencia del Diario El Norte: análisis integral**

La entrevista realizada a la ingeniera Daniela Castillo, gerente del Diario del Norte, ofrece una visión directa y estratégica sobre cómo el medio ha enfrentado los desafíos de la transformación digital. A lo largo de la conversación, surgen temas clave como el modelo de negocio, la sostenibilidad financiera, la ética editorial, la infraestructura tecnológica y las relaciones institucionales, todos ellos estrechamente relacionados con los objetivos de esta investigación.

Uno de los puntos más destacados es el fuerte impacto económico que generó la caída de la circulación impresa, la cual se redujo hasta un 70% durante la pandemia y aún hoy sigue un 40% por debajo de los niveles anteriores. Aunque la transición hacia lo digital era inevitable, el enfoque principal ha sido mantener la operatividad del medio, más que alcanzar rentabilidad. Esta reconversión obligó al diario a replantear su modelo de ingresos, combinando acuerdos con grandes anunciantes y adaptando su oferta a públicos tanto impresos como digitales.

Desde el ámbito editorial, Diario del Norte ha adoptado una estrategia multicanal. Los periodistas ya no producen solo para papel, sino también para redes sociales y televisión digital. Esta integración de funciones permite construir contenidos adaptados a cada plataforma y tipo de audiencia. A pesar de la presión comercial, el medio mantiene una clara separación entre la redacción y el área de ventas, lo que ha sido clave para conservar su credibilidad. En redes sociales, especialmente en Facebook, se prioriza una gestión estratégica del contenido, evitando entrar en polémicas innecesarias y respondiendo solo cuando hay fundamentos profesionales que lo ameriten.

En cuanto a la relación con instituciones públicas, la gerente reconoce que ha habido momentos de tensión. La decisión de mantener una línea editorial crítica e independiente ha generado consecuencias económicas: en ciertos periodos se ha perdido entre un 20% y un 30% de los ingresos por concepto de pauta institucional. Sin embargo, esta postura ha permitido al diario conservar su independencia y reputación como un referente de información local confiable. También se menciona la alta inversión que representa operar bajo estándares legales y tecnológicos rigurosos. El medio destina más de 25.000 dólares al año en licencias de software, servicios de hosting, seguridad digital y derechos de uso. Esta apuesta no solo es un desafío económico, sino también una muestra clara del compromiso ético del diario frente a un entorno donde no todos juegan bajo las mismas reglas. Por último, Diario del Norte mantiene un fuerte lazo con el sector académico, colabora

activamente con universidades locales en la formación de nuevos comunicadores. No obstante, existe cierta preocupación sobre la calidad de la educación virtual, especialmente en carreras prácticas como el periodismo.

Por lo que se puede resumir es que la entrevista refleja que Diario del Norte es un medio resiliente, profesional y con principios firmes, que está enfrentando el entorno digital con responsabilidad, independencia y una fuerte conexión con su comunidad.

### **3.2.1 Conclusión General**

Se puede ver que luego de la presentación de los datos obtenidos con todos los instrumentos de la investigación, se concluye que el proceso de digitalización en Diario del Norte ha permitido diversificar los formatos informativos y satisfacer nuevas demandas ciudadanas; sin embargo, persisten desafíos importantes en la consolidación de la participación, el fortalecimiento de la credibilidad y la adaptación a las dinámicas de consumo actuales, elementos que condicionan el éxito de la prensa local en el entorno digital.

### **3.3 Discusión**

***PI-1: ¿De qué manera las características y herramientas del periodismo digital (como la multimedialidad, hipertextualidad e interactividad en plataformas como Facebook, Instagram y X) influyen en la transformación de la producción y distribución de contenidos del Diario del Norte y en la satisfacción de las nuevas necesidades informativas de los ciudadanos de Ibarra?***

La ficha de observación muestra que el Diario El Norte ha logrado incorporar recursos multimedia en el 100% de sus publicaciones digitales y priorizar la inmediatez temática, aunque la interacción sigue siendo limitada, con el 92,9% de los posts por debajo de los 25 “me gusta”. La multimedialidad y la hipertextualidad están presentes, pero no se traducen aún en altos niveles de participación, algo que corroboran Barredo-Ibáñez (2017): “La verdadera interactividad en los cibermedios latinoamericanos todavía enfrenta obstáculos metodológicos y culturales, predominando la recepción pasiva sobre el diálogo activo con las audiencias”. Las entrevistas a periodistas confirman una transición estratégica hacia la gestión multicanal y la prioridad editorial digital, pero también reconocen que los formatos audiovisuales e interactivos requieren mayor profesionalización e innovación, hallazgo respaldado en estudios recientes sobre medios ecuatorianos (Gómez Chávez, 2021), quienes identifican que “la adaptación a tendencias emergentes depende directamente de la capacitación del personal y de la inversión tecnológica realizada por los medios”. Además, encuestas aplicadas a 382 ciudadanos revelan que solo el 23% accede regularmente a la digital y que el 60,7% valora la experiencia multimedia como “muy alta” pero demanda mayor participación y personalización de los contenidos.

**Discusión:** De los hallazgos encontrados en la integración de formatos multimedia podemos decir que El Diario El Norte ha incorporado recursos multimedia en el 100% de sus publicaciones digitales, tales como videos, infografías y galerías fotográficas, lo que mejora la presentación visual y la capacidad de captar la atención del público. Esto coincide con la percepción positiva del 60% de los lectores que valoran la experiencia multimedia como muy alta; pero, sin embargo, el nivel de interacción como: comentarios, “me gusta” es todavía bajo, a su vez con un 92% de las publicaciones con menos de 25 interacciones, lo que sugiere que la multimedialidad no se traduce aún en participación del público y no hay interés firme.

En cuanto a la limitada interactividad e innovación se mira que, si bien la digitalización ha mejorado la distribución y acceso a la información, así como también el uso efectivo de herramientas interactivas está en una etapa inicial. Según las entrevistas realizadas, el equipo editorial prioriza formatos tradicionales adaptados a plataformas digitales, pero falta más profesionalismo en contenidos audiovisuales y formatos emergentes como reels e historias en Instagram por ello se determina que esto limita captar audiencias jóvenes, quienes prefieren contenidos más dinámicos e interactivos.

Además, en el ámbito de amplitud y frecuencia de contenido miramos que en la revisión documental muestra que, tras digitalizarse, el Diario El Norte ha incrementado la cantidad diaria de publicaciones a un 60% en sus canales digitales frente a la versión impresa, de esta manera se permite una distribución más rápida y diversificada. Sin embargo, la encuesta señala que solo el 23% de los lectores accede a la versión digitales de forma habitual, mientras que el 34% usa medios alternativos como WhatsApp y buscadores para informarse, lo que señala la necesidad de mejorar alcance y fidelización en el entorno digital.

**PI-2: ¿Cuál es la percepción de los ciudadanos de Ibarra sobre la credibilidad y relevancia de la información publicada por el Diario del Norte en sus formatos impreso y digital, y cómo esta percepción incide en la crisis informativa de la prensa escrita frente al auge del consumo de noticias en redes sociales?**

La observación sistemática de las ediciones impresas y digitales confirma que más del 80% de los contenidos principales versa sobre temas locales, reforzando la percepción de credibilidad y relevancia entre la comunidad. Sin embargo, las encuestas señalan que apenas el 55-61% de los lectores está plenamente satisfecho con la calidad informativa del diario, mientras que el 43% no es lector habitual y un 30% de jóvenes considera relevante el contenido impreso, en contraste con el 47% que prefiere el digital. Estos datos concuerdan con los resultados de Mendizábal (2012), quien indica que “la credibilidad de los medios digitales en Ecuador se sostiene fundamentalmente por la pertinencia y objetividad de su línea editorial, pero puede verse afectada por la fragmentación de audiencias, el uso intensivo de redes sociales y la crisis en la calidad de contenidos”.

Las entrevistas a editores advierten que el mantenimiento del prestigio editorial ya no basta frente a la caída del 70% en circulación impresa y la disminución de ingresos publicitarios, confirmando lo señalado por Bernal-Suárez (2024): “La transformación digital del

periodismo en Ecuador implica no solo un cambio en formato y acceso, sino un rediseño de estrategias editoriales y comerciales para asegurar la sostenibilidad en el entorno digital”. Así, se ratifica que la participación ciudadana, la interacción y la innovación en formatos son las claves para superar la crisis de la prensa escrita, tendencia observada tanto en estudios nacionales como internacionales (Benaissa Pedriza, 2019).

**Discusión:** Después del análisis en cuanto a la confianza y credibilidad existe más del 70% de los encuestados que valora positivamente la credibilidad de la información difundida por el Diario El Norte en sus dos formatos digital e impreso. La concentración del 80% de los contenidos en temas locales y culturales fortalece esta percepción, en línea con estudios que señalan que la relevancia comunitaria es clave para la confianza en medios locales. Por ejemplo, Suárez Poveda, Vallejo Cepeda y Del Campo Saltos (2025) concluyen que los medios digitales enfocados en noticias locales y contenido relevante para la comunidad son percibidos como más confiables, y que la interacción y participación ciudadana fortalecen el vínculo medio-audiencia, aumentando la confianza en el medio (Suárez Poveda, 2025). De manera similar, Radcliffe (2024) enfatiza que el periodismo centrado en la comunidad ayuda a reconstruir la confianza perdida y reafirmar la relevancia de los medios, al informar "con" la comunidad y no solo "sobre" ella.

