UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE FECYT

CARRERA DE COMUNICACIÓN

TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

TEMA:

"ANÁLISIS SOBRE EL DESARROLLO TECNOLÓGICO Y LA TRANSFORMACIÓN DEL PERIODISMO EN DIARIO METRO"

Trabajo de titulación previo a la obtención del título en Licenciatura en comunicación social.

Línea de investigación: Desarrollo social y del comportamiento humano.

AUTOR:

David Andres Zova Rodriguez.

DIRECTOR:

Judith Mercedes Bayas Jiménez.

Ibarra – Ecuador 2026

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
DIRECCIÓN DE BIBLIOTECA

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

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:

DATOS DE CONTACTO	
APELLIDOS Y NOMBRES:	Zova Rodriguez David Andres

DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	"Análisis sobre el desarrollo tecnológico y la transformación del periodismo en Diario Metro"
AUTOR (ES):	Zova Rodriguez David Andres.
FECHA: DD/MM/AAAA	12/11/2026
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
PROGRAMA:	[x] **PREGRADO** ☐ **POSGRADO**
TITULO POR EL QUE OPTA:	Licenciado en Comunicación.
DIRECTOR /ASESOR:	Mgtr. Judith Mercedes Bayas Jiménez / Mgtr. Gabriela Augusta Garces Delgado.

2. CONSTANCIAS

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

Ibarra, a los 12 días del mes de noviembre de 2026.

EL AUTOR:

Validar únicamente en FirmaEC.
Firmado electrónicamente por:
DAVID ANDRES ZOVA RODRIGUEZ

(Firma)
Nombre: David Andres Zova Rodriguez.

DEDICATORIA

Este trabajo de investigación, quiero dedicarlo de manera muy especial a Dios, a mi madre y familia, quienes han estado acompañándome y motivándome en todo este proceso de titulación. La sabiduría, el amor y la paciencia que vienen de ti Señor me han mantenido firme. Hoy más que nunca estoy seguro que todo este sacrificio ha valido la pena.

AGRADECIMIENTO

Agradecido con Dios que ha sido mi fortaleza para continuar en este camino, y me ha permitido lograr este objetivo que por muchos años estuvo en pausa y gracias a su voluntad pude retomar para que se convierta en una realidad.

De igual forma a mi madre Mayra, quien siempre me recordaba esta meta pendiente en mi vida, y una vez supo que me matriculé a la universidad me bendijo y me brindó todo su apoyo.

A mi hermana Gladys, quien ha estado conmigo desde el primer día de mi vida, cuidándome, aconsejándome y me brindándome todo su amor y ayuda incondicional, para que logre todas mis metas.

A mis hijos, Jean y Angelina, por ser la motivación en este proceso, a mi compañera Carmen, quien a pesar de tantos altibajos tuvo demasiada paciencia y también me apoyó en este recorrido de más de 5 años.

A la MSC. Eva Acosta, periodista de Diario Metro Guayaquil, por su valiosa colaboración en esta investigación. Sus aportes y experiencias profesionales enriquecieron significativamente el desarrollo de esta tesis.

A la MSc. Andrea Martínez, periodista de Diario Metro Quito, por su participación y aporte profesional en las entrevistas realizadas. Sus conocimientos contribuyeron de manera importante esta investigación.

A la Licda. Adela Araujo, periodista de Diario Metro Cuenca, por compartir sus experiencias y conocimientos durante la entrevista. Me aportó información relevante para esta tesis.

A los docentes, quienes aportaron su conocimiento para formarme profesionalmente, Yolanda Morales, Carlos Dávila, Christian Estrada, Freddy Moreno, Pablo Ballesteros, Marlon Salazar, Gabriela Arcos, Joselyn López, Gabriela Garces, Judith Bayas, Héctor Taramuel y Xavier Mullo,

RESUMEN

La transformación digital ha generado cambios significativos en los procesos de producción, difusión y consumo de información, obligando a los medios de comunicación a incorporar herramientas tecnológicas y plataformas digitales para adaptarse a las nuevas dinámicas comunicacionales. En este contexto, la presente investigación tuvo como objetivo analizar la transformación de Diario Metro a partir del uso de herramientas tecnológicas y su relación con las dinámicas de acceso e interacción de las audiencias en entornos digitales. El estudio se desarrolló mediante un diseño descriptivo basado en entrevistas semiestructuradas y análisis de contenido de publicaciones digitales, combinando la interpretación cualitativa de los testimonios con la descripción de indicadores de interacción observados en Facebook e Instagram. Las entrevistas fueron aplicadas a tres periodistas de Diario Metro Ecuador en las ciudades de Quito, Guayaquil y Cuenca, mientras que la observación se realizó en las redes sociales Facebook e Instagram durante un periodo de diez días consecutivos. Los resultados evidenciaron que Diario Metro ha incorporado progresivamente herramientas tecnológicas, inteligencia artificial y diversas plataformas digitales en sus procesos periodísticos, consolidando una estrategia de comunicación multiplataforma. Se identificó la presencia de interacción observable mediante comentarios, reacciones y compartidos, con niveles de participación predominantemente moderados durante el periodo analizado; sin embargo, la interacción institucional visible del medio de comunicación con los usuarios es limitada. Se concluye que la transformación digital ha permitido a Diario Metro adaptarse a las dinámicas comunicacionales propias de los entornos digitales, evidenciando una presencia activa en múltiples plataformas y una constante difusión de contenidos informáticos. No obstante, persisten oportunidades para fortalecer la comunicación bidireccional y la interacción visible con las audiencias en los espacios digitales analizados.

Palabras clave: Transformación digital, periodismo digital, herramientas tecnológicas, plataformas digitales, interacción digital, Diario Metro Ecuador.

ABSTRACT

Digital transformation has brought about significant changes in the processes of producing, disseminating, and consuming information, forcing the media to incorporate technological tools and digital platforms to adapt to new communication dynamics. In this context, the objective of this study was to analyze the transformation of Diario Metro through the use of technological tools and its relationship to audience access and interaction dynamics in digital environments. The study employed a descriptive design based on semistructured interviews and content analysis of digital publications, combining qualitative interpretation of the testimonies with a description of interaction indicators observed on Facebook and Instagram. Interviews were conducted with three journalists from Diario Metro Ecuador in the cities of Quito, Guayaquil, and Cuenca, while observation took place on the social media platforms Facebook and Instagram over a period of ten consecutive days. The results showed that Diario Metro has progressively incorporated technological tools, artificial intelligence, and various digital platforms into its journalistic processes, thereby consolidating a multiplatform communication strategy. Observable interaction was identified through comments, reactions, and shares, with predominantly moderate levels of engagement during the period analyzed; however, the media outlet's visible institutional interaction with users is limited. It is concluded that digital transformation has enabled Diario Metro to adapt to the communication dynamics characteristic of digital environments, demonstrating an active presence on multiple platforms and the consistent dissemination of digital content. Nevertheless, there are still opportunities to strengthen two-way communication and visible interaction with audiences in the digital spaces analyzed.

Keywords: Digital transformation, digital journalism, technological tools, digital platforms, digital interaction, Diario Metro Ecuador.

ÍNDICE DE CONTENIDO

ÍNDICE DE CONTENIDO 1
INTRODUCCIÓN 3
Objetivos 6
Objetivo general. 6
Objetivos específicos. 6
CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO 8
1.1 Aproximación conceptual al desarrollo tecnológico y la transformación del periodismo. 8
1.1.1 Teoría de la convergencia mediática. 8
1.1.2 Teoría de la sociedad de la información. 8
1.2 Uso de herramientas tecnológicas en el periodismo. (Variable independiente). 9
1.2.1 Tecnología y comunicación: fundamentos conceptuales. 9
1.2.2 Herramientas digitales aplicadas al periodismo digital. 10
1.3 Transformación del periodismo digital. (Variable dependiente). 10
1.3.1 Periodismo digital y nuevas rutinas informativas. 11
1.3.2 Transformación de la prensa escrita en entornos digitales. 11
1.4 Incidencia del desarrollo tecnológico en la transformación del periodismo. 12
1.4.1 Estudios previos sobre el desarrollo tecnológico en la transformación el periodismo. 12
1.5 Características del periodismo digital en Ecuador: Análisis de estudio Diario Metro. 13
1.5.1 Periodismo digital en Ecuador. 14
1.5.2 Diario Metro y sus audiencias en el entorno digital. 14
CAPÍTULO II: METODOLOGÍA 16
2.1. Enfoque de la investigación 16
2.2. Técnicas e instrumentos de investigación. 16
2.2.1. Entrevista semiestructurada. 16
2.2.2. Observación directa. 17
2.3. Preguntas de investigación. 17
2.4. Matriz de operacionalización de variables. 17
2.5 Participantes y Muestra. 20
2.6. Procedimiento 22

2.6.1. Primera etapa: Contacto institucional y planificación. 22
2.6.2. Segunda etapa: Aplicación de la entrevista semiestructurada. 22
2.6.3. Tercera etapa: Observación directa de plataformas digitales. 23
2.6.4. Cuarta etapa: Organización y anales de la información. 23
CAPÍTULO III: RESULTADOS Y DISCUSIÓN 25
3.1. Resultados de la guía de observación aplicada a las redes sociales de Diario Metro Ecuador. (Facebook e Instagram). 25
3.1.1 Nota auto referenciada en Facebook. 25
3.1.2 Referencias internas utilizadas en Facebook. 25
3.1.3 Referencias externas utilizadas en Facebook. 26
3.1.4 Presentación de la información en Facebook. 27
3.1.5 Tipo de contenido publicado en Facebook (Pieza periodística). 27
3.1.6 Actores presentes en las publicaciones de Facebook. 28
3.1.7 Temáticas predominantes en Facebook (Área). 28
3.1.8 Número de Me Gusta en Facebook. 29
3.1.9 Número de comentarios en Facebook. 29
3.1.10 Número de compartidos en Facebook. 30
3.1.11 Participación de las audiencias en Facebook. 30
3.1.12 Interacción del medio con las audiencias en Facebook. 31
3.1.13 Nota auto referenciada en Instagram. 31
3.1.14 Referencias externas en Instagram. 32
3.1.15 Referencias internas en Instagram. 32
3.1.16 Presentación de la información en Instagram. 33
3.1.17 Tipo de contenido publicado en Instagram (Pieza periodística). 33
3.1.18 Actores presentes en las publicaciones de Instagram. 34
3.1.19 Área temática de las publicaciones en Instagram. 34
3.1.20 Número de Me Gusta en Instagram. 35
3.1.21 Número de comentarios en Instagram. 35
3.1.22 Número de compartidos en Instagram. 36
3.1.23 Participación de las audiencias en Instagram. 36
3.1.24 Interacción del medio con la audiencia en Instagram. 36
3.2. Resultados de la entrevista semiestructurada. 37
3.2.1 Adaptación a entornos digitales. 40
3.2.2 Herramientas tecnológicas utilizadas. 40
3.2.3 Plataformas digitales empleadas. 41
3.2.4 Transformación tecnológica del medio. 41

3.2.5 Interacción con las audiencias. 42
3.2.6 Consumo de contenidos digitales. 42
3.2.7 Credibilidad e influencia de la información. 43
3.3. Discusión de resultados. 43
3.3.1 Pregunta 1. ¿Qué herramientas tecnológicas y plataformas digitales utiliza Diario Metro en la producción y difusión de contenidos periodísticos? 44
3.3.2 Pregunta 2. ¿Cómo interactúa Diario Metro con sus audiencias a través de sus plataformas digitales? 45
3.3.3 Pregunta 3. ¿Cuál es la percepción y el consumo de la información digital del Diario Metro, desde la relación que mantiene con sus audiencias? 46
CAPÍTULO IV: PROPUESTA 49
4.1. Diagnostico. 49
4.2. Diseño de la propuesta. 49
4.2.1 Nombre de la propuesta. 49
4.2.2 Problema que atiende. 49
4.2.3 Justificación. 49
4.2.4 Objetivo general de la propuesta. 50
4.2.5 Objetivos específicos de la propuesta. 50
4.2.6 Beneficiarios. 50
4.2.7 Alcance. 50
4.2.8 Recursos. 50
4.3. Ejecución. 51
4.4. Evaluación. 52
4.5. Anexos digitales (Producto). 52
CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES 54
5.1. Conclusiones. 54
5.2. Recomendaciones. 54
REFERENCIAS 55
ANEXOS 58
1. Guía de observación. 58
2. Guía de Entrevista semiestructurada. 58

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. 17
Tabla 2. 37

Tabla 3. 43
Tabla 4. 51
Tabla 5. 52

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. 25
Figura 2. 25
Figura 3. 26
Figura 4. 27
Figura 5. 27
Figura 6. 28
Figura 7. 28
Figura 8. 29
Figura 9. 29
Figura 10. 30
Figura 11. 30
Figura 12. 31
Figura 13. 31
Figura 14. 32
Figura 15. 32
Figura 16. 33
Figura 17. 33
Figura 18. 34
Figura 19. 34
Figura 20. 35
Figura 21. 35
Figura 22. 36
Figura 23. 36
Figura 24. 36

INTRODUCCIÓN

Motivación para la investigación.

El desarrollo tecnológico ha trasformado profundamente los procesos de producción, distribución y consumo de información en los medios de comunicación. La expansión de internet, las redes sociales y las herramientas digitales han modificado las rutinas periodísticas tradicionales, generando nuevas formas de interacción entre los medios y las audiencias. El periodismo enfrenta el reto de adaptarse a las demandas de una sociedad cada vez más conectada, donde la inmediatez, la accesibilidad y la participación de los usuarios se han convertido en elementos fundamentales dentro de los procesos comunicativos.

La presente investigación surge del interés de comprender cómo un medio de comunicación con trayectoria nacional como Diario Metro Ecuador ha afrontado estos cambios tecnológicos y ha transformado sus procesos periodísticos para responder a las exigencias del entorno digital. Nace de la necesidad de analizar la relación existente entre la incorporación de herramientas tecnológicas y las nuevas dinámicas de interacción desarrolladas con las audiencias a través de plataformas digitales.

Problema de investigación.

Los avances tecnológicos han generado cambios significativos en la forma en que se produce, distribuye y consume la información. Los medios de comunicación tradicionales han debido incorporar nuevas herramientas digitales para mantener su competitividad y garantizar su permanencia dentro de un entorno caracterizado por la convergencia tecnológica y la participación de las audiencias.

Diario Metro, que inicialmente desarrolló sus actividades bajo un modelo periodístico impreso, ha experimentado un proceso de adaptación hacia entornos digitales mediante la implementación de plataformas tecnológicas, redes sociales y nuevos formatos de contenido. Resulta necesario analizar de qué manera esta transformación ha influido en sus prácticas periodísticas y en la relación que mantiene con sus audiencias digitales. Frente a esta realidad surge la necesidad de estudiar el desarrollo tecnológico en el medio y comprender como este ha incidido en la transformación de sus dinámicas informativas y comunicacionales.

Justificación.

La investigación posee relevancia académica, social y profesional debido a que contribuye al análisis de los procesos de transformación digital que actualmente experimentan los medios de comunicación. Desde el ámbito académico, aporta conocimientos relacionados con la incorporación de tecnologías digitales en el periodismo y su incidencia en la evolución de los modelos de comunicación contemporáneos.

Desde la perspectiva sociales, permite comprender cómo las audiencias acceden, consumen e interactúan con la información en espacios digitales cada vez más

participativos y dinámicos. Ofrece una visión actualizada sobre las estrategias implementadas por Diario Metro para adaptarse a las nuevas exigencias del ecosistema mediático.

En el ámbito profesional, los resultados obtenidos pueden servir como referencias para periodistas, comunicadores y organizaciones mediáticas interesadas en fortalecer sus procesos digitales y mejorar la relación que mantienen con sus públicos en entornos tecnológicos.

Impactos generados por la investigación.

La investigación genera un aporte significativo al conocimiento sobre la transformación digital del periodismo ecuatoriano, particularmente en el caso de Diario Metro. Sus resultados permiten identificar las herramientas tecnológicas utilizadas por el medio, comprender las dinámicas de interacción desarrolladas con las audiencias y analizar los factores que influyen en el consumo informativo digital.

La propuesta derivada de la investigación constituye una contribución practica orientada al fortalecimiento de la comunicación bidireccional entre Diario Metro y sus usuarios, mediante la elaboración de un Manual de Estrategias Digitales que promueve una mayor participación de las audiencias en los espacios digitales del medio.

Se espera que los hallazgos obtenidos contribuyan a futuras investigaciones relaciones con periodismo digital, innovación tecnológica, audiencias y comunicación interactiva, además de servir como base para la implementación de mejoras entro de los procesos comunicacionales de organizaciones periodísticas similares.

Objetivos

Objetivo general.

