



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**

**FACULTAD DE EDUCACIÓN, CIENCIA Y TECNOLOGÍA  
(FECYT)**

**CARRERA: COMUNICACIÓN**

**INFORME FINAL DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR**

**TEMA:**

**“ANÁLISIS SOBRE LA TRANSFORMACIÓN DEL PERIODISMO A LAS  
DINÁMICAS TECNOLÓGICAS ACTUALES: CASO GK COMO MEDIO DIGITAL  
NATIVO EN ECUADOR.”**

Trabajo de Titulación previo a la obtención del Título de Licenciada en Comunicación Social

**Línea de Investigación:** Desarrollo Social y del Comportamiento Humano

**Autor:** Calvachi Caviedes Sayana Micaela

**Director:** MSc. Gabriela Garcés Delgado

**Ibarra – Junio - 2026**



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**  
**DIRECCIÓN DE BIBLIOTECA**

**AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN**  
**A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD**

**1. 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>APELLIDOS Y NOMBRES:</b>	Calvachi Caviedes Sayana Micaela

<b>DATOS DE LA OBRA</b>	
<b>TÍTULO:</b>	Análisis sobre la transformación del periodismo a las dinámicas tecnológicas actuales: caso GK como medio digital nativo en Ecuador.
<b>AUTOR:</b>	Calvachi Caviedes Sayana Micaela
<b>FECHA: DD/MM/AAAA</b>	25/Junio/2026
<b>CARRERA/PROGRAMA:</b>	<input checked="" type="checkbox"/> GRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO
<b>TITULO POR EL QUE OPTA:</b>	Licenciada en Comunicación Social
<b>DIRECTOR:</b>	MSc. Gabriela Garcés Delgado

## 2. CONSTANCIAS

La autora manifiesta 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 el titular de los derechos patrimoniales, por lo que asume la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los 25 días del mes de Junio del 2026.

### LA AUTORA:



**Nombre:** Calvachi Caviedes Sayana Micaela

**C.C.:** 1003780655

**CERTIFICACIÓN DIRECTOR DEL TRABAJO DE INTERGRACIÓN  
CURRICULAR**

Ibarra, 25 de Junio de 2026

MSc. Gabriela Garcés Delgado

**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 Universidad Técnica del Norte; en consecuencia, autorizo su presentación para los fines legales pertinentes.

.....

MSc. Gabriela Garcés Delgado

CC:1001573763

## **DEDICATORIA**

Dedico mi investigación a mis padres, por su apoyo constante y el amor incondicional; son mi motor para seguir todos los días.

También, a las personas que formaron parte de este proceso, en especial a los que se quedaron en los momentos más difíciles. Y a Dios, por darme la sabiduría y fortaleza para permitirme terminar y escoger las palabras correctas en cada situación.

Por último, me dedico esta investigación a mí misma, por levantarme todos los días a pesar de las adversidades y por haber logrado esta importante etapa de mi vida.

## AGRADECIMIENTO

Expreso mi más sincero y profundo agradecimiento a mis padres, entre ambos me dieron la seguridad y apoyo en cada situación, construyeron un pilar para mí, gracias por creer en mí y motivarme a seguir adelante. A mi hermano, por siempre estar cuando necesitaba que me resuelva una duda y nunca despreocuparse de mí.

Mi abuelito, agradezco su paciencia, comprensión y apoyo siendo una fuente de constante ánimo y fuerza. A las personas que siempre están presentes en mi vida, en días buenos y malos, en especial en los malos, porque no permiten que me rinda y me motivan a ser mejor persona en todo aspecto.

Asimismo, agradezco a mis docentes, directora y asesora, quienes con su conocimiento y guía contribuyeron a mi formación académica, gracias por su paciencia y constante acompañamiento en este proceso.

Este logro no es solo mío, es de todas las personas que me apoyaron y estuvieron conmigo siempre, estaré eternamente agradecida.

## RESUMEN EJECUTIVO

La transformación del periodismo en el contexto de las dinámicas tecnológicas actuales constituye un proceso de reconfiguración de las prácticas informativas, las narrativas digitales y la relación con las audiencias, impulsado por el uso de plataformas sociales y los cambios en los hábitos de consumo mediático. En este marco, la investigación tuvo como objetivo analizar cómo el medio digital GK ha adaptado sus prácticas periodísticas frente a estas transformaciones en el Ecuador. Esta investigación fue bajo un enfoque mixto, tipo descriptivo exploratorio, desarrollada como un estudio de caso instrumental del medio digital GK, como muestra del periodismo digital. La recopilación de información fue de las publicaciones del medio en las plataformas de Instagram y X en el periodo 2020 al 2024, realizando entrevistas semiestructuradas a cinco especialistas en comunicación y medios digitales, y encuestas virtuales a 98 usuarios del medio. Los principales resultados indican que predominan los reportajes, uso de recursos visuales, carruseles en Instagram, por otro lado en X, su mayor contenido es en temas de política y reportajes con el uso de infografía. La identidad visual en el periodo analizado tuvo evolución favorable del medio GK, reflejada en una mayor coherencia gráfica y en el fortalecimiento de su imagen digital. Es considerada como medio confiable e innovador, a pesar de las limitaciones presentes en temas de integración transmedia, capacitación tecnológica e interacción con la audiencia. Se concluye que GK ha consolidado su posicionamiento dentro del ecosistema digital ecuatoriano, aunque enfrenta desafíos de sostenibilidad y fortalecimiento estratégico.

**Palabras Clave:** Periodismo digital, estrategias digitales, medios digitales, narrativas transmedia, audiencias digitales

## ABSTRACT

The transformation of journalism within the context of current technological dynamics constitutes a process of reconfiguring information practices, digital narratives, and the relationship with audiences, driven by the use of social media platforms and changes in media consumption habits. In this context, the objective of this research was to analyze how the digital media outlet GK has adapted its journalistic practices in response to these transformations in Ecuador. This study adopted a mixed-methods approach with an exploratory-descriptive design and was developed as an instrumental case study of GK as a representative example of digital journalism. Data collection included an analysis of the outlet's publications on Instagram and X between 2020 and 2024, semi-structured interviews with five specialists in communication and digital media, and online surveys conducted with 98 users of the platform. The main findings indicate a predominance of feature reports, the use of visual resources, and Instagram carousel posts. On X, the most frequent content focused on political topics and feature reporting supported by infographics. During the period analyzed, GK's visual identity showed a positive evolution, reflected in greater graphic consistency and the strengthening of its digital image. The outlet is perceived as a reliable and innovative media source despite existing limitations related to transmedia integration, technological training, and audience interaction. The study concludes that GK has consolidated its position within the Ecuadorian digital media ecosystem; however, it continues to face challenges related to sustainability and strategic development.

**Keywords:** Digital journalism, digital strategies, digital media, transmedia narratives, digital audiences.

## ÍNDICE DE CONTENIDOS

AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN .....	2
IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA.....	2
RESUMEN EJECUTIVO .....	7
ABSTRACT.....	8
INTRODUCCIÓN .....	12
CAPÍTULO I .....	14
MARCO TEÓRICO.....	14
1. El periodismo y su evolución.....	14
1.1. Antecedentes del periodismo digital.....	15
1.2. Transformaciones tecnológicas y cambios en la producción informativa .....	17
1.3. Adaptación del periodismo a la era digital.....	18
1.4. Estrategias digitales en el periodismo .....	19
2. Medios Digitales y Práctica Periodística .....	21
2.1. Características y Tipologías de los Medios Digitales .....	21
2.2. Recursos narrativos digitales.....	23
2.3. Impacto de la Tecnología y Redes Sociales en las Rutinas Periodísticas .....	23
2.4. Retos del periodismo digital: sostenibilidad, credibilidad y desinformación. ....	25
2.5. Las audiencias en entornos digitales .....	25
3. Nuevas Narrativas en Medios Digitales.....	26
3.1. El periodismo inmersivo y las nuevas formas de contar historias digitales.....	27
3.2. Innovación y experimentación en los formatos narrativos.....	28
4. Ecosistema Digital en Ecuador .....	29
4.1. Medios digitales en Ecuador .....	29
4.2. GK como medio digital nativo: origen.....	29
4.3. El modelo digital y de sostenibilidad de GK.....	30
4.4. Posicionamiento del medio en el ecosistema digital.....	31

CAPÍTULO II.....	33
MATERIALES Y MÉTODOS.....	33
2.1. Diseño de Investigación.....	33
2.2. Técnicas e instrumentos de investigación.....	35
2.3. Pregunta de Investigación.....	36
2.4. Operacionalización de variables.....	37
2.5. Población y muestra.....	39
2.6. Participantes.....	40
2.7. Parámetros del análisis de contenido.....	40
2.8. Procedimiento y Análisis de Datos.....	41
CAPÍTULO III.....	42
RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	42
3.1. Resultados Análisis de Contenido GK.....	42
3.3. Resultados de Entrevistas.....	58
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	67
ANEXOS.....	74

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1</b> Matriz de operacionalización de variables.....	37
<b>Tabla 2</b> Variables: tema de contenido, tipo de narrativa y contenido en Instagram .....	42
<b>Tabla 3</b> Distribución variables: contenido de publicación en Instagram.....	44
<b>Tabla 4</b> Distribución variables: horario publicación, tema de contenido y narrativa en X....	45
<b>Tabla 5</b> Distribución variables: contenido de publicación en X .....	48
<b>Tabla 6</b> Distribución sociodemográfica de los encuestados .....	50
<b>Tabla 7</b> Consumo, plataformas de acceso y frecuencia de consumo del medio GK .....	51
<b>Tabla 8</b> Diseño, accesibilidad y uso de recursos multimedia en GK.....	54
<b>Tabla 9</b> Uso tecnológico, interacción y evolución de contenidos en GK .....	55
<b>Tabla 10</b> Credibilidad e innovación de GK .....	56
<b>Tabla 11</b> Entrevista a expertos en Comunicación y Medios Digitales .....	58

## ÍNDICE DE FIGURAS

<b>Figura 1</b> Principales estrategias digitales en el periodismo .....	20
<b>Figura 2</b> Principales nuevas narrativas en medios digitales .....	26
<b>Figura 3</b> Tipo de contenido de preferencia .....	53

## INTRODUCCIÓN

La transformación digital en los últimos años ha presentado cambios representativos en el ámbito del periodismo, modificando las formas de producción, distribución y consumo de la información, ya que con el desarrollo de internet, las redes sociales y las plataformas digitales las dinámicas de comunicación exigen a los medios adaptarse a las características de un entorno cada vez más interactivo. Como parte de la adaptación a estos nuevos cambios, los medios digitales han incorporado recursos multimedia, nuevas narrativas y estrategias de interacción con las audiencias para responder a los nuevos hábitos de consumo informativo.

En el Ecuador, los medios nativos digitales han alcanzado una progresiva relevancia dentro del ecosistema mediático debido a su capacidad de adaptación a los entornos digitales, entre ellos se encuentra el medio digital GK, el que se ha caracterizado por la producción de contenidos de análisis e investigación, así como por utilizar formatos digitales orientados a la difusión de información en diferentes plataformas como Facebook, x e Instagram.

A pesar de que existen estudios relacionados con el periodismo digital, la creciente relevancia de los medios digitales en el contexto informativo ha transformado las prácticas periodísticas, las formas de interacción con las audiencias y los mecanismos de producción de contenidos, por lo que es necesario entonces el realizar estudios que permitan evidenciar el comportamiento de los medios digitales frente a estos cambios.

A partir de esta realidad, la investigación plantea como problema de estudio la necesidad de comprender cómo el medio digital GK ha adaptado sus prácticas periodísticas frente a las transformaciones tecnológicas y digitales, permitiendo de esta manera que el análisis de este caso contribuya a identificar aquellos cambios implementados en la producción de contenidos, el uso de recursos narrativos y tecnológicos, así como las formas de interacción desarrolladas con las audiencias en plataformas digitales.

La importancia de este estudio es el aportar al conocimiento sobre las dinámicas actuales del periodismo digital ecuatoriano, a fin de lograr identificar elementos relacionados con la innovación periodística, la adaptación tecnológica y la construcción de vínculos con las audiencias. Además, que los resultados obtenidos sirvan como referencia para futuras investigaciones relacionadas con medios digitales, comunicación y transformación tecnológica.

El estudio planteó como objetivo general de la investigación fue analizar cómo el medio digital GK ha adaptado sus prácticas periodísticas frente a las transformaciones tecnológicas y digitales en el Ecuador. Para alcanzar este propósito se desarrolló una investigación de estudio de caso instrumental, con enfoque mixto, diseño exploratorio y tipo descriptivo, donde para recopilación de información se aplicó entrevistas semiestructuradas y encuestas.

El presente trabajo se estructura en tres capítulos: el capítulo I se desarrolló el marco teórico, abordando aspectos relacionados con la evolución del periodismo, las transformaciones tecnológicas, las estrategias digitales, las nuevas narrativas y el ecosistema digital ecuatoriano. El apartado de materiales y métodos se encuentra detallado en el capítulo II, en el Capítulo III se presenta los resultados obtenidos del estudio, mediante el análisis de estadístico de la información recopilada, así como la discusión de los hallazgos. Finalmente, se presentan las conclusiones y recomendaciones que se identificaron en el estudio, mismas que dieron respuesta a los objetivos planteados en la misma.

# CAPÍTULO I

## MARCO TEÓRICO

### 1. El periodismo y su evolución

El periodismo se define como la actividad profesional orientada a recopilar, verificar, interpretar y difundir información de interés público. Según Salaverría (2019), el periodismo se describe como un proceso comunicativo estructurado orientado a producir contenidos veraces y significativos para la ciudadanía mediante diversos soportes. El periodismo ha evolucionado junto con las sociedades, modificando sus formas de producción y difusión de información de acuerdo con los avances tecnológicos y las necesidades de cada época.

En los inicios del periodismo varias manifestaciones surgieron a través de mecanismos de comunicación utilizados para informar a la población sobre un acontecimiento de interés colectivo. Entre los antecedentes más antiguos de la actividad periodística se encuentran las Acta Diurna de la antigua Roma, documentos que difundían información de interés público y que, según Laguna y Martínez (2022), eran exhibidos en espacios accesibles para la población.