Refiriéndose a las preferencias generacionales existe una clara polarización entre generaciones ya que solo el 30% de los jóvenes considera relevante el formato impreso, mientras que el 47% prefiere el digital. Esta brecha afecta la estrategia editorial, pues la audiencia mayor tradicional se mantiene fiel al impreso mientras que los jóvenes requieren formatos digitales más dinámicos y accesibles. Así mismo como se encontró que en cuanto a los desafíos en satisfacción y fidelización, ese a la confianza, la satisfacción plena con la calidad, actualización y pertinencia informativa oscila entre el 55% y 61%, y un 43% de los lectores no es habitual, lo que evidencia la necesidad de innovar para mantener la atención y consolidar públicos digitales estables. Concluyendo que la crisis y sostenibilidad tiene una caída del 70% en circulación impresa y la reducción en ingresos publicitarios reflejan un escenario complejo para la prensa local. Las entrevistas con dirigentes del medio destacaron la urgencia de un nuevo modelo de negocio digital que incluya estrategias de participación y formatos innovadores para sostener el medio.

## CAPITULO IV: PROPUESTA

De conformidad con el tercer objetivo específico de la investigación, a continuación, se propone un instructivo que oriente el manejo de la información en el ámbito del periodismo digital, contribuyendo a una mejor adaptación a las nuevas dinámicas informativas.

### MANUAL PRÁCTICO: CREACIÓN DE CONTENIDOS DIGITALES

#### Fundamentación de la propuesta

Los hábitos de acceso a las noticias están ahora intrínsecamente asociados con las nociones de inmediatez, movilidad e interactividad. Esta es la realidad que exige a los profesionales del periodismo ajustarse y ser fieles a su misión de informar a los lectores. Se señala como indispensable el desarrollo de un manual de gestión de información digital para estandarizar procedimientos, mensajes de calidad y garantizar que cada contenido producido esté acorde con el propósito, la ética y las nuevas prácticas comunes al periodismo contemporáneo.

Estudios de diversa índole coinciden en destacar la importancia del fortalecimiento digital de los equipos editoriales y en establecer directrices claras que dirijan la producción de información para plataformas heterogéneas que están en constante aumento y cambio (Rodríguez Garay & Chávez, 2017; Santiago Campión, 2017)

#### Público destinatario

Está dirigido a todos los profesionales vinculados con la producción de contenido, sirviendo de apoyo en sus labores diarias y en procesos de formación.

- Periodistas, redactores y editores.
- Community managers y estrategias digitales.
- Diseñadores gráficos, fotógrafos y camarógrafos.
- Nuevos integrantes, practicantes o pasantes del equipo de redacción.

#### Introducción y Objetivo

##### Bienvenidos a la Era Digital del Periodismo

Este manual es tu herramienta clave para navegar el dinámico mundo del contenido digital. Nos permitirá hablar con una sola voz, mantener nuestra credibilidad y conectar de forma efectiva con nuestra audiencia en cada plataforma.

##### Nuestro Objetivo:

Establecer una guía práctica y esencial que estandarice y optimice la creación y manejo de contenidos digitales en el periodismo. Buscamos que estos sean **coherentes, innovadores, éticos y visualmente atractivos**, adaptándose a las exigencias técnicas y a los intereses de la audiencia, consolidando así una comunicación cercana y alineada con los valores fundamentales del periodismo y su credibilidad.

## **Nuestros Pilares Digitales**

Para cada contenido que creamos, recordamos estos principios:

1. **Coherencia e Innovación:** Mantener la identidad de nuestra marca (voz, tono y estilo visual) en todas las plataformas, así como buscar nuevos formatos o posibilidades de narración para experimentar.
2. **Ética:** Contar la verdad y ser precisos nunca varía. Nuestra dedicación es completa y está orientada hacia nuestro deber con la integridad periodística.
3. **Atractivo Visual:** Las imágenes y diseños no son meramente adornos que acompañan a las historias; forman parte de la historia en sí misma.
4. **Adaptabilidad Técnica:** Cada plataforma tiene sus reglas; debemos conocerlas y aplicarlas.

## **Conociendo a Nuestra Audiencia**

Saber a quién le hablamos es el primer paso para conectar.

- ¿Quiénes son? Audiencias cada vez más móviles, diversas y con acceso a múltiples fuentes informativas.
- ¿Qué buscan? Información confiable, comprensible, verificable y accesible. Prefieren contenidos útiles antes que textos extensos pero vacíos.
- ¿Cómo consumen? Principalmente en dispositivos móviles, en lapsos de tiempo cortos, aunque valoran la opción de profundizar cuando los temas lo ameritan.

## **Voz y Tono en el Periodismo Digital**

Nuestra forma de hablar define quiénes somos.

Voz:

- **Informativa y Veraz:** Nos basamos en hechos.
- **Confiable y Profesional:** Mantenemos la seriedad en nuestro trabajo.
- **Cercana y Empática:** Entendemos a nuestra comunidad y sus preocupaciones.

Tono (Adaptable a la plataforma):

- **Noticias:** Objetivo, directo, claro.
- **Análisis/Opinión:** Reflexivo, argumentado, respetuoso.
- **Redes Sociales:** Más conversacional, directo, pero siempre manteniendo la profesionalidad.

Qué EVITAR:

- Sensacionalismo, clickbait.
- Lenguaje ambiguo o confuso.
- Ataques personales o juicios de valor sin fundamento.

## **Proceso Estandarizado de Producción Informativa**

Cada contenido sigue un camino para asegurar su calidad.

1. Idea y Planificación: Definir el tema, objetivo y plataforma. (Calendario Editorial)
2. Investigación y Verificación: Fuentes confiables, verificación de datos (;siempre!).
3. Redacción/Creación: Escribir el texto, preparar elementos visuales.
  - SEO Básico: Título atractivo, palabras clave, meta descripción clara.
  - Estructura: Títulos, subtítulos, párrafos cortos.
4. Edición y Revisión: Gramática, ortografía, estilo, coherencia.
5. Optimización Visual: Imágenes y videos adecuados (ver Sección 5).
6. Publicación: Subir a la plataforma correcta.
7. Monitoreo (Post-Publicación): Comentarios, métricas básicas.

## **Ética y Credibilidad Digital**

Nuestra reputación es nuestro activo más valioso.

- Publicar solo información verificada.
- Ofrecer versiones equilibradas y contextualizadas.
- Ser transparente en caso de contenidos patrocinados.
- Proteger la privacidad de fuentes y ciudadanos.
- Respetar siempre derechos de autor (atribución o licencias de uso).

## **Recomendaciones para Redacción en la Web**

- Usar párrafos cortos (2-4 líneas).
- Emplear encabezados y subtítulos jerárquicos.
- Incluir listas o viñetas cuando sea posible.
- Facilitar la lectura con lenguaje sencillo.
- Incluir llamadas a la acción (CTA) y enlaces a más información.

## **Optimización SEO Básica**

- Seleccionar 1-2 palabras clave principales.
- Incluir las en título, primer párrafo y subtítulos.
- Redactar una meta descripción persuasiva (150-160 caracteres).
- Crear URLs amigables y descriptivas.
- Usar texto ALT en imágenes.
- Optimizar velocidad de carga de páginas.

## **Uso de Elementos Visuales**

- Imágenes de alta resolución, pertinentes e iluminadas.
- Formatos adecuados (JPG para fotos, PNG para gráficos, MP4 para video).

- Optimización de peso y tamaño según canal.
- Infografías y recursos visuales que aporten al entendimiento, no de relleno.

### Adaptación Técnica por Plataforma

Cada plataforma es un mundo. Conócelo.

#### Página Web

- Prioridad Móvil: Nuestro sitio es responsive; tus contenidos deben verse bien en cualquier pantalla.
- Velocidad de Carga: Imágenes optimizadas, código limpio.
- SEO: Usa tus palabras clave en títulos, subtítulos, primer párrafo y URLs.

Redes Sociales (Guía Rápida):

Plataforma	Uso recomendado	Tamaño ideal (píxeles)
<b>Facebook</b>	Noticias, reportajes largos, videos, eventos	Post cuadrado: 1080x1080. Post horizontal: 1200x630
<b>X / Twitter</b>	Noticias de última hora, comentarios, interacción	Imagen: 1600x900
<b>Instagram</b>	Historias visuales, Reels, infografías, fotos de alta calidad	Post cuadrado: 1080x1080. Stories: 1080x1920
<b>LinkedIn</b>	Noticias sectoriales, análisis profundo, networking	Imagen post: 1200x627
<b>YouTube</b>	Videos informativos, entrevistas, reportajes	Miniatura: 1280x720. Video: 1920x1080

*Fuente: Elaboración Propia*

### Medición y Mejora Continua

- Monitorea métricas como:
- Alcance y visualizaciones.
- Tiempo de permanencia en el contenido.
- Interacciones en redes sociales.
- Clics y navegación interna.