Analizar la transformación de Diario Metro, a partir del uso de herramientas tecnológicas y su relación con las dinámicas de acceso e interacción de las audiencias en entornos digitales.

Objetivos específicos.

- Identificar las herramientas tecnológicas y plataformas digitales utilizadas por Diario Metro en su proceso de transformación periodística.
- Describir cómo Diario Metro interactúa con sus audiencias a través de sus plataformas digitales.
- Analizar las dinámicas de interacción y participación observables en las plataformas digitales de Diario Metro.

Problemas o dificultades presentadas.

Durante el desarrollo de la investigación se presentaron algunas dificultades relacionadas con el acceso a las fuentes de la información necesarias para el estudio. Una de las principales limitaciones estuvo asociada al contacto con el personal periodístico de Diario Metro Ecuador, debido a que inicialmente no fue posible obtener respuestas a las solicitudes de colaboración realizadas a través de diferentes medios de comunicación

institucional. Durante varios meses se efectuaron numerosos intentos de acercamiento mediante correos electrónicos, mensajes enviados a través de redes sociales y llamadas telefónicas a la central de la organización, sin obtener una respuesta favorable que permitiera coordinar las entrevistas requeridas para la investigación.

Esta situación prolongó el proceso de recolección de información durante aproximadamente ocho meses, hasta que el 28 de mayo de 2026 se logró establecer contacto con personal vinculado al medio de comunicación. A partir de esta gestión fue posible acceder a los contactos de tres periodistas de Diario Metro, quienes aceptaron participar como informantes claves y contribuyeron al desarrollo de las entrevistas semiestructuradas contempladas en la metodología.

La investigación se desarrolló en un contexto que requirió la realización de entrevistas mediante plataformas virtuales, debido a que los participantes se encontraban distribuidos en diferentes ciudades del país, específicamente en Quito, Guayaquil y Cuenca. Esta modalidad permitió garantizar la participación de los entrevistados, facilitar la recopilación y grabación de información relevante para el estudio.

Otra dificultad estuvo relacionada con la delimitación temporal de la observación de las plataformas digitales, Facebook e Instagram, ya que fue necesario establecer un periodo específico de análisis que permitiera recopilar información suficiente sobre las dinámicas e publicación, participación e interacción con las audiencias. Esta delimitación respondió a criterios metodológicos previamente establecidos y posibilitó obtener información pertinente para cumplimiento de los objetivos planteados.

CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO

1.1 Aproximación conceptual al desarrollo tecnológico y la transformación del periodismo.

El desarrollo tecnológico ha constituido uno de los factores más contundentes en la transformación del periodismo actual, por que modifica los procesos comunicativos. Viteri et al. (2024), explica que el desarrollo tecnológico ha favorecido la integración progresiva de la estructura productiva en el periodismo.

1.1.1 Teoría de la convergencia mediática.

La teoría de la convergencia mediática, explica los procesos de integración entre los medios de comunicación tradicionales y las plataformas digitales, impulsando la implementación de las nuevas tecnologías de información y comunicación para mantenerse vigentes. Este enfoque teórico nos permite comprender cómo los medios de comunicación se han transformado mediante su dinámica de producción, distribución y consumo de información en entornos digitales.

Según Viteri et al. (2024), la convergencia mediática se manifiesta como un proceso en el que coinciden distintos soportes, lenguajes y rutinas periodísticas; generando un modelo comunicacional caracterizado por la multimedialidad, la inmediatez y la interactividad. Los medios impresos han debido adaptarse a las exigencias del entorno digital mediante la incorporación de nuevas plataformas tecnológicas y estrategias de la información.

Los autores señalan que, la convergencia de los medios de comunicación no solo se limita a la utilización de herramientas digitales, sino que implica una reconfiguración estructural del trabajo periodístico, donde profesionales asumen nuevas competencias vinculadas a la producción de contenidos para diversas plataformas.

La teoría de la convergencia mediática resulta fundamental para el análisis de la transformación del periodismo escrito, ya que permite explicar cómo los medios de comunicación tradicionales enfrentan los desafíos y redefinen los procesos comunicacionales. Este enfoque, brinda a una base conceptual sólida para comprender como el uso de herramientas tecnológicas ayudan en la evolución del periodismo en Diario Metro Ecuador.

1.1.2 Teoría de la sociedad de la información.

La teoría de la sociedad de la información, nos permite comprender como surgen los cambios sociales, culturales y comunicativos, a partir del desarrollo y uso masivo de las tecnologías de la información y la comunicación. Esta teoría sostiene que la información se ha convertido en un recurso fundamental para el funcionamiento de los medios de comunicación y la interacción de la sociedad actual.

Desde la óptica de Islas et al. (2022), la sociedad actual se caracteriza por la producción, circulación y consumo constante de información a través de entornos digitales,

lo que ha configurado nuevos ecosistemas informativos. En estos ecosistemas, los medios de comunicación ya no operan de forma aislada, sino que interactúan con múltiples plataformas tecnológicas y con audiencias activamente conectadas.

El periodismo está obligado a actualizar los modelos tradicionales, para responder los requerimientos de un público digital cada vez más exigente, que espera contenido actualizado, en diversos formatos y canales de interacción. Los medios tradicionales que migran hacia plataformas digitales, tienen que garantizar el fácil acceso a la información, utilizando herramientas tecnológicas acorde a sus necesidades.

La teoría de la sociedad de la información, constituye un gran aporte de conceptos clave para esta investigación, porque nos permite analizar como el uso de herramientas tecnológicas ayuda a la transformación del periodismo. Esto facilita la comprensión del contexto periodístico y su necesidad de adaptación a entornos digitales.

1.2 Uso de herramientas tecnológicas en el periodismo. (Variable independiente).

El uso de herramientas tecnológicas en el periodismo se ha consolidado como un elemento central en el ejercicio profesional contemporáneo, al influir directamente en la producción, gestión y difusión de información. En el ámbito del periodismo, estas herramientas pueden entenderse como el conjunto de recursos digitales que permiten optimizar los procesos comunicativos y adaptar los contenidos a las dinámicas del entorno digital.

Vega et al. (2023), destacan que el uso de herramientas tecnológicas impacta de manera integral en el proceso comunicativo, ya que involucra al medio, al profesional y las audiencias. Este planteamiento evidencia que la tecnología no actúa de forma aislada, sino como un componente estructural del sistema informativos.

1.2.1 Tecnología y comunicación: fundamentos conceptuales.

La relación entre tecnología y comunicación, constituye un eje primordial para comprender los cambios que han experimentado los medio en los últimos años. En el contexto de los medios digitales, la tecnología puede entenderse como un factor que articula los procesos de producción, distribución y consumo de la información, generado nuevas dinámicas comunicativas.

En este sentido, Apablaza y Wilches (2025) sostienen que, la inteligencia artificial y las tecnológicas digitales se han convertido en elementos centrales de las rutinas periodísticas contemporáneas, influyendo en la producción, distribución y presentación de los contenidos informativos. Desde esta perspectiva, la tecnología trasciende su función instrumental para constituirse en un factor que transforma las dinámicas profesionales y la relación de los medios con sus audiencias en los entornos digitales.

Asimismo, la incorporación de tecnologías digitales ha modificado las rutinas periodísticas, las competencias profesionales y la gestión de la información, dando lugar a nuevas formas de interacción entre medios y públicos. En este escenario, la comunicación deja de ser in proceso unidireccional y se transforma en una dinámica participativa.

La relación entre tecnología y comunicación trasciende lo instrumental. Esto se debe a que implica trasformaciones organizacionales y culturales dentro de los medios. En el contexto de los medios digitales, la construcción de contenidos informativos exige rapidez, credibilidad e interacción constante con las audiencias.

1.2.2 Herramientas digitales aplicadas al periodismo digital.

Las herramientas digitales aplicadas al periodismo digital, constituyen unos de los elementos centrales en la transformación de las practicas periodísticas contemporáneas. En el ámbito del periodismo, estas herramientas pueden entenderse como recursos tecnológicos que facilitan la producción, edición y difusión de contenidos en distintos formatos y plataformas.

Illescas et al. (2025), señalan que la incorporación de herramientas digitales ha redefinido el ejercicio del periodismo, al introducir tecnologías que permiten la automatización de tareas, la gestión de grandes volúmenes de información y la generación de contenido en tiempo real. Desde esta perspectiva, las herramientas digitales no solo facilitan el trabajo periodístico, sino que transforman los procesos de producción y distribución de la información.

Entre las principales herramientas utilizadas en el periodismo digital se encuentran las plataformas de publicación web, redes sociales, sistemas de edición multimedia y aplicaciones basadas en inteligencia artificial. Estas herramientas permiten producir contenido en formato textual, visual y audiovisual, adaptándose a las exigencias de un entorno comunicativo, caracterizado por la inmediatez y la multimedialidad.

Las herramientas digitales también influyen directamente en la manera en que los medios interactúan con sus audiencias. En el contexto de los medios digitales, la comunicación se vuelve bidireccional, permitiendo que los usuarios participen activamente mediante comentarios, reacciones y difusión de contenido.

Las herramientas digitales exigen a los periodistas desarrollen nuevas competencias para integrarlas de manera adecuada a su práctica profesional, manteniendo los principios éticos y de calidad informativa.

1.3 Transformación del periodismo digital. (Variable dependiente).

La transformación del periodismo digital puede entenderse como el proceso mediante el cual los medios de comunicación han modificado sus rutinas, formatos, lenguajes y modelos de producción informativa. En el ámbito del periodismo, esta trasformación responde al avance del desarrollo tecnológico y a los cambios de comportamiento de las audiencias en entornos digitales.

En el contexto de los medios digitales, esta transformación no solo afecta a los medios nativos digitales, sino también a la prensa escrita tradicional, que ha debido adaptarse a nuevas dinámicas informativas para mantenerse vigente.

1.3.1 Periodismo digital y nuevas rutinas informativas.

El periodismo digital ha generado una transformación significativa en las rutinas informativas tradicionales, redefiniendo los procesos de producción, distribución y consumos de información. En el ámbito del periodismo digital, estas rutinas se caracterizan por la inmediatez, la actualización constante y la integración de múltiples plataformas.

Según Alvarado et al. (2024), las nuevas rutinas informativas surgen como respuesta directa al impacto de las tecnologías digitales en el ejercicio periodístico. Los autores señalan que el periodismo digital exige una producción continua de contenido y una adaptación permanente a entornos informativos dinámicos y competitivos.

Una de las principales transformaciones es la necesidad de producir información en tiempo real, lo que implica rapidez en la recopilación, verificación y publicación de las noticias. En este contexto, el periodista digital debe gestionar múltiples tareas simultáneamente, como la redacción de contenidos, actualización de plataformas digitales y la interacción con las audiencias (Alvarado et al., 2024).

Estas nuevas rutinas evidencian un cambio estructural en el periodismo, donde la tecnología influye en la organización del trabajo y en el rol del periodista dentro del entorno digital.

1.3.2 Transformación de la prensa escrita en entornos digitales.

La transformación de la prensa escrita en entornos digitales, constituye uno de los procesos más relevantes en la evolución del periodismo contemporáneo. En el contexto de los medios digitales, este proceso implica la migración del modelo impreso hacia plataformas digitales y la adopción de nuevas formas de producción informativa.

Vallejo y Moreno (2022), afirman:

> Los géneros periodísticos más usados en las RRSS de La Posta son la noticia, la entrevista y el reportaje. Priman los géneros informativos y dialógicos que son adaptaciones de los ya conocidos elementos periodísticos convencionales. Lo novedoso es la comprensión de las nuevas audiencias ecuatorianas y la transformación de los géneros periodísticos de medios convencionales en géneros transmedia, (p. 59).

Este proceso de transformación no se limita al traslado de contenido al entorno digital, sino que implica la adopción de nuevos lenguajes, formatos y estrategias comunicativas. En el ámbito del periodismo digital, la integración de recursos multimedia como texto, imagen, audio y video permite la creación de contenido más dinámico y adaptados a las audiencias.

La digitalización de la prensa escrita ha implicado la reorganización de las rutinas periodísticas y de las estructuras de producción, orientadas hacia la actualización constante y la difusión multiplataforma. La transformación de la prensa escrita en entornos digitales

puede entender como un proceso estructural que redefine la practica periodística, obligando a los medios a innovar y adaptarse a las nuevas dinámicas del ecosistema digital.

1.4 Incidencia del desarrollo tecnológico en la transformación del periodismo.

El desarrollo tecnológico ha influido de manera directa y sostenida en la transformación del periodismo contemporáneo, al influir en las prácticas profesionales, como los modelos de producción, distribución de contenido y las formas de consumo informativo. En el ámbito del periodismo, este desarrollo puede entenderse como la incorporación progresiva de tecnologías actuales que modifican la estructura y dinámica del ejercicio periodístico.

En el contexto de los medios digitales, la adopción de plataformas tecnológicas, sistemas automatizados y herramientas de comunicación ha transformado la relación entre los medios y las audiencias, configurando nuevas formas que producción informativa e interacción comunicativa. Este escenario evidencia que la tecnología actúa como un factor determinante en la evolución del periodismo.

En la presente investigación, la variable independiente corresponde al uso de herramientas tecnológicas en el periodismo, mientras que la variable dependiente se refiere a la transformación del periodismo digital. La relación entre ambas variables se analiza a partir de la incidencia del desarrollo tecnológico en los procesos informativos, lo que permite comprender cómo la tecnología influye en los cambios estructurales del periodismo.

Diversos estudios recientes coinciden en que el desarrollo tecnológico actúa como un factor estructural que impulsa transformaciones significativas en el periodismo, particularmente en contextos digitales y en la transición de medios tradicionales hacia entornos multiplataforma.

En concordancia con los anterior, López, A., et al (2024) sostiene que la adaptación tecnológica de los medios favorece la implementación de nuevas estrategias de comunicación digital, fortaleciendo la capacidad de los periodistas para producir, gestionar y difundir contenidos en múltiples plataformas. La innovación tecnológica se configura como un elemento esencial en los procesos de transformación del periodismo contemporáneo.

1.4.1 Estudios previos sobre el desarrollo tecnológico en la transformación el periodismo.

Diversos estudios recientes han abordado la relación ente el desarrollo tecnológico y la transformación del periodismo, evidenciado que la tecnología constituye un factor clave en la redefinición de las practicas informativas.

En el ámbito latinoamericano, Vega et al. (2023) señala que, “El periodismo ha generado nuevas dinámicas comunicativas que obligan redefinir la identidad profesional y las rutinas informativas tradicionales” (p.219). Esto pone en manifiesto el impacto de la tecnología en la configuración del ejercicio periodístico.

En el contexto ecuatoriano, Alvarado et al. (2024) sostienen que, “Las tecnologías digitales han redefinido las practicas periodísticas, los modelos de negociación y la relación con las audiencias, configurando un nuevo escenario informativo caracterizado por la inmediatez y la multimedialidad” (p. 7). Este estudio evidencia como la tecnología incide directamente en las rutinas informativas y en la organización de los medios.

De manera complementaria, Viteri Et al. (2024) destacan que, “El desarrollo tecnológico ha producido una aceleración en la producción periodística mediante una mayor cobertura informativa, rapidez en la difusión de contenido y uso de plataformas digitales” (p. 14). Este enfoque permite comprender la relación entre convergencia mediática y transformación productiva del periodismo.

Asimismo, se pone en evidencia que la transformación del periodismo se manifiesta en la adaptación de los géneros, lo cual refleja la influencia de la tecnología en la evolución de los contenidos informativos y en la relación con las nuevas audiencias. Vallejo y Moreno. (2022). “Lo novedoso es la comprensión de las nuevas audiencias ecuatorianas y la transformación de los generaos periodísticos de medios convencionales en géneros transmedia” (p. 56).

Por su parte, Illescas et al. (2025) señala que, “la implementación de herramientas digitales e inteligencia artificial optimiza los flujos de trabajo periodístico y redefine los procesos de producción informativa en los medios digitales” (p. 2360). De esta manera se evidencia la incidencia directa de la tecnología en la práctica profesional.

Los estudios previos revisados coinciden en que el desarrollo tecnológico impacta de manera significativa en la transformación del periodismo, al modificar las rutinas informativas, los formatos periodísticos, la relación con las audiencias, loa modelos productivos y organizacionales. Esta evidencia empírica respalda la variable dependiente de la investigación, al demostrar que la transformación del periodismo digital se encuentra directamente vinculada al uso y desarrollo de tecnologías digitales en el ámbito informativo.

