



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE EDUCACIÓN, CIENCIA Y
TECNOLOGÍA
CARRERA DE COMUNICACIÓN EN LÍNEA

TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

TEMA:

“REDES SOCIALES Y PERIODISMO: ANÁLISIS DE MEDIOS DE
COMUNICACIÓN DIGITALES EN EL CANTÓN LA CONCORDIA”

Trabajo de titulación previo a la obtención del título de Licenciada en
Comunicación

Línea de investigación: Desarrollo social y del comportamiento humano

AUTOR:

Dayanara Victoria Chávez Solorzano

DIRECTOR:

Msc. Judith Mercedes Bayas Jiménez

Ibarra – Ecuador

2025



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

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			
CÉDULA DE IDENTIDAD:	2351056995		
APELLIDOS Y NOMBRES:	CHÁVEZ SOLORZANO DAYANARA VICTORIA		
DIRECCIÓN:	BARRIO SAN PABLO - LA INDEPENDENCIA - QUININDÉ		
EMAIL:	dvchavez@utn.edu.ec		
TELÉFONO FIJO:	NINGUNO	TELÉFONO MÓVIL:	0986685304

DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	REDES SOCIALES Y PERIODISMO: ANÁLISIS DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN DIGITALES EN EL CANTÓN LA CONCORDIA
AUTOR (ES):	DAYANARA VICTORIA CHÁVEZ SOLORZANO
FECHA: DD/MM/AAAA	30 DE JUNIO DE 2025
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
PROGRAMA:	<input checked="" type="checkbox"/> PREGRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO
TÍTULO POR EL QUE OPTA:	LICENCIADA EN COMUNICACIÓN
ASESOR /DIRECTOR:	MSC. JOSELYN PAOLA LÓPEZ DÁVILA / MSC. JUDITH MERCEDES BAYAS JIMÉNEZ

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 15 días del mes de Julio de 2025

EL AUTOR:

A handwritten signature in blue ink, appearing to be 'Dayanara Victoria Chávez Solorzano', with a circular stamp or mark at the end of the signature.

Dayanara Victoria Chávez Solorzano
C.I 2351056995

CERTIFICACIÓN DEL DIRECTOR DEL TRABAJO DE INTERGRACIÓN CURRICULAR

Ibarra, 30 de Junio de 2025

Msc. Judith Mercedes Bayas Jiménez

DIRECTOR DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

CERTIFICA:

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



.....

Msc. Judith Mercedes Bayas Jiménez

C.C.: 1002798096

DEDICATORIA

Dedico este trabajo a Dios, a mi mamá, a mi papá y hermanos, quienes son mi fuente de amor y fortaleza, y siempre han estado a mi lado, brindándome su apoyo incondicional. A mis compañeros y amigos, con quienes he compartido buenos y malos momentos en el transcurso de estos años y a lo largo de mi vida. A mis profesores que han contribuido a mi crecimiento personal y académico. A cada uno de ustedes que han dejado una huella en mi con cariño les dedicó este trabajo de grado.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios, por haberme llevado hasta la Universidad Técnica del Norte, donde he tenido el honor de conocer excelentes docentes y compañeros maravillosos. A mi familia, compuesta por mi mamá, mi papá y hermanos, por su apoyo constante que me ha impulsado a seguir adelante en cada paso que he dado, sin ustedes yo no lo hubiera logrado. A mis compañeros y amigos, por hacer que esta experiencia académica y la vida misma fueran mucho más llevadera y llena de alegría en cada momento que compartimos juntos. Su compañía es algo que aprecio mucho.

Además, doy un especial agradecimiento a mis profesores: Msc. Gabriela Arcos, Msc. Gabriela Garcés, Msc. Joselyn López, Msc. Judith Bayas y Msc. Xavier Mullo. Su paciencia y dedicación para que yo pudiera aprender y crecer fue muy significativo para mí, sobre todo cuando enfrentaba nuevos desafíos y desconocía tanto. Agradezco también a mi directora de tesis Msc. Judith Bayas, a mi asesora, Msc. Joselyn López y a mi anterior asesor Msc. Xavier Mullo, por su valiosa orientación y acompañamiento durante el proceso de titulación. Su apoyo fue un pilar esencial que me motivó a alcanzar esta meta.

A todos ustedes y a todas las personas que me han brindado su ayuda para hacer realidad este trabajo ¡muchísimas gracias!

RESUMEN

En la actualidad, los medios digitales y las redes sociales se han convertido en importantes fuentes de información y en una parte central de la interacción entre las personas, ya que ayudan a difundir noticias de manera rápida y facilitan la comunicación. Por lo tanto, esta investigación se enfoca en analizar los medios digitales del cantón La Concordia y la percepción ciudadana hacia ellos. Para lograr este objetivo general, se utilizó una metodología mixta con el método de observación. Los resultados obtenidos proporcionaron información valiosa sobre el desempeño, los contenidos y la opinión pública de los medios locales, especialmente en Facebook. Entre las principales conclusiones, se destaca que Facebook es la red social más utilizada para estar informados, y que existe una brecha digital que influye en la interacción de los ciudadanos con los medios digitales de la zona. Estos hallazgos son importantes para comprender mejor el papel de los medios digitales en el cantón y plantear recomendaciones para mejorar su actividad y efectividad.

Palabras clave: medios digitales, redes sociales, periodismo digital, La Concordia

ABSTRACT

Currently, digital media and social networks have become important sources of information and a central part of the interaction between people, as they help to disseminate news quickly and facilitate communication. Therefore, this research focuses on analyzing the digital media in the canton of La Concordia and citizen perception towards them. To achieve this general objective, a mixed methodology with the observation method was used. The results obtained provided valuable information on the performance, content and public opinion of local media, especially on Facebook. Among the main findings, it is highlighted that Facebook is the most used social network to be informed, and that there is a digital divide that influences the interaction of citizens with digital media in the area. These findings are important to better understand the role of digital media in the canton and make recommendations to improve their activity and effectiveness.

Keywords: digital media, social networks, digital journalism, La Concordia.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

INTRODUCCIÓN.....	1
CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO	3
1.1 Comunicación y periodismo	3
1.1.1 Periodismo tradicional.....	4
1.1.2 Periodismo digital.....	6
1.2 Redes sociales y medios digitales	9
1.2.1 Influencia de las redes sociales	10
1.2.2 Influencia de los medios digitales	11
1.3 Medios digitales y ciberperiodismo local	11
1.3.1 Medios digitales en La Concordia	12
1.3.2 Periodismo digital en La Concordia	13
1.4 Brecha digital.....	14
1.4.1 Influencia en la participación digital.....	16
1.4.2 Impacto en la audiencia local.....	17
CAPÍTULO II: MATERIALES Y MÉTODOS	19
2.1 Tipo de investigación	19
2.2 Técnicas e instrumentos de investigación.....	20
2.3 Preguntas de investigación y/o hipótesis	21
2.4 Matriz de operacionalización de variables	21
2.5 Población y Muestra	23
2.6 Procedimiento y análisis de datos.....	25
CAPÍTULO III: RESULTADOS Y DISCUSIÓN	27
3.1 Resultados de la ficha de observación	27
3.2 Resultados de la encuesta.....	33
3.3 Discusión de resultados	39
CAPÍTULO IV: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	44
4.1 Conclusiones.....	44
4.2 Recomendaciones	45
BIBLIOGRAFÍA	46
ANEXOS.....	53

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Breve historia de la comunicación.....	3
Tabla 2 Tareas en el periodismo.....	5
Tabla 3 En dónde cuentan con perfiles los medios digitales locales	12
Tabla 4 Generaciones digitales	16
Tabla 5 Matriz de variables de investigación.....	21
Tabla 6 Matriz para instrumento de ficha de observación.....	22
Tabla 7 Matriz para instrumento de encuesta	23
Tabla 8 Pregunta 3. ¿Qué tipo de contenido genera más reacciones?	28
Tabla 9 ¿Qué géneros periodísticos utilizan con más frecuencia los medios del cantón?	28
Tabla 10 Pregunta 5. ¿Qué tanto comentan los usuarios en las publicaciones de los medios informativos digitales de la localidad?	29
Tabla 11 Pregunta 10. ¿Los temas tratados reflejan preocupaciones locales o son de interés social?	32
Tabla 12 Género de los encuestados	33
Tabla 13 Zona geográfica	33
Tabla 14 Grupo etario	34

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Ventajas de la ficha de observación en la investigación	20
Figura 2 Pregunta 1. ¿Cuántos seguidores tiene cada medio digital local?.....	27
Figura 3 Pregunta 2. ¿Con qué frecuencia publican?	27
Figura 4 Pregunta 4. ¿Cuál es el alcance de reacciones y compartidas que hay en estos medios?.....	29
Figura 5 Pregunta 6. ¿Se generan discusiones significativas o debate en los comentarios?.....	30
Figura 6 Pregunta 7. ¿Qué temas se tratan en los contenidos periodísticos?	30
Figura 7 Pregunta 8. ¿Cuáles temas son más frecuentes en las publicaciones?	31
Figura 8 Pregunta 9. ¿Cuál medio digital local proporciona noticias con información más detallada?.....	32
Figura 9 Pregunta 1. ¿Considera que se debe mejorar los medios de comunicación digitales del cantón La Concordia?	34
Figura 10 Pregunta 2. ¿Con qué frecuencia siente que las fuentes de información digitales de la zona suben noticias?	35
Figura 11 Pregunta 3. ¿Cuál es el medio digital local que prefiere para informarse? ...	35
Figura 12 Pregunta 4. ¿Cuánto cree que los medios digitales de La Concordia influyen en su opinión sobre temas locales?.....	36
Figura 13 Pregunta 5. ¿Qué red social usted utiliza para informarse sobre noticias de La Concordia?.....	36
Figura 14 Pregunta 6. Si en la pregunta anterior fue Facebook una de sus opciones o su única opción señalada, seleccione por qué no se informa a través de las otras redes sociales	36
Figura 15 Pregunta 7. ¿Con qué frecuencia se topa con noticias poco transparentes o amarillistas de su cantón La Concordia?	37
Figura 16 Pregunta 8. ¿Cuál medio digital local considera que tiene mayor veracidad y credibilidad en las noticias que publica?	37
Figura 17 Pregunta 9. ¿Con qué frecuencia dispone de acceso a Internet?.....	38
Figura 18 Pregunta 10. ¿Utiliza con facilidad las plataformas digitales para informarse de las noticias de su localidad?.....	38

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1 Evidencia de la ficha de observación.....	54
Anexo 2 Evidencia de la ficha de observación.....	55
Anexo 3 Evidencia de la ficha de observación.....	55
Anexo 4 Evidencia de la ficha de observación.....	56
Anexo 5 Evidencia de la ficha de observación.....	56
Anexo 6 Evidencia de la ficha de observación.....	57
Anexo 7 Evidencia de la ficha de observación.....	57
Anexo 8 Evidencia de la ficha de observación.....	58
Anexo 9 Evidencia de la ficha de observación.....	58
Anexo 10 Evidencia de la ficha de observación.....	59
Anexo 11 Evidencia de la ficha de observación.....	59

INTRODUCCIÓN

A lo largo de los años, la comunicación ha desempeñado un papel muy importante en el avance de la sociedad, y en la era digital que hoy se vive, se ha generado un entorno donde la comunicación no solo conecta a gran escala con diversas nacionalidades y culturas, sino que también se puede crear y compartir contenido en el espacio digital. En este sentido, en esta nueva era, las redes sociales han adquirido una gran relevancia en el periodismo, facilitando la generación y difusión de noticias, convirtiéndose en el mundo moderno en poderosas herramientas de comunicación que brindan un acceso más rápido a la información y promueven la interacción masiva. Esto ha hecho que muchos medios convencionales pierdan fuerza y se trasladen a las plataformas digitales.