Usa herramientas como Google Analytics y métricas nativas de redes sociales para analizar resultados y ajustar estrategias.

### Checklist de Revisión Previa a Publicar

Lo que no se mide, no se mejora.

- ¿Es veraz y está verificada la información?
- ¿Aporta valor a la audiencia?
- ¿Respeto los principios éticos y la voz periodística?
- ¿Está bien redactado, con claridad y corrección lingüística?
- ¿Incluye recursos visuales pertinentes y optimizados?

- ¿Se adaptó a las normas técnicas y de SEO básicas?
- ¿Es adecuado para la plataforma donde se publica?

## **Mensaje Final**

### **Nuestro Compromiso: La Excelencia Digital**

El periodismo digital es un ejercicio en constante evolución. El compromiso de los profesionales de la comunicación debe ser garantizar calidad informativa, transparencia y cercanía con la audiencia, utilizando las herramientas digitales como aliados y no como obstáculos. Este instructivo busca servir como guía flexible y viva, abierta a la innovación y a la mejora continua

## CAPITULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

### 3.4 Conclusiones

En base a lo investigado y analizado se brinda las siguientes conclusiones apropiadas:

1. El periódico El Norte continúa con una fuerte presencia y una audiencia leal establecida, particularmente entre los jóvenes adultos educados; sin embargo, enfrenta la tarea de asimilar las necesidades de información de esta audiencia heterogénea para crear una relación más fructífera con el 43.2% de la población que no tiene la costumbre de leer el medio.
2. Esas brechas en cuanto a preferencias de información también dejan claro que la respuesta de El Norte debería ser una estrategia multiplataforma que incluya café, listas, reels y podcasts, manteniendo los altos estándares de periodismo comprometidos correctamente a través del impreso con lo digital.
3. La inspección del sitio de Internet de El Norte es baja y alrededor del 23% lo hace a diario; la fuerte dependencia de las redes sociales para consumir contenido refleja una lealtad digital modesta, a pesar de una evaluación adecuadamente fuerte de los aspectos técnicos de este formato digital. En tal escenario, el enfoque debe estar en dirigir el tráfico al sitio oficial y convertir a los lectores ocasionales en usuarios regulares y comprometidos.
4. El 36.9% que aún no está seguro de obtener contenido exclusivo, y la creciente preferencia por la interacción y el material audiovisual, significan una oportunidad para que El Norte genere una oferta de calidad que sea interesante debido a su valor añadido, así como a su innovación. El enfoque no solo construiría una audiencia más leal, sino que fomentaría la participación cívica y crearía nuevas fuentes de ingresos sostenibles para el medio.

### 3.5 Recomendaciones

Después de lo sugerido en cuanto a las conclusiones se sugiere las siguientes recomendaciones:

1. Para satisfacer las diversas necesidades de la audiencia de Diario El Norte, se requiere contenido segmentado y en múltiples formatos. Esto significa producir piezas cortas y visuales como reels o historias dirigidas a los jóvenes, por un lado, mientras se da prioridad a informes más profundos y analíticos para lectores con un mayor nivel educativo por otro. Además, los correos electrónicos con forma de boletines diarios de lucubración, así como los podcasts, nos permitirán captar la atención del lector en diferentes momentos del día y a través de múltiples canales, estrechando así la conexión con cada segmento del público.
2. La clave para el posicionamiento de Diario El Norte es una estrategia digital y presencia multicanal que mejore en el medio competitivo y cercano a su audiencia. Para hacerlo, debe agilizar sus ofertas en línea haciendo que el sitio web oficial sea central y optimizando su diseño, navegación, adaptación a teléfonos móviles y ranking en motores de búsqueda. Además, necesita consolidar el profesionalismo en redes sociales como Instagram y WhatsApp. Esto significa ajustar contenido para ser difundido en todas las plataformas: por ejemplo, galerías interactivas y videos cortos para micro noticias que no solo animan a los lectores a responder, sino que también redirigen el tráfico al portal oficial.
3. Invertir editorialmente en la capacitación del personal y promover la participación ciudadana son acciones estratégicas para profundizar los vínculos de Diario El Norte con su público. Educar al equipo en la creación de contenido audiovisual, la edición digital, el uso de herramientas tecnológicas y llevar los principios éticos del periodismo al entorno digital asegurará que se cumplan los nuevos requisitos para una producción de primer nivel. Junto con esto, facilidades de reflexión como foros, buzones de sugerencias y cuestionarios periódicos proporcionarán espacio para capturar las voces de los lectores e incluso involucrarlos en la creación de contenido. Esto genera cercanía, confianza y un sentimiento de comunidad más fuerte.
4. El desarrollo de una oferta Premium y modos de suscripción flexibles representa una oportunidad estratégica para Diario El Norte para reforzar su sostenibilidad digital. Esta propuesta debería incluir contenido exclusivo que aporte valor, como profundidad en reportajes, acceso anticipado a noticias y materiales de interactividad que lo diferencien de la oferta gratuita.

## REFERENCIAS

- Abdul, B. (2020). Comunicación digital: la transformación de la realidad y la conciencia. *Comunicación*, 42, 109-112. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7566185>
- Almeida, S., Bohórquez, E., & González, A. (2023). Medios de comunicación digitales: una nueva forma de ver el periodismo. *Polo del Conocimiento: Revista científico-profesional*, 8(2), 994-1007. <https://dialnet.unirioja.es/download/articulo/9152123.pdf>
- Andrada, P., & Franganillo, J. (2024). Ecosistemas digitales y redes sociales: dinámicas emergentes y nuevos desafíos. *Miguel Hernández Communication Journal*, 1(15), 189-191. <https://mhjournal.org/index.php/mhjournal/article/view/1689>
- Aramendia, G. (2020). Fundamentos de comunicación y publicidad. Editorial Elearning. [https://books.google.com.ec/books/about/Fundamentos\\_de\\_comunicación\\_y\\_publicidad.html?id=2Cn-DwAAQBAJ](https://books.google.com.ec/books/about/Fundamentos_de_comunicación_y_publicidad.html?id=2Cn-DwAAQBAJ)
- Arminola, L., & García, M. (2020). La comunicación digital en las micro y pequeñas empresas. *Revista de Comunicación de la SEECI*, 52, 149-169. <https://doi.org/10.15198/seeci.2020.52.149-169>
- Ávila, H., & González, M. (2020). La entrevista y la encuesta: ¿métodos o técnicas de indagación empírica? *Polo de Conocimiento*, 11(3), 62-79. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7692391>
- Benaissa, S. (2019). Medios impresos versus digitales: de la agónica lectura de periódicos a los nuevos consumos de información digital. *Argonauta Español*, 16, 15. <https://doi.org/10.4000/argonauta.3855>
- Benjamín, W., & Vélez, G. (2021). Inmediatez y veracidad de los hechos: un compromiso desdibujado desde el periodismo. *Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación*, 148, 301-320. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8619172>
- Cabrera, M. (2021). Convivencia de la prensa escrita y la prensa online en su transición hacia el modelo de comunicación multimedia [Tesis de grado, Universidad de Málaga]. RIUMA. <https://riuma.uma.es/xmlui/handle/10630/30645>
- Cachote, C. (2020). El impacto del periodismo ciudadano en el periodismo digital: caso paro nacional 2019. *Revista de Investigación e Innovación*, 5(1), 614-631. <https://revistas.utb.edu.ec/index.php/magazine/article/view/1145>
- Campbell, F. (2016). Periodismo escrito. Secretaría de la Cultura, Dirección General de Publicaciones. [https://www.academia.edu/download/63421192/Federico\\_Campbell\\_pp.\\_12\\_a\\_4320200525-9043-14kff6h.pdf](https://www.academia.edu/download/63421192/Federico_Campbell_pp._12_a_4320200525-9043-14kff6h.pdf)

- Campos, G., Covarrubias, N., & Martínez, E. (2012). La observación, un método para el estudio de la realidad. *Revista Xihmai*, 7(13), 49. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3979972>
- Canales, M. (2006). *Metodologías de investigación social*. Santiago: Lom Ediciones. [https://www.academia.edu/download/47766006/Canales\\_Ceron\\_Manuel\\_-\\_Metodologias\\_De\\_Investigacion\\_Social.pdf](https://www.academia.edu/download/47766006/Canales_Ceron_Manuel_-_Metodologias_De_Investigacion_Social.pdf)
- Cantos, J., & Cumba, E. (2020). El periodismo en las redes sociales y las nuevas narrativas dentro de la comunicación digital. *Revista Ciencias Sociales y Económicas*, 2(1), 115-129. <https://revistas.uteq.edu.ec/index.php/csye/article/download/269/265/331>
- Caramutti, G. (2020). *La importancia de Instagram como medio de comunicación*. Chiclayo: Universidad Católica Santo Toribio Mogrovejo. <http://tesis.usat.edu.pe/handle/20.500.12423/3707>
- Carrasco, G. (2016). La responsabilidad social de los medios impresos: estudio comparativo. *Quórum Académico*, 12(2), 253-272. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5856833>
- Castillo, D. (2021). *Modelo de “Inbound Marketing” como estrategia para mejorar el posicionamiento de Diario El Norte en sus canales digitales (Tesis de maestría)*. Universidad Israel. <http://repositorio.uisrael.edu.ec/bitstream/47000/2870/1/UISRAEL-EC-MASTER-ADM.%20EMP-378.242-2021-005.pdf>
- Cevallos, D. (2019). *El periodismo digital y las tecnologías de la información y la comunicación (Tesis de grado)*. Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil. <http://repositorio.ulvr.edu.ec/handle/44000/2868>
- Corrales, F., & Hernández, H. (2009). La comunicación alternativa en nuestros días: un acercamiento a los medios de comunicación y la participación. *Razón y Palabra*, 70(3). <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=199520478050>
- Delgado, J., y Quiroga, K. (2023). Transformación del periodismo hacia las plataformas digitales. *RECIAMUC*, 6(3). doi:10.26820/reciamuc/6.(3).julio.2022.359-366
- Di Domenica, S. (2018). *Periodismo de investigación en la era digital: medios innovadores, nuevas tecnologías de indagación, y filtraciones de información secreta*. Loja: Universidad Nacional de Loja. Obtenido de <https://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/68110>
- Díaz, R. (2021). Teoría de la comunicación corporativa. *Polo de desarrollo*, 6(3). Obtenido de <https://polodelconocimiento.com/ojs/index.php/es/article/view/2519/html>