El periodismo de la actualidad se consolidó con la inmersión de la imprenta que fue en el siglo XV, lo que permitió la difusión masiva de información; además, en el siglo XVII, surgieron los primeros periódicos, marcando el inicio de la prensa como una institución social (Comesaña y Vilches, 2022).

Durante los siglos XVIII y XIX, el aumento de la alfabetización hizo que más personas pudieran acceder a la información, mientras que la libertad de prensa y el desarrollo de la industria editorial favorecieron el crecimiento del periodismo. Más adelante, la radio y la televisión ampliaron la difusión de las noticias, permitiendo que la información llegara a un mayor número de personas a través de formatos diferentes a la prensa escrita (Comesaña y Vilches, 2022).

Con la llegada del internet se produjo varios cambios en los medios de comunicación como medida de avance tecnológico, como la mediamorfosis, donde los medios tuvieron que adaptarse a nuevas formas de informar y comunicarse con las personas. Según Illescas (2023), el entorno digital hace que el combinar texto, imágenes, audio y video, además de facilitar la interacción de los usuarios, cambia tanto la forma de crear contenidos como la manera en que las personas acceden a la información.

El desarrollo de los medios digitales en Ecuador comenzó con la expansión de internet, cuando los principales medios de comunicación aún no disponían de plataformas digitales para difundir sus contenidos, es así como a mediados de los años noventa, diarios como: Hoy, El Comercio y El Universo comenzaron su migración digital. Posteriormente, surgieron medios nativos digitales que, para 2015, alcanzaban aproximadamente 60 propuestas en distintas categorías (Morejón y Zamora, 2019).

En la actualidad, el periodismo ya no depende de los medios tradicionales, ya que la información también se difunde a través de plataformas digitales y creadores de contenido, en este sentido Morejón y Villacís (2022), mencionan que el uso diferentes medios y plataformas ha cambiado la manera en que se elaboran y comparten las noticias, permitiendo que la información llegue a las audiencias por distintos canales.

Con el pasar de los años el periodismo ha experimentado muchos cambios que van desde las primeras formas de comunicación hasta el desarrollo de los medios impresos, audiovisuales y digitales. Estos cambios muestran cómo la actividad periodística ha debido adaptarse a las innovaciones tecnológicas, a las transformaciones culturales y a las nuevas exigencias profesionales surgidas en cada período histórico.

### **1.1. Antecedentes del periodismo digital**

Los antecedentes del periodismo digital se vinculan con la transformación de los procesos informativos a partir de la expansión de internet y la digitalización de los medios de

comunicación. Esta transición permitió modificar las rutinas periodísticas tradicionales y dio paso a nuevas formas de producción, distribución e interacción con las audiencias (Salaverría, 2019).

Con la revolución tecnológica iniciada en la década de 1990, a partir de la masificación de internet y el desarrollo de entornos digitales cada vez más complejos, donde la incorporación de tecnologías digitales en los medios de comunicación ha modificado las prácticas periodísticas relacionadas con la producción y circulación de contenidos informativos. Estos cambios pueden observarse en la forma en que los periodistas buscan, organizan y comparten la información, actividades que hoy se realizan en espacios digitales caracterizados por la conexión constante y el uso de diversas plataformas (Gómez, Mendoza, & Zambrano, 2021).

Según Jenkins (2008) los medios de comunicación ya no funcionan de manera aislada, sino que se relacionan entre sí y utilizan diferentes formatos para difundir contenidos, donde la importancia de la participación de las audiencias juega también un papel importante. De igual manera, Aguirre (2024) indica que la digitalización ha favorecido la consolidación de un entorno comunicativo marcado por la rapidez en la transmisión de información, la interacción con los usuarios y la combinación de diversos formatos, aspectos que inciden directamente en el desarrollo de la actividad periodística.

En América latina, Latinoamérica, la incorporación de tecnologías digitales se ha desarrollado de manera progresiva, en respuesta a las transformaciones tecnológicas y comunicacionales de las últimas décadas. En los últimos años, los medios de comunicación han atravesado ciertos cambios importantes en la manera de producir y difundir información, donde se cambia los formatos tradicionales a entornos digitales con incorporación de recursos multimedia, enlaces hipertextuales y nuevas formas de interacción con los usuarios (Morejón & Villacis, 2022).

En el Ecuador, según Riquero (2025), los primeros pasos del periodismo digital estuvieron relacionados con la publicación de contenidos de la prensa escrita en sitios web, limitándose principalmente a replicar las ediciones impresas de los medios de comunicación, pero a medida del avance tecnológico, esto fue cambiando, con la incorporación de nuevas herramientas y formatos propios del entorno digital. Este proceso siguió patrones similares a los observados en otros países de la región, aunque con un crecimiento particular de medios nativos digitales a partir de los años 2000. En este contexto, Morejón y Zamora (2019) destacan que esta transición estuvo influida por factores tecnológicos y económicos que contribuyeron a la configuración de un nuevo ecosistema mediático.

## **1.2. Transformaciones tecnológicas y cambios en la producción informativa**

El avance del internet, las redes sociales, la inteligencia artificial (IA) y otras herramientas para uso de análisis de información en los últimos años, ha transformado significativamente la manera en que se produce y difunde la información periodística, permitiendo entonces nuevas formas de recopilar, procesar y presentar contenidos, adaptando el ejercicio del periodismo a las dinámicas digitales (Arias, 2024).

Según Salaverría (2019), el periodismo de datos se basa en la recopilación, análisis e interpretación de grandes volúmenes de información con el fin de construir contenidos periodísticos sustentados en evidencia. Además el uso de visualizaciones y recursos digitales facilita la comprensión de aquellos datos complejos, así como aporta mayor contexto a los hechos y fortalece la calidad del reportaje.

Pérez y Silva (2024) señalan que la innovación tecnológica se ha convertido en un factor importante para la sostenibilidad del periodismo en un entorno digital, donde hay escenarios cada vez más competitivos. Criterio que comparten los autores Rodríguez et al. (2020), quienes destacan que la calidad informativa en los medios digitales depende en gran

medida del uso de herramientas tecnológicas, así como de la interacción constante entre los medios y sus audiencias.

En este contexto, las estrategias digitales adquieren un papel fundamental dentro del proceso periodístico. Estas estrategias comprenden el uso de analítica web, el posicionamiento en motores de búsqueda (SEO), la gestión de redes sociales y la segmentación de audiencias. De acuerdo con Gómez et al. (2021), estas estrategias permiten optimizar la visibilidad de los contenidos y fortalecer la relación con los usuarios en entornos digitales.

En el Ecuador, el periodismo digital enfrenta un doble desafío: por un lado, adaptarse a las nuevas herramientas tecnológicas y, por otro, sostener modelos financieros viables en un contexto de alta competencia y cambios en los hábitos de consumo informativo (Riquero, 2025).

### **1.3. Adaptación del periodismo a la era digital**

La adaptación del periodismo a la era digital va más allá de la simple migración de contenidos hacia plataformas digitales. Supone una reconfiguración de las formas de producción, los canales de difusión y las estrategias de interacción con las audiencias.

Según Cong (2023), las tecnologías digitales han transformado la forma de narrar en el periodismo, incorporando formatos que combinan interactividad, inmersión y distribución multiplataforma. Bajo este mismo escenario, Aguirre (2024) sostiene la idea que el periodista digital debe desarrollar competencias que van más allá del manejo de herramientas tecnológicas, sino más bien que su trabajo requiere de habilidades narrativas y comunicativas que le permitan aprovechar recursos propios del entorno digital, como la hipertextualidad, la multimedialidad y la actualización de los contenidos.

De igual manera, la relación que existe entre los medios de comunicación y las audiencias ha evolucionado de forma significativa, debido a que los usuarios no solo consumen información, sino también participan de manera activa en su difusión con reacciones,

compartida y comentarios. Actualmente, las redes sociales se han convertido así en espacios de interacción pública que favorecen la participación ciudadana, aunque también plantea los desafíos que están relacionados con la desinformación y circulación de información que no ha sido verificada.

En el caso de los países andinos, Gonzales (2024), explica que los medios nativos digitales han fortalecido su vínculo con las audiencias a través de plataformas digitales, de manera que es más directa su interacción, con una nueva dinámica de producir, distribuir y consumir contenidos periodísticos.

En consecuencia, el periodismo contemporáneo requiere una visión estratégica que permita aprovechar las oportunidades del entorno digital sin comprometer la calidad informativa.

#### **1.4. Estrategias digitales en el periodismo**

Las estrategias digitales se entienden como el conjunto de acciones planificadas que integran tecnologías, plataformas digitales y herramientas de comunicación para optimizar la producción, difusión y posicionamiento de contenidos en entornos digitales (Gómez et al., 2020).

Como un componente estructural dentro del periodismo antiguo, se ha consolidado el articular los procesos de producción, difusión y consumo de contenidos en entornos digitales, creando el uso de herramientas como la analítica web, el posicionamiento en motores de búsqueda (SEO), la gestión de redes sociales y la segmentación de audiencias, de manera que optimiza su visibilidad y amplía su alcance en estos entornos (Montoya, Zuluagua, & Rivera, 2020).

Según Gómez et al. (2021), la planificación estratégica en las plataformas digitales, consiste de manera fundamental el de fortalecer la relación que tiene un medio de comunicación con las audiencias, y además mejorar la difusión de los contenidos informativos.

En América Latina, Salaverría (2019) dice que los medios han tenido que adaptar sus modelos de gestión para responder a aquellas nuevas dinámicas de consumo informativo, incorporando estrategias orientadas al análisis de audiencias y a la distribución de contenidos en las distintas plataformas. Bajo este mismo criterio Gonzales (2024) destaca que, en Ecuador, las estrategias digitales permiten que los usuarios participen activamente en la circulación, discusión y retroalimentación de los contenidos informativos, fortaleciendo así la relación de sus audiencias con el medio de comunicación digital.

## Figura 1

### *Principales estrategias digitales en el periodismo*



Nota. Elaboración propia con base en Gómez et al. (2020), Gómez et al. (2021) y Salaverría (2019).

Como se observa en la Figura 1, las estrategias digitales utilizadas por los medios de comunicación se complementan entre sí para mejorar la difusión de los contenidos. Herramientas como el análisis de datos, el SEO y las redes sociales ayudan a que la información llegue a más personas y permiten conocer mejor los intereses de las audiencias.

## **2. Medios Digitales y Práctica Periodística**

Según Solórzano, Vélez y Zambrano (2024), los medios digitales se definen como plataformas de comunicación que utilizan tecnologías digitales para la producción, distribución y consumo de contenidos informativos, permitiendo la integración de formatos multimedia y la interacción con las audiencias en entornos en línea.

Los medios digitales han transformado la práctica periodística al introducir nuevas formas de producción, circulación y consumo de información, por ello Gonzales (2024) señala que estos medios se caracterizan por su estructura flexible, su actualización permanente y el uso intensivo de plataformas digitales que facilitan la interacción con las audiencias.

Asimismo, Villagómez y Cruz (2024) sostienen que los medios digitales en América Latina enfrentan desafíos importantes, como la sostenibilidad financiera, la competencia con plataformas globales y la necesidad de diversificar sus contenidos para mantenerse vigentes en un entorno altamente dinámico.

### **2.1. Características y Tipologías de los Medios Digitales**

Los medios digitales se diferencian de los tradicionales por su base tecnológica, sus dinámicas de interacción y su capacidad para integrar múltiples formatos dentro de un mismo entorno comunicativo, caracterizándose principalmente por la multimedialidad, que permite la combinación de texto, audio, video y elementos gráficos interactivos, la interactividad, que favorece la participación activa del usuario, la hipertextualidad, que conecta distintos contenidos mediante enlaces, la inmediatez, que posibilita la actualización constante de la

información, y la personalización, que adapta los contenidos a los intereses de las audiencias (Salaverría, 2019).

Los recursos multimedia cumplen un papel de importancia en la forma de producción informativa, ya que la incorporación de imágenes, videos, audios, infografías y visualizaciones de datos aporta a la construcción de narrativas más completas dentro del periodismo digital. Según Arias (2024), estos recursos ayudan a presentar la información de una forma más atractiva, facilitando una mayor interacción entre los contenidos y las audiencias.

Por su parte, Gonzales (2024) señala que, los medios nativos digitales los caracteriza su independencia estructural, su capacidad de innovación y la flexibilidad con la que utilizan las plataformas digitales, a diferencia de los medios tradicionales que han realizado una transición hacia el entorno digital, estos medios surgen directamente en internet y, a partir de ello, desarrollan formas propias de producción y distribución de contenidos, ajustadas a las dinámicas propias del ecosistema digital.

Los medios digitales pueden clasificarse según su estructura y funcionamiento en nativos digitales, híbridos, colaborativos y transmedia, cada uno presenta características específicas en la organización del trabajo periodístico y la forma en que se relacionan con sus audiencias, por lo que tienden a experimentar con narrativas interactivas que combinan diversos formatos, adaptándose a los hábitos de consumo contemporáneos (Arias, 2024).

En el Ecuador, los medios digitales independientes han experimentado un crecimiento sostenido, especialmente aquellos orientados al periodismo de investigación y análisis (Morejón y Villacis, 2022). Dentro de este panorama, GK constituye un caso relevante de estudio por su presencia en el ecosistema digital ecuatoriano y por el uso de plataformas digitales orientadas a la difusión de contenidos y la interacción con las audiencias.

Por tanto, el medio nativo digital se convierte en un espacio de innovación periodística, donde la tecnología es parte fundamental del proceso de producción, difusión y sostenibilidad informativa.

## **2.2. Recursos narrativos digitales**

Los recursos narrativos digitales constituyen el conjunto de herramientas expresivas que permiten construir relatos periodísticos en entornos digitales, integrando formatos como texto, imagen, audio, video e infografías interactivas (Aguirre, 2024). Estos elementos no solo enriquecen la presentación de la información, sino que también facilitan una mayor comprensión por parte de las audiencias. Según Arias (2024), la incorporación de recursos multimedia transforma la narrativa tradicional en experiencias más dinámicas, donde el contenido se adapta a las nuevas formas de consumo digital.