1.5 Características del periodismo digital en Ecuador: Análisis de estudio Diario Metro.

El periodismo digital en Ecuador permite comprender el entorno comunicacional en el que se desarrolla la presente investigación, y situar el caso de estudio del Diario Metro dentro de las dinámicas actuales del ecosistema mediático nacional. En los últimos años, el periodismo ecuatoriano ha experimentado una transformación significativa, impulsada por el avance tecnológico, el incremento de la conectividad y la adopción generalizada de plataformas digitales, tanto por parte de los medios de comunicación como de las audiencias.

Calvo et al. (2024) señalan que las tecnologías emergentes están redefiniendo los procesos de construcción noticiosa, así como las formas de producción y consumo de contenidos periodísticos, lo que evidencia la capacidad de adaptación permanente del periodismo digital.

1.5.1 Periodismo digital en Ecuador.

El periodismo digital en Ecuador se desarrolla en un contexto de transformación estructural impulsado por la incorporación progresiva de tecnologías digitales, y la consolidación de plataformas en línea como principales espacios de difusión informativa. Este proceso ha generado cambios en las rutinas periodísticas, la diversificación de formatos y nuevas formas de interacción en los medios de comunicación y las audiencias.

Bernal Et al. (2024) señala que, la transformación digital del periodismo en América Latina, ha tenido un impacto significativo en los medios de comunicación, evidenciando una adaptación progresiva hacia entornos digitales para optimizar sus procesos de producción y estrategias informativas, tendencias que también se refleja en el contexto ecuatoriano.

Valbuena (2023), sostiene que el periodismo digital se caracteriza por la inmediatez en la difusión de noticias, la actualización constante de contenidos y el uso de formatos multimedia, elementes que han contribuido a redefinir la práctica del periodismo tradicional. En el caso ecuatoriano, estas características se han integrado progresivamente tanto en medios digitales como en aquellos impresos que han migrado hacia plataformas digitales.

Por su lado, Suárez Et al, (2025) indica que los medios digitales ecuatorianos desempeñan un rol importante en la construcción de la opinión pública, destacándose por su alcance informativo, su capacidad de interacción con las audiencias y su presencia en espacios digitales. Este escenario evidencia un cambio en las dinámicas de consumo informativo, donde las audiencias adquieren un papel más activo.

Estos planteamientos permiten comprender que el periodismo digital en Ecuador se configura como un campo dinámico en constante evolución, influido por factores tecnológicos y sociales que inciden en la producción y circulación de la información. Este contexto resulta fundamental para situar el análisis de Diario Metro dentro del exosistema digital ecuatoriano.

1.5.2 Diario Metro y sus audiencias en el entorno digital.

El desarrollo del periodismo digital ha generado una un planteamiento en la relación entre medios de comunicación y sus audiencias, particularmente en contextos donde la información circula a través de plataformas digitales y redes sociales. En este escenario, los medios escritos que han incorporado estrategias digitales enfrentan el desafío de adaptar sus contenido, rutinas y formas de interacción a las dinámicas propias de los ecosistemas digitales contemporáneos.

Luchessi (2023) plantea que el periodismo actual se desarrolla en ecosistemas digitales caracterizados por la fragmentación de las audiencias, la aceleración de los flujos informáticos y la participación activa de los usuarios en la circulación de contenidos. Según la autora, los medios de comunicación han dejado de ser los únicos emisores de información, ya que las audiencias también participan en su difusión y resignificación dentro de los entornos digitales.

En el contexto ecuatoriano, Diario Metro se inserta en este ecosistema como un medio que ha ajustado su práctica periodística para responder a audiencias cada vez más conectadas, informadas y participativas. La adaptación a plataformas digitales y la interacción con los usuarios forman parte de un proceso de transformación en el que los medios buscan fortaleces su presencia en entornos donde la competencia por la atención de público es constante.

Siguiendo el enfoque de Luchessi (2023), el análisis de Diario Metro y sus audiencias en el entorno digital permite comprender cómo los medios de comunicación se posicionan dentro de los ecosistemas digitales, considerando las trasformaciones en los hábitos de consumo informativo y en las formas de participación del público. Esta aproximación no pretende adelantar resultados, sino contextualizar el caso de estudio de las dinámicas propias del periodismo digital.

La contextualización del Diario Metro y sus audiencias en el entorno digital cierra el marco teórico de la investigación, al situar el objetivo de estudio en un escenario caracterizado por la transformación del periodismo y la centralidad de las audiencias digitales. Esta base conceptual, no proporciona los elementos necesarios para el desarrollo del marco metodológico y el análisis del fenómeno investigativo.

CAPÍTULO II: METODOLOGÍA

2.1. Enfoque de la investigación

La presente investigación se desarrolló bajo un enfoque cualitativo, orientado a comprender la transformación del periodismo en Diario Metro Ecuador a partir del uso de herramientas tecnológicas y su relación con las dinámicas de interacción observables en entornos digitales.

El estudio se sustentó principalmente en la interpretación de la información obtenida mediante entrevistas semiestructuradas realizadas a periodistas de Diario Metro y el análisis de contenido de las publicaciones difundidas en Facebook e Instagram. Este enfoque permitió comprender las experiencias de las periodistas entrevistadas, así como identificar características presentes en los contenidos publicados por el medio.

Como apoyo al análisis, se incorporó una cuantificación descriptiva de los datos observados en las plataformas digitales, mediante el registro de frecuencias relacionadas con publicaciones, reacciones, comentarios y compartidos. Estos registros no tuvieron fines estadísticos ni de generalización, sino que sirvieron para organizar la información observada y facilitar la identificación de patrones de interacción durante el periodo analizado.

De acuerdo con Sampieri et al. (2014), el enfoque cualitativo permite comprender fenómenos sociales desde su contexto y significado. En esta investigación, la información cuantificada fue utilizada únicamente como recurso descriptivo complementario para fortalecer la interpretación de los resultados obtenidos.

2.2. Técnicas e instrumentos de investigación.

Para el desarrollo de la presente investigación se emplearon dos técnicas cualitativas, junto con sus respectivos instrumentos, seleccionados en coherencia con el enfoque del estudio y los objetivos planteados.

2.2.1. Entrevista semiestructurada.

La entrevista semiestructurada fue aplicada con el propósito de obtener información directa sobre la percepción de los actores vinculados al ejercicio periodístico en Diario Metro, respecto al desarrollo tecnológico y su influencia en la transformación del periodismo. Esta técnica permitió profundizar en experiencias y opiniones individuales, manteniendo flexibilidad en el diálogo. Sampieri et al. (2014) explica que este tipo de entrevistas combina preguntas previamente formuladas con la posibilidad de incorporar nuevas interrogantes durante el proceso, lo que favorece la obtención de información amplia y contextualizada.

El instrumento utilizado para la aplicación de esta técnica fue una guía de entrevista semiestructurada, elaborado específicamente para la investigación, la cual incluyó preguntas abiertas relacionadas con el uso de herramientas tecnológicas, los cambios en las rutinas periodísticas y la producción de contenidos digitales. Este tipo de instrumentos

permite orientar la conversación y garantizar la coherencia temática durante la recolección de datos (Sampieri et al., 2014).

2.2.2. Observación no participante estructurada de contenido digital.

La observación no participante estructurada de contenido digital fue utilizada para analizar las publicaciones difundidas por Diario Metro Ecuador en sus plataformas oficiales de Facebook e Instagram. Esta técnica permitió examinar de manera sistemática las características de los contenidos publicados, los formatos utilizados, la presencia de recursos digitales y las dinámicas de interacción observables en ambas redes sociales.

De acuerdo con Sampieri et al. (2014). La observación constituye una técnica que permite registrar fenómenos de manera sistemática a partir de criterios previamente definidos. En la presente investigación, la observación se realizó sin intervención del investigador sobre el entorno observado, concentrándose exclusivamente en los contenidos públicos difundidos por el medio de comunicación durante el periodo de análisis.

El instrumento utilizado fue una guía de observación estructurada, diseñada para registrar aspectos relacionados con las características de las publicaciones, formatos empleados, recursos multimedia, temáticas abordadas, niveles de participación de los usuarios e interacción observables del medio en Facebook e Instagram.

La aplicación de esta técnica permitió complementar la información obtenida mediante las entrevistas semiestructuradas, favoreciendo la triangulación de los resultados y el análisis de la transformación digital de Diario Metro en sus plataformas digitales.

2.3. Preguntas de investigación.

1- ¿Qué herramientas tecnológicas y plataformas digitales utiliza Diario Metro en la producción y difusión de contenidos periodísticos?

2- ¿Cómo interactúa Diario Metro con sus audiencias a través de sus plataformas digitales?

3- ¿Qué dinámicas de interacción y participación se observaron entre Diario Metro y sus audiencias en las plataformas digitales?

2.4. Matriz de operacionalización de variables.

Tabla 1.

Matriz de operacionalización de variables de Diario Metro Ecuador.

Objetivos.	**Instrumento.**	**Variable.**
Objetivo General: Analizar la transformación de Diario Metro, a partir del uso de herramientas tecnológica y su relación con las dinámicas de acceso e interacción de las audiencias en entornos digitales.	Entrevista semiestructurada.	Transformación digital de Diario Metro.

1 - Objetivo Especifico: Identificar las herramientas tecnológicas y plataformas digitales utilizadas por Diario Metro en su proceso de transformación periodística.	Guía de Entrevista semiestructurada.	Transformación digital de Diario Metro.
2 - Objetivo Especifico: Describir como Diario Metro interactúa con sus audiencias a través de sus plataformas digitales.	Guía de Observación.	Relación con las audiencias.
3 - Objetivo Especifico: Analizar las dinámicas de interacción y participación observables en las plataformas digitales de Diario Metro.	Guía de Entrevista semiestructurada. Guía de Observación.	Relación con las audiencias.

Instrumento de investigación: Guía de entrevista semiestructurada.

Variable.	**Dimensión.**	**Indicadores.**	**Ítems.**	**Técnica.**
Transformación digital de Diario Metro.	Plataformas digitales.	Presencia activa de Diario metro en plataformas digitales. **Página web.** **Redes Sociales.**		Entrevista semiestructurada.
	Uso de herramientas tecnológicas.	Incorporación y utilización de herramientas digitales en los procesos periodísticos.		
	Formatos periodísticos digitales.	Uso de formatos periodísticos digitales.		

	Convergencia periodística.	Integración del contenido periodístico en diferentes plataformas digitales.		
Variable.	**Dimensión.**	**Indicadores.**		**Técnica.**
Relación con las audiencias.	Acceso al contenido.	Disponibilidad clara y permanente del contenido informativo de Diario Metro en entornos digitales accesibles para las audiencias.		Observación no participante estructurada de contenido digital. Entrevista semiestructurada.
	Interacción	Espacios virtuales para retroalimentación que permita la interacción comunicacional de las audiencias con el medio.		
	Participación e interacción digital.	Manifestaciones observables de interacción y participación de los usuarios en Facebook e Instagram.		

	Credibilidad periodística.	Percepción de credibilidad desde la perspectiva de las periodistas entrevistadas.		

Fuente: Elaboración propia.

2.5 Participantes y Muestra.

La presente investigación consideró dos factores principales de información. Por una parte, participaron tres periodistas de Diario Metro Ecuador, seleccionadas como informantes clave para la aplicación de entrevistas semiestructuradas. Por otra parte, se analizó un Corpus de las publicaciones difundidas en las plataformas digitales Facebook e Instagram de Diario Metro, las cuales constituyeron las unidades de análisis de la observación realizada.

En relación con la técnica de entrevista semiestructurada, los participantes fueron tres profesionales del ámbito periodístico pertenecientes al Diario Metro, seleccionados mediante un muestreo intencional. Cabe señalar que el universo de referencia estuvo conformando por aproximadamente 20 periodistas distribuidos en las tres principales operaciones del medio en Ecuador: Quito, Guayaquil y Cuenca.

Sampieri et al. (2014) señala que, en la investigación cualitativa, los participantes se eligen por su relación directa con el fenómeno estudiado y por el conocimiento que poseen sobre este. En este sentido, la elección de los tres informantes respondió a la necesidad de recopilar información significativa y diversa sobre la transformación del periodismo en el entorno digital.

La selección de los participantes se realizó considerando los siguientes criterios:

Representación geográfica: se incluyeron periodistas de las tres ciudades donde opera Diario Metro, (Quito, Guayaquil y Cuenca), lo que permitió recoger diferentes perspectivas en función de los contextos locales de producción informativa. **Experiencia profesional:** los participantes contaron con trayectoria en el ejercicio periodístico, lo que garantizó conocimiento sobre los cambios en las rutinas informativas. **Vinculación con entornos digitales:** los periodistas seleccionados participaron activamente en la producción y difusión de contenidos mediante herramientas tecnológicas, lo que permitió obtener información directa sobre la adaptación del medio al entorno digital.

La selección de las tres periodistas respondió a un criterio de representatividad geográfica y pertinencia temática, considerando que pertenecen a las principales sedes operativas de Diario Metro en Ecuador: Quito, Guayaquil y Cuenca, Su experiencia

profesional y participación directa en los procesos de producción y difusión de contenidos digitales permitió obtener perspectivas informadas sobre el fenómeno estudiado. En concordancia con el enfoque cualitativo, el interés de la investigación no estuvo orientado a la cantidad de participantes, sino a la profundidad y relevancia de la información aportada por las informantes clave.

En relación con la técnica de observación directa, los participantes estuvieron constituidos por los contenidos digitales publicados por el Diario Metro, en sus redes sociales con mayor número de seguidores Facebook e Instagram, los cuales se consideraron unidades de análisis para examinar el comportamiento del medio en el contexto tecnológico.

La elección de los participantes no tuvo fines de generalización estadísticas, más bien de profundidad analítica, criterio que permitió comprender desde a dentro los procesos de transformación periodísticas que experimento el Diario Metro frente al avance tecnológico.

La muestra de la presente investigación no fue probabilística, porque no se aplicaron procedimientos aleatorios para la selección de los participantes, tampoco se buscó representatividad estadística. La investigación se orientó a la comprensión profunda de un fenómeno especifico dentro de un contexto delimitado, propio del enfoque cualitativo.

La muestra fue de tipo no probabilístico e intencional, seleccionada a partir de criterios previamente definidos relacionados con la vinculación directa de los participantes con el fenómeno estudiado. De acuerdo con Sampieri et al. (2014), el muestreo no probabilístico es común en investigaciones cualitativas, debido a que prioriza la pertinencia, accesibilidad y relevancia del caso seleccionado.

La muestra correspondiente a la observación estuvo conformada por un corpus de 100 publicaciones digitales difundidas por Diario Metro Ecuador en sus plataformas oficiales de Facebook e Instagram durante el periodo comprendido entre el 11 y el 20 de junio de 2026. El corpus estuvo integrado por 50 publicaciones en Facebook y 50 publicaciones en Instagram, seleccionadas mediante un muestreo intencional a razón de cinco publicaciones diarias por cada plataforma durante diez días consecutivos.

La selección respondió a criterios de actualización constante, diversidad temática y relevancia informativa, procurando incluir publicaciones representativas de la actividad digital desarrollada por el medio durante el periodo analizado. Esta muestra permitió examinar las características de los contenidos, las dinámicas de interacción observables y las formas de participación registradas en ambas plataformas digitales.

La relación de este periodo se justificó en función de dos criterios fundamentales:

1. Criterio de volumen de información: Durante la semana seleccionadas el medio mantuvo una frecuencia constante de publicaciones en sus plataformas digitales, lo que permitió recopilar volumen suficiente de contenido para el análisis. Este volumen fue

considerado adecuado para identificar patrones en el uso de herramientas tecnológicas, formatos periodísticos y dinámicas de interacción con las audiencias.

2. Criterio de relevancia temporal del contenido: El periodo elegido coincidió con la primera semana de actividad del Mundial de Fútbol de la FIFA 2026, que se desarrolló en Canadá, Estados Unidos y México, evento de alta relevancia mediática que generó un incremento en la producción informativa relacionada con el ámbito deportivo. En dicha semana, el Diario Metro difundió contenido vinculado a la participación de las selecciones de fútbol de las seis confederaciones continentales, del debut de Ecuador, expectativas del torneo y diversidad de información en todos los ámbitos.

La selección de esta semana respondió a un contexto informativo estratégico, caracterizado por un mayor dinamismo en la producción de contenidos, lo que favoreció el análisis del fenómeno estudiado.

La muestra estuvo conformada por personal periodístico de Diario Metro, elegido por su participación activa en los procesos de producción y difusión de contenidos informáticos y por su experiencia en el uso de herramientas tecnológicas aplicadas al ejercicio periodístico. Estos participantes fueron considerados informantes clave, ya que aportaron información significativa para comprender los cambios y transformaciones derivados del desarrollo tecnológico.

La selección del muestreo respondió el criterio de profundidad analítica y no a la cantidad de participantes, dado que el interés del estudio se centró en analizar el fenómeno desde la experiencia directa de quienes transformaron parte del contexto investigativo (Sampieri et al., 2014).