- Dueñas, P., y Gómez, D. (2021). La gestión de la comunicación digital en las cooperativas españolas Cooperativa. *Revista de Economía Pública, Social y*, 101. [https://ciriec-revistaeconomia.es/wp-content/uploads/CIRIEC\\_101\\_08\\_Marin\\_Gomez.pdf](https://ciriec-revistaeconomia.es/wp-content/uploads/CIRIEC_101_08_Marin_Gomez.pdf)
- Espín, J. (2002). El análisis de contenido: una técnica para explorar y sistematizar información. *Revista de Educación*, 4, 95. doi: <http://hdl.handle.net/10272/1913>
- Freixa, P. (2020). Herramientas e indicadores para el análisis de la temporalidad en el periodismo digital y el documental interactivo. In *Comunicación y diversidad. Selección de comunicaciones del VII Congreso Internacional de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación (AEIC)*, 4(1), 25-37. <https://www.scimagoepi.com/wp-content/uploads/2023/05/freixa.pdf>
- Galarza, V. N. (2015). Origen y evolución de los medios digitales en el norte del Ecuador. *La pantalla insomne-Universidad de La Laguna*, 1(9), 2713-2743. [https://www.researchgate.net/publication/307855749\\_Origen\\_y\\_evolucion\\_de\\_los\\_medios\\_digitales\\_en\\_el\\_norte\\_del\\_Ecuador](https://www.researchgate.net/publication/307855749_Origen_y_evolucion_de_los_medios_digitales_en_el_norte_del_Ecuador)
- García, J. A., Kaltenbrunner, A., y Meier, K. (2020). Journalistic roles and digital transition in legacy newspapers: A comparative study. *Journalism Studies*, 21(10), 1377–1395.
- Gelpi, R. (2018). *Política 2.0: las redes sociales (Facebook y Twitter) como instrumento de comunicación política. Estudio: caso Uruguay*. Madrid: Universidad Complutense de Madrid. Obtenido de <https://docta.ucm.es/entities/publication/c39ed908-a611-4454-9488-90740e83f68f>
- Geneteau, F. (2021). La comunicación social y el desarrollo de la sociedad en tiempos de la era digital. *Centros: Revista Científica Universitaria*, 10(1). doi:10.48204/j.centros.v10n1a8
- Gómez, G. (2023). Investigación del ciberperiodismo. *Invortex, Estudios de Cine y Comunicación*.
- Guarnizo, J., Villarroel, D., y Romero, K. (2022). Transformación del periodismo hacia las plataformas digitales. *RECIAMUC*, 6(3), 361. doi: [https://doi.org/10.26820/reciamuc/6.\(3\).julio.2022.359-366](https://doi.org/10.26820/reciamuc/6.(3).julio.2022.359-366)
- Guarnizo, J., Villarroel, D., y Romero, K. (2022). Transformación del periodismo hacia las plataformas digitales. *Recimundo*, 6(3), 359-366. doi:10.26820/reciamuc/6.(3).julio.2022.359-366
- Guijarro, V. (2020). El proceso comunicativo. *Polo del conocimiento*, 5(4).
- Hernández, R., Fernández, C., y Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación*. McGraw Hill Education(6° ed.), 105-125.
- Herrera, A. E., y Castillo, C. D. (2023). Estructura noticiosa aplicadas en los medios de comunicación digitales del Ecuador. *JOURNAL OF SCIENCE AND RESEARCH*, 1(1), 69-84. doi: <https://doi.org/10.5281/zenodo.10343970>

- Herrera, M. (2007). Nueva redacción periodística para medios on-line. Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación(99), 52. doi:  
<https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/2510160.pdf>
- Hidalgo, M. (2020). Competencias informacionales en el contexto del periodismo digital. Revista Caribeña de Ciencias Sociales (RCCS), 10, 5. Obtenido de  
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=9033458>
- Krippendorff, K. (2018). Content analysis: An introduction to its methodology. SAGE Publications., 4(1), 36-55.
- Krippendorff, K. (2022). Content Analysis: An Introduction to Its Methodology. Sage Research Methods, 47-77.
- Lado, S. (2021). Importancia de las redes sociales en el periodismo. Departamento de Comunicación. Universidad Isabel I, 1(1), 1-2.
- Langa - Nuño, C. (2010). Claves de la historia del periodismo. En R. Reig, La dinámica del periodística: perspectiva, contexto, métodos y técnicas (págs. 10 - 11). Sevilla: Asociación Universitaria Comunicación y Cultura. Obtenido de  
<https://core.ac.uk/download/pdf/158964830.pdf>
- Maigret, A. (2024). Sociología de la comunicación y de los medios. Fondo de cultura económica.
- Martínez, E. (2023). La influencia de empresas multinacionales en las redes sociales Meta, regulación y el metaverso de Facebook. Revista Perspectivas, 18(23), 21 - 22. doi:  
<https://doi.org/10.26620/uniminuto.perspectivas.8.23.2023.20-38>
- Martínez, L., y Villanueva, P. (2019). Características del periodismo digital en facebook del distrito de Huacho–2019. Universidad de Huancayo. Obtenido de  
<https://repositorio.unjfsc.edu.pe/handle/20.500.14067/4061>
- Masip , P., Díaz-Noci, J., Domingo, D., Micó-Sanz, J.-L., y Ramón, S. (2010). Investigación internacional sobre ciberperiodismo: hipertexto, inactividad, multimedia y convergencia. El profesional de la información, 569 - 570 -571. doi:  
<https://dadun.unav.edu/handle/10171/13561>
- McNair, B. (2017). An introduction to political communication. Routledge., 6(1), 42.
- Medina, M., y Bustamante, W. (2023). Metodología de la investigación: Técnicas e instrumentos de investigación. Revista de investigación, 5(2). doi:10.35622/inudi.b.080
- Mendieta, A., y Estrada, F. (02 de Febrero de 2023). Periodismo en la era digital. Obtenido de <https://asuntosdelsur.org/periodistas-en-la-era-digital-innovacion-desafios-y-nuevas-narrativas/>
- Meneses, J. (2016). El cuestionario. Catalunya: Universitat Oberta de Catalunya. Obtenido de <https://femrecerca.cat/meneses/publication/cuestionario/cuestionario.pdf>

- Mercado, M., y Fernández, T. (2020). El escenario de la convergencia mediática desde la Ecología de los Medios: transformaciones y retos para el sistema de medios de comunicación con miras al modelo digital de gestión de contenidos. *Revista Compás Empresarial*, 11(31), 94-124.  
<https://www.revistacomunicar.com/index.php?contenido=detalles&numero=33&articulo=33-2009-04>
- Mestanza, E. N. (2023). Análisis del contenido periodístico y adaptación a las nuevas audiencias de los diarios "La Verdad" y "El Norte", periodo 1998-2015. *Repositorio digital Universidad Técnica del Norte*, 1(1), 29-50.  
<https://repositorio.utn.edu.ec/handle/123456789/14312>
- Meza, F., y Vásquez, G. (2021). Comunicación en Línea en la educación sincrónica y asincrónica en el pre-universitario. *Revista Científica Arbitrada de Investigación en Comunicación, Marketing y Empresa*, 4(8). Obtenido de <https://reicomunicar.org/index.php/reicomunicar/article/view/41>
- Miranda, J. (2023). Factores impulsores de la transformación digital y sus impactos en las organizaciones: una perspectiva estratégica. *27 Congreso Internacional de Ciencias Administrativas* (págs. 9 - 10 ). México: Universidad Autónoma de Guerrero. Obtenido de <https://investigacion.fca.unam.mx/docs/revistas/2023/18.04.pdf>
- Mora, G. (2022). Contenidos multimedia como estrategias de comunicación ambiental en los habitantes de la provincia de Santa Elena. Caso: Fundación "Lo hacemos posible", año 2021. *La Libertad: Universidad Estatal Península de Santa Elena*. Obtenido de <https://repositorio.upse.edu.ec/handle/46000/8529>
- Moya, D. (2010). *La comunicación y el periodismo*. Cuenca: Universidad Politécnica Salesiana. Obtenido de <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/2576/6/UPS-QT00788.pdf>
- Muros, S., y Zamora, J. (2021). El impacto digital en la producción periodística de los medios de comunicación centroamericanos. Desafíos y expectativas para el periodismo. Obtenido de <https://www.torrossa.com/en/resources/an/4983806#page=28>
- Newman, N., Fletcher, R., Schulz, A., Andl, S., y Nielsen, R. K. (2023). Reuters Institute Digital News Report. Reuters Institute for the Study of Journalism, 1(1), 31-54.  
[https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2023-01/Journalism\\_media\\_and\\_technology\\_trends\\_and\\_predictions\\_2023.pdf](https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2023-01/Journalism_media_and_technology_trends_and_predictions_2023.pdf)
- Ochoa, L. (2021). Periodismo ciudadano en Facebook. Estudio de caso: periodismo ciudadano EC. Tesis de grado, Universidad de Cuenca. Obtenido de <https://dspace.ucuenca.edu.ec/items/0d6f042b-758d-46e7-91fc-b85c41d2ba96>
- Oliva, C. (2014). El periodismo digital y sus retos en la sociedad global y del conocimiento. *Aposta. Revista de Ciencias Sociales*(61), 25.  
<https://www.redalyc.org/pdf/4959/495950257004.pdf>