El desarrollo de las narrativas digitales en la actualidad se caracteriza por la utilización de múltiples plataformas para difundir contenidos de forma complementaria, lo que responde a una lógica transmedia, en la que cada medio aporta elementos que enriquecen la comprensión de una misma historia, creando una experiencia informativa más completa.

Al respecto, Aguirre (2024), señala que este enfoque contribuye a mejorar el alcance de los contenidos y además a fortalecer la interacción con los usuarios, quienes pueden acceder a la información por medio de diversos formatos. De esta manera, los entornos digitales se han consolidado como espacios fundamentales para la innovación periodística, promoviendo la creación de contenidos que sean más atractivos y dinámicos.

## **2.3. Impacto de la Tecnología y Redes Sociales en las Rutinas Periodísticas**

Las redes sociales han cambiado la forma en que los periodistas trabajan y comparten la información; actualmente plataformas como Facebook, Instagram, X y TikTok se han

convertido en espacios importantes para difundir noticias y llegar a un mayor número de personas. En este Sentido Cong (2023) señala que estas plataformas ayudan a una circulación más rápida de la información, pero también exigen que los periodistas desarrollen nuevas habilidades para seleccionar contenidos, verificar datos y mantener una comunicación más cercana con las audiencias.

Las narrativas transmedia y la comunicación en redes requieren procesos más flexibles y una mayor participación del usuario, lo que obliga al periodista a adaptar sus rutinas, monitorear tendencias y responder en tiempo real (Aguirre, 2024). En Ecuador, los medios digitales utilizan las redes sociales como principales canales para expandir su audiencia y poder conectar con un número mayor de comunidades digitales.

En la actualidad el auge de las redes sociales y las plataformas ha impactado en el manejo de las prácticas comunicación digital, por lo que los periodistas no solo elaboran noticias, sino que gestionan comunidades digitales, miden audiencias y utilizan algoritmos para optimizar la visibilidad del contenido.

En un estudio Toala Cevallos et al. (2023) analizaron el caso del medio “Noticiero Al Día”, y dentro de sus principales conclusiones señalan que las estrategias digitales permiten el fortalecer la conexión con el público; también exigen una adaptación constante a las dinámicas de las plataformas y un mayor rigor en la verificación de la información frente a la desinformación.

Estas transformaciones evidencian una producción informativa más dinámica y participativa, en la que el periodista asume el rol de gestor de información digital, mientras que la audiencia se consolida como un actor activo dentro del proceso comunicativo.

#### **2.4. Retos del periodismo digital: sostenibilidad, credibilidad y desinformación.**

Los medios nativos digitales enfrentan dificultades relacionadas con el financiamiento, la dependencia de plataformas globales y la necesidad de mantener la independencia editorial, convirtiéndose en uno de los principales desafíos del periodismo digital el de garantizar su sostenibilidad económica en un entorno altamente competitivo y en constante transformación (Villagómez y Cruz, 2024). En esta línea, Illescas (2023) menciona que los medios digitales en la actualidad requieren modelos de negocio diversificados que integren múltiples fuentes de ingresos y se les permita adaptarse a las dinámicas del ecosistema digital.

Por otro lado, Morejón y Zamora (2019) hacen un análisis donde mencionan que a pesar de que las generaciones jóvenes dominan el entorno digital, no siempre esto permitirá desarrollar habilidades críticas para distinguir entre información verificada y desinformación, lo que repercute directamente en la credibilidad del periodismo digital.

Los medios digitales ecuatorianos asumen el reto de mantener la calidad informativa, la independencia editorial y la confianza del público, al mismo tiempo que enfrentan las exigencias de un ecosistema tecnológico en constante cambio.

#### **2.5. Las audiencias en entornos digitales**

Las personas en la actualidad utilizan los medios digitales como una forma de acceso a información; donde el fácil acceso desde diferentes tipos de plataformas permite que los usuarios se mantengan informados de manera rápida. Rodríguez et al. (2020) señalan que la percepción de los usuarios en cuanto a la utilidad y claridad del contenido influye directamente en su nivel de interacción y permanencia en los medios digitales.

Según Montoya et al. (2020) destacan que las formas de interacción con las audiencias digitales contribuyen a que la información llegue a un público más amplio, donde el compartir

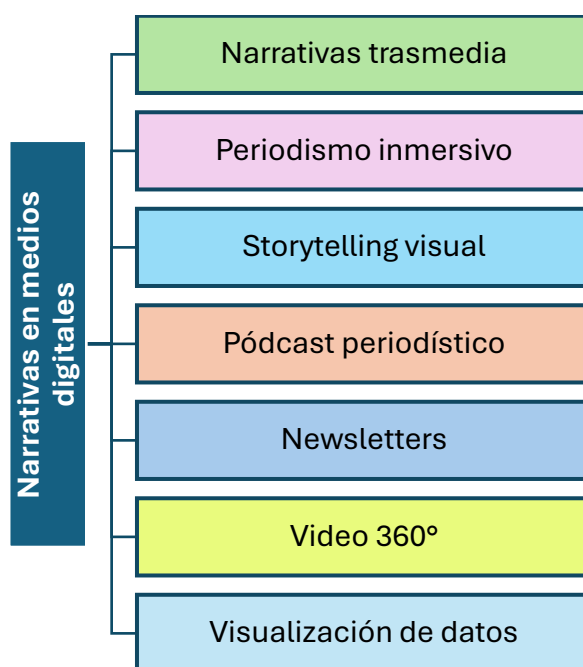
publicaciones, reaccionar a los contenidos o simplemente el escribir comentarios son consideradas acciones frecuentes dentro de estos medios digitales.

En el caso de Ecuador, de acuerdo con el estudio realizado por Gonzales (2024) señala que la participación de los usuarios ha fortalecido el vínculo de entre los medios digitales y sus audiencias, generando una comunicación más cercana y constante las partes.

### 3. Nuevas Narrativas en Medios Digitales

#### Figura 2

*Principales nuevas narrativas en medios digitales*



Nota: Elaboración propia con base en Illescas (2023), Aguirre (2024) y Arias (2024).

Los medios digitales han incorporado nuevas formas de presentar la información, como el uso de videos en 360°, realidad virtual y otros recursos tecnológicos permite mostrar los hechos de una manera diferente. Según Illescas (2023), estas herramientas hacen que los usuarios puedan interactuar con los contenidos y no solo ser simples espectadores.

Además, la relación entre los medios las audiencias han cambiado en los últimos años. Actualmente, los usuarios pueden comentar noticias, compartir información e incluso aportar contenido propio. Arias (2024) señala que esta participación permite una mayor interacción entre quienes producen la información y quienes la consumen.

En el Ecuador, varias investigación en el ámbito de prácticas narrativas muestran cómo los medios digitales se están adaptando a las lógicas de cada plataforma, como por ejemplo Aguirre (2024) quien indica que las redacciones han empezado a diseñar sus contenidos según las características de cada red social. Por ejemplo, en Instagram se privilegian relatos más breves, visuales y organizados en secuencias, lo que obliga a replantear la forma en que se presenta la información para que pueda funcionar de manera independiente sin depender del formato tradicional de la noticia.

### **3.1. El periodismo inmersivo y las nuevas formas de contar historias digitales**

El periodismo inmersivo abarca el uso de tecnologías como la realidad virtual, la realidad aumentada, el video en 360° y la realidad mixta para enriquecer la producción informativa y ofrecer nuevas posibilidades narrativas, donde estas herramientas permiten crear experiencias más dinámicas e interactivas sin requerir equipos complejos o de alto costo, demostrando que la innovación en el periodismo digital puede lograrse con recursos accesibles y soluciones tecnológicas que amplían la forma de contar historias (Illescas, 2023).

Varios estudios que analizan la evolución del periodismo, como el de Comesaña y Vilches (2022) señalan que estas tecnologías permiten contextualizar los relatos periodísticos desde una lógica más inmersiva. En esa misma línea, Pérez (2023) en su análisis del vídeo 360°, indica que este formato enfrenta varios desafíos técnicos y narrativos, pero al mismo tiempo ofrece una experiencia más cercana al hecho noticioso, ya que el usuario puede situarse como parte de la historia.

Según Arias (2024), las narrativas transmedia amplían estas experiencias al permitir que una misma historia se desarrolle en diferentes plataformas digitales, lo que favorece su alcance y continuidad. Este tipo de narrativa en donde se hace participe al usuario resulta especialmente útil en el periodismo de investigación, donde el uso combinado de recursos visuales y sonoros contribuye a reforzar el mensaje informativo.

### **3.2. Innovación y experimentación en los formatos narrativos**

La innovación narrativa en el periodismo digital se manifiesta en múltiples formatos contemporáneos, como pódcast, newsletters, hilos informativos, storytelling visual y narrativas transmedia, que responden tanto a las transformaciones tecnológicas como a las preferencias de consumo de las audiencias actuales (Gonzales Córdova, 2024).

La innovación narrativa entonces es fundamental para la competitividad de los medios digitales. Pérez (2023) indica que la innovación no depende únicamente del uso de tecnología, sino de comprender las necesidades y comportamientos de la audiencia, por lo que es importante el crear formatos que sean flexibles, breves, dinámicos y adaptados especialmente al consumo en dispositivos móviles, que hoy constituye una de las principales vías de acceso a la información.

En Latinoamérica, un estudio realizado por Villagómez y Cruz (2024) señalan que el podcast se ha convertido en un formato cada vez más utilizado por medios digitales, ya que ayuda abordar temas con mayor detalle y ofrecer contenido variado, mientras que los newsletters sirven como herramientas para fortalecer la fidelización y construir fidelidad en sus lectores.

En Ecuador, los medios digitales han incorporado a sus estrategias de comunicación formatos, de pódcast temáticos, newsletters, así como iniciativas de visualización de datos que enriquecen la experiencia narrativa y fortalecen la innovación en el periodismo digital (Gómez et al., 2021) .

## **4. Ecosistema Digital en Ecuador**

El ecosistema de medios digitales en Ecuador ha crecido significativamente impulsado por la expansión tecnológica, el aumento del uso de redes sociales y la necesidad de contenidos ágiles y verificables. Según Riquero (2025), los medios digitales ecuatorianos han desarrollado modelos innovadores de producción, aunque aún enfrentan desafíos estructurales como la sostenibilidad, la competencia internacional y la desinformación.

### **4.1. Medios digitales en Ecuador**

Según Gómez et al. (2021), señalan que medios como GK y La Posta marcaron un punto crucial en el desarrollo del ecosistema digital ecuatoriano, introduciendo nuevas formas de narración, interacción y transparencia. Según Morejón y Villacís (2022) a partir del año 2010 se experimentó un crecimiento sostenido de medios nativos digitales, transformando sus formatos y aumentando su influencia en el debate público.

Varios de los medios ecuatorianos han adoptado por los modelos de comunicación que se centran principalmente en la audiencia, combinando redes sociales, videos, podcasts y reportajes multiformato, creando un fácil acceso de información a distintos segmentos poblacionales (Villagómez y Cruz, 2024).

### **4.2. GK como medio digital nativo: origen**

Un medio nativo digital es aquel que nace y se desarrolla directamente en internet, sin depender de una estructura previa de medios tradicionales impresos, radiales o televisivos. Su lógica de producción, distribución y sostenibilidad responde desde su origen a las dinámicas propias del entorno digital (Aguirre, 2024).

El medio GK constituye uno de los casos más relevantes para el análisis del periodismo digital ecuatoriano debido a su enfoque editorial y su trayectoria dentro del ecosistema de medios nativos digitales. Según Villagómez y Cruz (2024) en el Ecuador los medios nativos digitales han surgido para cubrir vacíos informativos que no siempre son atendidos por los medios tradicionales, adoptando modelos editoriales más flexibles y con mayor apertura a la colaboración.

El medio digital GK considerado como uno de los medios que ha logrado un crecimiento en el Ecuador por la forma en la que presenta sus contenidos, así como la inclusión de distintas fuentes de información en sus explicaciones que ayudan a comprender mejor los temas tratados.

Morejón y Villacís (2022) señalan que GK ha fortalecido su presencia mediante la implementación de formatos multimedia y mantiene una participación constante en redes sociales, acciones que junto con su énfasis en la verificación de la información, han contribuido a su crecimiento dentro del periodismo digital ecuatoriano.

En cuanto a la estructura organizacional de GK, se caracteriza por trabajar con equipos multidisciplinarios, conformados por periodistas, editores, diseñadores visuales, analistas de datos y especialistas en comunicación digital lo que permite que su producción informativa sea centrada en la innovación narrativa (Gómez, Mendoza y Zambrano, 2021). Este modelo ha contribuido con el desarrollo de reportajes interactivos, coberturas colaborativas, visualizaciones de datos y narrativas transmedia que responden a las exigencias de audiencias digitales cada vez más activas y participativas.

### **4.3. El modelo digital y de sostenibilidad de GK**

El modelo digital de GK se basa en la innovación, la independencia y la sostenibilidad a largo plazo. Villagómez y Cruz (2024) explican que GK ha implementado mecanismos de

financiamiento como membresías, campañas de apoyo ciudadano y proyectos colaborativos que fortalecen su estabilidad económica.

Según Riquero (2025) el medio GK se destaca debido a su calidad informativa, su enfoque investigativo y su adaptabilidad tecnológica, siendo parte de sus estrategia el uso intensivo de las redes sociales y las plataformas digitales, permitiéndole ampliar el alcance de sus contenidos, incremento y su comunidad así como mantener su credibilidad en un entorno digital competitivo.