Ante ello, resaltan plataformas como Facebook, Instagram o Tik Tok, que son ampliamente utilizadas por millones de usuarios en todo el mundo. Tik Tok, lanzada en 2018, ha ido ganando un gran número de seguidores volviéndose en una de las más populares redes para el periodismo digital, en la que ya funcionan medios nacionales e internacionales. Por otro lado, Instagram también se ha consolidado como una red destacada para el consumo inmediato de noticias. Además, a pesar de ser una de las plataformas más antiguas, Facebook, lanzada en 2004, sigue siendo de las más influyentes debido a su versátil capacidad para ofrecer información rápida sobre diferentes acontecimientos, con un alcance y conectividad global, llegando a más de tres mil millones de usuarios activos mensualmente (Fernández, 2024).

De tal modo que, existen medios digitales que operan principalmente en esta plataforma o que tienen su presencia en varias redes sociales, lo que anima a cada medio a trabajar en “las posibilidades que tiene como soporte informativo” (Martínez y Zazo, 2024, p. 1). Sin embargo, la falta de información, los contenidos sensacionalistas, las brechas digitales, así como las diversas opiniones de la ciudadanía suelen influir para que prefieran o sigan un medio al momento de informarse. En el contexto ecuatoriano, Ecuavisa, Teleamazonas, La Posta, El Comercio son algunos de los medios más conocidos en el país. Mientras que, en La Concordia, el segundo cantón entre los dos únicos que tiene la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas, en donde se enfoca esta investigación, destacan otros medios como JAR TV, Radio Super W, La Concordia TV y OLAVE TV, presentando ciertas asimetrías en cuanto a contenidos, interacción y otros aspectos.

Cabe mencionar que, este es un cantón en proceso de desarrollo, lo que representa una gran necesidad para los ciudadanos mantenerse al tanto de los acontecimientos que ocurren en su entorno, ya que si estuvieran excluidos de las noticias de su zona o si las noticias fueran muy pocas traerían consecuencias negativas al estar intrigados e inseguros de lo que sucede en su día a día. También, al existir pocos medios digitales, los comunicadores deben ser conscientes de no caer en el amarillismo e informar siempre la verdad de los hechos. De igual manera, los periodistas que comunican a través de las redes sociales deben ser muy respetuosos a la hora de compartir una noticia, porque al final del día la información que brinden afectará la forma de pensar de las personas, y una

noticia falsa y alarmante puede generar malestar en los individuos. Esto puede conllevar a dejar de seguir a un medio de comunicación.

Es así que, esta investigación abarca la percepción ciudadana acerca del papel que tienen los medios digitales en este cantón, lo que a futuro puede contribuir a la mejora de un periodismo más idóneo y responsable en la localidad. No obstante, la perspectiva de este trabajo puede trascender más allá del cantón La Concordia y puede ser útil para posteriores estudios relacionados a redes sociales y periodismo. Por otra parte, los beneficiarios de este trabajo de investigación son tanto los ciudadanos concordenses como los medios digitales locales, dado que los primeros contarán con un análisis de dichos medios en su cantón. Mientras que, los segundos podrán indirectamente a través de este estudio retroalimentarse, analizar y comprender acerca de su desempeño y el punto de vista que tiene la gente hacia ellos como medios informativos.

Por lo tanto, esta investigación contó con el **objetivo general** de:

Analizar los medios de comunicación digitales del cantón La Concordia en redes sociales y la percepción ciudadana que tienen hacia ellos.

Como parte de los **objetivos específicos**, se consideró los siguientes:

- Identificar la interacción de la audiencia con el contenido periodístico local de los medios digitales en redes sociales.
- Conocer la diversidad de los temas abordados por los medios digitales de La Concordia en el contenido de noticias locales.
- Determinar la red más usada como fuente de información, y la transparencia y calidad de las noticias del cantón La Concordia.
- Comprender la brecha digital que influye en la percepción e interacción de los ciudadanos con los medios digitales locales.

Finalmente, el presente trabajo de investigación se compone de cuatro capítulos con el siguiente contenido:

- Capítulo I: consiste en el marco teórico que conforma la sustentación bibliográfica con datos y conceptos acerca de la investigación.
- Capítulo II: aquí se detallan aspectos como la metodología aplicada, al igual que los instrumentos, participantes, la muestra poblacional y preguntas a responder.
- Capítulo III: en este apartado están los resultados y la discusión obtenidos a partir de los instrumentos utilizados, es decir, la encuesta y ficha de observación.
- Capítulo IV: por último, se encuentran las conclusiones y recomendaciones de este trabajo de investigación.

CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO

1.1 Comunicación y periodismo

Una gran importancia para la transmisión de mensajes y construcción de la sociedad tiene la comunicación. De acuerdo con Bonachea et. al (2007), desde la antigüedad, fue una necesidad primordial del ser humano que llevó a los hombres primitivos a comunicarse entre ellos mediante gruñidos y señas. A partir de esas primeras formas para darse a entender unos a otros, la comunicación hasta el lenguaje hablado y la escritura fue desarrollándose progresivamente, con estilos muy particulares y llamativos para llevar un mensaje o para transmitir una idea (Quintero, 2020).

Es así que, por medio de jeroglíficos, pinturas rupestres, señales de signos y otras formas representativas de las antiguas civilizaciones, demuestran que desde los tiempos remotos la comunicación se ha ido adaptando a cada época. Es decir, a los diferentes periodos de tiempo a lo largo de la historia, como la época de las cavernas, la época de los antiguos egipcios, o la época moderna que hoy se vive, en donde ahora las personas usan los teléfonos, Internet y otros medios tecnológicos disponibles para comunicarse.

Tabla 1

Breve historia de la comunicación

Año	Evento	Responsables
2.500.000 A.C.	Primera comunicación, sonidos y señas.	Hombres primitivos
50.000 A.C.	Primeras pinturas rupestres.	Hombres prehistóricos
3200 A.C.	Creación de la escritura cuneiforme.	Sumerios
3300 A.C.	Creación de la escritura jeroglífica.	Civilización egipcia
3000 A.C.	Descubrimiento del papiro.	Egipcios
1500 A.C.	Creación del primer alfabeto.	Fenicios
105 D.C.	Se crea el papel hecho a mano.	Ts'ai Lun
1440 D.C.	Invención de la imprenta.	Johannes Gutenberg
1620 D.C.	Primer libro de lenguaje de señas.	Juan Pablo Bonet
1824 D.C.	Primer proceso fotográfico.	Joseph Nicéphore Niépce
1824 D.C.	Se inventa el sistema braille para ciegos.	Louis Braille
1844 D.C.	Invención del Telégrafo Morse.	Samuel Morse
1876 D.C.	Patentado del primer modelo de teléfono.	Alexander Graham Bell
1884 D.C.	Origen de la televisión.	Paul Nipkow
1895 D.C.	Creación del cinematógrafo.	Hermanos Lumière
1895-1901 D.C.	Creación de la radio.	Nikola Tesla / Guillermo Marconi
1941 D.C.	Primera computadora funcional.	Konrad Zuse
1969 D.C.	Inicios de Internet.	Varios investigadores.
1971 D.C.	Origen del correo electrónico.	Ray Tomlinson
1994 D.C.	Primer teléfono inteligente.	Empresa tecnológica IBM
2000's D.C.	Era digital y creación de redes sociales.	Varios pioneros tecnológicos

Basado en la evolución histórica de la comunicación por Hernández (2024)

Cabe mencionar que, la comunicación es un elemento fundamental de la vida en sociedad que sostiene estructuras sociales y mantiene las interacciones humanas. Se la puede definir de varias maneras, desde una concepción básica como la acción de intercambiar información, pensamientos o sentimientos entre varios individuos hasta definiciones mucho más profundas. Para Castells (2009), la comunicación es un proceso complejo

mediante el cual se transmiten significados a través del intercambio de información, donde el emisor y el receptor interactúan en un contexto determinado influenciando y siendo influenciados por el entorno social y cultural en el que se encuentran.

Así, la comunicación ha sido fundamental en el desarrollo de la humanidad, llegando a ser un proceso diverso e incluso complejo al momento en que las personas expresan y comparten sus ideas y emociones. Ha evolucionado a lo largo del tiempo y se ha diversificado, existiendo comunicación desde los simples gestos hasta el uso de medios modernos. Además, no es únicamente un acto de la vida cotidiana sino también una herramienta fundamental para conectar a la sociedad con las noticias que acontecen alrededor del mundo. Ante ello, el periodismo surge como una forma especializada de comunicación que informa, educa y entretiene, siendo una pieza clave para el acceso a la información y la formación de la opinión pública.

1.1.1 Periodismo tradicional

Una de las profesiones más antiguas y que ha cambiado mucho con el paso de los años es el periodismo. Desde noticias escritas en diferentes materiales como arcilla o papiro, evolucionó notablemente con la llegada de la imprenta y la posterior revolución digital (María, 2023). Además, se considera que el primer producto periodístico fue el Acta Diurna de la antigua Roma que data de antes del año 59 A.C. Este era un folleto informativo que recogía eventos importantes y se publicaba diariamente en lugares visibles (Enciclopedia Británica, 2024).

No obstante, el término de «periodismo» no se utilizó como tal hasta el siglo XVII, y como primeros periodistas se considera de pioneros a los escribas¹ y heraldos² de Grecia y Roma (María, 2023). Aunque, los pregoneros también cuentan como antecesores del periodista, quienes en el pasado desempeñaron un papel relevante en España y las colonias hispanas al compartir noticias en voz alta a la población (Marrero, 2024). Es por tanto que, ante la necesidad de conocer lo que ocurría alrededor nació el periodismo, siendo una profesión que se ha adaptado constantemente a los cambios sociales.

Según la Fundación Gabo (2018), hay tantas ideas sobre lo que es el periodismo que ni los diccionarios logran explicarlo bien, pues las tareas de esta labor son tan diversas que no encajan en una sola explicación. Debido a eso, entenderlo implica mirar más allá de las definiciones tradicionales que existen en libros o enciclopedias. Para García (1991 citado en Lucas, 2014, párr. 4), “el periodismo es una pasión insaciable que sólo puede digerirse y humanizarse por su confrontación descarnada con la realidad”. Aunque, en términos más precisos, Ros (2020), señala que el periodismo se refiere a la actividad en la que se investiga, se selecciona y organiza la información más significativa para facilitar su comprensión. De manera que, el periodismo no solo refleja un compromiso con la

¹ Los escribas eran responsables de la escritura y administradores de la información.

² Los heraldos eran mensajeros oficiales que comunicaban anuncios en voz alta a la gente.

verdad sino también un análisis crítico de los datos para ofrecer información clara y relevante sobre la realidad de los hechos.

Tabla 2
Tareas en el periodismo

Tareas principales	Acciones clave	Herramientas
Investigar	Seleccionar temas, revisar antecedentes, hallar fuentes	Bases de datos, contactos
Recopilar	Evidencias, testimonios, entrevistas	Libretas, grabadoras, cámaras
Analizar	Contrastar y contextualizar información	Excel, expertos, referencias
Comunicar	Redactar y crear narrativas	Storytelling, editores, canales
Ética profesional	Verificar, rectificar y proteger fuentes	Códigos deontológicos,
Responsabilidad social	Evitar sesgos, promover diálogo	Lenguaje inclusivo
Actualización	Seguimiento a historias y noticias	Redes de corresponsales

Basado en lo que hace un periodista por Equipo editorial de Indeed (2025)

Durante décadas el periodismo tradicional, arraigado a medios impresos y audiovisuales como los periódicos, la radio y la televisión se convirtieron en elementos fundamentales para la comunicación de masas³, controlando la calidad informativa, pero a su vez, limitando la participación activa de los públicos al trabajar con un modelo jerárquico unidireccional. Los comunicadores enviaban los mensajes a las audiencias quienes no eran reconocidas en otro rol más que el de receptores pasivos de información (Ayala, 2001).