- Osorio, R., y Castro, D. (2021). Aproximaciones a una metodología mixta. *Revista metodológica*, 13(22), 65-84. doi:10.20983/novarua.2021.22.4  
<https://www.redalyc.org/journal/916/91668059003/html/>
- Otero, J. (2020). Teorías de la comunicación. Tesis de grado, Pontificia Universidad Católica del Ecuador. Obtenido de <https://odecom.puce.edu.ec/project/teorias-de-la-comunicacion/>
- Palacios, J. L., y Moreno, A. A. (2025). el uso de redes o plataformas digitales en el quehacer periodístico. *Ciancia Latina - Revista Científica Multidisciplinar*, Ciudad de México, México, 9(1), 10875-10923.  
<https://nuevaepoca.revistalatinacs.org/index.php/revista/article/view/2338>
- Posetti, J. (2018). Transformación de la industria noticiosa: Tengenología digital, plataformas sociales y el auge de la información errónea y la desinformación. *Journalism, "Fake news" y Disinformation*, 1(3), 56-70.  
<https://www.redalyc.org/journal/2630/263062301010/html/>
- Quispe, A. (2013). El uso de la encuesta en las ciencias sociales. Tlaxcala: Ediciones Díaz de Santos.  
[https://books.google.es/books?hl=es&lr=yid=1OuODwAAQBAJyoi=fndypg=PA9ydq=El+uso+de+la+encuesta+en+las+ciencias+sociales&ots=4b1u59HTyCysig=QpN\\_XB\\_eErA4a9cTFujtdU-BEUI](https://books.google.es/books?hl=es&lr=yid=1OuODwAAQBAJyoi=fndypg=PA9ydq=El+uso+de+la+encuesta+en+las+ciencias+sociales&ots=4b1u59HTyCysig=QpN_XB_eErA4a9cTFujtdU-BEUI)
- Radcliffe, D. (2024). *El futuro de las noticias y la promesa de un periodismo centrado en la comunidad*. Red internacional de periodistas. Recuperado el 25 de septiembre de 2025, de <https://ijn.net/es/story/el-futuro-de-las-noticias-y-la-promesa-de-un-periodismo-centrado-en-la-comunidad>
- Restrepo, L. F., García, G., y Arboleda, E. (2020). El poder de Twitter en la comunicación investigativa en las áreas de la educación, marketing y política. *Anuario Electrónico de Estudios en Comunicación Social "Disertaciones"*, 13(2), 1-14.  
<https://www.redalyc.org/journal/5115/511563779004/html/>
- Robledo, K. (2022). Ciberperiodismo y participación: taxonomía de la interactividad en los medios digitales. *Comunicación y sociedad*, 19.  
<https://comunicacionysociedad.cucsh.udg.mx/index.php/comsoc/article/view/e8192>
- Rojo, H. (2020). Introducción al periodismo de datos, a los conceptos de transparencia y su importancia para las nuevas formas de comunicación. Obtenido de <http://hdl.handle.net/10334/3475>
- Ruales, R., Saladrigas, H., y Larrea, C. (2023). Tendencias y Desafíos del Periodismo Digital en Chimborazo: Un Modelo Innovador para el Ejercicio Profesional. *Alcance*, 12(32), 205-227. Obtenido de [http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S2411-99702023000200205&script=sci\\_arttext](http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S2411-99702023000200205&script=sci_arttext)

- Salaverría, R., & García Avilés, J. A. (2008). La convergencia tecnológica en los medios de comunicación: retos para el periodismo. *Comunicación y Sociedad*, 21(1), 101-125. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2921399>
- Salazar, M. (2020). EL PROCESO COMUNICATIVO. Obtenido de <https://www.significados.com/proceso-de-comunicacion/#:~:text=El%20proceso%20de%20comunicaci%C3%B3n%20inicia, responder%20e%20intercambiar%20su%20opini%C3%B3n.>
- Salvatierra, R. (2004). Diseñando el lenguaje para el ciberperiodismo. *Revista Latinoamericana de Comunicación Chasqui*(086), 39. doi: <https://www.redalyc.org/pdf/160/16008606.pdf>
- Sánchez, A., Martínez Acebal, L. Y., y García Galera, M. d. (2022). Twitter como herramienta para fomentar la participación ciudadana. El caso de los gobiernos de España y Cuba. *Correspondencias y Análisis*, 1(15), 9-31. <http://ojs.correspondenciasy analisis.com/index.php/Journalcya/article/view/392>
- Sarmiento, F., y Reinoso, D. (2021). Estrategias de la Comunicación Digital en el manejo de redes sociales para la promoción de microempresas. *Revista de Investigación Científica*, 5(3). Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8319489>
- Silberberg , M. (2008). La llegada de las redes sociales a internet. Un análisis sobre el impacto de Facebook en los jóvenes argentinos. Buenos Aires: Universidad de Ciencias Empresariales y Sociales. Obtenido de [http://dspace.uces.edu.ar:8180/jspui/bitstream/123456789/5520/1/Llegada\\_Silberberg.pdf](http://dspace.uces.edu.ar:8180/jspui/bitstream/123456789/5520/1/Llegada_Silberberg.pdf)
- Tinoco, N., Cajas, M., y Santos, O. (2018). Diseño de investigación cualitativa. Machala: UTMACH. doi: <https://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/14209/1/Cap.3-Dise%C3%B1o%20de%20investigaci%C3%B3n%20cualitativa.pdf>
- Universidad Autónoma de México [UNAM]. (2019). Comunicación. Mexico: UNAM. Obtenido de [https://www.campus-virtual.mineria.unam.mx/Mineria/Diplomados/2DHabilidades/Documentos/--M1U3\\_PDF.pdf](https://www.campus-virtual.mineria.unam.mx/Mineria/Diplomados/2DHabilidades/Documentos/--M1U3_PDF.pdf)
- Valbuena, N. (2023). Periodismo Digital: Una era de cambios en el periodismo tradicional. *PerDebate*, 7(1), 80-93. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=9279167>
- Velasco Gaibor, D. M. (2025). Periodismo científico y cibermedios: Análisis del manejo del periodismo científico en la versión digital del diario El Comercio en el último trimestre del año 2022 [Trabajo de titulación, Universidad Central del Ecuador]. Repositorio Institucional de la Universidad Central del Ecuador. <https://www.dspace.uce.edu.ec/server/api/core/bitstreams/8d5b4377-2eed-495e-aa51-ea4a79889cbc/content>

- Villalobos, B. A., Fuentes, H. Á., Morales, Á. G., y Cupil, R. G. (2023). Análisis documental del Facebook como medio de comunicación en las organizaciones. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 7(3), 3651-3675.  
[https://www.academia.edu/27032367/Facebook\\_como\\_medio\\_de\\_informaci%C3%B3n\\_comunicaci%C3%B3n\\_y\\_movilizaci%C3%B3n\\_en\\_el\\_%C3%A1mbito\\_organizacional\\_puertorrique%C3%B1o](https://www.academia.edu/27032367/Facebook_como_medio_de_informaci%C3%B3n_comunicaci%C3%B3n_y_movilizaci%C3%B3n_en_el_%C3%A1mbito_organizacional_puertorrique%C3%B1o)
- Vinueza, J., y Sanz, R. (2023). Periodismo deontológico vs periodismo digital:¿ Las dos caras de la misma moneda? *ISUAL REVIEW. International Visual Culture Review/Revista Internacional de Cultura Visual*, 15(1). Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8942397>
- Werthner, H. (2021). *Perspectives on Digital Humanism*. Springer International Publishing. [https://www.researchgate.net/publication/357493291\\_Perspectives\\_on\\_Digital\\_Humanism](https://www.researchgate.net/publication/357493291_Perspectives_on_Digital_Humanism)