Dentro de este contexto, GK, antes GKillCity, destaca como uno de los medios nativos digitales más representativos del país. Su crecimiento se dio en un entorno donde la mayoría de los proyectos digitales se concentraba en Quito y Guayaquil, y donde casi todos los medios tenían una fuerte presencia en redes sociales (Gómez, Mendoza y Zambrano, 2021). Según la clasificación presentada por Morejón y Villacís (2022), GK se ubica dentro de los medios de investigación, caracterizados por desarrollar contenidos de análisis profundo sobre temas políticos, económicos y coyunturales. Su sostenibilidad se ha basado en la actualización constante, la especialización temática y la capacidad de mantenerse activo en un entorno donde numerosos medios surgieron y desaparecieron en poco tiempo. Este desempeño sitúa a GK como un referente dentro del reducido grupo de medios digitales que han logrado consolidarse en el ecosistema ecuatoriano (Morejón y Zamora, 2019).

#### **4.4. Posicionamiento del medio en el ecosistema digital**

El posicionamiento que tenga un medio dentro del ecosistema digital se relaciona con el nivel de reconocimiento, credibilidad y visibilidad que alcanza dentro del entorno mediático, por lo que depende de varios elementos, entre ellos la calidad de los contenidos, la coherencia de la línea editorial, la frecuencia de publicación y el uso adecuado de las plataformas digitales (Pérez y Silva, 2024).

Los medios que logran consolidarse en los entornos digitales son aquellos que dentro de sus estrategias combinan la innovación tecnológica con una propuesta informativa clara y diferenciada, lo que crea un impacto en el lector generando confianza y fidelización de las audiencias (Riquero, 2025). La continuidad de un medio digital no depende solo de publicar contenido en redes sociales, sino también de ofrecer información útil y mantener una comunicación constante con los lectores.

Según Villagómez y Cruz (2024), los medios digitales que logran la confianza de sus audiencias tienen mayores posibilidades de mantenerse y crecer. Los autores también indican que es necesario adaptarse a las nuevas formas de consumo de información que surgen en internet. Asimismo, Aguirre (2024) destaca que el uso de narrativas transmedia y la presencia activa en redes sociales contribuyen significativamente a fortalecer la visibilidad y legitimidad de los medios digitales, especialmente en escenarios marcados por la sobreinformación.

## CAPÍTULO II

### MATERIALES Y MÉTODOS

#### 2.1. Diseño de Investigación

##### 2.1.1. Enfoque

La presente investigación se desarrolló bajo un enfoque mixto, al integrar de forma complementaria métodos cualitativos y cuantitativos, acorde con los objetivos planteados y con la necesidad de obtener una comprensión integral del fenómeno de estudio.

- **Cuantitativo:** según Ramos (2020), el enfoque cuantitativo se caracterizó por la recolección de datos medibles y por su posterior análisis estadístico, con el propósito de explicar fenómenos y posibilitar la generalización de los hallazgos.

En este estudio, dicho enfoque se empleó mediante la aplicación de una encuesta estructurada dirigida a usuarios del medio digital GK, cuyos resultados fueron organizados, tabulados y analizados estadísticamente, lo que permitió identificar tendencias de consumo, niveles de interacción y percepciones sobre el posicionamiento y la credibilidad del medio dentro del entorno digital.

- **Cualitativo:** el enfoque cualitativo se caracterizó por su naturaleza inductiva y contextual, ya que se orientó a la comprensión e interpretación de significados, experiencias y procesos sociales a partir del análisis de datos no numéricos, como entrevistas, observaciones y documentos (Hidalgo, 2019).

En este estudio, se aplicó el análisis de contenido y las entrevistas para conocer la percepción sobre el medio GK, así como analizar el desarrollo de sus narrativas digitales y la producción de contenidos en un medio nativo digital.

### ***2.1.2. Diseño de estudio***

Este estudio tuvo un alcance exploratorio y descriptivo, ya que el tema requiere una primera aproximación para conocer las mejores prácticas periodísticas digitales, así como identificar características relevantes del fenómeno de estudio.

- **Descriptivo:** es un enfoque orientado a detallar las características esenciales de fenómenos homogéneos mediante criterios sistemáticos, con el fin de analizar su estructura, comportamiento y generar información organizada y comparable con otras fuentes (Guevara et al., 2020).
- **Exploratorio:** es un tipo de estudio orientado a analizar fenómenos poco investigados, con el fin de lograr un primer acercamiento al problema, identificar elementos relevantes y generar bases para estudios posteriores. Se caracterizó por su flexibilidad y por ofrecer una comprensión inicial del contexto sin establecer relaciones causales definitivas (Ramos, 2020).

### ***2.1.3. Tipo de estudio de caso***

- **Caso instrumental.** La presente investigación fue un estudio de caso de tipo instrumental, dado que el análisis del medio digital GK no se abordó únicamente por su particularidad como objeto de estudio, sino como un caso representativo que permitió comprender un fenómeno más amplio: la transformación del periodismo ante las dinámicas tecnológicas actuales en el contexto ecuatoriano.

En este sentido, el caso de GK funcionó como una unidad de análisis que facilitó examinar las estrategias digitales, los recursos narrativos y la relación con las audiencias, aportando elementos interpretativos aplicables a otros medios digitales con características similares.

## **2.2. Técnicas e instrumentos de investigación**

Las técnicas de investigación son aquellas que constituyen métodos sistemáticos para recopilar y analizar información (Medina et al., 2023). De acuerdo al tipo de estudio, para la recolección de datos se utilizaron técnicas cuantitativas y cualitativas debido al enfoque mixto de la investigación.

### ***2.2.1. Análisis de contenido***

El análisis de contenido es una técnica de investigación que permite identificar patrones, temas y significados dentro de textos y otros materiales comunicativos, mediante la aplicación de procedimientos sistemáticos y replicables que organizan la información en categorías para su interpretación y comparación en estudios académicos (Piñeiro, 2020).

En este estudio se realizó un análisis de contenido de las publicaciones del medio digital GK correspondientes al período 2020–2024, seleccionadas de su sitio web y de sus redes sociales, como Instagram y X. Esta técnica permitió examinar los formatos, narrativas, recursos multimedia y estrategias digitales implementadas en la producción y difusión de sus contenidos, con el fin de identificar cómo el medio adaptó sus prácticas periodísticas a las dinámicas tecnológicas actuales.

### ***2.2.2. Entrevista***

La entrevista se entendió como una técnica de recolección de información basada en la conversación guiada entre el investigador y el participante, que permitió profundizar en opiniones, experiencias y percepciones relacionadas con el fenómeno de estudio. Su carácter flexible facilitó obtener datos detallados y contextualizados desde la perspectiva del informante (Medina et al., 2023).

Se aplicó una entrevista semiestructurada a cinco expertos en comunicación y medios digitales, realizada de manera virtual y presencial, para indagar en los procesos de digitalización del medio, las narrativas transmedia y las estrategias de sostenibilidad implementadas por GK.

### ***2.2.3. Encuesta***

La encuesta se entendió como una técnica de investigación que recopiló información estandarizada de un grupo de personas, con el propósito de analizar opiniones, comportamientos o características de una población (Sánchez y Hernández, 2025).

Fue aplicado de manera virtual a 98 usuarios del medio digital GK, mediante un formulario estructurado difundido a través de entornos digitales vinculados con las redes sociales del medio. La aplicación de la encuesta permitió recopilar información cuantitativa relacionada con la percepción de los usuarios sobre la credibilidad, el impacto y el posicionamiento de GK dentro del ecosistema digital ecuatoriano.

Asimismo, el formato virtual facilitó el acceso y la participación de los encuestados, permitiendo obtener respuestas de manera ágil y organizada para su posterior análisis e interpretación dentro de la investigación.

## **2.3. Pregunta de Investigación**

A partir del problema de investigación planteado se formuló la siguiente pregunta principal:

¿Cómo ha transformado el medio digital GK sus prácticas periodísticas para adaptarse a las dinámicas tecnológicas actuales en Ecuador?

## 2.4. Operacionalización de variables

**Tabla 1**

*Matriz de operacionalización de variables*

Objetivo Especifico	Variable	Dimensiones	Indicadores	Técnica	Instrumento	Preguntas o Ítems			
<b>OE1:</b> Identificar las estrategias digitales implementadas por el medio GK en la producción, difusión y consumo de contenidos periodísticos.	Estrategias Digitales	Producción de contenido	Número y tipo de contenidos digitales publicados	Análisis de contenido	Ficha de observación	Tipo de contenido: 1=Noticia, 2=Artículo de opinión, 3=Video, 4=Podcast.			
		Difusión de contenidos	Plataformas de publicación utilizadas	Análisis de contenido	Ficha de observación	Codificación redes sociales: 1=Instagram, 2 = X			
		Interacción con la audiencia	Interacción de contenidos	Análisis de contenido	Ficha de observación	Frecuencia del consumo: a) Diario b)Semanal c)Mensual			
						Recursos multimedia	Análisis de contenido	Ficha de observación	Recursos multimedia a) Imágenes, b)Video c) Audio d)Galerías interactivas
						Temáticas o categorías	Análisis de contenido	Ficha de observación	Tipo de noticia a) Política b) Social c) Cultura d)Entretenimiento
<b>OE2:</b> Analizar cómo GK utiliza recursos multimedia y narrativos transmedia para conectar con sus audiencias en plataformas digitales.	Recursos Narrativos digitales	Integración multimedia	Presencia de imágenes, videos, audios	Entrevista	Cuestionario	1. ¿De qué manera integran recursos digitales y multimedia en la construcción de sus contenidos diarios?			

		Recursos Transmedia	Implementación de recursos transmedia para creación de noticias	Entrevista	Cuestionario	2.¿Qué herramientas tecnológicas consideran esenciales para la producción, edición o distribución de su contenido? ¿Puede mencionar algunos ejemplos de uso?
<b>OE3:</b>						
Evaluar el impacto de la adaptación tecnológica de GK en su posicionamiento, credibilidad y sostenibilidad dentro del ecosistema mediático ecuatoriano	Experiencia de la audiencia	Accesibilidad de contenidos	Facilidad de acceso a plataformas y formatos	Encuesta	Cuestionario	1. ¿Considera que el contenido de GK es fácil de consumir desde dispositivos móviles?  ○ Sí / Parcialmente / No.
		Participación e interacción	Nivel de interacción con contenidos	Encuesta	Cuestionario	2. ¿Cómo describiría su nivel de interacción con el contenido de GK (comentar, compartir, reaccionar)?  Alta / Moderada / Baja / Nula.

## **2.5. Población y muestra**

### **2.5.1. Tipo de muestreo**

El muestreo utilizado fue de tipo no probabilístico por conveniencia con criterio intencional. Esta elección se fundamentó en la accesibilidad, disponibilidad y participación voluntaria de los usuarios, así como en la necesidad de seleccionar personas que mantuvieran interacción y seguimiento del medio digital GK a través de sus redes sociales.

Este tipo de muestreo resultó pertinente debido a que la investigación se enfocó en recopilar información de usuarios vinculados directamente con el consumo de contenidos del medio, permitiendo obtener datos relevantes sobre la percepción, credibilidad e impacto de GK dentro del ecosistema digital ecuatoriano. Además, el criterio intencional facilitó incluir participantes con experiencia real de interacción con el medio, en concordancia con los objetivos planteados en el estudio.

### **2.5.2 Muestra**

La muestra estuvo conformada por 98 usuarios del medio digital GK, seleccionados mediante un muestreo no probabilístico por conveniencia con criterio intencional. Para la participación en el estudio se consideró a usuarios que declararon conocer o consumir contenidos del medio GK y que aceptaron responder voluntariamente el cuestionario virtual difundido a través de redes sociales.

La selección de los participantes respondió a criterios de accesibilidad, disponibilidad y participación voluntaria de usuarios vinculados al consumo de contenidos del medio digital. Esta cantidad permitió recopilar información descriptiva sobre las percepciones de los usuarios respecto al consumo, credibilidad, accesibilidad, interacción y adaptación tecnológica del medio GK.

Los datos obtenidos en el estudio provienen del grupo de 98 usuarios que participaron voluntariamente en la encuesta, por ello estos muestran las opiniones y preferencias de este grupo respecto a los contenidos de GK. Al momento de realizar la investigación, GK tenía cerca de 103.000 seguidores en sus cuentas de Instagram y X. Sin embargo, esta cifra no fue utilizada para realizar un cálculo probabilístico de la muestra, sino únicamente como referencia del alcance digital del medio.

## **2.6. Participantes**

El primer grupo de participantes estuvo conformado por 5 profesionales con experiencia en comunicación y medios digitales: Mgtr. Priscila Salazar, Lic. Trampuz Juan Pablo, Lic. Chiliquina Santiago, Lic. Domínguez Ana y Lic. Gisela Barzallo, quienes contaban con formación profesional de tercer y cuarto nivel en el área de Comunicación Social, así como con experticia en medios digitales. Se aplicó una entrevista de manera virtual y presencial. Su participación fue fundamental para obtener una visión más detallada sobre la transformación tecnológica del medio.

El segundo grupo estuvo conformado por 98 usuarios del medio digital GK, seleccionados a partir de su participación como seguidores en las plataformas Instagram y X. La encuesta se aplicó de manera virtual mediante el envío de un enlace con las preguntas. La participación permitió identificar cómo el público percibió la credibilidad, calidad de la información y adaptación tecnológica del medio.

## **2.7. Parámetros del análisis de contenido**

El análisis de contenido de las plataformas Instagram y X del medio digital GK se realizó para el período comprendido entre los años 2020 y 2024. Se seleccionaron 12 publicaciones por año en función de su nivel de interacción con la audiencia,

considerando como criterios el número de comentarios, visualizaciones y reacciones, los cuales se interpretaron como indicadores del interés y la participación del público.

No se delimitó la selección por temática debido a la variabilidad en la cantidad de publicaciones y en el nivel de interacción registrado en cada sección, ya que algunas presentaron un volumen reducido de contenidos mientras que otras concentraron una mayor cantidad, aunque con escasa participación. Por esta razón, se priorizaron aquellas publicaciones que obtuvieron mayor interacción, sin considerar su categoría, con el fin de observar de manera más precisa cómo se comporta la audiencia frente a los contenidos en cada plataforma y qué tipo de publicaciones generan mayor respuesta.