2.6. Procedimiento

El procedimiento de la investigación se desarrolló de manera organizada a través de diversas etapas, las cuales permitieron la recolección y análisis sistemático de la información necesaria para el cumplimiento de los objetivos del estudio.

2.6.1. Primera etapa: Contacto institucional y planificación.

En esta primera etapa, se realizó el contacto inicial con Diario Metro a través de correo electrónico, con el objetivo de presentar el propósito de la investigación y solicitar la colaboración del personal periodístico. Este primer acercamiento permitió coordinar la participación de los profesionales y definir los aspectos logístico para la aplicación de las técnicas de investigación.

2.6.2. Segunda etapa: Aplicación de la entrevista semiestructurada.

Se procedió a la aplicación de la técnica de entrevista semiestructurada, la cual fue desarrollada de manera virtual, considerando las condiciones de disponibilidad y accesibilidad de los participantes. Para ello, se utilizó la guía de entrevista semiestructurada, previamente elaborada, la cual permitió orientar el dialogo hacia temas relacionados con el desarrollo tecnológico, los cambios en las rutinas periodísticas y la transformación de los formatos informativos.

2.6.3. Tercera etapa: Observación directa de plataformas digitales.

Posteriormente, se desarrolló la observación directa como técnica complementaria, mediante el uso de la guía de observación directa. En esta etapa, se observaron de manera sistemática las redes sociales oficiales de Diario Metro (Facebook e Instagram), espacios digitales vinculados a la difusión de contenidos informativos. La observación se centró en aspectos previamente definidos, tales como el uso de herramientas tecnológicas, los formatos periodísticos digitales, la incorporación de recursos multimedia y la dinámica de interacción con las audiencias.

2.6.4. Cuarta etapa: Organización y análisis de la información.

En esta etapa, la información obtenida mediante las entrevistas semiestructuradas fue transcripta y organizada para su posterior análisis. La respuesta de las periodistas entrevistadas fue revisadas y agrupadas en categorías temáticas previamente definidas de acuerdo con los objetivos de investigación, tales como adaptación a entornos digitales, herramientas tecnológicas utilizadas, plataformas digitales empleadas, transformación tecnológica del medio, interacción con las audiencias, participación de usuarios y credibilidad de la información.

Posteriormente, se realizó un proceso de comparación entre las respuestas de las entrevistas con la finalidad de identificar coincidencias, diferencias y aportes relevantes relacionados con la transformación digital de Diario Metro.

Por otra parte, la información obtenida mediante la guía de observación fue organizada en matrices de registro que permitieron clasificar las publicaciones de Facebook e Instagram según categorías previamente establecida, entre ellas: tipos de contenido, formato utilizado, temáticas predominantes, actores presentes, numero de reacciones, comentarios, compartidos y niveles de interacción observables.

Para facilitar la interpretación de los datos observados, se empleó una cuantificación descriptiva de frecuencias y rangos. Los niveles de interacción fueron clasificados en categorías previamente definidas para ordenar la información y representar gráficamente los resultados obtenidos. Esta cuantificación tuvo un propósito exclusivamente descriptivo y no inferencial.

Finalmente, la información procedente de las entrevistas y de la observación fue contrastara mediante un proceso de triangulación, con el propósito de comparar los testimonios de las periodistas con la evidencia observada en las plataformas digitales, fortaleciendo la interpretación de los resultados y la respuesta a las preguntas de investigación planteadas.

Con el propósito de organizar e interpretar los niveles de interacción registrados en las publicaciones observadas, se establecieron rango descriptivo para las variables relacionadas con reacciones, comentarios y compartidos. Los registros fueron agrupados en los intervalos de 0 a 9, 11 a 20, 21 a 50 y 21 o más interacciones, con el fin de facilitar la sistematización y representación gráfica de la información. Asimismo, los niveles de participación observados fueron clasificados en categorías baja, media y alta, utilizadas

exclusivamente como criterios descriptivos para interpretar los resultados obtenidos durante el periodo de observación. Estas categorías no tuvieron fines estadísticos ni inferenciales, sino que permitieron identificar tendencias generales de interacción en las publicaciones analizadas.

Para el análisis de la participación es interacción observable de las audiencias, las publicaciones fueron clasificadas mediante una escala ordinal codificada como 1 = baja interacción, 2 = interacción media y 3 = alta interacción. La asignación de cada nivel se realizó considerando conjuntamente la cantidad de reacciones, comentarios y compartidos registrados en cada publicación, permitiendo organizar la información y facilitar su representación gráfica. Esta categorización tuvo fines exclusivamente descriptivos y fue utilizada para identificar tendencias generales de participación durante el periodo de observación.

CAPÍTULO III: RESULTADOS Y DISCUSIÓN

3.1. Resultados de la guía de observación aplicada a las redes sociales de Diario Metro Ecuador. (Facebook e Instagram).

La guía de observación fue aplicada a las plataformas digitales Facebook e Instagram de Diario Metro Ecuador durante diez días consecutivos, comprendidos entre el 11 y el 20 de junio de 2026. La selección de estas redes sociales se realizó debido a que constituyen las cuentas oficiales con mayor número de seguidores y actividad dentro del ecosistema digital del medio de comunicación. A través de este instrumento se analizaron aspectos relacionados con la producción de contenidos, el uso de recursos tecnológicos, la participación de las audiencias y las dinámicas de interacción presentes en ambas plataformas.

3.1.1 Nota auto referenciada en Facebook.

Figura 1.

Nota auto referenciada en Facebook de Diario Metro Ecuador.



Fuente: Elaboración propia (2026).

Este resultado permite identificar que Diario Metro concentra su actividad informativa principalmente en acontecimientos externos y de interés público, en lugar de dedicar espacios significativos a contenidos relacionados con la propia organización o promoción institucional. La baja presencia de publicaciones auto referenciadas refleja una orientación editorial enfocada en la difusión de información de actualidad paras sus audiencias digitales.

3.1.2 Referencias internas utilizadas en Facebook.

Figura 2.

Referencias internas utilizadas en Facebook de Diario Metro Ecuador.



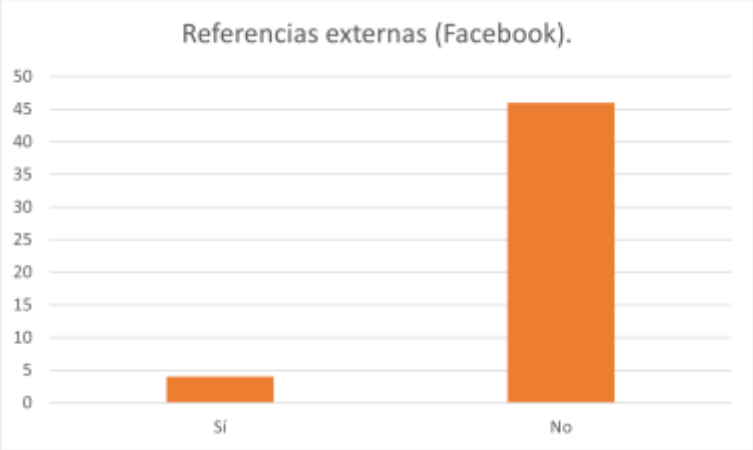
Fuente: Elaboración propia (2026).

Los resultados evidencian que, las referencias internas dirigidas hacia contenidos o espacios pertenecientes al propio medio tuvieron altísima representación. Este comportamiento permite identificar una estrategia digital orientada principalmente a dirigir el tráfico hacia los espacios de contenido propio de Diario Metro. A través de esta práctica, el medio prioriza la circulación interna de información dentro del su ecosistema digital, favoreciendo la permanencia de las audiencias en sus plataformas y fortaleciendo la visibilidad de sus propios contenidos periodísticos.

3.1.3 Referencias externas utilizadas en Facebook.

Figura 3.

Referencias externas utilizadas en Facebook de Diario Metro Ecuador.



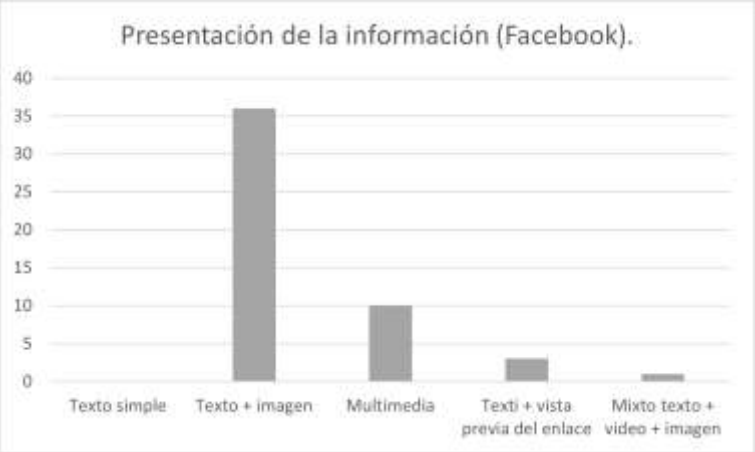
Fuente: Elaboración propia (2026).

Estos datos evidencias un uso limitado de enlaces o direccionamientos hacia fuentes ajenas al medio de comunicación durante el periodo de observación. En consecuencia, se observa una mayor orientación hacia la difusión de contenidos propios, priorizando la circulación de información dentro del ecosistema digital de Diario Metro Ecuador y reduciendo la presencia de enlaces externos en sus poblaciones de Facebook.

3.1.4 Presentación de la información en Facebook.

Figura 4.

Presentación de la información en Facebook.



Fuente: Elaboración propia (2026).

Los resultados permiten observar una preferencia por formatos visuales de fácil consumo y rápida comprensión. La combinación de texto e imagen constituye el recurso predominante para la difusión de información, lo que evidencia una adaptación de los contenidos a las características propias del consumo digital en redes sociales.

3.1.5 Tipo de contenido publicado en Facebook (Pieza periodística).

Figura 5.

Tipo de contenido publicado en Facebook de Diario Metro Ecuador (Pieza periodística).



Fuente: Elaboración propia (2026).

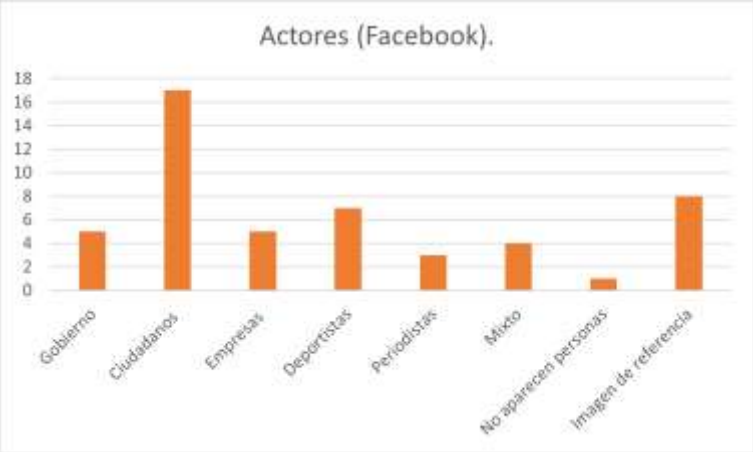
Los datos reflejan un predominio informativo centrado en la noticia como principal formato periodísticos. Esto demuestra que la plataforma es utilizada principalmente para la difusión inmediata de acontecimientos de interés público como fue el mundial de la FIFA 2026, complementándose con reportajes y contenidos breves orientados a la difusión

de información en entornos digitales caracterizados por la actualización constante de contenidos.

3.1.6 Actores presentes en las publicaciones de Facebook.

Figura 6.

Actores presentes en las publicaciones de Facebook de Diario Metro.



Fuente: Elaboración propia (2026).

Estos resultados permiten observar que Diario Metro centra gran parte de sus contenidos en acontecimientos vinculados con la ciudadanía, otorgando protagonismo a actores sociales relacionados con hechos de interés público. La presencia de deportistas y de imágenes de referencia evidencia la diversidad temática que caracteriza la producción informativa del medio dentro de Facebook. Este hallazgo muestra una orientación comunicacional enfocada principalmente en contenidos vinculados con acontecimientos sociales, ciudadanos y deportivos presentes en las publicaciones analizadas.

3.1.7 Temáticas predominantes en Facebook (Área).

Figura 7.

Área o temas presentes en las publicaciones de Facebook de Diario Metro.



Fuente: Elaboración propia (2026).

Estos resultados muestran una orientación editorial enfocada principalmente en asuntos sociales y deportivos, los cuales constituyeron las temáticas predominantes dentro de los contenidos publicados por Diario Metro durante el periodo analizado.

3.1.8 Número de Me Gusta en Facebook.

Figura 8.

Número de Me Gusta en Facebook de Diario Metro Ecuador.



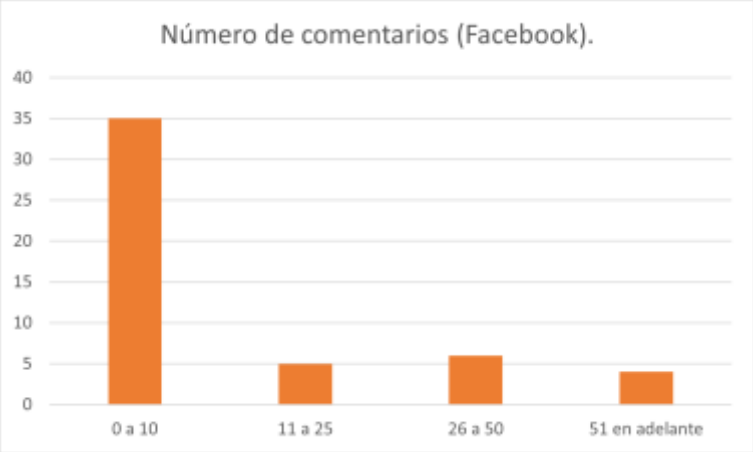
Fuente: Elaboración propia (2026).

Los datos evidencian una distribución desigual en los niveles de reacciones de las publicaciones observadas. Aunque una parte importante de los contenidos logró superar las 51 reacciones, también se identifica un número considerable de publicaciones que se mantuvieron en el rango de 0 a 10 Me Gusta. Este comportamiento permite observar diferencias en las respuestas obtenidas por los contenidos difundidos durante el periodo de observación, reflejando distintos niveles de recepción por parte de la audiencia en Facebook.

3.1.9 Número de comentarios en Facebook.

Figura 9.

Número de comentarios en Facebook de Diario Metro Ecuador.



Fuente: Elaboración propia (2026).

Los resultados muestran que la mayoría de las publicaciones generaron una cantidad reducida de comentarios durante el periodo analizado. No obstante, también se identificaron algunas publicaciones que alcanzaron niveles superiores de participación, evidenciando que determinados contenidos lograron generar una mayor respuesta por parte de los usuarios. La actividad de comentarios se concentró principalmente en el rango más bajo participación.

3.1.10 Número de compartidos en Facebook.

Figura 10.

Número de compartidos en Facebook de Diario Metro Ecuador.



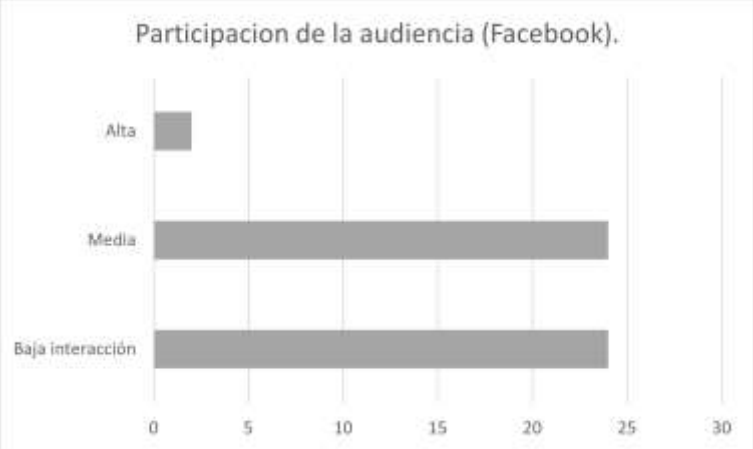
Fuente: Elaboración propia (2026).

Los datos permiten observar que la mayor parte de las publicaciones registró niveles reducidos de compartición durante el periodo de observación. Sin embargo, un número menor de contenidos lograron alcanzar rangos superiores de difusión entre los usuarios. Los resultados muestran que la distribución de compartidos se concentró principalmente en intervalos de 0 a 10 registros.

3.1.11 Participación de las audiencias en Facebook.

Figura 11.

Participación de las audiencias en Facebook de Diario Metro Ecuador.