## **ANEXOS**

### **Encuesta**

#### **Impacto del periodismo digital en la crisis informativa de la prensa escrita en Ibarra**

**Cuando envíe este formulario, no recopilará automáticamente sus detalles, como el nombre y la dirección de correo electrónico, a menos que lo proporcione usted mismo.**

#### **Obligatorio**

**1. Edad**

- 18-25
- 26-35
- 36-50
- Mas de 50

**2. Genero**

- Masculino
- Femenino
- Otro

**3. Nivel de Instrucción**

- Primaria
- Secundaria
- Universitaria
- Posgrado

**4. Ocupación**

- Estudiante
- Empleado
- Profesional Independiente
- Desempleado
- Otro

**5. Es el lector habitual del Diario El Norte (impreso o digital)**

- Si
- No

**6. ¿Con qué frecuencia lee el Diario El Norte en formato impreso?**

- Todos los días
- Varias veces por semana
- Una vez por semana
- Rara Vez
- Nunca

**7. Califique los siguientes aspectos del contenido del Diario El Norte (impreso):**

**(1 = Muy en desacuerdo, 5 = Muy de acuerdo)**

	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
<b>a) Los temas son relevantes para la comunidad.</b>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<b>b) El documento es actualizado y oportuno.</b>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<b>c) El lenguaje es claro y comprensible.</b>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<b>d) La información es objetiva y confiable.</b>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<b>e) Me siento identificado con las noticias publicadas.</b>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**8. ¿Qué temas considera mejor tratados en el periódico? (Elija máximo 2)**

- lítica local
- Cultura
- Educación
- Deportes
- Economía
- Seguridad
- Medio Ambiente

**9. ¿Cuál de los siguientes aspectos considera que necesita mejora en el diario impreso?**

- Calidad del contenido
- Diseño y presentación
- Variedad temática
- Frecuencia de actualización
- Lenguaje utilizado

**10. ¿Con qué frecuencia accede a la versión digital del Diario El Norte?**

- Todos los días
- Varias veces por semana.
- Una vez por semana
- Rara vez
- Nunca

**11. ¿A través de qué medios accede normalmente al Diario El Norte digital? (Puede marcar más de uno)**

- Página web
- Facebook
- Instagram
- Aplicación móvil
- Otro

**12. ¿Qué formatos digitales prefiere al consumir noticias? (Marque máximo 2)**

- Texto Escrito
- Video
- Infografía
- Podcast
- Galería de fotos

**13. Califique su experiencia con la versión digital del Diario El Norte:**

(1 = Muy en desacuerdo, 5 = Muy de acuerdo)

	1	2	3	4	5
Es fácil de usar y navegar.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
El contenido se adapta al formato móvil.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
La carga de la pagina o app es rápida.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Los formatos multimedia enriquecen a la experiencia.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Me siento motivado a interactuar con el contenido.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**14. ¿Qué tan frecuentemente realiza las siguientes acciones con el contenido digital? (1 = Nunca, 5 = Siempre)**

	1	2	3	4	5
<b>Comentar las publicaciones.</b>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<b>Compartir en redes sociales.</b>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<b>La carga de la página o app es rápida.</b>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<b>Reaccionar (like, emojis, etc.</b>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**15. ¿Qué características considera más importantes en una noticia digital confiable? (Marque máximo 2)**

- Redacción clara
- Fuentes verificadas
- Imparcialidad
- Actualización frecuente
- Multimedia

**16. ¿Qué estrategias considera más necesarias para mejorar la adaptación del Diario El Norte al entorno digital? (Marque máximo 2)**

- Mayor presencia en redes sociales
- Producción de contenido multimedia
- Mejora en la usabilidad de la web/app
- Interacción con la audiencia
- Alianzas con medios digitales

**17. ¿Qué tipo de capacitación considera más útil para los periodistas del Diario El Norte? (Elija una opción)**

- Uso de herramientas digitales
- Redacción para plataformas digitales
- Creación de contenido audiovisual
- Ética del periodismo digital
- Todas las anteriores

**18. ¿Estaría dispuesto a pagar por contenido digital exclusivo del Diario El Norte?**

- Si
- No
- Tal vez

### 3.5.1 Fichas de observación Facebook

Contenido	Fuentes	Fuentes	Calidad Informativa	Formato periodístico	Actores sociales	Cobertura territorial	Temática	Interacción digital	Interacción digital	Interacción digital	Participación	Participación		Formato del contenido	Plataforma tecnológica	Usabilidad	Accesibilidad	Interacción del usuario	Actualización de contenido	Formato multimedia	Distribución y alcance	Seguridad y privacidad
Nota autoreferenciada	Referencias externas	Referencias internas (secciones)	Presentación de la información	Pieza periodística	Actores	Área	Temas	N. 'Me gusta'	N. comentarios	N. repostos	Participación del usuario	Formato de participación	Uso de hash tags									
5	27	0	0	8	0	1	9	8	16	16	5	0	5	22	3	28	0	3	0	15	9	28
23	1	7	14	9	14	11	11	3	1	4	23	0	23	6	25	0	28	25	28	13	19	0
		9	9	0	9	4	1	3	0	0		28		0	0		0	0	0	0	0	0
		0	3	3	3	0	2	14	11	8		0										
		11	1	7	1	0	1															
		1	1	1	1	8	0															
		0	0	0	0	0	2															
		0	0	0	0	3	0															
						1	0															
							2															
28	28	28	28	28	28	28	28	28	28	28	28	28	28	28	28	28	28	28	28	28	28	28

# Instagram

FICHA DE OBSERVACION INSTAGRAM DIARIO DEL NORTE

INDICADORES GENERALES															INDICADORES CONCRETOS														
			Dimensión	Contenido	Fuentes	Fuentes	Calidad Informativa	Formato periodístico	Actores sociales	Cobertura territorial	Temática	Interacción digital	Interacción digital	Interacción digital	Participación	Participación		Formato del contenido	Plataforma tecnológica	Usabilidad	Accesibilidad	Interacción del usuario	Actualización de contenido	Formato multimedia	Distribución y alcance	Seguridad y privacidad			
N. Publicación	Día	Hora	Indicador	Nota autoreferenciada	Referencias externas	Referencias internas (secciones)	Presentación de la información	Pieza periodística	Actores	Área	Temas	N. 'Me gusta'	N. comentarios	N. repostos o retuits	Participación del usuario	Formato de participación	Uso de hashtags												
			criterio de Valoración	Evalúa si la publicación se centra en el propio medio (autopromoción) o en temas externos de interés público.	Verifica si se citan fuentes externas reconocidas y relevantes (otros medios, instituciones, expertos).	Revisa si la publicación enlaza o menciona otras secciones del mismo medio (contextualización interna).	Analiza la claridad, organización y profundidad del contenido informativo presentado.	Tipo de contenido publicado: noticia, entrevista, crónica, reportaje, etc.	Diversidad y representatividad de las fuentes o personajes incluidos	Ubicación geográfica del hecho (local, nacional, internacional)	Clasificación del contenido según la temática tratada (salud, educación, violencia...)	Cantidad de reacciones positivas recibidas en la publicación	Número de comentarios recibidos como respuesta a la publicación	Número de veces que fue compartido o retuiteado el contenido	Nivel de participación del usuario: pasiva (like), media (comentario), activa (responder encuesta)	Tipo de formato ofrecido para participar: encuestas, cajas de comentarios, botones interactivos		Grado en que el formato permite al usuario interactuar (comentar, compartir, reaccionar).	Rapidez con la que se carga el contenido en dispositivos.	Nivel de adaptación del contenido al perfil o intereses del usuario.	Acceso igualitario para personas con discapacidad (lectores de pantalla, contraste, subtítulos).	Cantidad y calidad de interacciones del usuario con el contenido.	Capacidad del sistema para generar alertas automáticas sobre contenido nuevo.	Uso simultáneo y coherente de texto, imagen, audio y video.	Si se aplican algoritmos que personalizan lo que ve cada usuario.	Claridad sobre cómo se usan, almacenan y protegen los datos personales del usuario.			
1	17/10/2024	11:24	1	1	1	5	2	5	2	2	1	3	1	1	2	3	1	Medio	Normal	Adaptable	Difícilmente accesible	Medio	Medio	Normal	Normal	Altamente transparente			
2	17/10/2024	12:07	1	1	1	3	3	2	3	6	2	1	1	1	2	3	1	Medio	Normal	Adaptable	Difícilmente accesible	Medio	Medio	Normal	Normal	Altamente transparente			
3	18/10/2024	13:47	1	1	1	2	2	1	2	2	2	1	2	1	2	3	1	Medio	Normal	Adaptable	Difícilmente accesible	Medio	Bajo	Normal	Normal	Altamente transparente			
4	18/10/2024	14:11	1	1	1	2	2	1	2	2	2	1	1	1	2	3	1	Medio	Normal	Adaptable	Difícilmente accesible	Medio	Bajo	Normal	Normal	Altamente transparente			