## **2.8. Procedimiento y Análisis de Datos**

El procedimiento de la investigación empezó con una revisión y ajuste del plan de trabajo; de esta manera se definieron los instrumentos finales y la estructura de la investigación. Posteriormente, se seleccionaron las publicaciones del medio GK entre 2020 y 2024, las cuales fueron organizadas, clasificadas y registradas en una ficha de observación. Luego, se agendaron las entrevistas con los cinco profesionales, cuyos apuntes se revisaron posteriormente.

Finalmente, se realizaron encuestas virtuales a 98 usuarios de GK para conocer cómo perciben los contenidos publicados por el medio. Las respuestas obtenidas mediante un formulario en línea fueron organizadas en tablas y revisadas de acuerdo con los objetivos de la investigación, lo que permitió identificar aspectos importantes relacionados con la experiencia y percepción de la audiencia.

## CAPÍTULO III

### RESULTADOS Y DISCUSIÓN

En este capítulo se presentan los resultados del análisis de contenido del medio digital GK durante el período 2020–2024 en Instagram y X, así como los hallazgos de la entrevista a cinco expertos y la encuesta aplicada a 98 usuarios del medio GK, en coherencia con los objetivos de la investigación.

### 3.1. Resultados Análisis de Contenido GK

#### 3.1.1. GK Ecuador – Instagram

**Tabla 2**

*Variables: tema de contenido, tipo de narrativa y contenido en Instagram*

Variable /categoría	2020	2021	2022	2023	2024
<b>Tema de contenido</b>					
Política	27%	22%	27%	0%	24%
Deportes	0%	0%	7%	0%	4%
Investigación	0%	0%	7%	7%	0%
Economía	0%	6%	13%	0%	0%
Cultura	0%	11%	13%	20%	20%
Entretenimiento	0%	0%	7%	33%	8%
Seguridad	0%	11%	0%	0%	0%
Justicia	18%	33%	27%	20%	16%
Tecnología	9%	6%	0%	13%	20%
Salud	45%	11%	0%	7%	8%
<b>Tipo de Narrativa</b>					
Informativa	64%	39%	67%	27%	52%
Entretenimiento	0%	28%	7%	33%	4%
Opinión	36%	22%	27%	33%	16%
Crónica	0%	6%	0%	7%	24%
Hipertextual	0%	6%	0%	0%	4%
<b>Tipo de Contenido</b>					
Noticias última hora	0%	0%	0%	0%	20%
Artículos	27%	22%	20%	20%	20%
Reportajes	73%	67%	80%	80%	56%
Entrevistas	0%	11%	0%	0%	4%

El análisis de la plataforma Instagram del medio digital GK entre el período 2020 y 2024 evidenció una diversidad más amplia de formatos y temas que en otras plataformas. Se distribuyeron los contenidos de manera más balanceada entre salud, cultura, justicia y política. En el año 2020 se enfatiza la cobertura de salud debido a la emergencia sanitaria, mientras que en 2021–2022 se incrementa la atención en justicia y política, mostrando la función social del periodismo descrita por Salaverría (2019).

A partir del año 2023, el número de publicaciones vinculadas con cultura en un 20% y entretenimiento el 33% se incrementa, evidenciando que el medio se adapta a las particularidades de Instagram, una plataforma orientada al consumo visual y a la conexión directa con la audiencia, en concordancia con lo que menciona Aguirre (2024). En cuanto a la narrativa, aunque predomina el enfoque informativo, se incorporan formatos de opinión, crónica y entretenimiento, especialmente en 2023 y 2024, mostrando una estrategia flexible que busca mantener el rigor periodístico mientras responde a los hábitos de consumo digital (Cong, 2023; Arias, 2024).

El reportaje permanece como el formato más utilizado durante todo el período de estudio se observa un 73% en el año 2020, un 56% en el año 2024, lo que indica el interés del medio por ofrecer contenidos de mayor profundidad ajustados al lenguaje de la plataforma, tal como se destaca en el marco teórico sobre recursos narrativos y multimedialidad (Arias, 2024; Gonzales, 2024).

**Tabla 3***Distribución variables: contenido de publicación en Instagram*

<b>Variable /categoría</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>
<b>Formato</b>					
Video	64%	22%	27%	47%	24%
Infografía	18%	33%	40%	27%	16%
Podcasts	0%	6%	0%	0%	4%
Publicaciones colaborativas	0%	0%	0%	0%	4%
Carrusel	18%	39%	33%	27%	52%
<b>Estilo Visual</b>					
Colores Consistentes	36%	6%	80%	40%	24%
Tipografía Clara y Legible	27%	56%	20%	47%	44%
Imágenes de Alta Calidad	27%	28%	0%	13%	32%
Uso Estratégico del					
Espacio	9%	11%	0%	0%	0%
<b>Presencia de Branding</b>					
Colores	36%	6%	47%	27%	28%
Logo	9%	89%	53%	73%	68%
Tipografía	55%	6%	0%	0%	16%
<b>Calidad de Contenido</b>					
Buena	82%	56%	93%	87%	76%
Regular	18%	44%	7%	13%	24%
Mala	0%	0%	0%	0%	0%

De acuerdo a los datos de la tabla 3, se pudo identificar que el contenido publicado por GK en Instagram entre 2020 y 2024 mostró una adaptación progresiva a las dinámicas del periodismo digital en redes sociales. Referente al formato de las publicaciones en Instagram, se identificaron cambios importantes a lo largo del período analizado. En el año 2020 el video fue el recurso predominante, representando el 64% de las publicaciones observadas. No obstante, esta tendencia varió en los años posteriores, especialmente en 2024, cuando el carrusel alcanzó el 52% y se convirtió en el formato más utilizado por el medio.

En los años 2021 y 2022, se observa que las infografías mantienen su presencia en el medio sobre todo en los años 2021 y 2022, con un 33% y 40%, respectivamente. Por otro lado, los datos en cuanto a uso de formatos como el podcast y las publicaciones colaborativas tuvieron una participación limitada con un 6% y 4%, respectivamente.

De acuerdo a los datos arrojados en la tabla 3, GK ha diversificado progresivamente las formas de difundir información en Instagram, adaptándose a las características comunicativas de esta plataforma y a las preferencias de consumo de sus usuarios. El uso del carrusel con mayor demanda con 52% en el año 2024 en comparación anteriores años, apuesta por el uso de formatos con contenidos más extensos mediante una secuencia de imágenes, lo que permite que temas complejos sean explicados con mayor facilidad sin abandonar el entorno visual propio de la red social.

Resultados que se asemejan con lo que menciona Salaverría (2019), quien indica que los medios digitales por el avance tecnológico han incorporado nuevas formas narrativas para responder a los cambios en los hábitos de consumo informativo de las audiencias. Aguirre (2024) por su parte también se asemeja con los resultados ya que destaca que los formatos visuales y secuenciales favorecen la comprensión de los contenidos y generan mayores posibilidades de interacción por parte de los usuarios.

### 3.1.2. GK Ecuador – X

**Tabla 4**

*Distribución variables: horario publicación, tema de contenido y narrativa en X*

<b>Variable /Categoría</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>
<b>Horario de publicación</b>					
Mañana	50%	40%	53%	55%	70%
Tarde	40%	50%	29%	27%	20%
Noche	10%	10%	18%	18%	0%

<b>Tema de contenido</b>					
Política	20%	70%	54%	50%	50%
Deportes	0%	10%	0%	0%	0%
Investigación	10%	10%	0%	40%	40%
Economía	30%	0%	0%	0%	0%
Seguridad	0%	0%	18%	0%	0%
Cultura	0%	0%	0%	0%	0%
Entretenimiento	0%	0%	18%	0%	0%
Seguridad	0%	0%	0%	0%	0%
Justicia	0%	0%	0%	0%	0%
Medio Ambiente	0%	0%	0%	0%	0%
Salud	40%	10%	10%	10%	10%
<b>Tipo de Narrativa</b>					
Informativa	100%	90%	100%	90%	100%
Opinión	0%	10%	0%	10%	0%
Crónica	0%	0%	0%	0%	0%
<b>Tipo de Contenido</b>					
Noticias última hora	0%	0%	0%	9%	0%
Artículos	30%	10%	0%	0%	0%
Reportajes	60%	80%	100%	91%	100%
Entrevistas	10%	10%	0%	0%	0%

Los resultados obtenidos en la plataforma X muestran algunas características que se mantuvieron durante el período analizado. Una de ellas es la preferencia por publicar contenidos durante la mañana, porcentaje que pasó del 50% en 2020 al 70% en 2024. Este comportamiento puede relacionarse con la dinámica propia de la plataforma, donde la circulación de información ocurre de forma rápida y constante.

Según Salaverría (2019), los medios digitales deben adaptarse a los tiempos de consumo de las audiencias para lograr una mayor visibilidad de sus contenidos. Aguirre (2024) también comparte este criterio indicando que el publicar la información en el momento oportuno es un aspecto importante para lograr una mayor difusión de los contenidos digitales.

El tema de contenido más relevante es la política con un alto porcentaje sobre todo en el año 2021 con un 70%, de igual manera se observa el crecimiento de los contenidos de investigación a partir de 2023, con un 40% de las publicaciones y mantuvieron ese porcentaje hasta el año 2024. Este comportamiento permite observar un interés del medio por desarrollar temas que requieren mayor profundidad y contextualización. Al respecto, Villagómez y Cruz (2024) sostienen que los medios nativos digitales fortalecen su propuesta editorial cuando priorizan contenidos diferenciados y de valor para sus audiencias.

Respecto a la narrativa empleada, predominó claramente el enfoque informativo durante todo el período estudiado, con porcentajes que fueron entre el 90% y el 100%; la presencia de contenidos de opinión fue mínima y no se registraron publicaciones con formato de crónica. Esta tendencia guarda relación con los objetivos informativos de la plataforma, caracterizada por la circulación inmediata de contenidos y la actualización permanente de acontecimientos de interés público.

En relación con el tipo de contenido, los reportajes representaron el formato predominante en todos los años analizados, llegando incluso al 100% en 2022 y 2024, más por el contrario, las entrevistas, los artículos y las noticias de última hora tuvieron una participación mucho menor. Lo que sugiere que GK utiliza X principalmente como un canal para difundir trabajos periodísticos ya desarrollados y contenidos de mayor profundidad, más que como un espacio destinado exclusivamente a la cobertura inmediata de acontecimientos. Esta característica contribuye a diferenciar la propuesta editorial del medio dentro del entorno digital ecuatoriano y refuerza su orientación hacia un periodismo especializado y contextualizado.

**Tabla 5***Distribución variables: contenido de publicación en X*

<b>Variable /Categoría</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>
<b>Formato</b>					
Infografía	82%	100%	100%	100%	100%
Publicaciones colaborativas	18%	0%	0%	0%	0%
<b>Estilo Visual</b>					
Colores Consistentes	80%	100%	80%	59%	30%
Tipografía Clara y Legible	20%	0%	20%	24%	50%
Imágenes de Alta Calidad	0%	0%	0%	18%	20%
<b>Presencia de Branding</b>					
Colores	90%	90%	20%	9%	40%
Logo	0%	0%	80%	91%	50%
Tipografía	10%	10%	10%	0%	10%
<b>Calidad de Contenido</b>					
Buena	100%	100%	94%	91%	100%
Regular	0%	0%	6%	9%	0%
Mala	0%	0%	0%	0%	0%

De acuerdo a los datos de la tabla 5, el contenido publicado por GK en la plataforma X entre los años 2020 y 2024 evidencian una estrategia claramente orientada hacia la difusión informativa mediante recursos visuales sintéticos, especialmente las infografías, que alcanzan un 100% de presencia sostenida desde 2021. Resultados que se asemejan con lo que indican Salaverría (2020) y Aguirre (2024), donde recalcan la importancia que tiene de la claridad visual y la simplificación del contenido para la difusión rápida en las diferentes plataformas digitales.

Con un 18% en el año 2020, se observa la presencia de publicaciones colaborativas, mientras que en los años posteriores no se registraron contenidos de esta naturaleza. Con este resultados se puede inferir que la producción y la difusión de información en la plataforma se concentró principalmente en aquellos contenidos

generados por el propio medio, manteniendo una línea editorial definida y una gestión directa de los mensajes difundidos a través de X.

En el estilo visual, los colores consistentes alcanzaron un 100% en el año 2021, a pesar de eso se observa una disminución progresiva hasta llegar al 30% en el año 2024. Por otro lado, el uso de tipografías claras y legibles tiene crecimiento progresivo, del 20% en el año 2020 al 50% en el 2024.

Asimismo, las imágenes de alta calidad comienzan a incorporarse en los dos últimos años analizados (2023-2024), alcanzando el 18% y el 20%, respectivamente. Estos cambios sugieren ajustes en la forma de presentar los contenidos y una mayor atención a elementos visuales que faciliten la lectura y comprensión de la información. Gonzales Córdova (2024) sostiene que la edificación de una identidad visual para un medio digital requiere un proceso continuo de adaptación de los recursos gráficos utilizados por los medios digitales.

La presencia de branding, de acuerdo con los datos arrojados se ve diferencias entre los colores institucionales, los que mantuvieron una alta participación en los años 2020 y 2021, aunque después su uso disminuyó. El uso de logotipo adquirió un mayor protagonismo a partir del 2022, donde su porcentaje más alto fue en el 2023 con un 91%.

De manera general estos resultados reflejan que el medio GK aplica estrategias distintas en la de identificación visual dentro de la plataforma y evidencian la importancia de los elementos de marca para fortalecer el reconocimiento del medio entre los usuarios. En este sentido, Villagómez y Cruz (2024) señalan que la consistencia en la identidad visual favorece el posicionamiento de los medios digitales en entornos altamente competitivos.

Respecto a la calidad del contenido, la valoración fue predominantemente positiva durante todo el período estudiado. La categoría de buena registró porcentajes entre el 91%

y el 100%, mientras que las valoraciones negativas no estuvieron presentes en ninguno de los años analizados.