En este sentido, cabe mencionar que los géneros periodísticos tienen un papel fundamental a la hora de ordenar y presentar la información. De acuerdo a la Enciclopedia Humanidades (2016), los géneros periodísticos son maneras de transmitir hechos relevantes para la sociedad los cuales se han desarrollado con el avance de los medios masivos de comunicación⁴. Además, estos pueden clasificarse en informativos, interpretativos o de opinión dependiendo el rol que asume el periodista, ya sea compartir datos, expresar una opinión o realizar entrevistas.

Vale indicar que, los géneros informativos en donde destacan la noticia, la entrevista y el reportaje se centran en relatar hechos de actualidad de forma objetiva y precisa. Mientras que, los géneros interpretativos tales como la crónica o la crítica profundizan el análisis y explicación de los hechos, lo que facilita la comprensión de la información. Por otro lado, los géneros de opinión como la columna, el editorial o la caricatura en cambio expresan puntos de vista personales o institucionales que ayudan a formar opinión.

Es decir que, los géneros periodísticos permiten y ayudan a que el periodismo cumpla funciones importantes de informar, educar y entretener. De esta manera, se reitera el hecho de que el periodismo se adapta a las diversas necesidades y expectativas de las

³ La comunicación de masas consiste en transmitir información a una audiencia amplia, utilizando diversos canales como medios impresos, de radiodifusión, audiovisuales o digitales.

⁴ Algunos ejemplos de medios masivos de comunicación son la televisión, radio, prensa, publicidad, cine, redes sociales, Internet.

audiencias, para lo cual existen diversos estilos y formatos que enriquecen la comunicación haciendo que los mensajes lleguen de forma efectiva y significativamente.

1.1.2 Periodismo digital

Ante la llegada de Internet nuevos modelos bidireccional y multidireccional, así como el periodismo digital surgieron. Según Villaverde (2022), la comunicación bidireccional permite un intercambio constante de feedback⁵ entre el emisor y receptor, a diferencia de la comunicación unidireccional, donde no hay retroalimentación y solo se limita a la simple transmisión de información. Por otro lado, el modelo multidireccional muy habitual en la actualidad fomenta un diálogo participativo, donde más de dos personas pueden actuar como emisores y receptores simultáneamente (Palomares y Moyano, 2016). Esto, facilita la construcción de una comunicación más interactiva y efectiva en lugar de una comunicación lineal. De manera que, estos nuevos modelos de la era digital⁶ promueven una interacción mucho más dinámica.

Por tanto, los avances digitales de la nueva era abrió las puertas a nuevas maneras de comunicar, lo que transformó radicalmente al periodismo convencional “en la forma en que se produce, distribuye y consume la información en todo el mundo” (Valbuena, 2023 p. 84). De tal modo que, la transformación digital provocó una reducción significativa de la prensa escrita en la venta de los periódicos impresos, lo que incentivó el crecimiento de medios y el periodismo de forma digital. En consecuencia, el periodismo tradicional dio un paso hacia un nuevo escenario, en el que los comunicadores deben adaptarse a un entorno dinámico que requiere nuevas habilidades y enfoques para interactuar con públicos cada vez más activos e involucrados en la creación y difusión de contenidos informativos.

Es así que, a medida que el entorno evoluciona el periodismo hace frente a diversas transformaciones. Por tal razón, desde sus inicios el periodismo ha cambiado continuamente debido a las tecnologías y la digitalización (Fernández, 2023). Es tanto que, Puente (2019), señala que “el contexto, la audiencia y el medio han sido los causantes de las diferentes modificaciones en los procesos de producción, distribución y comercialización de la información” (párr. 1). Esto, hace hincapié en la necesidad de que el periodismo evolucione para seguir siendo relevante en un mundo en constante cambio. Por eso, el periodismo digital continúa revolucionando las formas de elaboración y propagación de los contenidos, narrativas y focos temáticos, además de adoptar características distintivas y aprovechar los diversos recursos que ofrece Internet (Farias, 2024).

Según Valbuena (2023), el periodismo digital “se caracteriza por su inmediatez y velocidad” (p. 82). Esto, permite a los comunicadores publicar noticias en tiempo real manteniéndolas constantemente actualizadas. Por su parte, González (2018), señala que

⁵ Feedback es la retroalimentación para mejorar el desempeño o resultados de algo.

⁶ La era digital es la época actual donde los ciberespacios y las tecnologías facilitan las comunicaciones.

las características del periodismo digital se basan en los principios de Internet, es decir: multimedialidad, hipertextualidad e interactividad. Por un lado, la multimedialidad consiste en la capacidad de incluir en los contenidos, multimedia como textos, imágenes, videos, audio. Por otro lado, la hipertextualidad permite una información multidireccional que incluye enlaces dentro de los contenidos. Del mismo modo, la interactividad hace que los usuarios puedan compartir y comentar dentro del espacio digital⁷.

Cabe indicar que, “frente a los cambios del entorno digital, el periodismo asume nuevos retos, entre ellos las fuentes de financiamiento y la verificación de contenidos” (Morejón y Zamora, 2019, p.1). Es así que, producir y difundir noticias en la era de Internet es una labor ardua y compleja que plantea retos para quienes dirigen medios de comunicación o trabajan en ellos (Orozco, 2014). No obstante, la era digital también aporta grandes oportunidades para el periodismo digital, ya que las redes sociales permiten un mayor alcance a las audiencias, al tiempo que integran voces que antes tenían poca o nula representación en los medios convencionales. Asimismo, la posible interacción directa con los públicos genera un mayor conocimiento sobre sus intereses y necesidades, lo que fortalece al periodismo y ayuda a responder mejor ante las comunidades (Cabrera, 2010).

Es fundamental destacar que, en la actualidad donde la información fluye constantemente, tanto la calidad como la relevancia de los contenidos periodísticos son aspectos cruciales para construir la confianza de los públicos. Por ello, según Palau et. al (2023), la calidad en el periodismo se refleja en diversos procesos de recolección y manejo de la información, lo que se consigue mediante la aplicación de principios como el equilibrio y la imparcialidad, así como la diversidad de opiniones, la investigación exhaustiva y la autonomía frente a influencias políticas o presiones económicas. Por lo tanto, estos elementos son esenciales para asegurar que el periodismo cumpla su función social de informar con veracidad y responsabilidad.

Ante esto, los periodistas deben preservar altos niveles de ética y responsabilidad que garantice la credibilidad hacia los medios de comunicación digitales dado que, hoy en día las personas se enfrentan “a un mundo de contenidos digitales que buscan la atención y comprensión de los usuarios que participan en las plataformas digitales⁸” (Mandujano, 2022, p. 4). Por otro lado, las discusiones en el espacio digital son esenciales para incentivar la participación y el intercambio de ideas sobre temas relevantes ya sean de carácter local, nacional o internacional. De acuerdo con Diezhandino (2008), en el mundo de los medios digitales, los contenidos políticos son los más destacados, seguidos por noticias sobre sucesos y temas sociales. En un tercer lugar se encuentran asuntos como el terrorismo, a su vez de desarrollo, deportes y la justicia, mientras que la ciencia ocupa el séptimo puesto. Además, es interesante notar que en la categoría social se abordan temas que no son estrictamente políticos. De modo que, todo esto refleja la diversidad de intereses que se discuten en el entorno digital.

⁷ Por espacio digital se entiende al entorno digital interactivo en Internet.

⁸ Las redes sociales son ejemplos de plataformas digitales.

A medida que, más personas se involucran y participan en los ciberespacios⁹ aumentan sus conocimientos sobre diversos temas relevantes, lo que fomenta un ambiente de discusión o debate que puede conducir a cambios positivos para la sociedad. El periodismo digital redefinió las expectativas de las audiencias, y la transición de los medios tradicionales hacia las plataformas digitales se dio tanto por los avances tecnológicos como por las preferencias de los públicos. Esto obligó a los medios a tener que adaptarse a las nuevas realidades y trasladarse a los ciberespacios, modificando “el consumo de sus productos informativos a los nuevos dispositivos tecnológicos y a los nuevos canales de acceso y distribución de la información” (Benaissa, 2019, p. 43).

El periodismo ha experimentado cambios significativos con la llegada de las nuevas tecnologías. Al mismo tiempo, la era digital ha generado una mayor conexión y facilidad para acceder a la información, lo que ha transformado tanto su funcionamiento como la manera en que se consume la información. Además, al igual que en el periodismo tradicional, el periodismo digital informa, entretiene y educa a la audiencia sobre hechos y temas de interés. No obstante, el periodismo digital presenta ventajas y desventajas que lo diferencian de su antecesor y que lo han convertido en una herramienta fundamental para la sociedad.

Ante ello, León y Rivera (2018), indican que, “a los medios de comunicación tradicionales les lleva la ventaja el periodismo digital, por la inmediatez de la información y la gratuidad” (p. 24). De la misma forma, Paredes (2024), señala como ventajas del periodismo digital aspectos como: instantaneidad, interactividad, alcance global, costos menores, variedad de contenidos y el bajo impacto ambiental. Por otro lado, entre las desventajas del periodismo digital destacan la proliferación de desinformación, desconfianza en los medios, exceso de publicidad. Aunque, para Rosillo (2016), la mayor desventaja consiste en el acceso a Internet, pues no todos pueden acceder a los espacios virtuales.

Por lo tanto, el periodismo digital ha presentado desafíos como la abundancia de información en línea, donde es fundamental poder distinguir entre la información verificada y la no verificada, pues tal exceso de información puede hacer que las personas ignoren contenidos sobre otros que consideren más interesantes. Además, es importante mencionar que, en Ecuador el periodismo ha sido importante para la construcción de la democracia y la transparencia. Sin embargo, en el país se ha enfrentado desafíos en términos de libertad de prensa y seguridad de los periodistas. Ante esto, la Fundación Periodistas Sin Cadenas (2024), indica lo siguiente:

El Estado ecuatoriano mantiene una inmensa deuda con la libertad de prensa desde 2018, pues el caso del secuestro y asesinato del equipo periodístico de diario El Comercio (Paúl Rivas, Javier Ortega y Efraín Segarra) se mantiene impune después de seis años de ocurridos los hechos. (párr. 16)

⁹ El ciberespacio es un espacio virtual creado por conexiones digitales.

Asimismo, la Fundación señala que, “si un periodista es amenazado de muerte en Ecuador y necesita con urgencia salir del lugar en el que trabaja, el Mecanismo estatal de Protección no cuenta con dinero para activar ningún protocolo” (párr. 2). En 2018, el asesinato del equipo del diario El Comercio por un grupo de la guerrilla en Colombia impactó la seguridad de la prensa en Ecuador, llevando este trágico evento junto con la presión ejercida por gremios periodísticos y organizaciones civiles a la creación del Mecanismo de Protección de Periodistas. Sin embargo, este mecanismo ha sido cuestionado por defensores de la prensa por su falta de efectividad, dado que el gobierno de Daniel Noboa no aprobó el presupuesto necesario para su funcionamiento en 2024 y 2025 (Higuera, 2024).

De acuerdo al Consejo de Comunicación (2020), la seguridad de periodistas en situaciones de riesgo aborda desafíos no solo físicos y psicológicos, sino también heridas emocionales que no son cubiertas por manuales. Esto resalta la necesidad de una actualización de marcos jurídicos y protocolos que incluyan protección tanto mental como física frente a las amenazas hacia los periodistas, así como el apoyo del Estado para promover la seguridad integral y un periodismo de calidad, lo cual es importante para brindar condiciones de trabajo más seguras dentro y fuera del país.

1.2 Redes sociales y medios digitales

Las redes sociales y los medios digitales han cambiado significativamente la vida cotidiana en todo el mundo, y Ecuador no es una excepción. Hoy en día, ambos son esenciales para la comunicación, el acceso a la información o bien para el entretenimiento u ocio. Por un lado, las redes sociales consisten en plataformas que son ampliamente utilizadas por millones de personas alrededor del mundo. Por otro lado, los medios de comunicación digitales son aquellos formatos en los que se puede transmitir y crear información tales como los blogs, periódico electrónico, redes sociales, entre otros. En el caso de esta investigación se ha tomado en cuenta únicamente las redes sociales. Es importante mencionar que, según datos recientes, el 83.6% de la población ecuatoriana tiene acceso a Internet, y el 69.2% son usuarios en redes sociales como Facebook, Instagram o Tik Tok que son muy usadas en el país (Branch Group, 2024). De manera que, el alcance de Internet y el uso de dispositivos móviles e inteligentes han transformado el panorama digital nacional.