5	19/10/2024	10:10	1	1	1	3	3	2	3	6	2	1	1	1	2	3	1	Medio	Normal	Adaptable	Difícilmente accesible	Medio	Bajo	No integrado	Normal	Altamente transparente
6	19/10/2024	12:58	1	1	1	2	2	2	2	3	7	1	2	1	2	3	1	Medio	Normal	Adaptable	Difícilmente accesible	Medio	Bajo	No integrado	Normal	Altamente transparente
7	19/10/2024	17:44	1	1	1	5	2	5	2	2	1	1	2	1	2	3	1	Medio	Normal	Adaptable	Difícilmente accesible	Medio	Bajo	No integrado	Normal	Altamente transparente
8	20/10/2025	18:27	1	1	1	2	2	1	2	3	4	1	2	1	2	3	2	Medio	Normal	Adaptable	Difícilmente accesible	Medio	Bajo	No integrado	Normal	Altamente transparente
9	20/10/2025	18:42	1	1	1	5	2	5	2	2	1	2	2	1	2	3	2	Medio	Normal	Adaptable	Difícilmente accesible	Medio	Bajo	Altamente integrado	Normal	Altamente transparente
10	21/10/2024	9:57	1	1	1	3	3	1	3	9	10	2	2	1	2	3	2	Medio	Normal	Adaptable	Difícilmente accesible	Medio	Medio	No integrado	Normal	Altamente transparente
11	21/10/2025	10:40	1	1	1	3	3	1	3	6	10	2	2	1	2	3	1	Medio	Normal	Adaptable	Difícilmente accesible	Medio	Medio	Altamente integrado	Normal	Altamente transparente
12	22/10/2024	13:05	1	1	1	5	2	5	2	2	1	2	2	1	2	3	1	Medio	Normal	Adaptable	Difícilmente accesible	Medio	Medio	Altamente integrado	Normal	Altamente transparente
13	23/10/2024	8:10	1	1	1	3	3	2	3	6	2	1	2	1	2	3	1	Medio	Normal	Adaptable	Difícilmente accesible	Medio	Medio	No integrado	Normal	Altamente transparente
14	24/10/2024	8:53	1	1	1	7	7	7	7	7	10	3	1	1	2	3	1	Medio	Normal	Adaptable	Difícilmente accesible	Medio	Medio	No integrado	Normal	Altamente transparente
15	24/10/2024	9:35	1	1	1	6	6	4	4	8	1	1	1	1	2	3	1	Medio	Normal	Adaptable	Difícilmente accesible	Medio	Medio	No integrado	Normal	Altamente transparente
16	24/10/2024	10:11	1	1	1	5	2	5	2	2	1	1	1	1	2	3	1	Medio	Normal	Adaptable	Difícilmente accesible	Medio	Medio	No integrado	Normal	Altamente transparente
17	25/10/2024	10:50	1	1	1	5	2	5	2	2	1	1	1	1	2	3	1	Medio	Normal	Adaptable	Difícilmente accesible	Medio	Medio	No integrado	Normal	Altamente transparente
18	25/10/2024	11:01	1	1	1	3	3	2	3	6	2	1	1	1	2	3	1	Medio	Normal	Adaptable	Difícilmente accesible	Medio	Bajo	Altamente integrado	Normal	Altamente transparente

19	25/10/2024	11:07	1	1	1	3	3	1	3	9	10	1	2	1	2	3	1	Medio	Normal	Adaptable	Difícilmente accesible	Medio	Bajo	Altamente integrado	Normal	Altamente transparente
20	26/10/2024	11:38	1	1	1	2	2	1	2	2	2	1	2	1	2	3	1	Medio	Normal	Adaptable	Difícilmente accesible	Medio	Bajo	Altamente integrado	Normal	Altamente transparente
21	26/10/2024	14:51	1	1	1	3	3	2	3	5	4	1	2	1	2	3	1	Medio	Normal	Adaptable	Difícilmente accesible	Medio	Bajo	No integrado	Normal	Altamente transparente
22	26/10/2024	16:35	1	1	1	3	3	1	3	9	10	2	2	1	2	3	1	Medio	Normal	Adaptable	Difícilmente accesible	Medio	Bajo	No integrado	Normal	Altamente transparente
23	27/10/2024	9:23	1	1	1	5	2	5	2	2	1	2	1	1	2	3	1	Medio	Normal	Adaptable	Difícilmente accesible	Medio	Bajo	Altamente integrado	Normal	Altamente transparente
24	28/10/2024	11:29	1	1	1	5	2	5	2	2	1	2	1	1	2	3	1	Medio	Normal	Adaptable	Difícilmente accesible	Medio	Bajo	Altamente integrado	Normal	Altamente transparente
25	28/10/2024	16:32	1	1	1	5	2	5	2	2	1	2	1	1	2	3	1	Medio	Normal	Adaptable	Difícilmente accesible	Medio	Bajo	Altamente integrado	Normal	Altamente transparente
26	28/10/2024	16:53	1	1	1	5	2	5	2	2	1	2	1	1	2	3	1	Medio	Normal	Adaptable	Difícilmente accesible	Medio	Bajo	Normal	Normal	Altamente transparente
27	28/10/2024	18:11	1	2	1	2	2	1	2	2	2	2	1	1	2	3	1	Medio	Normal	Adaptable	Difícilmente accesible	Medio	Bajo	Altamente integrado	Normal	Altamente transparente
28	28/10/2024	14:39	1	1	1	3	3	1	3	9	10	2	1	1	2	3	1	Medio	Normal	Adaptable	Difícilmente accesible	Medio	Bajo	Normal	Normal	Altamente transparente



## Página Web

### FICHA DE OBSERVACION PAGINA WEB DIARIO DEL NORTE

INDICADORES GENERALES								INDICADORES CONCRETOS								
			Dimensión	Contenido	Fuentes	Fuentes	Calidad Informativa	Actores Sociales	Cobertura territorial	Temática	Interacción digital		Plataforma tecnológica	Usabilidad	Accesibilidad	Formato multimedia
N.Publicación	Hora	URL	Indicador	Nota autoreferenciada	Referencias externas	Referencias internas (secciones)	Presentación de la información	Actores	Área	Temas	N. 'Me gusta'	Uso de hashtags				
1	17/10/2024	<a href="https://elnorte.ec/hallan-cuerpo-mujer-desaparecida-cayambe/">https://elnorte.ec/hallan-cuerpo-mujer-desaparecida-cayambe/</a>	1	5	2	3	3	2	3	6	0	2	Normal	Adaptable	Facilmente accesible	Altamente integrado
2	17/10/2024	<a href="https://elnorte.ec/esperanza-dia-duelo-gestacional-ibarra/">https://elnorte.ec/esperanza-dia-duelo-gestacional-ibarra/</a>	1	3	3	3	3	2	3	6	0	2	Normal	Adaptable	Facilmente accesible	Altamente integrado
3	17/10/2024	<a href="https://elnorte.ec/obras-viales-y-de-ambiente-en-pucara-alto-para-2025/">https://elnorte.ec/obras-viales-y-de-ambiente-en-pucara-alto-para-2025/</a>	1	2	2	2	2	1	2	2	0	2	Normal	Adaptable	Facilmente accesible	Altamente integrado
4	18/10/2024	<a href="https://elnorte.ec/peluquerias-ibarra-perder-clientes-por-apagones/">https://elnorte.ec/peluquerias-ibarra-perder-clientes-por-apagones/</a>	1	5	2	5	2	5	2	2	0	2	Normal	Adaptable	Facilmente accesible	Normal
5	18/10/2024	<a href="https://elnorte.ec/compania-de-transporte-solicitan-celeridad-y-atencion-a-su-caso/">https://elnorte.ec/compania-de-transporte-solicitan-celeridad-y-atencion-a-su-caso/</a>	1	2	2	5	2	5	2	2	0	2	Normal	Adaptable	Facilmente accesible	Altamente integrado
6	19/10/2024	<a href="https://elnorte.ec/portada-19-octubre-2024/">https://elnorte.ec/portada-19-octubre-2024/</a>	1	5	4	3	3	2	3	6	0	2	Normal	Adaptable	Facilmente accesible	

7	19/10/2024	<a href="https://elnorte.ec/acuerdos-por-museo-del-ciclista-se-logran-en-tulcan/">https://elnorte.ec/acuerdos-por-museo-del-ciclista-se-logran-en-tulcan/</a>	1	5	5	5	5	6	5	2	0	2	Normal	Adaptable	Facilmente accesible	Normal
8	21/10/2024	<a href="https://elnorte.ec/imbabura-subcampeon-en-evento-nacional/?utm_source=chatgpt.com">https://elnorte.ec/imbabura-subcampeon-en-evento-nacional/?utm_source=chatgpt.com</a>	1	6	6	2	2	1	2	2	0	2	Normal	Adaptable	Facilmente accesible	Normal
9	21/10/2024	<a href="https://elnorte.ec/los-73-anos-de-vida-de-san-vicente-de-pusir-se-celebraron-planificiom/">https://elnorte.ec/los-73-anos-de-vida-de-san-vicente-de-pusir-se-celebraron-planificiom/</a>	1	2	1	5	4	4	4	8	0	2	Normal	Adaptable	Facilmente accesible	Normal
10	22/10/2024	<a href="https://elnorte.ec/la-utn-marca-un-nuevo-hito-en-el-area-de-la-salud/">https://elnorte.ec/la-utn-marca-un-nuevo-hito-en-el-area-de-la-salud/</a>	1	2	1	2	2	1	2	2	0	2	Normal	Adaptable	Facilmente accesible	Altamente integrado
11	22/10/2024	<a href="https://elnorte.ec/jhon-esta-grave-luego-de-un-accidente-en-san-antonio-de-ibarra/">https://elnorte.ec/jhon-esta-grave-luego-de-un-accidente-en-san-antonio-de-ibarra/</a>	1	2	1	3	3	2	3	6	0	2	Normal	Adaptable	Facilmente accesible	Normal
12	23/10/2024	<a href="https://elnorte.ec/otavalenos-lucharan-por-todos-los-derechos/">https://elnorte.ec/otavalenos-lucharan-por-todos-los-derechos/</a>	1	2	1	3	3	2	3	6	0	2	Normal	Adaptable	Facilmente accesible	Altamente integrado
13	23/10/2024	<a href="https://elnorte.ec/tulcan-eligieron-a-la-papa-mejor-vestida/">https://elnorte.ec/tulcan-eligieron-a-la-papa-mejor-vestida/</a>	1	2	1	2	2	2	2	3	0	2	Normal	Adaptable	Facilmente accesible	Normal
14	24/10/2024	<a href="https://foxly.link/MontufarFeriado">https://foxly.link/MontufarFeriado</a>	1	2	1	5	2	5	2	2	0	2	Normal	Adaptable	Facilmente accesible	Normal