Los resultados demuestran que GK ha mantenido una percepción favorable respecto a la calidad de sus contenidos, a pesar de sus cambios en presentación de información y aspectos visuales. Salaverría (2019) y Aguirre (2024), destacan que la adaptación a los entornos digitales no implica necesariamente una reducción de la calidad periodística, sino la incorporación de nuevas formas de presentar la información sin afectar su rigor y credibilidad.

## 3.2. Resultados Encuestas

### 3.2.1. Características sociodemográficas

**Tabla 6**

*Distribución sociodemográfica de los encuestados*

<b>Dimensión</b>	<b>Categoría</b>	<b>Frecuencia (n)</b>	<b>Porcentaje (%)</b>
<b>Sexo</b>	Femenino	52	53,06%
	Masculino	46	46,94%
<b>Edad</b>	De 18 a 24 años	52	53,06%
	De 25 a 34 años	17	17,35%
	De 35 a 44 años	27	27,55%
	De 45 años o más	2	2,04%
<b>Ciudad</b>	Quito	30	30,61%
	Ibarra	67	68,37%
	Otra	1	1,02%

La composición sociodemográfica de los encuestados muestra una ligera predominancia del sexo femenino, aunque sin una diferencia marcada frente al masculino, lo que sugiere una participación relativamente equilibrada. La edad de la mayor parte de los participantes del estudio se ubicó entre los 18 y 24 años, es decir es grupo etario joven, el que representa el 53,06% de la muestra; quienes suelen mantener un contacto más frecuente con plataformas digitales y redes sociales utilizadas para el acceso a

información y contenidos periodísticos. Los grupos de usuarios en edades de 25 a 44 años también estuvieron representados en la investigación, pero en menor porcentaje.

Ubicación geográfica, fue mayor en Ibarra donde se concentró el 68,37% de los encuestados, seguida por Quito con el 30,61%. La distribución de los participantes puede deberse al número de personas que respondieron la encuesta en cada provincia y al interés que tuvieron en participar en el estudio. Los resultados muestran que los contenidos de GK son consumidos por usuarios de distintas zonas del país, no solo de las ciudades más grandes.

Los resultados obtenidos coinciden con lo que dice Morejón y Zamora (2019), quienes indican que los medios digitales ecuatorianos tienen una mayor presencia entre los usuarios jóvenes, debido a su familiaridad con internet y las plataformas digitales. De igual manera, Salaverría (2019) menciona que el crecimiento del periodismo digital ha cambiado la forma en que las personas acceden y consumen información, donde gran parte de las audiencias utilizan medios y plataformas digitales para mantenerse informadas.

### 3.2.2. Consumo y acceso a los contenidos de GK

**Tabla 7**

*Consumo, plataformas de acceso y frecuencia de consumo del medio GK*

<b>Dimensión</b>	<b>Categoría</b>	<b>Frecuencia (n)</b>	<b>Porcentaje (%)</b>
<b>Consumo contenido</b>	Sí	91	92,86%
	No	7	7,14%
<b>Plataformas de consumo</b>	Página Web	7	7,14%
	Instagram	80	81,63%
	X	10	10,20%
	Otro	1	1,02%

<b>Frecuencia de consumo</b>	Diariamente	28	28,57%
	Varias veces por semana	35	35,71%
	Una vez por semana	19	19,39%
	Rara vez	16	16,33%

De acuerdo con los datos de la tabla 7, se puede determinar una presencia importante del medio digital GK, ya que el 92.86% manifestó el acceder a sus contenidos, principalmente el 81.63% lo hace en la plataforma Instagram. Respecto a la frecuencia de uso, un 35,71% indica que lo realiza varias veces por semana, lo que refleja un seguimiento habitual de las publicaciones de este medio.

Los resultados obtenidos coinciden con lo expuesto por Cong (2023), quien señala que las redes sociales se han convertido en un espacio importante para la distribución de contenidos periodísticos. Además Aguirre (2024) destaca que sus características visuales e interactivas de la red social Instagram favorecen la difusión de contenidos informativos y a las formas de consumo de las actuales audiencias.

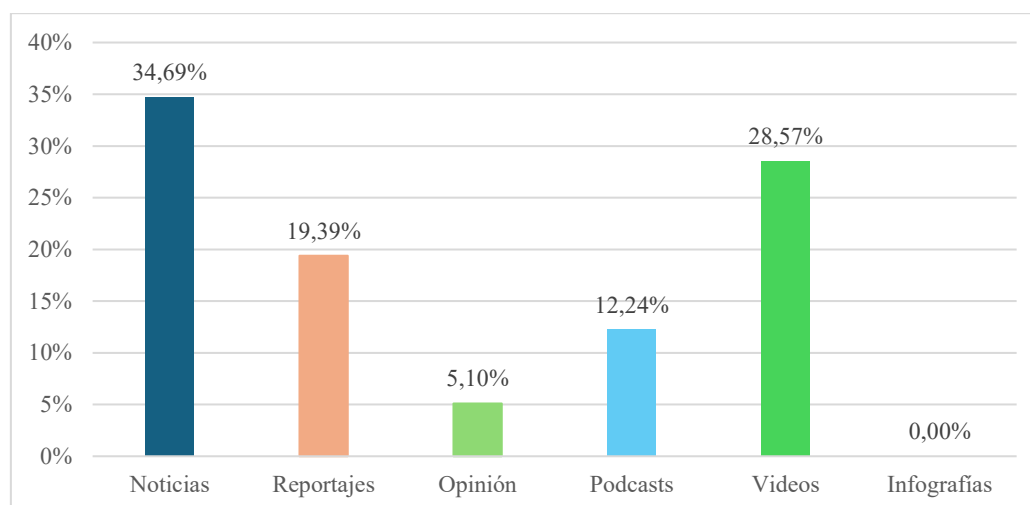
Por otra parte, la frecuencia con la que los usuarios consultan el medio digital GK permite el identificar una relación continua, aunque el acceso no se produce de forma diaria, si existe una presencia recurrente en la rutina informativa de los encuestados.

Este resultado señalado se relaciona con lo planteado por comportamiento coincide con lo señalado por Gonzales Córdova (2024), quien dice que los medios digitales fortalecen el vínculo con sus audiencias, cuando mantienen una actividad de forma constante en las plataformas digitales donde ellos buscan información y actualidad.

### 3.2.3. Análisis de tipos de contenido y experiencia de uso

**Figura 3**

*Tipo de contenido de preferencia*



Los resultados muestran una mayor preferencia por los contenidos informativos dentro de la audiencia encuestada. Las noticias constituyen el formato con mayor aceptación, al concentrar el 34,69% de las respuestas, seguidas por los videos con el 28,57%. Estos datos muestran que los usuarios valoran principalmente aquellos contenidos que facilitan el acceso rápido a la información y que, al mismo tiempo, incorporan recursos visuales capaces de hacer más atractiva la experiencia de consumo en entornos digitales.

Los reportajes tienen un 19,39% de las preferencias, lo que evidencia el interés de una parte de la audiencia, de contenidos que ofrecen mayor contextualización y desarrollo de los temas abordados. En cuanto a los podcasts, estos representan el 12,24%, mientras que los contenidos de opinión tienen tan solo un 5,10%, indicando una participación limitada a formatos que están centrados en la interpretación o análisis. Por otro lado, las infografías no registran preferencias entre los usuarios, datos que diferencia con el uso frecuente de este recurso en plataformas digitales para resumir la información.

De forma general, los resultados evidencian una preferencia por aquellos contenidos que presentan la información de manera clara y fácil de comprender, especialmente cuando incorporan elementos visuales o audiovisuales. Esto coincide con lo que señala Pérez y Silva (2024), que en cuanto a los contenidos aquellos que son de tipo informativos breves y visuales prevalecen en los entornos digitales por el uso de consumo de información desde un móvil.

Según Salaverría (2020) destaca que la multimedialidad y la usabilidad son características esenciales de los medios digitales, lo cual se refleja en la valoración positiva del diseño y la accesibilidad de GK. La ausencia de preferencia por infografías evidencia la necesidad de fortalecer su diseño narrativo y visual para generar mayor impacto y conexión con la audiencia, aspecto clave en la innovación narrativa señalada por Arias (2024).

**Tabla 8**

*Diseño, accesibilidad y uso de recursos multimedia en GK*

<b>Dimensión</b>	<b>Categoría</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Diseño y accesibilidad</b>	Muy bueno	40	40,82%
	Bueno	46	46,94%
	Regular	10	10,20%
	Malo	2	2,04%
<b>Consumo móvil</b>	Sí	60	61,22%
	Parcialmente	38	38,78%
	No	0	0,00%
<b>Uso de recursos multimedia</b>	Satisfecho	55	56,12%
	Neutral	42	42,86%
	Insatisfecho	1	1,02%

Los resultados reflejan una valoración positiva del diseño y accesibilidad de GK, ya que la mayoría de los 98 usuarios encuestados califican la experiencia visual entre buena y muy buena, resultados que pueden inferir que el medio GK ha logrado adaptar su estructura informativa a los hábitos de consumo digital, especialmente desde dispositivos móviles, donde el 61,22% confirma un acceso frecuente.

También indican que hay una valoración positiva de los recursos multimedia utilizados por el medio GK, debido al uso de elementos que facilitan la comprensión de los contenidos y hacen más atractiva la presentación de la información.

Resultado que concuerda con lo que dice Aguirre (2024), quien indica que las herramientas tecnológicas y la interacción con las audiencias forman parte importante del trabajo periodístico en los medios digitales. Del mismo modo, La evolución de GK evidencia un proceso de adaptación progresiva al ecosistema digital, mediante la incorporación de nuevos formatos y dinámicas participativas, en concordancia con lo que señalan Morejón y Villacís (2022) respecto a los medios nativos digitales en Ecuador.

### ***3.2.4. Interacción, percepción tecnológica y evolución del medio GK***

**Tabla 9**

*Uso tecnológico, interacción y evolución de contenidos en GK*

<b>Dimensión</b>	<b>Categoría</b>	<b>Frecuencia (n)</b>	<b>Porcentaje (%)</b>
<b>Uso de herramientas tecnológicas</b>	Sí	60	61,22%
	A veces	38	38,78%
	No	0	0,00%
<b>Nivel de interacción</b>	Alta	25	25,51%
	Moderada	60	61,22%
	Baja	11	11,22%
	Nula	2	2,04%
<b>Evolución de contenidos</b>	Sí, mucho	68	69,39%
	Poco	28	28,57%
	Nada	2	2,04%

La percepción del 61,22% de los 98 usuarios encuestados confirma que la incorporación de herramientas tecnológicas en GK forma parte de una estrategia consolidada de transformación digital, donde la innovación no se limita a los formatos, sino que también influye en la relación con la audiencia.

Estos hallazgos coinciden con lo que menciona Aguirre (2024), que el uso de las herramientas tecnológicas y la interacción con las audiencias forman parte de las rutinas periodísticas en un entorno digital.

La percepción de evolución constante refuerza la idea de que GK ha logrado adaptarse progresivamente al ecosistema digital mediante la incorporación de nuevos formatos y dinámicas participativas, tal como describen Morejón y Villacís (2022) para los medios nativos digitales ecuatorianos.

### 3.2.5. Credibilidad, innovación y valoración general del medio

**Tabla 10**

*Credibilidad e innovación de GK*

<b>Dimensión</b>	<b>Categoría</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Satisfacción con medio GK</b>	Satisfecho	60	61,22%
	Neutral	38	38,78%
	Insatisfecho	0	0,00%
<b>Percepción de confiabilidad</b>	Muy confiable	72	73,47%
	Poco Confiable	24	24,49%
	Nada Confiable	2	2,04%
<b>Aporte de GK</b>	Mucho	43	43,88%
	Algo	51	52,04%
	Poco	4	4,08%
	Nada	0	0,00%
<b>Nivel de Innovación</b>	Muy innovador	76	77,55%
	Poco innovador	22	22,45%
	Nada innovador	0	0,00%

La valoración del medio refleja una percepción global positiva, sustentada principalmente en altos niveles de confiabilidad y una fuerte identificación con la innovación. A pesar de que una mayoría de los encuestados dice estar satisfecha con el medio GK, la presencia de una proporción relevante en posición neutral da el enfoque de que la experiencia con el medio no es completamente homogénea.

La percepción de confiabilidad muestra un 73,47%, quienes señalan que el medio es muy confiable, lo que posiciona a GK como un referente de credibilidad y un elemento central en su relación con la audiencia. En la valoración del aporte del medio GK se concentra en niveles intermedios con un 52.04%, ya que si bien su contenido es reconocido, aún existe un porcentaje en el que hay que trabajar a fin de fortalecer su impacto percibido.

El alto reconocimiento de la innovación, arroja un 77,55%, calificándolo como un medio muy innovador, lo que evidencia la existencia de incorporación de nuevas formas narrativas y digitales, aunque este reconocimiento no siempre se refleja en niveles igualmente altos de satisfacción.

Hallazgos que se relacionan con lo indicado por Villagómez y Cruz (2024), quienes recalcan que la credibilidad es uno de los principales activos de los medios nativos digitales independientes. Criterio que comparte Pérez (2023) y Gómez et al. (2021) los cuales dicen que la experimentación narrativa y el uso estratégico de plataformas digitales ayudan al posicionamiento de los medios.

Es importante es este aspecto el tomar en cuenta la diferencia entre innovación y satisfacción general sugiere, ya que como advierte Illescas (2023), el reto del periodismo digital no solo se limita a innovar, sino a transformar eso en experiencias informativas más significativas y notables para la audiencia.