Además, las redes sociales han cambiado las relaciones personales al permitir a las personas mantenerse en contacto con amigos, familiares o conocidos de forma sencilla y rápida. A su vez, las redes sociales ofrecen la oportunidad de compartir experiencias y acceder a la información de manera instantánea. Sin embargo, este acceso inmediato a la información también ha traído consigo retos. Aunque los medios digitales han facilitado que la gente se mantenga informada sobre diversos acontecimientos locales, nacionales e internacionales, esto también ha producido un incremento de las noticias falsas o fake news. Por lo que, a pesar de que tanto las redes sociales como los medios digitales han ampliado la comunicación en Ecuador, resulta crucial que los ciudadanos puedan discernir entre la información engañosa y la que es veraz.

1.2.1 Influencia de las redes sociales

Internet permitió la creación de ciberespacios y con ello, las redes sociales como Facebook, Instagram, Tik Tok, entre otras surgieron como plataformas clave para la transmisión y difusión de noticias, al igual que para la interacción social. Estas redes facilitaron la manera en que los individuos se comunican y comparten información, siendo ahora sitios relevantes donde no solo se producen y difunden contenidos, sino también se comparten experiencias, se forman opiniones y se debate acerca de temas de interés.

Es por tanto que, la creciente importancia de las redes sociales ha hecho una reconfiguración del panorama mediático, cambiando las formas de producir y consumir la información, desafiando en la era digital los modelos tradicionales de comunicación. De manera que, los medios para mantenerse en un entorno en constante cambio deben acoger las nuevas tecnologías, al igual que mejorar sus estrategias. En este sentido, Quiroz (2014), señala lo siguiente:

La aparición y el desarrollo de las redes sociales, como factores indispensables de la sociedad de la información, han permitido establecer diversos canales para que el profesional en periodismo pueda amplificar su labor, en beneficio de la sociedad local y global. (p. 280)

Por su parte, Colman (2023), destaca en un artículo publicado sobre el impacto de las redes sociales en el periodismo actual que, las redes sociales han impactado la evolución del periodismo, “cambiando la forma en que se distribuyen las noticias, empoderando la participación del público, generando desafíos éticos y desafiando el modelo de negocios de los medios de comunicación” (párr. 1). De modo que, la interacción entre la audiencia y los medios digitales han redefinido sus papeles hacia una comunicación más bidireccional y multidireccional. Puesto que, los públicos ya no son meros consumidores de la información, sino que forman parte activa del entorno mediático¹⁰.

Es indudable la relevancia de las redes sociales, pues se han convertido en herramientas esenciales para la creación y distribución de noticias. Por eso, muchas personas acuden a tales plataformas para mantenerse informados a la vez de interactuar con los contenidos. De acuerdo con Lado (2021), las redes sociales se han vuelto tan populares para el periodismo ocasionando que los medios convencionales deban reinventarse e incluir departamentos digitales a sus redacciones para mantener su audiencia. Por tal razón, ahora en la educación superior se incorpora nuevas habilidades y competencias digitales adaptadas al nuevo ecosistema mediático.

Por otra parte, la influencia de las redes sociales en el periodismo además de ser notable, presenta diversos aspectos que transforman la generación, difusión y consumo de información. Es así que, estas plataformas se han vuelto en importantes fuentes de noticias

¹⁰ El entorno mediático es el ambiente donde se producen y consumen medios.

que han modificado las formas de interactuar entre los periodistas, medios de comunicación y los públicos.

1.2.2 Influencia de los medios digitales

La influencia de los medios digitales en la sociedad actual es innegable. Este tipo de medios han cambiado cómo se comparte y consume información, permitiendo que las personas se conecten e interactúen activamente de formas antes complejas. Según Fernández (2013), la interactividad y la convergencia son características clave del sistema mediático actual, facilitadas por las nuevas tecnologías de la información y comunicación (TIC). Además, dado que la tecnología facilita la detección de los gustos de los públicos en función de lo que consumen digitalmente, ya algunos medios toman partido de ello. Esto permite a los medios adaptar sus mensajes acordes a los intereses de las audiencias, lo cual impacta directamente en su contenido.

Es importante destacar que, los medios digitales también tienen influencia dentro de la opinión pública. Por tal razón, Lippmann (2003), señala que los medios de comunicación son una fuente primordial, pero no la única, por la que las imágenes o ficciones que poseemos en nuestras mentes contribuyen a la formación de la opinión pública. A la vez, Rubio (2009), indica que, “las opiniones no surgen de la nada, sino que son el resultado de uno o varios procesos de formación” (p. 4). Ante ello, Sartori (1993), señala que los procesos que forman la opinión pública se producen por orden, en torno a tres modalidades: “a) un descenso en cascada de las élites; b) una ebullición desde la base hacia arriba; e) identificación con los grupos de referencia” (p. 60).

Por tanto, los medios de comunicación impulsados por las redes sociales han modificado las maneras en cómo se presenta la información, influyendo en parte en las percepciones y creencias de los ciudadanos. Esto puede conllevar a formar una opinión pública al exponer una realidad en la mente de los individuos. Aunque, “la base de la opinión pública es más cognitiva que racional” (Rubio, 2009, p. 4). No obstante, el impacto puede ser muy significativo en cómo interactúan los nuevos medios digitales con la percepción de las personas en el mundo y sobre diversos ámbitos.

1.3 Medios digitales y ciberperiodismo local

Según Valbuena (2023), el periodismo digital también llamado ciberperiodismo se desarrolla específicamente en medios digitales para comunicar noticias y contenidos. Es decir que, a diferencia del periodismo tradicional, este tipo permite a las personas no solo leer o ser espectador de la información, sino también interactuar con ella. De modo que, el ciberperiodismo ofrece una mejor experiencia a la hora de estar informados al combinar textos, imágenes, videos, etc. Esto ha hecho que el ciberperiodismo gane terreno alrededor del mundo debido al uso de diversos medios digitales.

En las diversas regiones del país, los medios digitales se presentan en múltiples formatos, como blogs, plataformas de video, periódico electrónico, radios digitales, redes sociales, entre otros. Gracias a ello las personas pueden sentirse informadas sobre temas relevantes

de sus comunidades o lo que acontece en otros lugares del mundo. En el caso de La Concordia, los medios digitales locales han tomado partido de las redes sociales para emprender su labor informativa, los cuales han encontrado su lugar en redes como Facebook, consolidando audiencia. Esto se debe a que, los medios suelen ofrecer contenidos variados: informativos, educativos y de entretenimiento. Al igual que, suelen abordar temas que engloban noticias de actualidad, reportajes o entrevistas que de una u otra forma capturan el interés de la población, lo cual ayuda a que las personas sientan menos incertidumbre de lo que pasa en su entorno cada vez que se informa sobre eventos y situaciones de la localidad.

No obstante, los medios locales todavía tienen un largo camino que recorrer hacia un mejor ciberperiodismo. Esto implica que hay retos para mejorar la calidad informativa y aprovechar al máximo las herramientas digitales. Asimismo, aprovechar los grupos generacionales y las potencialidades que brinda cada red social. Es así que, el periodismo digital local puede fortalecer su papel informativo y social, reduciendo la incertidumbre y conectando mejor con la comunidad.

1.3.1 Medios digitales en La Concordia

Dentro de la provincia Tsáchila en Ecuador, existen dos cantones el primero y más grande, Santo Domingo y el segundo que es más pequeño, La Concordia. Este es un cantón en proceso de desarrollo donde existen pocos medios de comunicación digitales que han emprendido en redes sociales, transformando la comunicación local y cómo los ciudadanos acceden a la información. Es importante señalar que, según el Ministerio de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información (2015), existe un alto uso de dispositivos móviles, con un 91% de la población ecuatoriana utilizando redes sociales desde estos dispositivos. Esto ha permitido que más personas puedan interactuar sobre temas locales. Así, medios digitales locales como JAR TV, Radio Super W, La Concordia TV y OLAVE TV han adoptado e implementado ciertas estrategias digitales para conectar con la audiencia. De manera que, estos medios no solo informan, sino que también suelen promover la participación y opinión sobre realidades.

A continuación, se presenta una tabla que muestra en que redes sociales cuentan con perfiles los medios digitales locales y su breve estado de actividad.

Tabla 3

En dónde cuentan con perfiles los medios digitales locales

Medio	Facebook	Instagram	Tik Tok	Otros	Estado de actividad
JAR TV	Sí	Sí	Sí	Sí	Principalmente Facebook.
Radio Super W	Sí	Sí	Sí	Sí	Más en Facebook y otros (Radio)
La Concordia TV	Sí	No	No	No	Solo Facebook
OLAVE TV	Sí	Sí	No	No	Principalmente Facebook

Fuente: Elaboración propia

Este panorama revela que, aunque algunos de los medios de la zona tienen perfiles en diversas redes, la mayoría se concentran principalmente en Facebook. A su vez, esto

sugiere que para fortalecer el periodismo local es esencial que los medios digitales del cantón continúen innovando y adaptándose a las nuevas dinámicas digitales.

Además, es importante destacar que la confianza de las personas hacia los medios digitales es crucial para el consumo de los contenidos en un entorno sobrecargado de información y noticias falsas que pueden afectar la credibilidad de los medios. Por ello, estos deben mantener aspectos esenciales de calidad periodística, imparcialidad y transparencia para fortalecer la confianza. Pues, en una era en la que los medios de comunicación digitales han adquirido un rol relevante es necesario considerar la confianza ciudadana en dichos espacios, para entender a mayores rasgos el impacto y percepciones que puede contribuir a mejorar el periodismo local.

Con mucha razón, Calvo et. al (2014), señalan que la credibilidad de los medios de comunicación mejora su imagen y les permite adaptarse mejor a las necesidades informativas del público. Esto significa que, la credibilidad mejora la imagen de los medios porque genera confianza en la audiencia, lo cual hace que las personas los vean como fuentes informativas fiables y los prefieran para informarse. De modo que, esto permite a los medios entender mejor que necesita su audiencia y adaptar las noticias para satisfacer esas necesidades, lo cual aumenta su valor y lealtad del público. Por lo que, ser creíbles ayuda a los medios a conectar mejor con su audiencia y a mantenerse relevantes.

En tanto que, la digitalización ha impulsado una transformación en los medios para adaptarse a las nuevas demandas del público como por ejemplo contenido accesible y de interés social. De manera que, las redes sociales no son solo canales de comunicación usados por los medios, sino también espacios para construir comunidades y promover iniciativas locales. Así, los medios digitales en La Concordia están redefiniendo el panorama comunicativo siendo nuevas fuentes informativas y a medida que más personas se conectan para informarse se abre un espacio vital para el intercambio de ideas, opiniones y percepciones. Está dinámica es fundamental para el desarrollo social y la participación activa y positiva de la ciudadanía. Por lo que, la digitalización ofrece a los medios digitales locales oportunidades significativas para mejorar la calidad del periodismo y fortalecer la relación entre los medios y las audiencias. Cabe indicar que los medios digitales de este cantón funcionan principalmente por periodistas independientes.

1.3.2 Periodismo digital en La Concordia

El periodismo en el cantón La Concordia ha evolucionado significativamente con el crecimiento de las redes sociales, especialmente a través de Facebook donde se concentra la mayor parte del periodismo digital local. Esta red ha permitido a medios como JAR TV, Radio Super W, La Concordia TV y OLAVE TV interactuar con las audiencias, permitiendo que las noticias lleguen rápidamente a los ciudadanos. Es así que, Facebook es una plataforma clave en este cantón facilitando la difusión de la información donde los usuarios suelen comentar y compartir las noticias en sus perfiles personales con sus

comunidades virtuales¹¹ lo que los medios publican. Esto aumenta la visibilidad de las noticias locales.