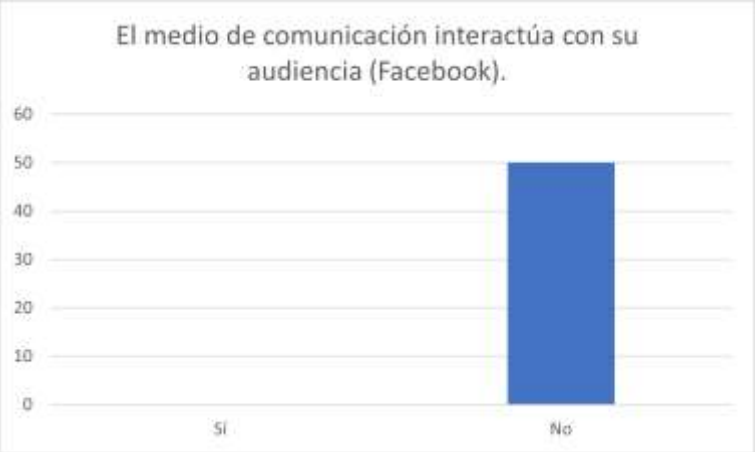
Fuente: Elaboración propia (2026).

Los resultados observados muestran la presencia de interacción mediante comentarios, reacciones y compartidos, predominando niveles moderados de participación durante el periodo analizado.

3.1.12 Interacción del medio con las audiencias en Facebook.

Figura 12.

Interacción del medio con las audiencias en Facebook de Diario Metro Ecuador.



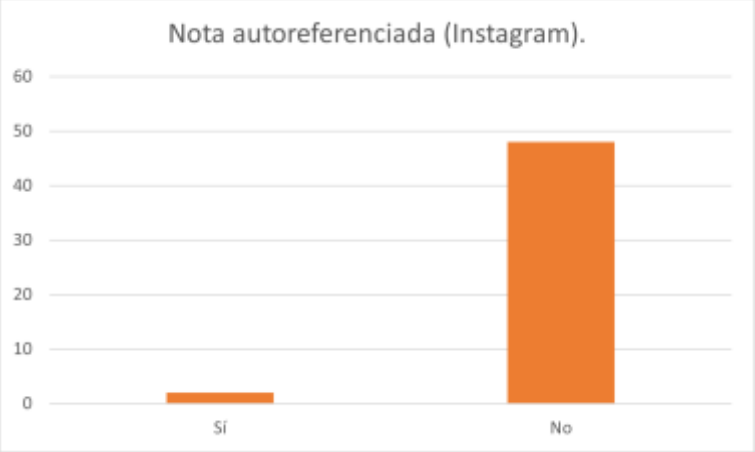
Fuente: Elaboración propia (2026).

Unos de los hallazgos más significativos fue que ninguna de las 50 publicaciones observadas evidenció respuestas directas de Diario Metro Ecuador a los comentarios o participaciones de los usuarios. Este resultado indica que, aunque existe presencia permanente de contenidos en Facebook, la interacción institucional directa con la audiencia no fue observada durante el periodo analizado.

3.1.13 Nota auto referenciada en Instagram.

Figura 13.

Nota auto referenciada en Instagram de Diario Metro Ecuador.



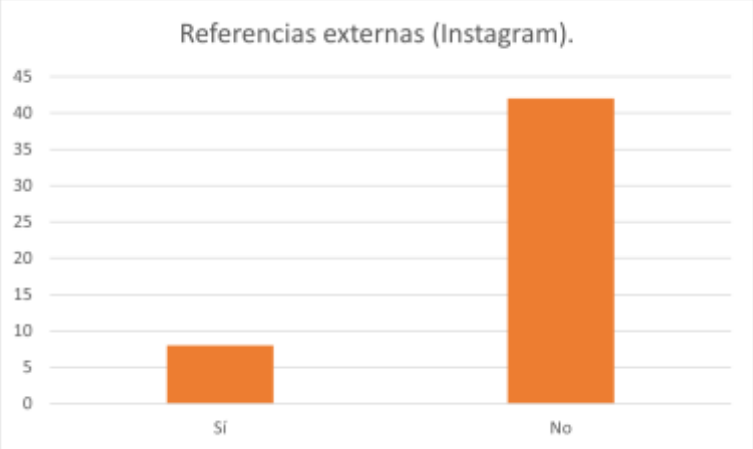
Fuente: Elaboración propia (2026).

Estos datos muestran que la mayor parte de los contenidos difundidos en Instagram se orientó hacia hechos, acontecimientos y temas de interés para la audiencia, muestras que la referencia directa al propio medio tuvo una presencia reducida durante el periodo de observación.

3.1.14 Referencias externas en Instagram.

Figura 14.

Referencias externas en Instagram de Diario Metro Ecuador.



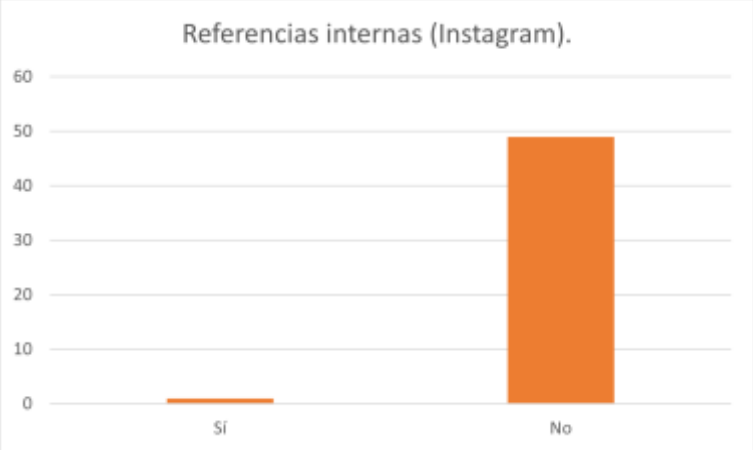
Fuente: Elaboración propia (2026).

Los resultados permiten observar que el uso de referencias externas fue limitado dentro de las publicaciones analizadas, predominando los contenidos que no incorporaron enlaces o direccionamientos hacia plataformas ajenas del medio de comunicación.

3.1.15 Referencias internas en Instagram.

Figura 15.

Referencias internas en Instagram de Diario Metro Ecuador.



Fuente: Elaboración propia (2026).

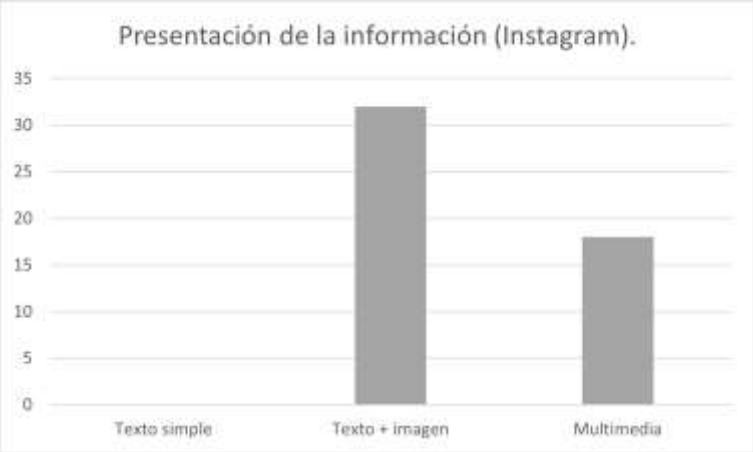
Los datos evidencian una escasa utilización de referencias internas dentro de las publicaciones observadas en Instagram, concentrándose la mayoría de los contenidos en

poblaciones independientes sin direccionamiento interno notable hacia otros espacios informativos del medio.

3.1.16 Presentación de la información en Instagram.

Figura 16.

Presentación de la información en Instagram de Diario Metro Ecuador.



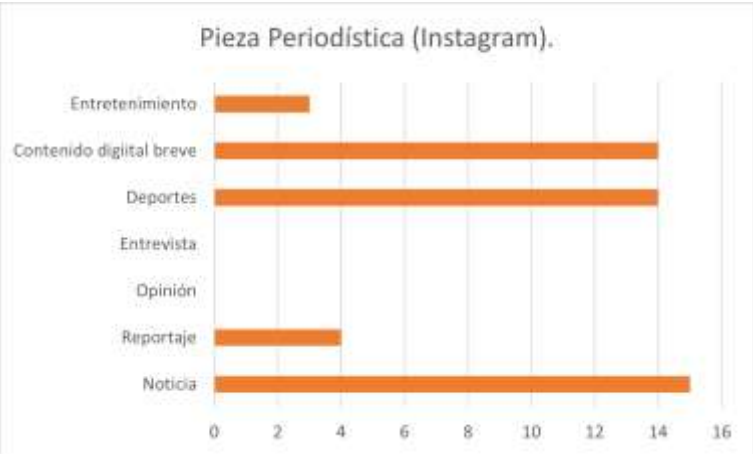
Fuente: Elaboración propia (2026).

Respecto al formato utilizado para la representación de la información, los resultados permiten observar que la combinación de texto-imagen fue el recurso predominante durante el periodo de observación. También se evidenció una presencia importante de contenido multimedia, reflejando la diversidad de formatos utilizados por Diario Metro en esta plataforma.

3.1.17 Tipo de contenido publicado en Instagram (Pieza periodística).

Figura 17.

Presentación de la información en Instagram de Diario Metro Ecuador.



Fuente: Elaboración propia (2026).

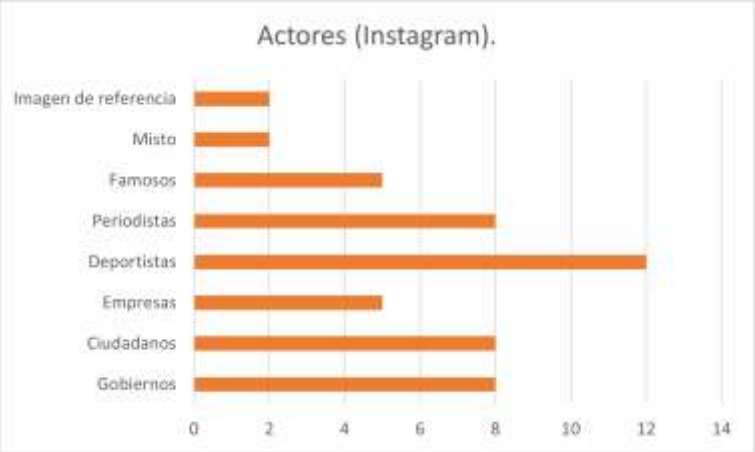
En cuanto a las piezas periodísticas difundidas en Instagram, los resultados muestran una distribución relativamente equilibrada entre noticias, contenidos deportivos y

formatos digitales breves. En menos proporción se identificaron reportajes y contenidos de entretenimientos dentro de las publicaciones observadas.

3.1.18 Actores presentes en las publicaciones de Instagram.

Figura 18.

Actores presentes en las publicaciones de Instagram de Diario Metro Ecuador.



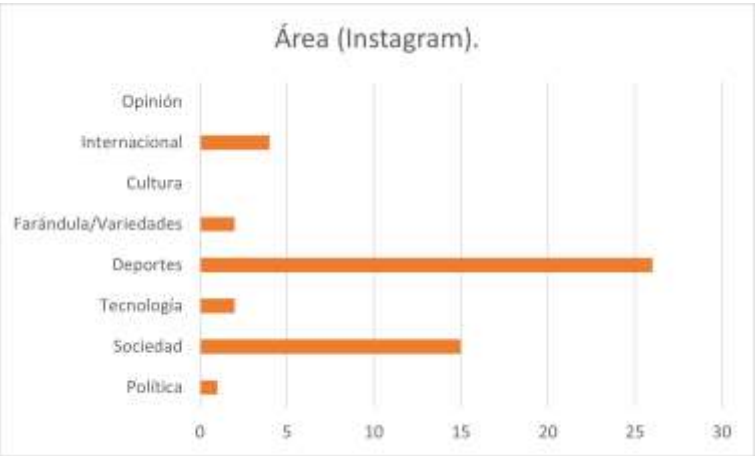
Fuente: Elaboración propia (2026).

Los resultados indican que los deportistas fueron los actores con más presencia en las publicaciones observadas. Los datos muestran una mayor presencia de actores vinculados al ámbito deportivo, aunque también de evidencia participación de actores institucionales, ciudadanos y figuras relacionados con la actividad periodísticas.

3.1.19 Área temática de las publicaciones en Instagram.

Figura 19.

Área temática de las publicaciones de Instagram de Diario Metro Ecuador.



Fuente: Elaboración propia (2026).

Los resultados obtenidos muestran que el área temática predominante fue deportes. Los datos reflejan una marcada presencia de contenidos deportivos dentro de las publicaciones observadas, seguido por temas sociales y en menos proporción, contenidos internacionales, tecnológicos, políticos y de entretenimiento.

3.1.20 Número de Me Gusta en Instagram.

Figura 20.

Número de Me Gusta en Instagram de Diario Metro Ecuador.



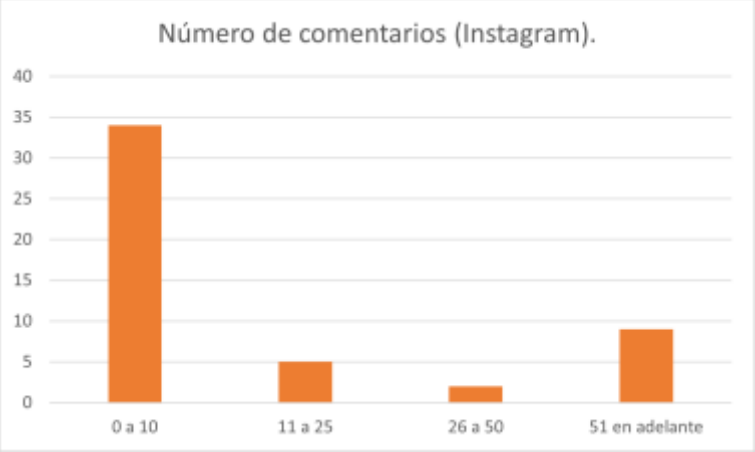
Fuente: Elaboración propia (2026).

Los datos permiten observar que una parte importante de las publicaciones registró niveles elevados de reacciones en Instagram. Sin embrago, también se identificaron contenidos con menor cantidad de respuestas, evidenciando diferentes niveles de recepción entre las publicaciones analizadas.

3.1.21 Número de comentarios en Instagram.

Figura 21.

Número de comentarios en Instagram de Diario Metro Ecuador.



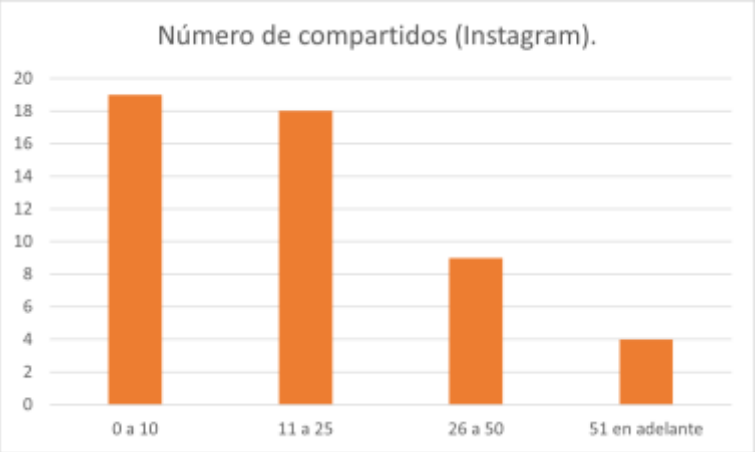
Fuente: Elaboración propia (2026).

En relación con los comentarios generados por las audiencias, los resultados muestran que la mayoría de las publicaciones concentró sus comentarios en el intervalo más bajo. Sin embargo, algunas publicaciones alcanzaron niveles superiores de participación, reflejando una respuesta más activa de los usuarios en determinados contenidos.

3.1.22 Número de compartidos en Instagram.

Figura 22.

Número de compartidos en Instagram de Diario Metro Ecuador.



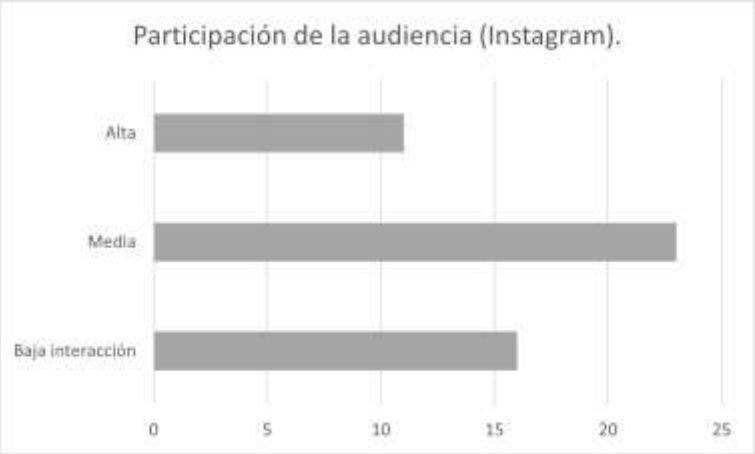
Fuente: Elaboración propia (2026).