### 3.3. Resultados de Entrevistas

#### 3.3.1. Resultados entrevistas

**Tabla 11**

*Entrevista a expertos en Comunicación y Medios Digitales*

Nº	Pregunta	Priscila Salazar	Domínguez Ana	Trampuz Juan	Chiliquinga Santiago	Gisela Barzallo
1	<b>¿Cómo percibe la visión y adaptación del medio frente a la digitalización y las nuevas narrativas periodísticas?</b>	El medio GK ha desarrollado una visión orientada a lo digital, incorporando progresivamente nuevas narrativas acordes al entorno informativo actual.	El medio ha sabido adaptarse al ecosistema digital, priorizando formatos y lenguajes propios de las plataformas digitales.	La visión digital del medio responde a las exigencias contemporáneas del periodismo digital.	Identifica una adaptación coherente con los cambios en el consumo de información digital.	GK evidencia una visión digital alineada con su naturaleza de medio nativo digital en Ecuador.
2	<b>Mencione ¿qué transformaciones ha experimentado el medio en los últimos años y cómo estos han influido en su posicionamiento comunicacional?</b>	Destaca que las transformaciones editoriales y narrativas que han fortalecido su posicionamiento como medio de análisis y profundidad.	Considera que los cambios realizados han contribuido a consolidar su identidad como medio independiente y crítico.	Observa transformaciones graduales que han reforzado su presencia y reconocimiento en el entorno digital.	Señala que la evolución del medio ha mejorado su posicionamiento frente a audiencias especializadas.	Las transformaciones de GK han incidido positivamente en su posicionamiento comunicacional.

3	<b>¿Cómo evalúa la integración de recursos digitales y multimedia en los contenidos que produce el medio?</b>	Evalúa que los recursos multimedia complementan adecuadamente la narrativa periodística.	Considera que la integración digital mejora la comprensión de los contenidos.	Señala que el uso multimedia aporta valor informativo sin restar profundidad.	Identifica una integración funcional de recursos audiovisuales.	La integración multimedia fortalece la experiencia informativa de GK.
4	<b>En términos de planificación y coordinación, ¿qué criterios considera que el medio aplica para seleccionar y organizar sus contenidos?</b>	Considera que el medio prioriza la relevancia social y el contexto nacional.	Señala que la planificación responde a la agenda pública y al análisis contextual.	Identifica criterios basados en profundidad informativa y actualidad.	Observa coherencia entre planificación y enfoque editorial.	La planificación editorial de GK responde a criterios de relevancia y análisis crítico.
5	<b>¿Qué herramientas tecnológicas cree que son fundamentales para el trabajo periodístico del medio y qué ejemplos observa en su uso cotidiano?</b>	Destaca el uso de herramientas destinadas a la edición y gestión de contenidos en entornos digitales.	Menciona el uso de redes sociales y métricas digitales como herramientas de apoyo para la difusión de contenidos..	Identifica el uso de plataformas tecnológicas que facilitan los procesos de producción y publicación de contenidos digitales.	Reconoce la utilización de herramientas sencillas para el seguimiento y la distribución de contenidos digitales.	GK emplea herramientas tecnológicas esenciales para producción y difusión informativa.
6	<b>Según su percepción, ¿el medio impulsa procesos de capacitación o actualización tecnológica para su equipo? ¿Qué tan efectivos cree que son?</b>	Considera que la capacitación se desarrolla de forma puntual.	Percibe procesos de actualización no sistemáticos.	Señala que la formación tecnológica es limitada.	Identifica iniciativas aisladas de capacitación.	La capacitación tecnológica en GK no se consolida como un proceso permanente.

7	<b>¿Considera que el medio desarrolla proyectos transmedia o adapta contenidos para múltiples plataformas? ¿Cómo evalúa esa gestión?</b>	Reconoce la adaptación de contenidos a distintas plataformas.	Considera que el uso de estrategias transmedia aún es limitado.	Indica que GK está presente en varias plataformas, pero sus contenidos no siempre están conectados.	Identifica una conexión reducida entre las plataformas utilizadas por el medio.	El medio utiliza varias plataformas, aunque su desarrollo aún es limitado.
8	<b>¿Qué enfoque editorial identifica en el medio y cómo cree que este influye en su agenda informativa?</b>	Identifica un enfoque orientado al análisis y la investigación.	Considera que el enfoque editorial influye en la selección de los temas.	Señala que el análisis de los acontecimientos influye en la agenda informativa.	Reconoce la investigación como una característica importante del medio.	Considera que el enfoque editorial de GK influye en los temas que publica.
9	<b>¿Qué estrategias observa que utiliza el medio para fomentar la interacción y participación de la audiencia en sus plataformas digitales?</b>	Dice que las redes sociales son el principal canal de interacción con la audiencia.	Señala la existencia de espacios para recibir opiniones y comentarios de los usuarios.	Considera que la participación de la audiencia es frecuente, aunque aún limitada.	Identifica acciones que buscan fortalecer la comunicación con la audiencia.	La mayor parte de la interacción con la audiencia ocurre en redes sociales.
10	<b>En general, ¿cree que las estrategias digitales del medio han fortalecido su posicionamiento y credibilidad? ¿Qué elementos respaldan su valoración?</b>	Considera que la coherencia editorial fortalece la credibilidad del medio.	Señala que la calidad del contenido respalda su posicionamiento.	Reconoce avances, aunque identifica desafíos pendientes.	Considera que la constancia digital refuerza la credibilidad.	Las estrategias digitales han fortalecido el posicionamiento y credibilidad de GK.

### **3.3.2. Análisis de Resultados Entrevistas**

Los resultados de las entrevistas a expertos en comunicación social y medios digitales se presentan de manera integrada, organizados en ejes temáticos que responden a las dimensiones de la variable y al objetivo específico del estudio. Esta sistematización permitió identificar tendencias, coincidencias y discrepancias en los criterios profesionales, facilitando el análisis e interpretación de los hallazgos en relación con las estrategias digitales del medio GK.

- ***Visión digital, transformación y posicionamiento del medio.***

De acuerdo con los especialistas entrevistados, GK ha incorporado de manera gradual nuevos formatos y formas de narrar adaptadas a las características de los entornos digitales. Una de las entrevistadas destaca que el medio “ha sabido adaptarse al ecosistema digital, priorizando formatos y lenguajes propios de las plataformas digitales”, mientras que otro participante considera que su enfoque responde a las demandas actuales del periodismo digital.

Los criterios de los expertos entrevistados dicen que estos cambios han contribuido a fortalecer la presencia del medio y a definir una línea editorial centrada en el análisis contextual y la producción de contenidos de profundidad.

A pesar de que las valoraciones son en mayoría favorables, algunos expertos consideran que todavía existen aspectos por desarrollar, mencionando como la necesidad de ampliar los formatos utilizados y llegar a públicos más diversos. Uno de los entrevistados indica que el alcance del medio “sigue concentrado en audiencias específicas”, mientras que otro observa que la innovación narrativa “no siempre se traduce en una mayor cercanía con la audiencia”.

- ***Integración de recursos digitales y uso de herramientas tecnológicas***

Las opiniones recogidas durante las entrevistas muestran que GK incorpora recursos multimedia que contribuyen a complementar los contenidos periodísticos y facilitan su comprensión. Uno de los participantes señala que “los recursos multimedia complementan adecuadamente la narrativa periodística”, mientras que otro destaca que “la integración digital mejora la comprensión de los contenidos”.

Los entrevistados también mencionan el uso de herramientas orientadas a la edición y gestión de contenidos, así como el empleo de redes sociales y métricas digitales para difundir información y fortalecer la presencia del medio en los entornos digitales.

Sin embargo, algunos entrevistados consideran que todavía existe margen para optimizar la integración tecnológica entre plataformas y formatos digitales. De igual forma, uno de los expertos manifiesta que el uso de recursos multimedia puede resultar funcional, pero no necesariamente innovador, debido a que en ocasiones “se prioriza la forma visual sobre la profundidad narrativa”.

- ***Planificación de contenidos y enfoque editorial***

Desde la perspectiva profesional de los entrevistados, GK aplica criterios de planificación relacionados con la relevancia informativa, el contexto social y la agenda pública. Los expertos reconocen la existencia de un enfoque editorial crítico e investigativo que orienta la construcción de contenidos y la selección temática del medio. Uno de los especialistas señala que la planificación editorial “responde a la agenda pública y al análisis contextual”, mientras que otro destaca que existe una relación coherente entre la selección de contenidos y la línea editorial que caracteriza al medio.

Estas apreciaciones permiten observar que la planificación no se desarrolla de manera aislada, sino en función de los temas que resultan relevantes para la audiencia y de los objetivos informativos que orientan el trabajo periodístico de GK.

A pesar de estas valoraciones favorables, algunos entrevistados consideran que aún existen oportunidades para diversificar los temas abordados. Es importante además el destacar lo que mencionan de la cobertura centrada principalmente en asuntos políticos y de investigación puede limitar el interés de determinados grupos de audiencia, en base a esto uno de los entrevistados señala que esta orientación temática podría dificultar la conexión con personas que buscan contenidos relacionados con temas sociales, culturales o de servicio, por lo que sugieren incorporar una mayor variedad de enfoques que permita ampliar el alcance de los contenidos sin perder la identidad editorial del medio.

- ***Capacitación tecnológica y gestión transmedia***

En el aspecto de la capacitación y gestión transmedia del medio GK, los expertos encuestados coinciden que los procesos de capacitación tecnológica en este medio se desarrollan de manera puntual y no sistemática, aunque consideran que estos procesos todavía no se fortalecen como una práctica permanente dentro del medio.

En relación con la gestión transmedia, los expertos destacan que GK adapta contenidos para distintas plataformas digitales; sin embargo, consideran que todavía no desarrolla proyectos transmedia integrales. Un entrevistado identifica “una estrategia multiplataforma sin integración narrativa profunda”, mientras otro observa “una articulación limitada entre plataformas”.

- ***Interacción con la audiencia, credibilidad y posicionamiento***

Los expertos destacan que GK implementa estrategias de interacción y participación principalmente mediante redes sociales y mecanismos de retroalimentación

digital; uno de los entrevistados señala que “las redes sociales constituyen el principal espacio de interacción con la audiencia”, mientras otro identifica “acciones orientadas al diálogo con los usuarios mediante mecanismos de participación digital”.

Todos los profesionales entrevistados comparten el criterio de que las estrategias digitales implementadas por el medio GK, es lo que han contribuido a su fortalecimiento, posicionamiento y credibilidad del medio en el país. Entre las principales limitaciones identificadas se encuentra una interacción que suele darse como respuesta a situaciones específicas, más que como parte de acciones permanentes dirigidas a fortalecer la participación de las audiencias.

### ***3.3.2. Discusión de Resultados Entrevistas***

Los hallazgos obtenidos evidencian que GK ha desarrollado un proceso de adaptación progresiva al entorno digital, incorporando nuevas narrativas y formatos propios del periodismo digital contemporáneo. Estos resultados se relacionan con los planteamientos de Salaverría (2020) y Aguirre (2024), quienes sostienen que los medios digitales independientes requieren combinar innovación narrativa con rigor informativo para fortalecer su posicionamiento y sostenibilidad en entornos digitales.

Los resultados han identificado que el medio GK incorpora recursos multimedia y diversas herramientas tecnológicas como parte de su producción informativa, lo que contribuye a complementar los contenidos periodísticos y facilitar su comprensión con la audiencia. Esto coincide con lo señalado por Villagómez y Cruz (2024), quienes dicen que el lenguaje multimedia ayuda a la identidad y a la presencia digital de los medios contemporáneos.

Sin embargo, algunos especialistas consideran que todavía existen limitaciones en la integración de estos recursos dentro de propuestas narrativas más amplias, lo que

sugiere oportunidades de mejora en el aprovechamiento de las herramientas digitales disponibles.

GK es considerado por los entrevistados como un medio digital que se caracteriza por publicar temas de interés público y contenidos de investigación, estas características guardan relación con los planteamientos de Gonzales (2024), quien indica que la línea editorial y la calidad de los contenidos son aspectos importantes para los medios digitales. Sin embargo, algunos participantes consideran que el medio podría incorporar una mayor variedad de temas para atraer a nuevos públicos, sin dejar de lado las características que lo identifican.

Se reconoce por parte de los entrevistados la importancia de mantener una actualización de conocimiento en el área tecnológica a los profesionales, ya que esto permite responder a los cambios del entorno digital. Esta percepción coincide con lo mencionado por Salaverría (2020), en cuanto a la formación continua, la cual constituye un elemento fundamental que permite afrontar las demandas tecnológicas, así como mantener el estándar de calidad periodístico.

Los criterios de los expertos en cuanto que el medio digital GK adapta sus contenidos a las características de las plataformas donde tiene presencia, demuestra el compromiso por adecuar la información a diferentes formas de consumo digital. A pesar de ello, varios de los entrevistados consideran que todavía existen ciertas limitaciones en el desarrollo de las propuestas transmedia. Esta apreciación coincide con lo indicado por Aguirre (2024), el cual menciona la importancia de una planificación estratégica y la articulación narrativa entre las plataformas a fin de fortalecer la identidad digital de los medios y su relación con las audiencias.

En el aspecto de la interacción desarrollada por el medio digital GK los entrevistados coinciden que estas han contribuido a fortalecer a su credibilidad y reconocimiento dentro del entorno digital, especialmente a través del uso de redes sociales y espacios de participación. Estas valoraciones respaldan los planteamientos de Villagómez y Cruz (2024), quienes identifican la confianza y la relación con las audiencias como factores relevantes para la consolidación de los medios nativos digitales en el contexto actual.

Estos hallazgos coinciden con los planteamientos de Salaverría (2020) y Aguirre (2024), quienes destacan que la interacción y participación de las audiencias representan componentes fundamentales del periodismo digital contemporáneo. No obstante, las entrevistas reflejan que aún existen desafíos relacionados con la consolidación de comunidades digitales más activas y estrategias de participación sostenidas.

## CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

### Conclusiones

De acuerdo con el análisis realizado, se concluye que el medio digital GK ha transformado sus prácticas periodísticas mediante la incorporación de estrategias comunicacionales, narrativas y tecnológicas orientadas a responder a las dinámicas actuales del entorno digital y a los nuevos hábitos de consumo informativo. El estudio evidencia que el medio ha logrado adaptar el periodismo de profundidad a formatos digitales más visuales, inmediatos y multiplataforma, manteniendo una identidad editorial basada en el análisis crítico y la producción de contenido investigativo.