Por otra parte, el periodismo digital en las redes sociales puede enfrentar desafíos como la verificación de datos o la desinformación. En este sentido, los periodistas deben ser cuidadosos al seleccionar sus fuentes para asegurar la veracidad en las noticias y la credibilidad de los medios. Además, los medios también necesitan subir contenido atractivo y de interés social que pueda captar la atención de las audiencias, entre ellos los grupos generacionales más jóvenes, pues hoy en día predominan en redes sociales. A su vez, en los modos de hacer periodismo en este cantón los medios digitales locales han adoptado algunos formatos modernos tales como los videos cortos o las transmisiones en vivo que se han vuelto muy populares actualmente, como una manera de poder mantener su relevancia en el entorno mediático.

Sin embargo, a pesar de esto, el periodismo digital en La Concordia tiene un largo recorrido por delante manteniéndose en un proceso de desarrollo que a la vez necesita ser mejorado, pues no siempre se informa a la ciudadanía sobre los acontecimientos de la localidad, lo que puede generar incertidumbre e inseguridad. Por ende, los medios digitales locales se enfrentan a oportunidades como es el uso de las redes sociales que ofrecen un espacio valioso para conectar con la comunidad. Pero, asimismo, se enfrentan a retos que requieren de un enfoque crítico y responsable por parte de los periodistas para garantizar la calidad de la información que comparten y postean. Esto es importante porque puede definir el futuro de estos medios y su forma de trabajar por hacer un mejor periodismo.

1.4 Brecha digital

La brecha digital “es un concepto utilizado para referirse a las entidades o personas que por algún motivo no están conectadas a las redes tecnológicas y que hoy es estrictamente necesario minimizar en la mayor medida posible” (Castro y Zamora, 2009, p. 50). A la vez, se la ha definido como “la brecha entre individuos, hogares, negocios y áreas geográficas en diferentes niveles socioeconómicos con respecto a sus oportunidades de acceso a tic y su uso para una amplia variedad de actividades” (OECD, 2001, p. 9, citado en Gómez et. al, 2018, p. 3).

Por tanto, no existe una definición única de lo que es la brecha digital. Sin embargo, en pocas palabras se trata de la desigualdad entre diferentes grupos sociales al acceso de las tecnologías de información y comunicación en función de diversos factores. Estos factores pueden ser económicos, geográficos, de edad, educación o género. Según Gómez et. al (2018), este fenómeno se manifiesta en tres dimensiones: “acceso, uso y apropiación de TIC por individuos y organizaciones (públicas o privadas), que retrasan el aprovechamiento de estas tecnologías” (p. 3).

¹¹ Las comunidades virtuales son grupos conectados en línea con intereses compartidos.

La dimensión de acceso se centra en la disponibilidad y la conexión a Internet que, aunque ha mejorado, muchas personas, especialmente en áreas rurales o de bajos recursos todavía no tienen un acceso adecuado. La dimensión de uso implica las habilidades necesarias para utilizar la tecnología efectivamente, pues tener acceso no es suficiente si no se sabe cómo usarla. Por último, la apropiación se basa a cómo las personas pueden beneficiarse realmente de las TIC, utilizando estas herramientas para mejorar su calidad de vida y participar activamente en la sociedad digital¹². Es decir que, no es suficiente tener acceso a la tecnología, sino también poder aprovecharla.

Es así que, a pesar de los avances en el acceso a Internet aún persisten problemas en las dimensiones de uso y apropiación, lo que significa que muchas personas tienen acceso a la tecnología, pero carecen de habilidades y conocimientos para aprovecharla al máximo (Grupo Atico34, 2021). Esto resalta que la brecha digital no solo es un problema de infraestructura, sino también un problema de educación y capacitación relacionado con el analfabetismo digital. Según Icaza et. al (2019), el analfabetismo digital es cuando una persona no sabe usar las nuevas tecnologías como Internet, redes sociales, ver contenidos multimedia o crear documentos en diversos formatos. Este desconocimiento, limita la capacidad para comunicarse, informarse y participar en la sociedad actual, que depende mucho de las tecnologías. Además, quienes no tienen estas habilidades quedan excluidos de muchas oportunidades.

Por tal razón, para Heras (2022), “es importante implementar modelos educativos que generen conocimiento de las herramientas tecnológicas, así como favorecer nuevas habilidades y competencias, para que no se extienda la exclusión digital” (p. 97). Sin embargo, disminuir al máximo la brecha digital es un reto global y especialmente para el Estado ecuatoriano, que a través de varios programas necesita integrar a la sociedad en el mundo del conocimiento (Icaza et. al, 2019). Cabe recordar que, las causas de la brecha digital son variadas e incluyen factores económicos, educativos, geográficos o de género. Se detallan a continuación:

En la brecha digital económica se encuentran las desigualdades económicas entre países, ciudades o regiones que dificultan el acceso a las tecnologías de la información y comunicación, especialmente en áreas menos desarrolladas. En la brecha digital geográfica la ubicación influye en el acceso a servicios tecnológicos de manera que, las zonas urbanas suelen tener mejor conectividad que las zonas rurales, donde muchas veces no suele incluso haber cobertura de Internet. En la brecha de género vale indicar que desde antes las mujeres se han enfrentado a barreras adicionales que limitan su acceso a la tecnología. No obstante, aunque esto ha mejorado poco a poco, aún existen desigualdades que agravan esta brecha en sociedades tanto desarrolladas como en vías de desarrollo (Grupo Atico34, 2021).

Por último, en la brecha generacional la edad juega un papel importante ya que los jóvenes nacidos en la era digital tienden a ser más hábiles con la tecnología, mientras que los

¹² Sociedad digital es la sociedad conectada mediante tecnologías y comunicación digital.

adultos con más edad pueden encontrar dificultades debido a su falta de experiencia con los dispositivos inteligentes. Esto es comprensible, pues las tecnologías pudieron no existir en gran parte de sus vidas. Además, hay casos evidentes donde adultos mayores evitan por voluntad propia el uso de las tecnologías. Sin embargo, hay casos en los que las personas mayores muestran interés en aprender sobre las TIC (Grupo Atico34, 2021).

1.4.1 Influencia en la participación digital

Anteriormente se mencionó que la brecha digital consiste en desigualdades en el acceso y uso de las tecnologías de la información y la comunicación por lo que, esta situación puede incidir en la interacción y participación ciudadana. Puesto que, quienes carecen de acceso a estas herramientas quedan excluidos de importantes oportunidades de desarrollo personal y social. Por ello, la participación e interacción ciudadana en los ciberespacios se ven influidas por la brecha digital. Es decir que, las TIC son importantes para la participación en los procesos democráticos en la era digital que hoy se vive.

Por tal razón, cuando las personas no tienen las habilidades y conocimientos digitales adecuados, se suele crear una ciudadanía pasiva. Esto significa que sólo determinados grupos pueden participar activamente en los procesos democráticos e interactuar eficazmente con las tecnologías. Mientras que, otros no pueden hacerlo y quedan marginados. Asimismo, la brecha digital puede acentuar desigualdades preexistentes como las relacionadas con el género o el estatus socioeconómico. De modo que, algunas voces puede que no sean escuchadas en las esferas o espacios públicos digitales.

Así, aunque las redes sociales han surgido como destacadas plataformas de participación mediática, su eficacia también depende del acceso a las TIC, ya que, si bien estas plataformas pueden facilitar el diálogo y la movilización social, su impacto se ve limitado por la capacidad de los ciudadanos para utilizarlas. Por tal razón, la influencia de la brecha digital afecta no sólo al acceso a la información, sino también a la comprensión y percepción que los ciudadanos tienen sobre cómo funcionan los medios de comunicación digitales de su entorno en redes sociales, del mismo modo que, esta brecha también afecta a la interacción de los ciudadanos en tales espacios.

Por otra parte, la brecha generacional juega un papel crucial en las competencias y en la utilización de las tecnologías digitales. Pues, en el amplio espacio digital habitan diversas cohortes demográficas, es decir desde los Baby Boomers hasta la Generación Alpha, cada una de las cuales a través de los años ha evolucionado con los avances tecnológicos. Esta evolución ha influenciado significativamente la forma en que las distintas generaciones interactúan con las redes sociales y los medios digitales.

Tabla 4

Generaciones digitales

Generación	Años de nacimiento	Características clave
Baby Boomers	(1946 – 1964)	Nacidos después de la II Guerra Mundial. No crecieron en un entorno digital, pero han logrado adaptarse a las innovaciones del mundo moderno.

Generación X	(1965 – 1980)	Vivieron los primeros avances tecnológicos y se han adaptado con más facilidad a la nueva era digital.
Generación Y (Millennials)	(1981 -1 996)	Crecieron inmersos en la era digital, siendo conocidos por su gran uso de redes sociales.
Generación Z (Centennials)	(1997 – 2012)	Son los nativos digitales, los cuales dominan el uso de redes sociales y tecnologías desde una edad temprana.
Generación Alpha	(2013 – 2024)	Son considerados los nativos digitales 2.0 porque han estado rodeados de tecnologías desde su nacimiento. Usan la inteligencia artificial (IA) con naturalidad.
Generación Beta	(2025 – 2039)	Primera generación que nace en un mundo donde la inteligencia artificial está en todo. Dominarán a profundidad la IA.

Basado en la evolución de las generaciones de Colombo (2023)

Además, según Papí y García (2023), la brecha digital generacional se ha convertido en un tema importante en nuestra sociedad actual. Pues, a medida que la tecnología avanza y el acceso a Internet se expande, se evidencia una división en cómo diferentes grupos etarios acceden y utilizan herramientas digitales. De tal modo que, las diferencias generacionales, junto con las desigualdades socioeconómicas, pueden afectar el nivel de conocimiento y la adopción de estas herramientas y medios digitales. Esto significa que, no todos tienen la misma capacidad para utilizar eficazmente las tecnologías, incluidas las herramientas basadas en inteligencia artificial, y mantenerse informados en un mundo cada vez más digitalizado.

En consecuencia, muchos ciudadanos no puedan acceder a la información digital de forma rápida y se terminan perdiendo de noticias importantes, entre otras cosas. En el cantón La Concordia existen varias zonas rurales con habitantes de la tercera edad o adultos mayores que se dedican al campo y que no poseen un celular inteligente o si es que cuentan con uno, no todos logran tener familiares que les orienten a usar las redes sociales como fuente de información. Así, la existencia de esta brecha dificulta el empoderamiento de la ciudadanía para una participación activa y significativa en la sociedad digital, influyendo negativamente en la construcción de sociedades más críticas e informadas.

Es así que, esta brecha no solo implica tratar de mejorar el acceso a las TIC, sino también asegurar que todos tengan las habilidades necesarias para utilizarlas de manera efectiva. Además, aunque existe esta brecha de diferencia de edad, la sociedad no debería de hacer menos a este grupo de personas. En cambio, se debería ayudar para que ellos también accedan a las nuevas tecnologías y las usen de forma correcta. En la actualidad existen campañas y también en las escuelas se intenta hacer conciencia para respetar a las personas de la tercera edad y a tratar de que no sean excluidos solo por su edad. Hoy en día se ha visto a muchos jóvenes que tratan de capacitar a sus familiares mayores el uso de las tecnologías y redes sociales para que ellos también estén al tanto de lo que ocurre en su entorno y alrededor del mundo.

1.4.2 Impacto en la audiencia local

Las tecnologías de información y comunicación impulsaron la expansión de los medios de comunicación hacia los espacios digitales. A su vez, surgieron medios únicamente digitales, lo que generó nuevas oportunidades para la transmisión y difusión de

contenidos periodísticos, al igual que la creación de comunidades virtuales. No obstante, también se originó nuevos retos y la llamada brecha digital. Esta brecha es la diferencia existente entre quienes tienen acceso a las TIC y quienes no (Ramírez y Sepulveda, 2018).