Respecto al número de compartidos, los resultados evidencian una distribución más equilibrada en comparación con otros indicadores de interacción, observándose presencia de publicaciones en todos los rangos establecidos para el análisis.

3.1.23 Participación de las audiencias en Instagram.

Figura 23.

Participación de las audiencias en Instagram de Diario Metro Ecuador.



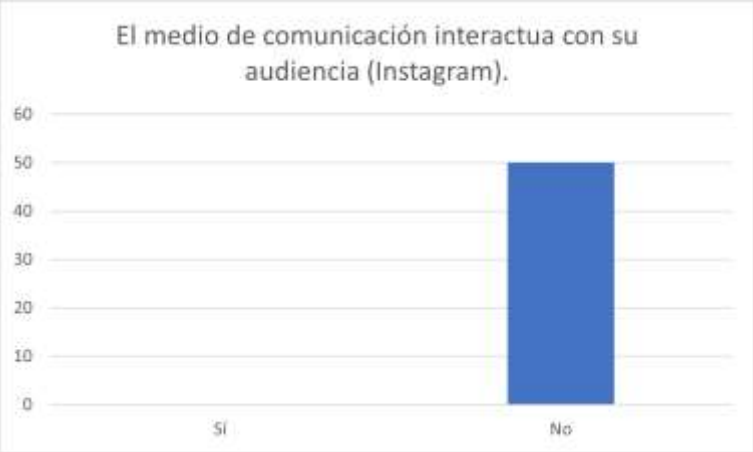
Fuente: Elaboración propia (2026).

Los datos permiten observar que la participación de la audiencia se concentró principalmente en niveles medios de interacción. También se identificó un número significativo de publicaciones con participación alta y baja durante el periodo de observación.

3.1.24 Interacción del medio con la audiencia en Instagram.

Figura 24.

Interacción del medio con las audiencias en Instagram de Diario Metro Ecuador.



Fuente: Elaboración propia (2026).

Los datos recogidos muestran que durante el periodo analizado no se observaron respuestas directas, comentarios institucionales o interacciones visibles de Diario Metro hacia los usuarios dentro de Instagram. Este comportamiento de mantuvo constante en todas las publicaciones revisas.

3.2. Resultados de la entrevista semiestructurada.

Para conocer la percepción de los profesionales que laboran en Diario Metro respecto al desarrollo tecnológico y la transformación del periodismo, se aplicaron tres entrevistas semiestructuradas a periodistas que desempeñan sus funciones en las ciudades de Quito, Guayaquil y Cuenca. Los resultados fueron organizados en categorías de análisis derivadas de los objetivos y preguntas de investigas.

Tabla 2.

Matriz de análisis de entrevistas semiestructuradas.

Categoría de análisis.	**MSc. Andrea Martínez. Periodista (Quito).**	**MSc. Eva Acosta. Periodista (Guayaquil).**	**Licda. Adela Araujo. Periodista (Cuenca).**
Adaptación a entornos digitales.	Diario Metro Ecuador inició como un diario impreso gratuito y posteriormente incorporo página web y redes sociales como parte de su evolución digital.	Considera que Diario Metro siempre ha sido un medio innovador. Señal que la transformación digital se fortaleció entre 2013 y 2014, cuando se impulsó la página web y los contenidos digitales.	Indica que el diario tenía como fortaleza el formato impreso, pero después de la pandemia se incorporaron nuevas estrategias para obtener y difundir información mediante herramientas digitales.

Herramientas tecnológicas utilizadas.	Utiliza una herramienta propia de inteligencia artificial desarrollada por Metro Ecuador para apoyar la redacción, generación de publicaciones digitales y búsqueda de temas.	Utiliza redes sociales, WhatsApp, correo electrónico, bases de datos digitales e inteligencia artificial para apoyar la segmentación de audiencias.	Utiliza WhatsApp, teléfono móvil, ChatGPT y Gemini como apoyo para revisar y perfeccionar textos. Continúa utilizando libretas de apuntes y registro manual de información.
Plataformas digitales empleadas.	Página web, Facebook, Instagram, TikTok, YouTube, X, Threads y LinkedIn.	Página web Metro Ecuador y redes sociales asociadas a Meta para la difusión de contenidos.	Facebook, Instagram, TikTok y portal web Metro Ecuador.
Aplicación de tecnología en la producción informativa.	La inteligencia artificial permite identificar temas, generar contenidos y adaptar información según cada plataforma digital.	Las herramientas digitales permiten investigar, contactar fuentes, acceder a información y conocer el comportamiento de las audiencias.	Utiliza herramientas digitales para apoyo en redacción y búsqueda de información, aunque destaca la importancia de la investigación periodística tradicional.
Transformación tecnológica del medio.	Señala que dese hace aproximadamente dos años se intensifico el uso de la inteligencia artificial y otras herramientas digitales dentro del medio.	Afirma que desde 2014 se fortaleció el uso de herramientas digitales y posteriormente se incorporaron dinámicas como teletrabajo y la producción digital permanente.	Considera que la pandemia marco el principal cambio tecnológico dentro del periodismo y aceleró la adopción de herramientas digitales.
Interacción con audiencias.	La interacción se realiza mediante	Indica que la interacción se basa	Considera que la interacción se

	comentarios, mensajes directos, reacciones y métricas generadas por las plataformas digitales.	en conocer a las audiencias y comprender los intereses informativos de cada ciudad y comunidad.	produce mediante publicaciones, videos, reels y mensajes que reciben de los usuarios a través de las plataformas digitales.
Participación de usuarios.	La participación se observa a través de comentarios, likes, compartidos, mensajes y herramientas interacción propias de cada plataforma.	Menciona que la audiencia participa mediante comentarios, opiniones, sugerencias y aportes que influyen en la agenda informativa.	Señala que los usuarios participan mediante comentarios, consultas y solicitudes de información relacionada con los contenidos publicados.
Consumo de contenidos digitales.	Indica que cada plataforma posee públicos diferentes y que la audiencia principal se encuentra en los 15 y 45 años.	Explica que el consumo se analiza mediante métricas, datos de tráfico y herramientas digitales que muestran los temas de mayor interés para los usuarios.	Considera que le consumo varía según la época del año, los acontecimientos de actualidad y las necesidades de diferentes grupos de audiencias.
Credibilidad de la información.	La credibilidad se sustenta en el carácter apolítico del medio, la neutralidad y la presentación de los hechos sin generar opinión institucional-.	Afirma que la credibilidad se basa en la verificación de los datos, la comprobación de fuentes y el contraste de versiones antes de publicar la información.	Considera que la credibilidad se mantiene gracias a la verificación rigurosa de la información antes de su publicación y a la confianza construida con los lectores.

Influencia de los contenidos informativos.	Considera que la información proporciona elementos para que las audiencias construyan sus propias opiniones y generen conversaciones.	Señala que los contenidos pueden generar conciencia social y aportar información útil para la ciudadanía.	Considera que las publicaciones influyen en las opiniones del público al brindar información confiable y verificada sobre los hechos de actualidad.

Fuente: Elaboración propia.

3.2.1 Adaptación a entornos digitales.

Los resultados obtenidos evidencian que las tres periodistas entrevistadas coinciden en que Diario Metro ha experimentado un importante proceso de adaptación hacia entornos digitales. La MSc. Andrea Martínez, periodista y editora de Diario Metro Quito señala que la evolución inicio con la incorporación progresiva de la página web y posteriormente de las redes sociales, permitiendo al medio responder a nuevas formas de consumo informativo. En este sentido, Andrea Martínez señaló que Diario Metro "ingresó en el mundo de las páginas web en primer lugar y luego con el tema de redes sociales", como parte de su proceso de evolución digital (Entrevistada 2, comunicación personal, 2026).

Por su parte la MSc. Eva Acosta manifiesta que la transformación digital se consolidó entre 2013 y 2014 mediante el fortalecimiento de la plataforma web y la producción de contenidos digitales. De igual manera, la Lcda. Adela Araujo considera que la pandemia aceleró significativamente la adopción de herramientas tecnológicas, obligando tanto a periodistas como a medios de comunicación a desarrollar nuevas estrategias de trabajo y obtención de información.

En este contexto, Adela Araujo manifestó que "la transformación ha sido muy significativa porque obviamente nos hemos adaptado a lo que se necesita mundialmente", refiriéndose a los cambios tecnológicos implementados por medio después de la pandemia (Entrevistada 3, comunicación personal, 2026).

Las respuestas en conjunto permiten identificar que la transformación digital de Diario Metro Ecuador ha sido concebida como un proceso gradual de adaptación tecnológica, motivado por los cambios en los hábitos de consumo informativo y por la necesidad de responder a las dinámicas propias del entorno digital.

3.2.2 Herramientas tecnológicas utilizadas.

Las entrevistas manifestaron que las herramientas tecnológicas forman parte de las actividades cotidianas dentro del ejercicio periodístico. Andrea Martínez destaca la utilización de una plataforma propia basada en inteligencia artificial desarrollada por

Metro Ecuador, la cual facilita la redacción de contenidos, la generación de publicaciones digitales y la identificación de temas de interés.

Al respecto, la entrevistada manifestó que “actualmente nosotros tenemos un sistema integrado de IA” que permite optimizar tiempo en la elaboración de contenidos periodísticos (Entrevistada 2, comunicación personal, 2026).

Eva Acosta menciona el uso permanente de redes sociales, correo electrónico, WhatsApp, base de datos digitales e inteligencia artificial para analizar comportamientos de una audiencia y apoyar procesos de producción informativa. Por su parte, Adela Araujo indica que emplea herramientas como ChatGPT y Gemini para perfeccionar aspectos de redacción, sin reemplazar el trabajo periodísticos desarrollado directamente por el profesional.

Los resultados permiten evidenciar que las herramientas tecnológicas son utilizadas principalmente como recursos de apoyo para la investigación, producción y optimización de contenidos periodísticos.

3.2.3 Plataformas digitales empleadas.

Las respuestas obtenidas muestran que Diario Metro mantiene presencia en diversas plataformas digitales. La periodista que Metro Quito Andrea Martínez menciona la utilización de la página web institucional, Facebook, Instagram, TikTok, YouTube, X, Threads y LinkedIn. DE manera similar, la periodista de Metro Guayaquil Eva Acosta identifica como principales espacios de difusión la página web y las redes sociales vinculadas al ecosistema Meta. Adela Araujo periodista de Metro Cuenca también reconoce la importancia de Facebook, Instagram, TikTok, X y la plataforma web institucional para la distribución de contenidos.

Andrea Martínez explicó que el medio mantiene presencia en múltiples plataformas digitales: “tenemos nuestro canal de YouTube, X, Facebook, Threads y LinKedIn” (Entrevistada 2, comunicación personal, 2026).

Los resultados evidencian la existencia de una estrategia de difusión multiplataforma que permite ampliar el alcance de los contenidos informativos a distintos segmentos de audiencia.

3.2.4 Transformación tecnológica del medio.

Las entrevistadas coinciden en que la incorporación de nuevas tecnologías ha modificado las rutinas de producción periodísticas dentro de Diario Metro. Andrea Martínez señala que durante los últimos años se ha fortalecido el uso de inteligencia artificial y procesos automatizados.

Sobre este proceso, Andrea Martínez indicó que, “hace unos dos años atrás se empezaba a comentar el tema de entornos digitales y la IA”, situación que impulsó al medio a incorporar nuevas herramientas tecnológicas en sus rutinas de trabajo (Entrevistada 2, comunicación personal, 2026).

Eva acosta resalta que el medio comenzó tempranamente su proceso de modernización tecnológica, integrando herramientas digitales incluso antes de la pandemia. Por su parte, Adela Araujo considera que la emergencia sanitaria aceleró de manera significativa la incorporación de nuevas tecnologías dentro de los medios de comunicación. Estas apreciaciones permiten identificar una evolución constante orientada hacia la optimización de los procesos periodísticos y la adaptación a las demandas del entorno digital.

En este sentido, Eva Acosta afirmó que Diario Metro inició su fortalecimiento digital “en el 2014, donde ya iniciamos a proveer o nutrir de más contenidos a nuestra página web”, consolidando posteriormente nuevas dinámicas de trabajo digital (Entrevistada 1, comunicación personal, 2026).

3.2.5 Interacción con las audiencias.

Respecto a la relación con los usuarios, las tres periodistas destacan la importancia de mantener espacios de contacto e intercambio con las audiencias. Andrea Martínez señala que la interacción se desarrolla mediante comentarios, mensajes directos y diferentes mecanismos de participación disponibles en las plataformas digitales. Eva Acosta sostiene que la interacción permite conocer los intereses y necesidades informativas de cada comunidad, mientras que Adela Araujo considera que los videos, reels y mensajes recibidos constituyen formas de retroalimentación entre el medio y sus públicos. Los resultados muestran que las plataformas digitales son percibidas como espacios de facilitan el intercambio informativo entre el medio y las audiencias.

Al respecto, Eva Acosta señaló que “es la audiencia la que te va a manifestando qué tipo de contenidos, qué tipo de temas, cuál es e interés”, destacando la importancia del contacto permanente con los usuarios para orientar la producción periodística (Entrevistada 1, comunicación personal, 2026).

3.2.6 Consumo de contenidos digitales.

En relación con el contenido informativo, las periodistas de Diario Metro entrevistadas coinciden en que las audiencias presentan comportamientos diferenciados según la plataforma utilizada y el tipo de contenido difundido.

Andrea Martines indica que el público principal de Diario Metro se encuentra entre los 15 y 45 años de Edad. Eva Acosta destaca la utilización de métricas digitales para identificar las preferencias de los usuarios, mientras que Adela Araujo señala que el consumo informativo suele variar de acuerdo con la coyuntura, la época del año y las necesidades específicas de cada audiencia. Los resultados reflejan la existencia de proceso permanentes de monitoreo y análisis el comportamiento de los usuarios dentro de los entornos digitales.

Como explicó Eva Acosta, “no hay nada más real que los datos”, razón por la cual el medio utiliza herramientas digitales para monitorear los contenidos más leídos y los temas de mayor interés para los usuarios (Entrevistada 1, comunicación personal, 2026).

3.2.7 Credibilidad e influencia de la información.

Las tres periodistas entrevistadas consideran que la credibilidad constituye uno de los principales valores de Diario Metro. Andrea Martínez vincula esta credibilidad con la neutralidad y el carácter apolítico del medio. Eva Acosta sostiene que la confianza se construye a partir de la verificación de la información y el contrate de fuentes, mientras que Adela Araujo destaca la importación de confirmar los datos antes de su publicación.

En relación con este aspecto, Adela Araujo manifestó que una de las fortalezas del medio consiste en “confirmar absolutamente todo”, lo que contribuye a mantener la confianza y credibilidad construida con los lectores (Entrevistada 3, comunicación personal, 2026).

Las entrevistadas coinciden en que los contenidos difundidos por Diario Metro Ecuador aportan información que permite a las audiencias construir criterios propios sobre los acontecimientos de actualidad. Desde sus perspectivas, el medio cumple una función informativa orientada a proporcionar información verificarle y útil para la ciudadanía.

3.3. Discusión de resultados.

La discusión de resultados tiene como propósito interpretar los hallazgos obtenidos mediante la guía de observación aplicada a las redes sociales Facebook e Instagram de Diario Metro, así como las entrevistas semiestructuradas realizadas a periodistas de las ciudades de Quito, Guayaquil y Cuenca. Para ello, los resultados son contrastados con los aportes teóricos y antecedentes de investigación abordados en el marco teórico, con el fin de responder las preguntas de investigación planteadas en el estudio y comprender como el desarrollo tecnológico ha influido en la transformación del periodismo digital dentro de Diario Metro Ecuador.

Tabla 3.

Relación entre preguntas de investigación y discusión de resultados.

Preguntas de investigación.	**Aspectos analizados.**	**Respuesta a pregunta.**
1) *¿Qué herramientas tecnológicas y plataformas digitales utiliza Diario Metro en la producción y difusión de contenidos periodísticos?*	Adaptación digital, herramientas tecnológicas, inteligencia artificial, plataformas digitales y procesos de producción informativa.	*Resuelta*.
2) *¿Cómo interactúa Diario Metro con sus audiencias a*	Participación de usuarios, interacción en redes	*Resuelta*.

través de sus plataformas digitales?	sociales, métricas digitales y relación medio-audiencia.	
3) *¿Qué dinámicas de interacción y participación se observaron entre Diario Metro y sus audiencias en las plataformas digitales?*	Credibilidad, verificación informativa, hábitos de consumo digital y preferencias de las audiencias.	*Resuelta.*

Fuentes: Elaboración propia.