Se identificó que el medio digital GK, implementa estrategias digitales diferenciadas para producción, difusión y consumo de sus contenidos, aprovechando las particularidades de cada plataforma. Instagram constituye el principal espacio de interacción con las audiencias mediante contenidos visuales y multimedia, mientras que X se utiliza principalmente para la circulación de información y la redirección hacia contenidos más amplios a través de enlaces externos.

Los resultados indican que el medio digital GK utiliza de manera constante recursos multimedia como imágenes, videos, carruseles y diseños gráficos para presentar sus contenidos, lo que contribuye a que la información sea más atractiva de fácil comprensión para sus usuarios. Además se evidenció que adapta sus contenidos a los distintos entornos digitales; sin embargo, la integración de narrativas transmedia aún es limitada, ya que no siempre existe una continuidad entre los contenidos difundidos en las diferentes plataformas.

Los hallazgos muestran que la adaptación tecnológica de GK ha contribuido a fortalecer su posicionamiento en el periodismo digital ecuatoriano, debido a la incorporación de formatos innovadores, contenidos especializados y recursos digitales ha

favorecido su visibilidad y reconocimiento como un medio informativo confiable para sus audiencias. No obstante, el ampliar la participación de usuarios y llegar a públicos más diversos representa una oportunidad para continuar fortaleciendo su sostenibilidad y crecimiento en el entorno digital.

### **Recomendaciones**

Se recomienda que los medios digitales continúen adaptando sus contenidos a las características de cada plataforma digital, incorporando recursos visuales, audiovisuales e interactivos que faciliten la comprensión de la información y respondan a las preferencias actuales de las audiencias.

Frente a los constantes cambios tecnológicos, se sugiere que periodistas y productores de contenido mantengan procesos de actualización y capacitación continua que les permitan fortalecer sus competencias digitales y aprovechar de mejor manera las herramientas disponibles para la producción informativa.

Se sugiere el fomentar una mayor participación de las audiencias mediante espacios que favorezcan la interacción, el intercambio de opiniones y la construcción de comunidades digitales más activas alrededor de los contenidos periodísticos.

Se recomienda, a los medios digitales que fortalezcan su alcance explorando nuevos formatos, temáticas y estrategias de difusión que respondan a los intereses de diferentes grupos de usuarios, contribuyendo así a ampliar y diversificar sus audiencias.

## Bibliografía

- Aguirre, C. (2024). Periodismo transmedia y redes sociales: Un análisis de las narrativas en medios digitales en Ecuador. *URU:Revista de Comunicación y Cultura*, 70-82. Obtenido de <https://doi.org/10.32719/26312514.2024.9.5>
- Arias, O. (2024). Narrativas transmedia como herramienta innovadora para el aprendizaje. *LatAm Redilat*. doi:<https://latam.redilat.org/index.php/lt/article/view/3177>
- Comesaña, D., & Vilches, L. (2022). Un estudio de la prensa latinoamericana entre los siglos XIX y XX con un enfoque en eventos meteorológicos. *Revista de historia de América*, 156, 29-59. Obtenido de [https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2663-371X2019000100029](https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2663-371X2019000100029)
- Cong, J. (2023). El impacto de la tecnología digital en la narración del periodismo contemporáneo. *Education Scientia*, 4, 16-20. doi:<http://dx.doi.org/10.23977/mediacr.2023.040503>.
- Gómez, K., Mendoza, J., & Zambrano, K. (2021). Evolución de medios nativos digitales de Ecuador en 2021: Estudio a La Posta y GK. *Revista San Gregorio*(48), 113-122. Obtenido de <https://revista.sangregorio.edu.ec/index.php/REVISTASANGREGORIO/article/view/1968>
- Gómez, L., Rivera, J., Rentería, D., & Zapata, M. (2020). Fortalecimiento de las estrategias organizacionales en tiempos de pandemia. *Administración & Desarrollo*, 50(2), págs. 59-66. doi:<https://revistas.esap.edu.co/index.php/admindesarro/article/view/522>

- Gonzales Córdova, M. (2024). Medios nativos digitales en la Comunidad Andina: una mirada desde sus características. *European Public & Social Innovation Review*, 01-16. Obtenido de <https://epsir.net>
- Guevara, G., Verdesoto, A., & Castro, N. (2020). *Metodologías de investigación educativa (descriptivas, experimentales, participativas, y de investigación-acción)* (Vol. 4). Babahoyo: Recimundo. doi:[https://doi.org/10.26820/recimundo/4.\(3\).julio.2020.163-173](https://doi.org/10.26820/recimundo/4.(3).julio.2020.163-173)
- Hidalgo, E. (2019). *ESTRATEGIAS LÚDICAS PARA EL DESARROLLO DEL RAZONAMIENTO LÓGICO MATEMÁTICO EN EL APRENDIZAJE DEL NIVEL ELEMENTAL EN LA E.G.B SULIMA GARCÍA VALAREZO*. Universidad Tecnológica Indoamérica, Ambato. Obtenido de [http://repositorio.uti.edu.ec/bitstream/123456789/1298/1/HIDALGO\\_ERIKA\\_%20Tesis%20cd.pdf](http://repositorio.uti.edu.ec/bitstream/123456789/1298/1/HIDALGO_ERIKA_%20Tesis%20cd.pdf)
- Illescas, S. (2023). *Análisis Conceptual del Periodismo Inmeso en el Metaverso y Realidad Virtual*. Cuenca: Universidad Católica de Cuenca. Obtenido de <https://dspace.ucacue.edu.ec/server/api/core/bitstreams/66fa0e56-05be-4df7-b484-9e9715456911/content>
- Jenkins, H. (2008). *Cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós. Obtenido de [https://www.researchgate.net/publication/364481840\\_Henry\\_JENKINS\\_Convergence\\_culture\\_La\\_cultura\\_de\\_la\\_convergencia\\_de\\_los\\_medios\\_de\\_comunicacion\\_Paidos\\_Barcelona\\_2008\\_301\\_pp](https://www.researchgate.net/publication/364481840_Henry_JENKINS_Convergence_culture_La_cultura_de_la_convergencia_de_los_medios_de_comunicacion_Paidos_Barcelona_2008_301_pp)
- Laguna, A., & Martínez, F. (2022). Orígenes y desarrollo del periodismo sensacionalista de sucesos en España (1883-1917). *Revista Scielo*, 226-245. Obtenido de

[https://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0719-367X2022000200226](https://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0719-367X2022000200226)

- Medina, M., Rojas, R., Bustamante, W., Loaiza, R., Martel, C., & Castillo, R. (2023). *Metodología de la Investigación: Técnicas e Instrumentos de Investigación* (Primera ed.). Perú. doi:<https://doi.org/10.35622/inudi.b.080>
- Montoya, N., Zuluagua, L., & Rivera, D. (2020). *Periodismo y competencias mediáticas: una aproximación desde contexto colombiano y ecuatoriano*. (Vol. 19). Piura: Revista de Comunicación. Obtenido de <https://revistadecomunicacion.com/index.php/rcom/es/article/view/1646>
- Morejón, J., & Villacis, C. (2022). Mapa de Medios Nativos Digitales 2020: Canales De Difusión, Prácticas y Retos Financieros. *Revista Andina de Comunicación*, 4(1), 63-79. Obtenido de <https://pure.ups.edu.ec/es/publications/mapa-de-medios-nativos-digitales-2020-canales-de-difusi%C3%B3n-pr%C3%A1ctic/>
- Morejón, R., & Zamora, B. (2019). Historia, evolución y desafíos del periodismo digital en el Ecuador. *Textos y Contextos*, 18, 11-24. doi:<https://doi.org/10.29166/tyc.v0i18.1752>
- Pérez, S. (2023). Periodismo inmersivo con vídeo 360 grados: valor, narrativa y retos de futuro. *Revista Interdisciplinaria de Estudios de Comunicación y Ciencias Sociales*, 385-400. Obtenido de [https://repositorio.consejodecomunicacion.gob.ec//handle/CONSEJO\\_REP/5638](https://repositorio.consejodecomunicacion.gob.ec//handle/CONSEJO_REP/5638)
- Pérez, S., & Silva, A. (2024). Innovación en los medios digitales más allá de la tecnología: un enfoque centrado en la audiencia y desafíos pendientes. (P. y Medios, Ed.) 5(1), 311-324. Obtenido de [https://www.researchgate.net/publication/378778310\\_Innovation\\_in\\_Digital\\_M](https://www.researchgate.net/publication/378778310_Innovation_in_Digital_M)

edia\_beyond\_Technology\_The\_Audience-  
Centered\_Approach\_and\_Pending\_Challenges

- Piñeiro, V. (2020). *La metodología de análisis de contenido. Usos y aplicaciones en la investigación comunicativa del ámbito hispánico*, *Communication & Society* (Vol. 33). Communication & Society. doi:[http://doi.org/ 10.15581/003.33.3.1-16](http://doi.org/10.15581/003.33.3.1-16)
- Ramos, C. (2020). *Los Alcances de una Investigación* (Vol. 9). Quito: Ciencia America. doi:<https://cienciamerica.edu.ec/index.php/uti/article/view/336>
- Riquero, C. (2025). *El periodismo digital en Ecuador: estudio de los factores de sostenibilidad, calidad informativa y análisis comparativo con la prensa española*. Málaga: Universitas Malacitana. Obtenido de <https://riuma.uma.es/xmlui/handle/10630/39282>
- Rodriguez, C., Rivera, D., & Romero, L. (2020). Calidad de la información en medios nativos digitales latinoamericanos: análisis de dimensiones e indicadores estructurados. *Media and Communication*, 8(2), 135-145. doi:<https://cogitatiopress.com>
- Salaverría, R. (2019). Periodismo digital: 25 años de investigación. Artículo de revisión. *Universidad de Navarra*, 28(1), 26. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6839003>
- Sánchez, C., & Hernández, K. (2025). La encuesta como técnica de investigación en Ciencia Política. *Revista mexicana de opinión pública*, 37, 13-31. doi:<https://doi.org/10.22201/fcpys.24484911e.2024.37.88492>
- Solórzano, A., Vélez, N., & Zambrano, Z. (2024). Los medios comunicativos tradicionales y laconvergencia digital. *Universidad, Ciencia y Tecnología*, 28(123), págs. 72-81. Obtenido de

[https://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1316-48212024000200072](https://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1316-48212024000200072)

Tejedor, S., Ventín, A., Cervi, L., & Tusa, F. (2020). Calidad de la información en medios nativos digitales latinoamericanos: análisis de dimensiones e indicadores estructurados. *Media an Communication*, 8(2), 146-158. doi:<https://cogitatiopress.com>

Villagómez, P., & Cruz, P. (2024). *Medios digitales nativos en Ecuador y América Latina: estudio sobre sostenibilidad, impacto e influencia*. Quito: Universidad Politécnica Salesiana.

## ANEXOS

### Anexo 1. Evidencia fotográfica





**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**  
Acreditada Resolución Nro. 173-SE-33-CACES-2020  
**FACULTAD DE EDUCACIÓN, CIENCIA Y TECNOLOGÍA**



REPÚBLICA DEL ECUADOR

**CARRERA DE COMUNICACIÓN**

**Ibarra, 13 de junio de 2026**

**CERTIFICADO DE COINCIDENCIA TURNITIN**

Una vez analizado el tema de Trabajo de integración curricular titulado: **“Análisis sobre la transformación del periodismo a las dinámicas tecnológicas actuales: Caso GK como medio digital nativo en Ecuador.”** de la Srta. **Calvachi Caviedes Sayana Micaela**, se notifica que tiene un **8%** de coincidencia en sus contenidos, lo que está dentro del porcentaje aceptable en el reglamento y, por lo cual, se certifica que es procedente y aceptable para continuar con el proceso de titulación.

Atentamente,



Validar únicamente en FirmaEC.  
Firmado electrónicamente por:  
**GABRIELA AUGUSTA  
GARCÉS DELGADO**

**Msc. Gabriela Garcés Delgado**

**Directora**

*"CIENCIA Y TÉCNICA AL SERVICIO DEL PUEBLO"*



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**  
 Acreditada Resolución Nro. 173-SE-33-CACES-2020  
**FACULTAD DE EDUCACIÓN CIENCIA Y TECNOLOGÍA**  
**CARRERA DE COMUNICACIÓN EN LÍNEA**



**EVALUACIÓN DEL INFORME FINAL DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR (COMPONENTE ESCRITO)**

**TEMA:** Análisis sobre la transformación del periodismo a las dinámicas tecnológicas actuales: Caso GK como medio digital nativo en Ecuador.


**DIRECTOR:** MSc. Gabriela Garcés Delgado

**AUTOR:** Calvachi Caviedes Sayana Micaela

**CARRERA:** Comunicación en línea

**TÍTULO A OBTENER:** Licenciada en Comunicación

**FECHA:** 13-06-2026

Trabajo de Titulación / Examen Complexivo				
 Estudiante: CALVACHI CAVIEDES SAYANA MICAELA Tipo: TRABAJO TITULACION Tema: Análisis sobre la transformación del periodismo a las dinámicas tecnológicas actuales: Caso GK como medio digital nativo en Ecuador. Nota Ponderada <b>8,5</b>				
N°	Descripción	Calificación /10	Ponderado	Nota Ponderada
1	El informe final presenta los resultados obtenidos de una manera científica, ordenada y logica.	8,5	2	1,7
2	Se evidencia el cumplimiento de los objetivos planteados en el plan de trabajo de integración curricular.	9	2	1,8
3	El informe final presenta una redacción y estilo claros, así como una adecuada ortografía.	8	2	1,6
4	Las conclusiones y recomendaciones a las que se llega en la investigación son trascendentes y constituyen un aporte para el área motivo de la investigación	8,5	2	1,7
5	Se respetan y utilizan adecuadamente las normas establecidas por la institución y la metodología de la investigación científica, en la redacción del informe final.	8,5	2	1,7
				<b>8,5</b>



Validar únicamente en FirmaEC.  
 Firmado electrónicamente por:  
**GABRIELA AUGUSTA**  
**GARCÉS DELGADO**

**MSc. Gabriela Garcés Delgado**  
**DIRECTORA**