Cabe mencionar que, de acuerdo a Primicias (2025), “la brecha digital entre el área urbana y rural es una realidad en Ecuador” (párr. 1). Sin embargo, aunque esta desigualdad afecta a ambas comunidades, mayormente en las zonas rurales el acceso a Internet puede ser más escaso o de menor velocidad. Según Boné (2023), “esta disparidad refleja una brecha significativa en la infraestructura tecnológica que afecta a las comunidades rurales, impidiendo su integración plena en la sociedad digital” (p. 6). Esto puede acentuar diferencias en cuanto a conocimientos y habilidades tecnológicas, lo cual es importante de conocer, ya que ayuda a comprender parte del impacto mediático en la audiencia local.

Es por tanto que, el nivel socioeconómico, la educación o la ubicación geográfica son algunos de los factores cruciales de la brecha digital. También, son aspectos determinantes para aprovechar o limitar el acceso a la información y la interacción en los medios digitales. Por ejemplo, los hogares con mayores ingresos suelen tener mejor acceso a Internet y cuentan con más dispositivos digitales que aquellos hogares con ingresos más bajos. Además, el analfabetismo digital es más común en las áreas rurales, lo que agrava las desigualdades y dificulta el uso efectivo de la tecnología. De acuerdo con Primicias (2025), “los hogares en el área rural son aproximadamente 5 veces más analfabetos digitales que en la urbe” (párr. 6).

Por otra parte, es importante destacar que el impacto de esta brecha fue especialmente evidente en el ámbito educativo durante la pandemia de COVID 19. Allí se evidenció en gran medida cómo la falta de acceso a las tecnologías afecta negativamente las posibilidades de aprendizaje para muchos estudiantes. Debido a que, “la falta de conectividad ha dificultado a las personas la posibilidad de acceder a la teleeducación” (Primicias, 2025, párr. 3). Por ende, la brecha digital no solo es un problema tecnológico, sino un desafío social que requiere de atención para asegurar que todos los grupos sociales tengan la misma igualdad de oportunidades en un mundo cada vez más digitalizado.

Con mucha razón Rodríguez y Gallardo (2021), mencionan que cerrar esta brecha es fundamental para avanzar hacia sociedades más equitativas en diversas áreas como la educación, el empleo y la participación cultural. Es así que, para abordar este problema, los gobiernos deben interesarse en implementar medidas inclusivas que promuevan el acceso equitativo a las TIC. Esto puede darse mejorando infraestructuras de telecomunicaciones o fomentando proyectos de alfabetización digital. Entre los cuales en Ecuador se encuentra el proyecto social de Puntos Digitales Gratuitos. Asimismo, en la localidad, el establecimiento del Punto Digital Gratuito llamado “Mega La Concordia”, que se inauguró en este cantón el 7 de octubre de 2024 destaca como un ejemplo positivo para capacitar y empoderar a los ciudadanos. Este es un espacio con la iniciativa de facilitar el acceso gratuito a las TIC y promover la inclusión digital. A la vez, este sitio ofrece capacitación en diversas áreas tecnológicas y acceso a servicios en línea. Esto contribuye al desarrollo local, fomenta la participación en ciberespacios y ayuda a reducir la brecha digital.

CAPÍTULO II: MATERIALES Y MÉTODOS

En este apartado se explica cómo se llevó a cabo la investigación, la metodología aplicada, así como los instrumentos que se usaron para recoger datos y los pasos seguidos para reunir toda la información necesaria. Todo esto aportó validez y confiabilidad a este estudio.

2.1 Tipo de investigación

Seleccionar el tipo correcto de investigación es fundamental para obtener resultados significativos. Este estudio utilizó un enfoque observacional y descriptivo, siendo ambos adecuados para entender con más detalle un fenómeno de estudio. Esto fue clave para recopilar información sobre las características y contenidos de los medios digitales. A la vez, de comprender y describir cómo perciben los ciudadanos los medios digitales locales. Además, de acuerdo con Quecedo (2002), la metodología se refiere a cómo se aborda los problemas y se busca respuestas en la investigación, es decir, las teorías, perspectivas y objetivos que guían a los investigadores a elegir una metodología específica. Por tal razón, la metodología de esta investigación es mixta, en otras palabras, cualitativa y cuantitativa.

La metodología cualitativa genera datos descriptivos, utilizando las palabras de las personas, ya sea de forma oral o escrita, así como la observación de comportamientos (Quecedo, 2002). En cambio, la metodología cuantitativa ofrece explicaciones a través de un estudio sistemático de fenómenos que pueden ser observados. Esto se logra mediante la recopilación de datos digitales, los cuales son evaluados utilizando enfoques fundamentados en las matemáticas, estadísticas o informática (Parra, 2019). No obstante, para Cadena et. al (2017), entre las diferencias más evidentes que pueden señalarse entre ambos enfoques consiste en que los métodos cuantitativos generan datos en forma de números. Mientras que, los métodos cualitativos proporcionan información o descripciones con respecto a situaciones, acontecimientos, personas, interacciones al igual que comportamientos o conductas observadas.

Por lo tanto, ambas metodologías cuantitativa y cualitativa pueden ser complementarias entre sí, lo que hace a un método mixto una forma efectiva de recolectar datos. Ante ello, con mucha razón Hernández y Mendoza (2018), indican que este tipo de investigación “es más que la suma de las dos anteriores e implica su interacción y potenciación” (p. 10). Por ende, esta elección ayudó a recopilar opiniones para entender las percepciones y preferencias de los encuestados, así como analizar y generalizar los contenidos y características de los medios digitales locales. Además, este tipo de método mixto de acuerdo con Cueva et. al (2023), “permite obtener una comprensión más enriquecedora y completa del fenómeno estudiado” (p. 6). Por lo que, esta metodología es muy relevante en la investigación y emplea de manera eficaz los procedimientos sistemáticos, empíricos y análisis determinados, logrando una investigación más sólida y comprensible.

2.2 Técnicas e instrumentos de investigación

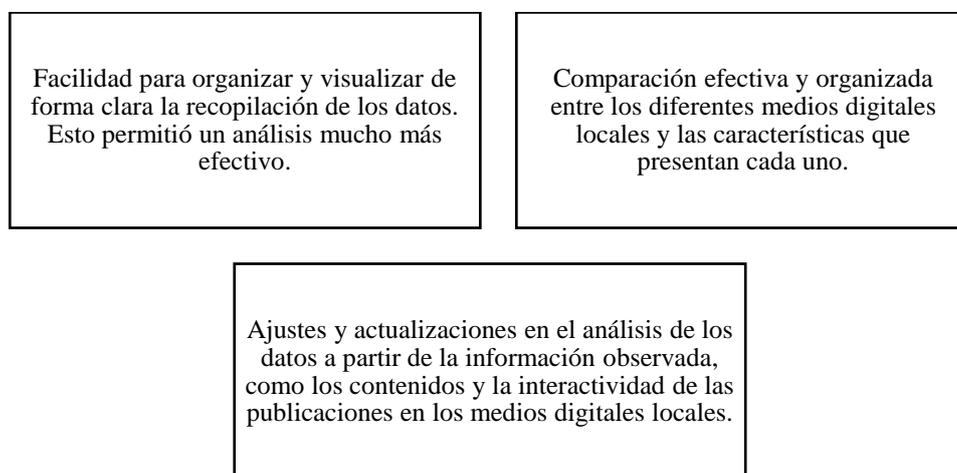
Para esta investigación se utilizó los siguientes instrumentos:

Ficha de observación - La observación es un elemento esencial en cualquier proceso investigativo que permite al investigador o investigadora recopilar una gran variedad y cantidad de datos, los cuales facilitan a una comprensión más profunda de lo que se está estudiando. Según Hernández et. al (1996), está “es una técnica que consiste en observar atentamente el fenómeno, hecho o caso, tomar información y registrarla para su posterior análisis” (p.185). Por lo que, “constituye un proceso deliberado y sistemático que ha de ser orientado con un propósito o problema” (Rodríguez et. al, 1996 citado en Gonzáles et. al, 2021, p. 71).

Por lo tanto, esta herramienta ayuda a la descripción e interpretación de aspectos importantes en una investigación que implica observaciones tanto planificadas como sistemáticas de los fenómenos en estudio, usando diversas técnicas de registro para una coherente recopilación de datos. A modo que, mediante esta ficha se pudo sistematizar la información observada lo que facilitó a tener un análisis detallad. Esto contribuyó a la comprensión del contexto mediático en el cantón La Concordia. Además, la ficha de observación para esta investigación ofreció varias ventajas tales como:

Figura 1

Ventajas de la ficha de observación en la investigación



Fuente: Elaboración propia

Encuesta – De acuerdo con Díaz (2003), la encuesta es un método organizado para recolectar información. En este proceso, el investigador formula preguntas a los participantes sobre los datos que necesita, luego se recopilan las respuestas individuales para analizarlas en conjunto. El propósito de la encuesta es reunir de forma ordenada la información sobre las variables relevantes en un estudio, ya sea de una población completa o de un grupo de muestra específico. De manera que, este instrumento permite obtener una visión más clara del tema investigado.

Por tal razón, la encuesta “es ampliamente utilizada como procedimiento de investigación, ya que permite obtener y elaborar datos de modo rápido y eficaz” (Casas, 2003, p. 143). Además, la encuesta es considerada como una entrevista por cuestionario (Lanuez y Fernández, 2014, citado en Feria et. al, 2020, p. 72). Por tanto, la encuesta en comparación con una entrevista ofrece ventajas significativas tales como:

- Asegura de un mejor modo obtener opiniones de un número mayor de personas.
- Asegura de un mejor modo obtener opiniones cuando la muestra está dispersa geográficamente.
- Permite de una mejor forma tabular y estudiar las opiniones recibidas de los encuestados, para su conversión, inferencialmente, por el investigador, en información útil a considerar en la investigación (Feria et. al, 2020, p. 72-73).

En esta investigación, la encuesta se utilizó como una herramienta efectiva para recopilar datos donde las preguntas fueron mayormente de opción múltiple, realizadas a través de la plataforma Google Forms. Este instrumento permitió poder captar una amplia gama de respuestas en cuanto a opiniones sobre que piensa la gente acerca de los medios digitales en La Concordia, la red social por la que más se informan sobre las noticias locales, así como brechas que se encuentran presentes en este cantón. Esto resultó crucial para el estudio y la influencia que estos medios tienen dentro de la comunicación local, al igual que la percepción que los ciudadanos tienen hacia los medios.

2.3 Preguntas de investigación y/o hipótesis

Las preguntas que se plantean en esta investigación son:

- ¿Cuál es la red social que la mayoría de los ciudadanos prefiere como fuente de información?
- ¿Cuál es la percepción ciudadana de los medios digitales locales y el contenido periodístico que ofrecen en el cantón La Concordia a través de las redes sociales?
- ¿Qué factores influyen en la preferencia y decisión de la ciudadanía a seguir a un medio digital local?

2.4 Matriz de operacionalización de variables

A través de las siguientes matrices se estableció bases para recopilar y analizar los datos.

Tabla 5

Matriz de variables de investigación

REDES SOCIALES Y PERIODISMO: ANÁLISIS DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN DIGITALES EN EL CANTÓN LA CONCORDIA		
Objetivos	Instrumento	Variable
OG: Analizar los medios de comunicación digitales del cantón La Concordia en redes sociales y la percepción ciudadana que tienen hacia ellos.	Observación - Encuesta	- Influencia en redes sociales de los medios digitales de La Concordia. - Percepción ciudadana sobre los medios digitales en la localidad.

OE: Identificar la interacción de la audiencia con el contenido periodístico local de los medios digitales en redes sociales.	Observación	Interacción de los ciudadanos con los contenidos periodísticos locales en redes sociales.
OE: Conocer la diversidad de los temas abordados por los medios digitales de La Concordia en el contenido de noticias locales.	Observación	Temáticas abordadas por los medios digitales locales en los contenidos periodísticos.
OE: Determinar la red más usada como fuente de información, y la transparencia y calidad de las noticias del cantón La Concordia.	Encuesta	Red más usada como fuente de información, y la transparencia y calidad de las noticias locales.
OE: Comprender la brecha digital que influye en la percepción e interacción de los ciudadanos con los medios digitales locales.	Encuesta	Brecha digital que influye en la percepción e interacción ciudadana con los medios digitales locales.