15	24/10/2024	<a href="https://elnorte.ec/estefy-rivera-sumo-un-logro-mas-a-su-palmares/">https://elnorte.ec/estefy-rivera-sumo-un-logro-mas-a-su-palmares/</a>	1	2	1	5	2	5	2	2	0	2	Normal	Adaptable	Facilmente accesible	Altamente integrado
16	25/10/2024	<a href="https://foxly.link/LeonesPunto">https://foxly.link/LeonesPunto</a>	1	2	1	5	2	5	2	2	0	2	Normal	Adaptable	Facilmente accesible	Normal
17	25/10/2024	<a href="https://elnorte.ec/objetivo-es-llegar-a-cuartos-del-torneo/?utm_source=chatgpt.com">https://elnorte.ec/objetivo-es-llegar-a-cuartos-del-torneo/?utm_source=chatgpt.com</a>	1	2	1	5	2	5	2	2	0	2	Normal	Adaptable	Facilmente accesible	Altamente integrado
18	25/10/2024	<a href="https://elnorte.ec/se-escapo-por-20-minutos-del-cpl-imbabura/?utm_source=chatgpt.com">https://elnorte.ec/se-escapo-por-20-minutos-del-cpl-imbabura/?utm_source=chatgpt.com</a>	1	1	1	3	3	2	3	6	0	2	Normal	Adaptable	Facilmente accesible	Altamente integrado
19	26/10/2024	<a href="https://foxly.link/ViolacionOdontologo">https://foxly.link/ViolacionOdontologo</a>	1	2	1	2	2	1	2	3	0	2	Normal	Adaptable	Facilmente accesible	Normal
20	27/10/2024	<a href="https://elnorte.ec/paso-decisivo-para-el-pesillo-imbabura">https://elnorte.ec/paso-decisivo-para-el-pesillo-imbabura</a>	1	2	1	3	3	1	3	6	0	2	Normal	Adaptable	Facilmente accesible	Altamente integrado
21	26/10/2024	<a href="https://foxly.link/HorarioClases">https://foxly.link/HorarioClases</a>	1	2	1	3	3	2	3	6	0	2	Normal	Adaptable	Facilmente accesible	Altamente integrado
22	29/10/2024	<a href="https://elnorte.ec/entidades-provinciales-puertas-conectividad-imbabura">https://elnorte.ec/entidades-provinciales-puertas-conectividad-imbabura</a>	1	2	1	2	2	2	2	3	0	2	Normal	Adaptable	Facilmente accesible	Normal

23	29/10/2024	<a href="https://elnorte.ec/entidades-provinciales-puertas-conectividad-imbabura">https://elnorte.ec/entidades-provinciales-puertas-conectividad-imbabura</a>	1	2	1	5	2	5	2	2	0	2	Normal	Adaptable	Facilmente accesible	Altamente integrado
24	30/10/2024	<a href="https://elnorte.ec/page/3/?s=octubre%2C+30+de+2024+">https://elnorte.ec/page/3/?s=octubre%2C+30+de+2024+</a>	1	2	1	3	3	1	3	9	0	2	Normal	Adaptable	Facilmente accesible	
25	30/10/2024	<a href="https://elnorte.ec/portada-12-octubre-2024">https://elnorte.ec/portada-12-octubre-2024</a>	1	2	1	3	3	1	3	6	0	2	Normal	Adaptable	Facilmente accesible	Altamente integrado
26	30/10/2024	<a href="https://elnorte.ec/?utm_source">https://elnorte.ec/?utm_source</a>	1	1	1	5	2	5	2	2	0	2	Normal	Adaptable	Facilmente accesible	Altamente integrado
27	30/10/2024	<a href="https://elnorte.ec/portada-26-octubre-2024/">https://elnorte.ec/portada-26-octubre-2024/</a>	1	1	1	2	2	1	2	3	0	2	Normal	Adaptable	Facilmente accesible	Altamente integrado
28	31/10/2024	<a href="https://elnorte.ec/imbabura-aporta-al-microciclo-de-la-tri-femenina/">https://elnorte.ec/imbabura-aporta-al-microciclo-de-la-tri-femenina/</a>	1	1	1	5	2	5	2	2	0	2	Normal	Adaptable	Facilmente accesible	Altamente integrado

				1=SI ; 2=NO	1=Propio medio ; 2=Otros	1=Deportes 2=Sucesos 3=Cultura 4=Opinión 5=Sociedad 6=Política 7=Internacional 8=Otros	1=Deportes 2=Sucesos 3=Cultura 4=Opinión 5=Sociedad 6=Política 7=Internacional 8=Otros		1=Noticia 2=Reportaje 3=Crónica 4=Entrevista 5=Portada/Contraportada 6=Datos de Referencia 7=Publicidad 8=Otros	1=Políticos 2=Sucesos 3=Cultura 4=Opinión 5=Sociedad 6=Política 7=Internacional 8=Otros	1=Política 2=Sociedad/cantones 3=Sucesos/crónica 4=Deportes 5=Farandula/variedades 6=Cultura 7=Internacional 8=Opinión 9=Publicidad	1=Social 2=Deporte Local 3=Deportenacional 4=Ambiental 5=Derechos Humanos 6=Emprendimientos 7=Accidentes 8=Detenidos 9=Sismos 10=Historias novedosas 11=Entretenimiento 12=Famosos 13=Política internacional 14=Violencia	1=SI ; 2=NO	Muy rápida / Normal / Muy lenta	Facilmente adaptable / Adaptable / Dificilmente adaptable	Facilmente accesible / Accesible / Dificilmente accesible	Altamente integrado / Normal / No integrado
--	--	--	--	----------------	-----------------------------	---	---	--	--	--	---	--	----------------	---------------------------------	---	---	---

**Periódico**

		<b>MATRIZ</b>							
		<b>indicadores generales</b>							
<b>Número del periódico: Diario El Norte</b>				<b>Membrete: Diario Regional Independiente/ Sábado 17 de octubre 2024/ Año 37 - Nro.13 626</b>					
<b>DIA</b>	<b>NRO</b>	<b>Primera plana</b>	<b>Secciones</b>	<b>Anuncios</b>	<b>Noticias</b>	<b>Imágenes</b>	<b>Editorial</b>	<b>Columna</b>	<b>Contraportada</b>
17-oct	13 626	4 Publicaciones	7	20	10	30	Sí	17	Sí
18-oct	13627,00	4 Publicaciones	7	21	10	30	Sí	17	Sí
19-oct	13628,00	4 Publicaciones	7	20	10	30	Sí	17	Sí
20-oct	13629,00	3 Publicaciones	7	22	13	30	Sí	18	Sí
21-oct	13630,00	4 Publicaciones	7	20	9	31	Sí	17	Sí
22-oct	13631,00	4 Publicaciones	7	23	10	30	Sí	17	Sí
23-oct	13632,00	4 Publicaciones	7	20	10	30	Sí	17	Sí
24-oct	13633,00	4 Publicaciones	7	22	10	30	Sí	17	Sí
25-oct	13634,00	4 Publicaciones	7	20	10	30	Sí	17	Sí
26-oct	13635,00	4 Publicaciones	7	20	10	30	Sí	17	Sí
27-oct	13636,00	4 Publicaciones	7	25	9	31	Sí	18	Sí

28-oct	13637,00	3 Publicaciones	7	20	12	27	Sí	17	Sí
29-oct	13638,00	4 Publicaciones	7	25	12	28	Sí	17	Sí
30-oct	13639,00	4 Publicaciones	7	18	9	33	Sí	17	Sí
31-oct	13640,00	4 Publicaciones	7	23	10	30	Sí	17	Sí
<b>Contenido y extensión de la publicación</b>									
		<b>Ortografía</b>	<b>Lenguaje</b>		<b>Estructura</b>				
		No se encontró	Sencillo y formal e informal		Organizada				

## Fotografías de seguimiento