3.3.1 Pregunta 1. ¿Qué herramientas tecnológicas y plataformas digitales utiliza Diario Metro en la producción y difusión de contenidos periodísticos?

Los resultados obtenidos mediante las entrevistas realizadas a las periodistas de Diario Metro permitieron identificar el uso de herramientas tecnológicas como inteligencia artificial, WhatsApp, correos electrónicos, base de datos digitales y otras aplicaciones empleadas en los procesos de producción informativa. Por otra parte, la observación de Facebook e Instagram permitió constatar la presencia activa del medio en diversas plataformas digitales y el uso de formatos adaptados a la difusión de contenidos en entornos digitales.

Este hallazgo permite interpretar que Diario Metro ha desarrollado una estrategia orientada a la integración tecnológica dentro de sus rutinas periodísticas. La incorporación de herramientas digitales no se limita únicamente a la difusión de información, sino que también participa en procesos de búsqueda de información, organización de contenidos, análisis de temas de interés y segmentación de audiencias. Las entrevistas revelan además que la tecnología es concebida por las periodistas como un mecanismo de apoyo para optimizar procesos de trabajo sin sustituir la labor profesional del periodista.

Desde el marco de la transformación digital del periodismo, este resultado se relaciona con lo planteado por Morejón y Zamora (2019), quienes sostienen que los medios digitales ecuatorianos han incorporado nuevas herramientas tecnológicas y redes sociales para fortalecer la producción y circulación de contenidos periodísticos. Los autores señalan que el desarrollo tecnológico ha modificado las dinámicas tradicionales de trabajo en las redacciones y ha impulsado la adopción de formatos adaptados al entorno digital.

De igual manera, los resultados coinciden con lo expuesto en torno a los cambios que experimenta el periodismo dentro de los ecosistemas digitales contemporáneos, la incorporación de plataformas digitales, herramientas tecnológicas y nuevas dinámicas de producción informativa evidencia que la transformación de los medios trasciende el simple uso de nuevas tecnologías, puesto que implica modificaciones en sus procesos de trabajo, distribución de contenidos y la relación con las audiencias. En este sentido, *"la transformación del periodismo va más allá de la renovación de sus tecnologías, pies implica una evolución más profunda".* (Rivera y Romero, 2019, p. 61).

En consecuencia, la utilización de herramientas tecnológicas y plataformas digitales evidencia que Diario Metro ha desarrollado mecanismos de adaptación orientados a responder a las nuevas exigencias del consumo informativo contemporáneo. Esta integración tecnológica favorece la circulación inmediata de contenidos y amplia las posibilidades del alcance hacia diferentes segmentos de audiencia.

En síntesis, los resultados permiten afirmar que Diario Metro Ecuador ha incorporado de manera progresiva herramientas tecnológicas y plataformas digitales en sus procesos periodísticos, evidenciando su capacidad de adaptación constante a las dinámicas de producción y difusión de contenidos en entornos digitales.

3.3.2 Pregunta 2. ¿Cómo interactúa Diario Metro con sus audiencias a través de sus plataformas digitales?

Los resultados obtenidos mediante las entrevistas realizadas a las periodistas de Diario Metro evidencian que las plataformas digitales constituyen los principales espacios de contacto entre el medio de comunicación y sus audiencias.

Las entrevistas señalaron que la interacciones, visualización y otras métricas que permiten identificar los intereses informativos de los usuarios. Además, coincidieron en que las redes sociales proporcionan información relevante para la planificación de contenidos y la identificación de tendencias de interés público.

Este hallazgo permite interpretar que las audiencias desempeñan un papel activo dentro del entorno digital del medio, lejos de constituirse únicamente como receptores de contenidos, los usuarios aportan información, retroalimentación y criterio que permiten conocer sus preferencias informativas. En este sentido, la interacción se convierte en un elemento que favorece el conocimiento de las necesidades de información y contribuye a orientar determinadas decisiones editoriales.

Al contrastar las entrevistas con los resultados obtenidos mediante la observación de Facebook e Instagram, se identificó un aspecto relevante para el análisis. Aunque las periodistas señalaron que existe interacción permanente mediante comentarios, mensajes y reacciones, durante los diez días de observación no se registraron respuestas institucional públicas visibles de Diario Metro hacia los usuarios en ninguna de las publicaciones analizadas. Esta situación evidencia una diferencia entre la participación generada por las audiencias y la interacción visible desarrollada por el medio en sus plataformas digitales.

La literatura especializada sostiene que las dinámicas de comunicación digitales han modificado profundamente la relación entre medios y públicos. Orozco (2001), sostiene que las audiencias no son receptores pasivos de información, sino sujetos que interpretan y resignifican los contenidos que consumen desde sus propios contextos sociales. En este contexto, la interacción adquiere una función estratégica para fortalecer los procesos comunicacionales dentro de los entornos digitales.

Una perspectiva similar puede encontrarse en los planteamientos de Martin-Barbero, quien sostiene que la comunicación debe comprenderse desde las mediciones culturales y los procesos de apropiación desarrollados por las audiencias, más allá de los

medios tecnológicos utilizados para transmitir información. Desde esta perspectiva, las plataformas digitales no solo funcionan como canales de difusión informática, sino también como espacios donde se construyen relaciones, intercambios y formas de participación entre los medios de comunicación y sus públicos (Martín- Barbero, 1987).

Los resultados obtenidos en la investigación muestran que Diario Metro Ecuador utiliza las redes sociales para monitorear intereses, medir niveles de participación y conocer tendencias de consumo informativo. Sin embargo, la ausencia de respuestas institucionales observadas en Facebook e Instagram sugiere la existencia de oportunidades para fortalecer mecanismo de interacción más visibles y directos con los usuarios. Este aspecto resulta particularmente relevante en un contexto donde la participación digital constituye uno de los elementos distintivos del periodismo contemporáneo.

En consecuencia, la interacción desarrollada por Diario Metro parece orientar principalmente hacia la recepción y análisis del comportamiento de las audiencias mediante métricas y niveles de participación. No obstante, los resultados indican que la comunicación bidireccional puede fortalecerse mediante estrategias que fomenten un intercambio más directo entre el medio y sus públicos.

En síntesis, los resultados permiten concluir que Diario Metro mantiene una relación constante con sus audiencias a través de las plataformas digitales, utilizando las interacciones como una fuente de información para identificar preferencias y comportamientos de consumo. sin embargo, la observación realizada durante el periodo de estudio evidencia que la participación de los usuarios supera la interacción institucional visible desarrollada por el medio en Facebook e Instagram.

3.3.3 Pregunta 3. ¿Qué dinámicas de interacción y participación se observaron entre Diario Metro y sus audiencias en las plataformas digitales?

Los resultados obtenidos mediante las entrevistas realizadas a las periodistas de Diario Metro en Quito, Guayaquil y Cuenca, evidencian cómo las entrevistadas interpretan el comportamiento de las audiencias digitales y el papel que desempeña la credibilidad dentro de los procesos de consumo informativos. Desde su experiencia profesional, las periodistas consideran que la confianza del público está relacionada con la verificación de la información, el contraste de fuentes y la calidad de los contenidos difundidos por el medio.

Las entrevistadas coincidieron en señalar que los usuarios buscan contenidos informativos confirmados y consideran a Diario Metro como un medio que prioriza la comprobación de los hechos antes de su publicación. Asimismo, indicaron que el consumo de información varía según las características de casa plataforma digital, las preferencias de los usuarios y los acontecimientos de coyuntura que captan la atención pública.

Este hallazgo permite interpretar que la credibilidad continúa constituyendo uno de los factores más relevantes dentro de los procesos de consumo informativo digital. Más allá de la rapidez con la que circulan los contenidos en internet, las audiencias continúan valorando la calidad de la información y la confiabilidad de las fuentes periodísticas. En

este sentido, las periodistas consideran que la confianza del público se fortalece mediante la verificación permanente de datos y el cumplimiento de principios periodísticos relacionados con la contrastación de fuentes y la objetividad informativa.

Los resultados de la observación complementan esta percepción. Durante el periodo analizado se identificó una importante presencia de contenidos relacionado con temas sociales y deportivos. Así mismo, las publicaciones observadas en Instagram registraron niveles de interacción visibles en comentarios, reacciones y compartidos durante el periodo de estudio. De igual manera, las publicaciones que alcanzaron mayores niveles de reacciones estuvieron asociadas a contenidos de interés general y acontecimientos coyunturales, lo que evidencia que los patrones de interacción observados estuvieron asociados principalmente a contenidos de actualidad, asuntos sociales y temáticas deportivas.

De acuerdo con las reflexiones recogidas por Luna, (2024), Cerbino sostiene que el periodismo debe acercar a la ciudadanía aquello que resulta distante o poco comprendido, de modo que contribuya a la construcción de criterios propios sobre la realidad. En el contexto digital, esta función mantiene su relevancia, ya que la abundancia de contenidos disponibles en internet incrementa la necesidad de disponer de información contextualizada, verificada y comprensible. Por ello, el periodismo no solo cumple una función informativa, sino también orientadora, al proporcionar herramientas que permitan a las audiencias interpretar de manera critica los hechos que circulan en los distintos entornos digitales.

Por otra parte, el consumo informativo digital se encuentra condicionado por múltiples factores relacionados con las dinámicas tecnológicas contemporáneas. Como explica Trejo (2006), “internet es la columna vertebral de la sociedad de la información” (p. 33). En consecuencias, los medios de comunicación se enfrentan al desafío permanente de adaptar sus contenidos a nuevas formar de consumo sin descuidar los principios fundamentales del ejercicio periodístico. Esta situación exige desarrollar estrategias comunicativas capaces de responder a las preferencias de las audiencias sin comprometer la calidad y credibilidad de la información difundida.

Desde los testimonios obtenidos en la investigación, se observa que Diario Metro monitorea constantemente el comportamiento de sus audiencias mediante métricas digitales, estadísticas de tráfico y herramientas de análisis de contenidos. Esta práctica permite identificar temáticas de interés, conocer tendencias informativas y adaptar estrategias de difusión de segmentos de usuarios. En este sentido el consumo de contenidos digitales deja de ser entendido como un proceso uniforme y pasa a concebirse como una dinámica diferenciada en función de la edad, los intereses y los hábitos de navegación de las audiencias.

Los resultados también muestran que las periodistas entrevistadas consideran que las audiencias muestran interés por contenidos relacionados con acontecimientos de actualidad, temas sociales y deportes. Esta situación coincide con las observaciones

realizadas en Facebook e Instagram, plataformas donde dichas temáticas registraron una presencia significativa durante el periodo de estudio. A partir de ello, se observó una coincidencia entre las temáticas predominantes en las publicaciones analizadas y los temas que, según las periodistas entrevistadas, suelen generar mayores niveles de atención e interacción en entornos digitales.

En consecuencia, la percepción positiva descripta por las periodistas entrevistadas y el comportamiento observado en las plataformas digitales sugieren que Diario Metro mantiene una relación sustentada en la confianza informativa y la capacidad de adaptación de sus contenidos a las necesidades de las audiencias. La combinación entre credibilidad periodística y presencia multiplataforma constituye un elemento relevante para comprender los niveles de consumo registrado durante la investigación.

En síntesis, los resultados permiten identificar que las dinámicas de interacción y participación observadas en las plataformas digitales de Diario Metro se manifiestan principalmente mediante reacciones, comentarios y compartidos. Asimismo, las entrevistas realizadas evidencian que las periodistas consideran que la credibilidad, la diversificación de la información y el análisis permanente de métricas digitales constituyen elementos relevantes para comprender el comportamiento de las audiencias en los entornos digitales.

La triangulación entre las entrevistas realizadas a las periodistas y la observación desarrollada en Facebook e Instagram permitió identificar que la participación de las audiencias se manifiesta principalmente mediante reacciones, comentarios y compartidos. Sin embargo, durante el periodo observado no se registraron respuesta para fortalecer procesos de comunicación bidireccional en los entornos digitales analizados.

CAPÍTULO IV: PROPUESTA

4.1. Diagnóstico.

La transformación digital ha generado cambios significativos en los procesos de producción y difusión de contenidos periodísticos, impulsando a los medios de comunicación a incorporar herramientas tecnológicas y plataformas digitales para adaptarse a las nuevas formas de consumo informativo. En el caso de Diario Metro, la investigación evidenció una presencia activa en Facebook e Instagram, donde se difunden noticias, reportajes, contenidos deportivos y publicaciones multimedia orientadas a satisfacer las necesidades informativas de sus audiencias. Además, se identificó un uso de recursos visuales y formatos digitales que reflejan avances en el proceso de adaptación al ecosistema comunicacional contemporáneo.

Los resultados obtenidos también permitieron identificar fortalezas en la gestión de contenidos digitales del medio. En Facebook predomina las publicaciones acompañadas de imagen y recursos multimedia, mientras que en Instagram se observa una combinación constante de contenido audiovisual y deportivo que genera niveles medios y altos de interacción por parte de los usuarios. Asimismo, se constató una actualización permanente de información y una diversificación temática que incluye noticias de sociedad, deportes e información internacional, aspectos que contribuyen al posicionamiento digital de Diario Metro Ecuador dentro de su audiencia.

Sin embargo, la principal debilidad identificada durante la observación fue la ausencia de respuestas públicas visibles por parte del medio en las plataformas digitales analizadas. Los resultados muestran que, tanto en Facebook como en Instagram, no se registraron respuestas institucionales visibles en las publicaciones observadas durante el periodo de estudio, situación que limita las oportunidades de interacción bidireccional observables entre el medio y sus audiencias en estos espacios digitales.

4.2. Diseño de la propuesta.

4.2.1 Nombre de la propuesta.

Manual de estrategias digitales para fortalecer la interacción de las audiencias en las plataformas digitales de Diario Metro Ecuador.

4.2.2 Problema que atiende.

La observación de las plataformas digitales de Diario Metro Ecuador evidenció una ausencia de respuestas publicas visibles en los comentarios registrados durante el periodo analizado, así como una limitada interacción institucional observable con los usuarios en Facebook e Instagram. Esta situación reduce las oportunidades de retroalimentación y participación visible dentro de los espacios digitales del medio.

4.2.3 Justificación.

La evolución del periodismo digital exige que los medios de comunicación no solo publiquen contenidos informativos, sino que también promuevan espacios de interacción

que permitan construir relaciones más cercanas con las audiencias. Los hallazgos de la presente investigación demuestran que Diario Metro ha logrado incorporar herramientas tecnológicas para la difusión de contenidos; sin embargo, presenta oportunidades de mejora relacionada con la comunicación bidireccional visible en sus plataformas digitales.

Por tal motivo, se plantea el desarrollo de un manual de estrategias digitales que sirva como instrumento de orientación para fortalecer la gestión de comunidades digitales, incrementar los niveles de interacción y mejorar la relación entre el medio de comunicación y sus seguidores.

4.2.4 Objetivo general de la propuesta.

1. Diseñar un manual de estrategias digitales que contribuya al fortalecimiento de la interacción entre Diario Metro Ecuador y sus audiencias en las plataformas digitales del medio de comunicación.

4.2.5 Objetivos específicos de la propuesta.

1. Establecer lineamientos para la gestión de la comunicación digital con las audiencias.
2. Proponer estrategias que fomenten la participación activa de los usuarios en las plataformas digitales.
3. Incorporar herramientas tecnológicas que faciliten el monitoreo y análisis de la interacción digital.
4. Fortalecer la presencia digital de Diario Metro mediante acciones orientadas a la construcción de comunidades virtuales.

4.2.6 Beneficiarios.

Beneficiarios directos:

- Diario Metro.
- Personal administrativo y periodístico del medio.

Beneficiarios indirectos:

- Seguidores de Facebook e Instagram.
- Lectores digitales.
- Comunidad comunicacional vinculada al medio.

4.2.7 Alcance.

La propuesta está orientada a las plataformas digitales utilizadas por Diario Metro, particularmente Facebook e Instagram. Su participación permitirá optimizar las prácticas de interacción digital y fortalecer la relación entre le medio y sus audiencias mediante estrategias adaptadas a las características del entorno digital contemporáneo.

4.2.8 Recursos.

Recursos humanos:

- Director del medio de comunicación.
- Community Manager.

- Periodistas.
- Diseñador gráfico.

Recursos tecnológicos:

- Computadores.
- Dispositivos móviles.
- Acceso a internet.
- Redes sociales institucionales.
- Herramientas de analítica digital.