Fuente: Elaboración propia

Tabla 6

Matriz para instrumento de ficha de observación

Variable	Dimensión	Indicadores	Ítems
Influencia en redes sociales de los medios digitales de La Concordia.	- Alcance y visibilidad	- Número de seguidores, likes, y compartidas	1. ¿Cuántos seguidores tiene cada medio digital local?
			2. ¿Con qué frecuencia publican?
			3. ¿Qué tipo de contenido genera más reacciones?
			4. ¿Cuál es el alcance de reacciones y compartidas que hay en estos medios?
Interacción de los ciudadanos con los contenidos periodísticos locales en redes sociales.	- Participación	- Comentarios	5. ¿Qué tanto comentan los usuarios en las publicaciones de los medios informativos digitales de la localidad?
			6. ¿Se generan discusiones significativas o debate en los comentarios?
Temáticas abordadas por los medios digitales locales en los contenidos periodísticos.	- Diversidad temática	- Variedad de temas cubiertos	7. ¿Qué temas se tratan en los contenidos periodísticos?
			8. ¿Cuáles temas son más frecuentes en las publicaciones?
		- Relevancia local	9. ¿Cuál medio digital local proporciona noticias con información más detallada?
			10. ¿Los temas tratados reflejan preocupaciones locales o son de interés social?

Fuente: Elaboración propia

Tabla 7*Matriz para instrumento de encuesta*

Variable	Dimensión	Indicadores	Items
Percepción ciudadana sobre los medios digitales en la localidad	- Frecuencia de noticias y medio más influyente del cantón	- Medios digitales	<p>1. ¿Considera que se debe mejorar los medios de comunicación digitales del cantón La Concordia?</p> <p>2. ¿Con qué frecuencia siente que las fuentes de información digitales de la zona suben noticias?</p> <p>3. ¿Cuál es el medio digital local que prefiere para informarse?</p>
		- Opinión pública	<p>4. ¿Cuánto cree que los medios digitales de La Concordia influyen en su opinión sobre temas locales?</p>
Red más usada como fuente de información, y la transparencia y calidad de las noticias locales	- Calidad, transparencia y uso de red más usada	- Red más usada	<p>5. ¿Qué red social usted utiliza para informarse sobre noticias de La Concordia?</p> <p>6. Si en la pregunta anterior fue Facebook una de sus opciones o su única opción señalada, seleccione por qué no se informa a través de las otras redes sociales.</p>
		- Credibilidad y veracidad de la información	<p>7. ¿Con qué frecuencia se topa con noticias poco transparentes o amarillistas de su cantón La Concordia?</p> <p>8. ¿Cuál medio digital local considera que tiene mayor veracidad y credibilidad en las noticias que publica?</p>
Brecha digital que influye en la percepción e interacción ciudadana.	- Acceso a tecnología	- Disponibilidad de Internet	<p>9. ¿Con qué frecuencia dispone de acceso a Internet?</p>
		- Habilidades digitales	<p>10. ¿Utiliza con facilidad las plataformas digitales para informarse de las noticias de su localidad?</p>

Fuente: Elaboración propia

2.5 Población y Muestra

2.5.1 Población

Para esta investigación, se utilizó la fórmula de poblaciones finitas para calcular el universo total, dado que está fórmula se aplica si se tiene un número limitado de

individuos. En este caso se consideró a los ciudadanos de 15 a 64 años, quienes son más conscientes de los medios digitales, y manejan mejor las tecnologías y redes sociales.

Por lo tanto, se tomó en cuenta la estructura poblacional del último Censo Ecuador del año 2022. Este fue un censo que debió realizarse en 2020 pero se postergó por la pandemia de COVID-19, en donde el cantón La Concordia cuenta con 51.386 habitantes. No obstante, solo 23.287 personas se encuentran en el rango de edad antes mencionado. De las cuales, 3.749 personas tienen 15-19 años, 3.298 tienen 20- 24 años, 2.889 tienen 25-29 años, 2.699 tienen 30-34 años, 2.517 tienen de 35-39 años, 2.162 tienen de 40-44 años, 1.789 tienen de 45-49 años, 1.631 personas tienen 50-54, 1.347 tienen 55-59 y 1.206 tienen 60-64 años.

2.5.2 Muestra

Aplicando la fórmula de muestreo con un nivel de confianza del 95% y un margen de error del 5%, se determinó un tamaño de muestra de 378 encuestados.

La fórmula utilizada es:

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

Donde:

- n = Tamaño de muestra buscado
- N = Tamaño de la población o universo (23.287)
- Z = Parámetro estadístico que depende el nivel de confianza (1.96 para un nivel de confianza del 95%)
- e = Error de estimación máximo aceptado (0.05 para un nivel de margen de error del 5%)
- p = Probabilidad de que ocurra el evento estudiado (0.5 para un nivel de probabilidad del 50%)
- q = Probabilidad de que no ocurra el evento estudiado (0.5 para un nivel de probabilidad de 50%)

Sustituyendo los valores en la fórmula:

$$n = \frac{23.287 * (1.96)^2 * 0.5 * 0.5}{(0.05)^2 * (23.287 - 1) + (1.96)^2 * 0.5 * 0.5}$$

$$n = \frac{23.287 * 3.8416 * 0.25}{0.0025 * (23.287 - 1) + 3.8416 * 0.25}$$

$$n = \frac{23.287 * 3.8416 * 0.25}{0.0025 * 23.286 + 3.8416 * 0.25}$$

$$n = \frac{22,328.92}{59.1754} = 378$$

2.6 Procedimiento y análisis de datos

Selección de instrumentos

Para llevar a cabo esta investigación, en primer lugar, se seleccionaron los instrumentos más adecuados: una ficha de observación y una encuesta. Luego, se elaboró un conjunto de preguntas para cada instrumento. En el caso de la ficha de observación fue utilizada exclusivamente por la investigadora para analizar los medios digitales locales. Mientras que, la encuesta estaba dirigida a los ciudadanos del cantón La Concordia.

Determinación del universo y recolección de datos

Ante lo antes mencionado, se estableció el universo total aplicando la fórmula de muestreo para poblaciones finitas en Excel, lo que resultó en un total de 378 encuestados. Con esta muestra, se creó la encuesta utilizando Google Forms, lo que facilitó la formulación rápida y precisa de 10 preguntas mayormente de opción múltiple.

Posterior a ello, el enlace de la encuesta fue compartido en diversos grupos, así como entre familiares, amigos y conocidos, lo cual ayudó a difundir la encuesta y aumentar la participación de la gente. Esto fue efectivo, ya que los encuestados pudieron responder desde sus dispositivos móviles o computadoras, facilitando el proceso de recolección de datos. No obstante, dado el número considerable de encuestados, también fue necesario que la investigadora se traslade a zonas clave como calles frecuentadas por los habitantes de la localidad, para solicitar amablemente su colaboración.

Análisis de medios digitales

Para la ficha de observación, se eligió analizar el mes de noviembre de 2024, coincidiendo este mes con la celebración de los 17 años de aniversario de cantonización de La Concordia. En consiguiente, se utilizó la herramienta Word para organizar y presentar los resultados de manera clara.

El análisis se centró en los medios digitales locales: JAR TV, Radio Super W, La Concordia TV y OLAVE TV. Sin embargo, aunque la intención era hacer el análisis en las diversas redes sociales, el estudio se limitó solo a Facebook debido a la inactividad en otras plataformas como Tik Tok e Instagram. Incluso algunos medios no tenían perfiles en varias redes sociales. Por ejemplo, La Concordia TV que solo tiene Facebook y

OLAVE TV que cuenta con Facebook e Instagram. Esto se muestra en la **Tabla 3** del marco teórico.

Cálculo de porcentajes

Se aplicó una fórmula porcentual para representar de mejor manera algunos datos obtenidos en la ficha de observación. Esto ayudó con la presentación de ciertas barras que se muestran en el siguiente capítulo de resultados y discusión.

La fórmula utilizada es:

$$\text{Porcentaje} = \left(\frac{\text{Parte}}{\text{Total}} \right) \times 100$$

Esta fórmula permitió calcular el porcentaje para diferentes dimensiones y aspectos analizados con la ficha de observación.

Por ejemplo, para determinar el porcentaje de la frecuencia con que cada medio digital local publica se aplicó la fórmula de la siguiente manera:

$$\text{Porcentaje} = \left(\frac{\text{Nro.de días publicados}}{\text{Total de días del mes}} \right) \times 100$$

Donde se sustituyeron los valores:

$$\text{JAR TV} = \left(\frac{30}{30} \right) \times 100 = 100\%$$

$$\text{Radio Super W} = \left(\frac{26}{30} \right) \times 100 = 86.67\%$$

$$\text{La Concordia TV} = \left(\frac{6}{30} \right) \times 100 = 20\%$$

$$\text{OLAVE TV} = \left(\frac{21}{30} \right) \times 100 = 70\%$$

De este modo, el porcentaje fue calculado y utilizado para crear en algunas figuras barras que ilustren mejor los resultados obtenidos en la ficha de observación.

Finalmente, los resultados derivados de ambos instrumentos reflejaron las percepciones de la población encuestada y el análisis de los medios digitales de La Concordia. Por tanto, esto contribuye a la validez de esta investigación, proporcionando información sobre el uso y desempeño de estos medios en el contexto local.

CAPÍTULO III: RESULTADOS Y DISCUSIÓN

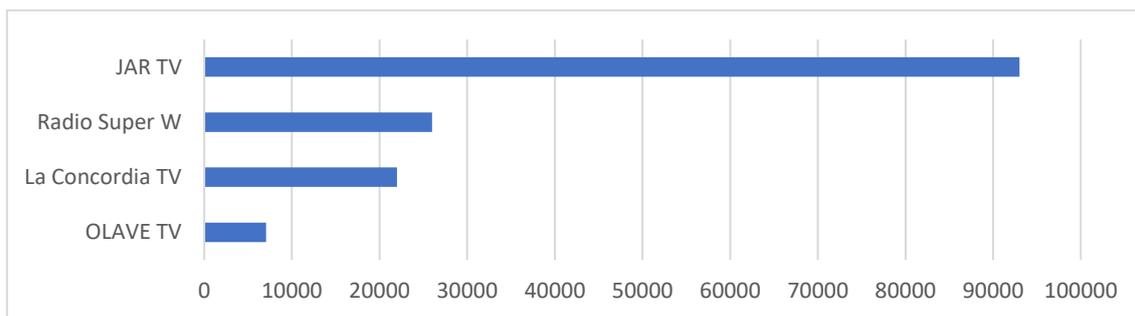
En este capítulo se muestran los resultados de la investigación, en donde se analizaron los datos obtenidos mediante la ficha de observación y la encuesta que fue realizada a una muestra de 378 habitantes del cantón La Concordia. De modo que, los siguientes datos ofrecen una visión más clara del estudio, facilitando una mejor comprensión del tema abordado.

3.1 Resultados de la ficha de observación

El análisis de la ficha de observación se centró en el mes de noviembre de 2024, con la intención de enfocarse en el desempeño de los medios digitales locales: JAR TV, Radio Super W, La Concordia TV y OLAVE TV en redes sociales. Sin embargo, este estudio se limitó únicamente a Facebook, ya que las plataformas como Tik Tok e Instagram no presentaban actualizaciones recientes, convirtiéndose en cierta forma en perfiles inactivos para analizar.

Figura 2

Pregunta 1. ¿Cuántos seguidores tiene cada medio digital local?