Recursos materiales:

- Manual digital.
- Materiales de apoyo y capacitación.

4.3. Ejecución.

La propuesta se materializa mediante la elaboración de un manual digital estructurado en cinco componentes:

Componente 1. Comunicación bidireccional.

Contiene lineamientos para responder comentarios, mensajes y consultas realizadas por los usuarios en las plataformas digitales del medio.

Componente 2. Participación de audiencias.

Incluye estrategias para incentivar la participación ciudadana mediante encuestas, preguntas, transmisiones en vivo y dinámicas interactivas.

Componente 3. Producción de contenido digital.

Presenta recomendaciones para diversificar formatos informativos utilizando videos, reels, infografías y contenido multimedia adaptado a las redes sociales.

Componente 4. Herramientas tecnológicas.

Describe plataformas digitales y aplicaciones para monitorear métricas, analizar audiencias y mejorar la gestión de contenidos.

Componente 5. Seguimiento y mejora continua.

Proporciona indicadores y procedimientos para evaluar periódicamente el desempeño de las estrategias implementadas.

Cronograma general de aplicación:

Tabla 4.

Cronograma general de aplicación.

Fase.	**Actividad.**	**Responsable.**
Diagnósticos.	Revisión de resultados obtenidos en la investigación.	Equipo de gestión.
Diseño.	Elaboración del manual digital.	Investigador.

Socialización.	Presentación del manual al medio.	Dirección y equipo periodístico.
Implementación.	Aplicación de estrategias digitales.	Community Manager.
Evaluación.	Seguimiento de indicadores.	Dirección del medio.

Fuente: Elaboración propia.

4.4. Evaluación.

La evaluación de la propuesta se realizará mediante indicadores que permitan medir el fortalecimiento de la interacción digital.

Tabla 5.

Indicadores para medir el fortalecimiento de la interacción digital.

Objetivo.	**Indicador.**	**Medio de verificación.**	**Resultados esperados.**
Mejorar la comunicación con la audiencia.	Responder a comentarios.	Registro de publicaciones.	Incremento de respuestas a usuarios.
Incrementar la participación.	Números de comentarios e interacciones.	Estadísticas de redes sociales.	Mayor participación de la audiencia.
Fortalecer la presencia digital.	Alcance de publicaciones.	Informes de métricas.	Incremento del alcance digital.
Mejorar la gestión de contenidos.	Uso de formatos multimedia.	Registro de publicaciones.	Diversificación de contenidos.

Fuente: Elaboración propia.

Resultados esperados.

- Mayor interacción entre Diario Metro y sus audiencias.
- Incremento de niveles de participación en redes sociales.
- Fortalecimiento del posicionamiento digital del medio.
- Consolidación de una comunidad digital más activa y participativa.
- Optimizar las estrategias de comunicación digital.

4.5. Anexos digitales (Producto).

Como producto derivado de la presente investigación se desarrolló un Manal de estrategias digitales para fortalecer la interacción de las audiencias en las plataformas digitales de Diario Metro Ecuador, el cual será alojado en una plataforma digital especializada para publicaciones en línea. El Manual estará disponible mediante un en lace y un código QR que permitirá el acceso al documento completo, cumpliendo con los lineamientos establecidos para la presentación de propuestas aplicadas.

Link: https://www.calameo.com/read/008279305df0ce7e3c553

QR:


MANUAL
DIARIO METRO ECUADOR
Manual de Estrategias Digitales para Fortalecer la Interacción de las Audiencias en las Plataformas Digitales de Diario Metro Ecuador.

CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. Conclusiones.

La investigación permitió concluir que Diario Metro Ecuador ha incorporado progresivamente herramientas tecnológicas, inteligencia artificial y diversas plataformas digitales dentro de sus procesos periodísticos. Las entrevistas realizadas evidenciaron el uso de recursos tecnológicos orientados a la producción, gestión y difusión de contenidos, mientras que la observación de las plataformas digitales permitió constatar una estrategia de presencia multiplataforma adaptada a las dinámicas del entorno digital.

Se determinó que las plataformas digitales constituyen el principal espacio de interacción observable entre Diario Metro y sus audiencias. Los resultados evidenciaron la presencia de participación mediante comentarios, reacciones y compartidos; sin embargo, durante el periodo analizado no se observaron respuestas publicas visibles por parte del medio en las publicaciones revisadas, lo que evidencia oportunidades para fortaleces la comunicación bidireccional en los entornos digitales.

Se concluye que las dinámicas de interacción y participación observados en las plataformas digitales de Diario Metro se manifestaron principalmente mediante reacciones, comentarios y compartidos registrados en Facebook e Instagram. Asimismo, las entrevistas realizadas permitieron identificar que las periodistas consideran la credibilidad, la verificación de la información y el seguimiento de métricas digitales como elementos relevantes para comprender el comportamiento de las audiencias en entornos digitales. La triangulación entre entrevistas y observación permitió evidenciar oportunidades para fortalecer procesos de interacción más visible entre el medio y sus usuarios.

5.2. Recomendaciones.

Se recomienda que Diario Metro Ecuador continúe fortaleciendo sus procesos de innovación y actualización tecnológica mediante la capacitación permanente de su personal en herramientas digitales, inteligencia artificial y análisis de audiencias, con el propósito de mantener su adaptación a las dinámicas del entorno digital y fortalecer sus procesos de producción y difusión de contenidos.

Se recomienda implementar de manera progresiva las estrategias contempladas en el Manual de Estrategias Digitales propuestos en esta investigación, especialmente aquellas orientadas a fomentar la comunicación bidireccional con los usuarios y promover una mayor participación visible de las audiencias en las plataformas digitales del medio.

Se recomienda diversificar y optimizar los formatos de contenidos utilizados por Diario Metro mediante de recursos multimedia, contenidos audiovisuales, estrategias participativas que favorezcan una mayor interacción con los usuarios y respondan a las dinámicas de consumo observadas en las plataformas digitales analizadas.

REFERENCIAS

Alvarado, B. L., Lalangui, C. E., Posso, Pacheco. E., & Faicán, V. B., (2024). Transformación del periodismo en la era digital: Un Análisis del Impacto de las Nuevas Tecnologías de la Información. *Bastcorp International Journal*, *3*(2), 288-304. https://doi.org/10.62943/bij.v3n2.2024.95

Apablaza-Campos, A., & Wilches Tinjacá, J. A. (2025). *IA en salas de prensa iberoamericanas: casos de uso y mejores prácticas.* En J. Guallar, M. Vállez, & A. VenturaCisquella (Coords). *Comunicación digital. Tendencias y buenas prácticas* (pp. 142-156). Ediciones Profesionales de la Información. https://doi.org/10.3145/cuvicom.10.esp

Bernal, S. J., López J, D., Trotti, R., & Ruiz, H. (2024). *Estado de la transformación digital del periodismo en América Latina pos-pandemia*. Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación, (156), 37–52. https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/9684341.pdf

Calvo, D., López, G., & Aguar, J. (2024). Capítulo 6. Nuevas tendencias en el periodismo digital. *Espejo De Monografías De Comunicación Social*, *27*, 171-214. https://doi.org/10.52495/c6.emcs.27.p110

Castells, M. (2012). *Comunicación y poder*. Indígenas del Perú. https://indigenasdelperu.wordpress.com/wp-content/uploads/2015/09/comunicacic3b3n_y_poder_manuel_castells1_parte1.pdf

Illescas, R. D., Palacios, A. G., & Ortiz, V. F. (2025). La inteligencia artificial en el periodismo: herramientas y aplicaciones. *LATAM Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales y Humanidades 6 (1), 2354 – 2375. https://doi.org/10.56712/latam.v6i1.3503*

Islas, C. O., Gutiérrez, C. F., & Arribas, U. A. (2022). Comprender la Ecología de los Medios como la compleja metadisciplina que desborda los límites reflexivos de la comunicología. En *Redes sociales y ciudadanía* (pp. 1027-1032). Editorial Alfamed. https://www.grupocomunicar.com/pdf/redes-sociales-y-ciudadania-2022.pdf

Jenkins, H. (2008). *Convergence culture: La cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. Paidós. https://www.perio.unlp.edu.ar/sitios/wp-content/uploads/sites/7/2015/03/henry_jenkins-cultura-de-la-convergencia.pdf

León, A., Moreno, H., & Rocha, A. (2024). *Transformación de los medios de comunicación, educación y pandemia: una relación entre interfaces y complejidad.* Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación, 157, 117,-134. https://revistachasqui.org/index.php/chasqui/article/view/5043/3666

Luchessi, L. (2023). *Los vaivenes del periodismo en ecosistemas digitales*. Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación, (154), 27–30. https://revistachasqui.org/index.php/chasqui/article/download/4943/3600

Luna, V. (2024). *Periodismo Ecuatoriano: el Negocio de la Verdad al Servicio del Poder: Entrevista a Mauro Cerbino.* Revista Enfoques De La Comunicación, 11, 100-126. https://revista.consejodecomunicacion.gob.ec/index.php/rec/article/view/153

Martín-Barbero, J. (1987). *De los medios a las mediaciones: comunicación, cultura y hegemonía. Universidad.* Nacional de la Plata. https://perio.unlp.edu.ar/catedras/wp-content/uploads/sites/135/2020/05/de_los_medios_a_las_mediaciones.pdf

Morejón, R., & Zamora, B. (2019). *Historia, evolución y desafíos del periodismo digital en el Ecuador.* Textos Y Contextos, (18), 11–24. https://doi.org/10.29166/tyc.v0i18.1752

Orozco. G. (2001). *Televisión, audiencias y educación*. Revista Iberoamericana de Educación, (27), 155-171. https://www.redalyc.org/pdf/800/80002708.pdf

Romero, L., y Rivera, D. (Coords.). (2019). *La comunicación en el escenario digital: Actualidad, retos y prospectivas*. Pearson Educación de Perú; Universidad Técnica Particular de Loja. https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=739219

Salaverría, R. (2019). *"Digital journalism: 25 years of research. Review article".* El profesional de la in-formación, v. 28, n. 1, e280101. https://doi.org/10.3145/epi.2019.ene.01

Sampieri, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación* (6.ª ed.). McGraw-Hill Interamericana. https://apiperiodico.jalisco.gob.mx/api/sites/periodicooficial.jalisco.gob.mx/files/metodologia_de_la_investigacion_-_roberto_hernandez_sampieri.pdf

Sánchez, M. 2005. *La metodología en la investigación cualitativa (Artículos y Miscelánea).* Mundo Siglo XXI. Revista del Centro de Investigaciones Económicas, Administrativas y Sociales del Instituto Politécnico Nacional, 1: 115-118. http://hdl.handle.net/10469/7413

Suárez Poveda, J. F., Vallejo Cepeda, J., & Del Campo Saltos, G. (2025). *Impacto de los medios digitales en la construcción de la opinión pública en Ecuador*. Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales y Humanidades, 6(1). https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/10075276.pdf

Trejo, R. (2006). *Viviendo en el Aleph: la sociedad de la información y sus laberintos.* Gedisa. https://www.researchgate.net/publication/27393059_Viviendo_en_el_Aleph_La_sociedad_de_la_informacion_y_sus_laberintos

Valbuena, N. (2023). *Periodismo digital: Una era de cambios en el periodismo tradicional*. #PerDebate, 7(1), 78–91. https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=9279167

Vallejo, P., & Moreno, P. (2022). *Géneros periodísticos transmedia en el Ecuador. El caso de "La Posta".* https://doi.org/10.5281/zenodo.6522970

Vega, A. M., Osuna, G. A., & Orozco, R. L. (2023). Desafíos del periodismo digital y los imaginarios sociales de la profesión en Latinoamérica. *Sintaxis*, *11*, 125-144. https://doi.org/10.36105/stx.2023n11.09

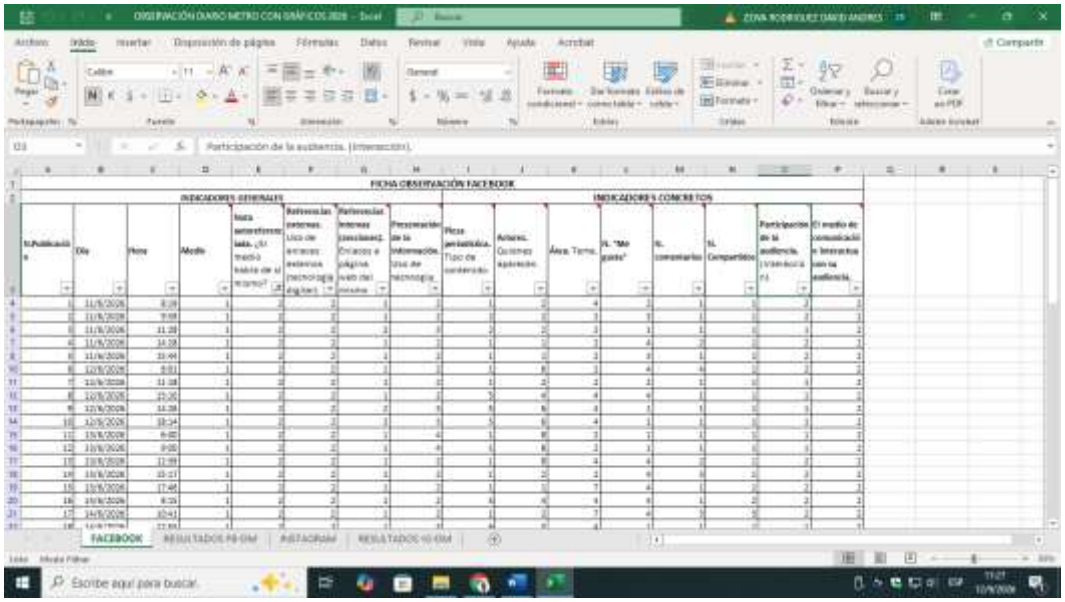
Viteri, T. W., Herrera, V. Z., & Faconda, L. K. (2024). Convergencia mediática en la producción periodística en tiempos de pandemia Covid-19. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, *8*(1), 7515-7535. https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v8i1.10085

ANEXOS

Teniendo en cuenta la importación de las evidencias, a continuación, se presentación los instrumentos de investigación.

1. Guía de observación.

Enlace de instrumentos (Guía de observación):
https://drive.google.com/drive/folders/1IeNQU_FupoMjG9HkAW448vhpfc3OR7zz?usp=sharing



2. Guía de Entrevista semiestructurada.

Enlace de instrumentos (Guía de entrevista semiestructurada):
https://drive.google.com/drive/folders/1EpyHQG5sPkkP_J_fRBwC_P7_w0sKYWuf?usp=sharing

Datos generales entrevista 1.

- ❖ Entrevistado/a: MSc. Eva Acosta.
- ❖ Cargo: Periodista de Diario Metro Guayaquil – Ecuador.
- ❖ Autorización para grabar la entrevista: Si.







Datos generales entrevista 2.

- ❖ Entrevistado/a: MSc. Andrea Martínez.
- ❖ Cargo: Periodista de Diario Metro Quito – Ecuador.
- ❖ Autorización para grabar la entrevista: Si.





Datos generales entrevista 3.

- ❖ Entrevistado/a: Licda. Adela Araujo.
- ❖ Cargo: Periodista de Diario Metro Cuenca – Ecuador.
- ❖ Autorización para grabar la entrevista: Si.





CUESTIONARIO DE PREGUNTAS

Herramientas tecnológicas y plataformas digitales.

1. ¿Cómo ha sido la adaptación de Diario Metro a entornos digitales?
2. ¿Qué herramientas tecnológicas utiliza usted en su trabajo diario para producir contenidos en Diario Metro?
3. ¿Qué plataformas digitales usa el medio para publicar y difundir la información? Repregunta: ¿Cuál tiene más alcance?
4. ¿Cómo aplican las herramientas tecnológicas en el proceso de elaboración de noticias?
5. ¿Cuándo empezó a notar cambios importantes en el uso de tecnología dentro del medio?

Interacción con las audiencias.

1. ¿Cómo Diario Metro interactúan con las audiencias a través de las plataformas digitales?
2. ¿Dónde cree que se da más la interacción con el público: en la web o en redes sociales?
3. ¿Qué mecanismos utilizan para que las audiencias participen o den su opinión?
4. ¿Para qué consideran importante mantener la interacción con los usuarios?

Percepción y consumo informativo.

1. ¿Cómo observa que las audiencias consumen los contenidos digitales de Diario Metro?
2. ¿Qué dicen o qué percepción tienen las audiencias sobre la calidad y credibilidad de la información?
3. ¿Por qué cree que las personas prefieren consumir el contenido digital de Diario Metro?
4. ¿De qué manera cree que la información difundida por Diario Metro incide en las opiniones o posturas de las audiencias?