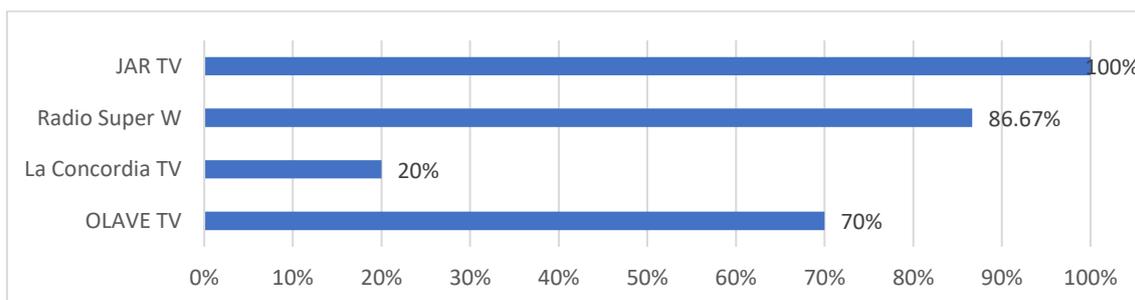


Fuente: Elaboración propia

En respuesta a la primera pregunta de la ficha de observación, los resultados indican que, JAR TV es el medio digital local que lidera en Facebook con 93 mil seguidores. Por otro lado, Radio Super W cuenta con 26 mil seguidores, cifra ligeramente superior al de La Concordia TV, que tiene 22 mil seguidores. Mientras tanto, OLAVE TV solo tiene 7.061 seguidores, aunque el número aumenta cada día.

Figura 3

Pregunta 2. ¿Con qué frecuencia publican?



Fuente: Elaboración propia

En respuesta a la segunda pregunta de la ficha de observación, los resultados indican que, JAR TV mantuvo una frecuencia del 100% entre una y varias publicaciones diarias, siendo 6 la cantidad máxima por día, teniendo un total de 86 publicaciones al final del mes. Radio Super W, tuvo una frecuencia del 86,67% entre una y varias publicaciones casi diarias, siendo 8 la cantidad máxima por día, teniendo un total de 69 publicaciones.

OLAVE TV, aunque también publicó casi a diario, el máximo de publicaciones por día fue de solo dos, siendo una por día en su mayoría, con una frecuencia del 70% y un total de 26 publicaciones. La Concordia TV, por su parte, fue el medio que menos publicó y mantuvo al menos una publicación semanal, con una frecuencia del 20% y un total de 6 publicaciones en noviembre de 2024.

Tabla 8

Pregunta 3. ¿Qué tipo de contenido genera más reacciones?

Medio	Contenido informativo	Contenido educativo	Contenido de entretenimiento
JAR TV	Alto	Bajo	Moderado
Radio Super W	Alto	Bajo	Bajo
La Concordia TV	Moderado	Nada	Bajo
OLAVE TV	Alto	Bajo	Bajo

Fuente: Elaboración propia

En respuesta a la tercera pregunta de la ficha de observación, los resultados indican que, en una escala de valoración ordinal: alto, moderado, bajo y nada, las respuestas no se miden con precisión, pero si se ordenan lógicamente. Para todos los medios el contenido informativo es el que generó más reacciones. Esta tendencia se mantuvo constante donde la mayoría de las reacciones de la audiencia se concentraron en publicaciones de carácter informativo a comparación de los contenidos educativos y de entretenimiento que generaron menos.

Cabe mencionar que, estos medios mantienen tanto formatos de imagen y texto, como de video para la publicación de sus contenidos. Además, a partir de esta información se pudo observar qué géneros periodísticos frecuentan los medios, siendo el informativo como se muestra en la siguiente tabla.

Tabla 9

¿Qué géneros periodísticos utilizan con más frecuencia los medios del cantón?

Medio digital	Noticias (notas y videos)	Reportajes	Entrevistas
JAR TV	Mucho	Mucho	Poco
Radio Super W	Mucho	Poco	Poco
La Concordia TV	Mucho	Nada	Nada
OLAVE TV	Mucho	Poco	Poco

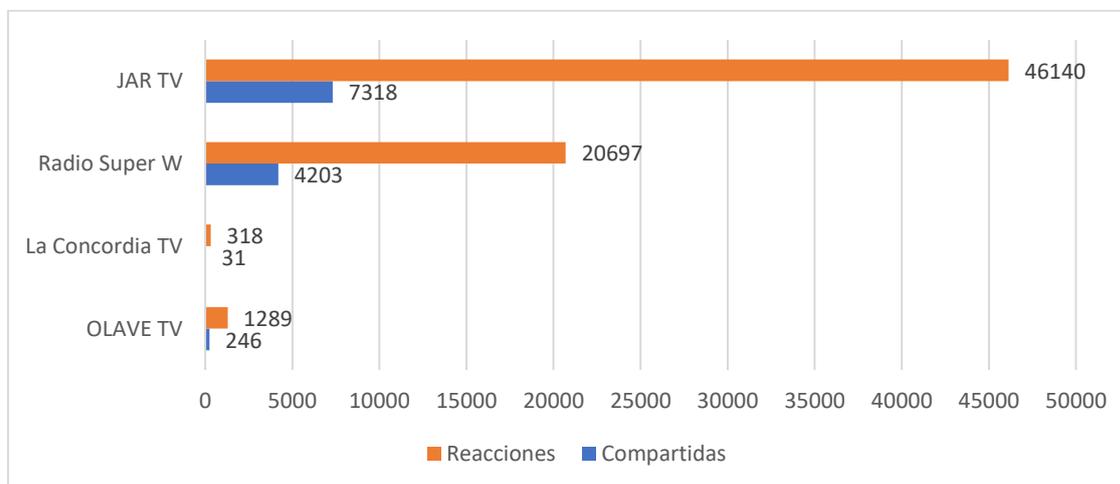
Fuente: Elaboración propia

En respuesta a la cuarta pregunta de la ficha de observación, los resultados indican que, el género periodístico más utilizado son las noticias, especialmente las notas informativas.

Esta valoración mediante una escala ordinal refleja que, los medios digitales del cantón priorizan más las noticias en formato de texto y video, seguido de reportajes y entrevistas.

Figura 4

Pregunta 4. ¿Cuál es el alcance de reacciones y compartidas que hay en estos medios?



Fuente: Elaboración propia

En respuesta a la cuarta pregunta de la ficha de observación, los resultados indican que, JAR TV es el medio que generó más reacciones y compartidas por parte de la audiencia. En cambio, La Concordia TV fue el que menos tuvo. Esto se debe a que este medio fue el que menos publicó, por lo que no tuvo tantas reacciones ni tantas compartidas. Vale mencionar que, las cifras en las barras fueron el resultado de la suma total de reacciones y compartidas de cada medio.

Tabla 10

Pregunta 5. ¿Qué tanto comentan los usuarios en las publicaciones de los medios informativos digitales de la localidad?

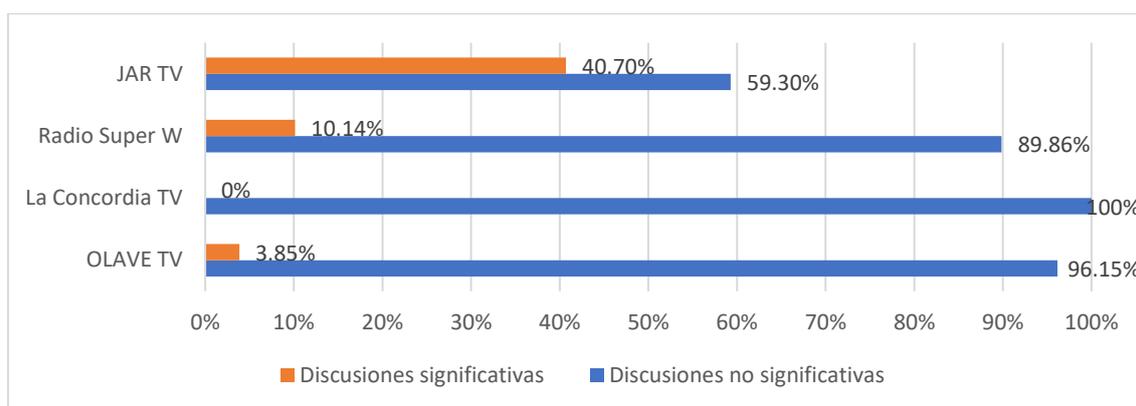
Medio	Escala de usuarios que comentan
JAR TV	Mucho
Radio Super W	Poco
La Concordia TV	Poco
OLAVE TV	Poco

Fuente: Elaboración propia

En respuesta a la quinta pregunta de la ficha de observación, los resultados a través de una escala ordinal indican que, JAR TV es el medio donde más comentan los usuarios, con publicaciones que incluso superan los cien comentarios. Mientras que, los demás medios son en los que comentan menos los usuarios. Sin embargo, en el caso de Radio Super W, existen pocas publicaciones de temática de economía sobre el precio del cacao donde el número de comentarios aumenta considerablemente, superando incluso los cien comentarios.

Figura 5

Pregunta 6. ¿Se generan discusiones significativas o debate en los comentarios?

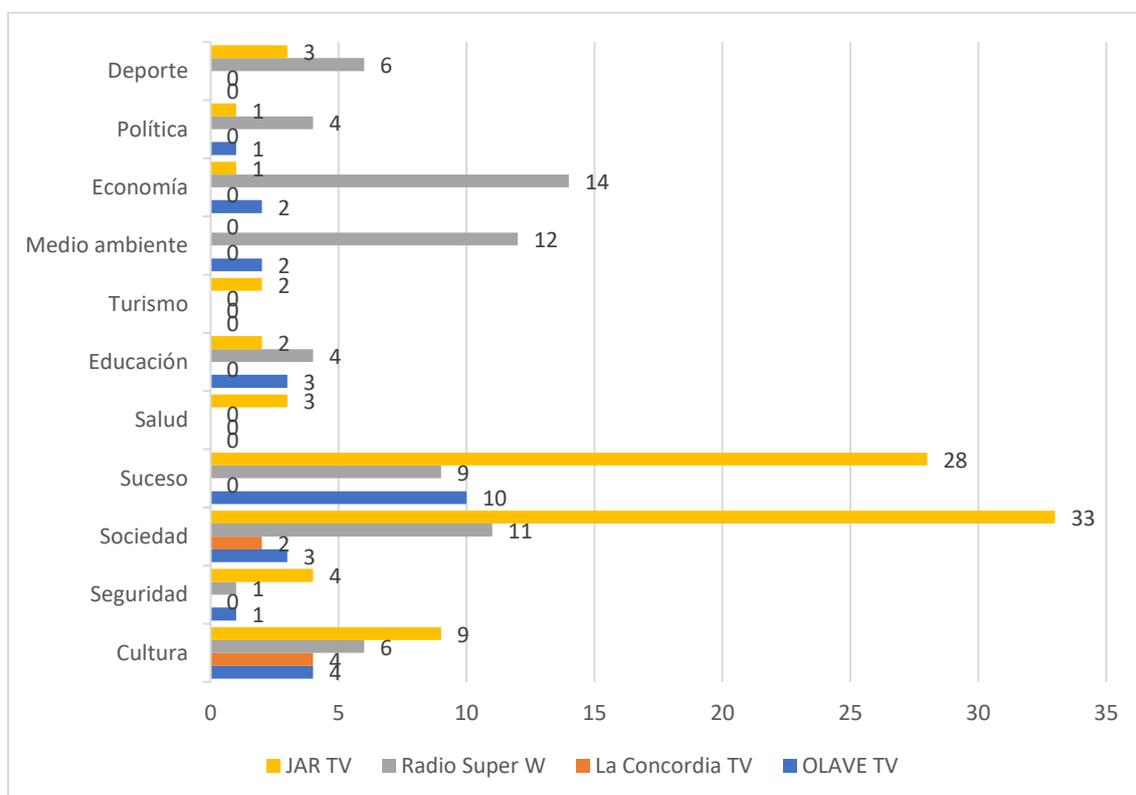


Fuente: Elaboración propia

En respuesta a la sexta pregunta de la ficha de observación, los resultados indican que, la mayoría de los medios tuvieron discusiones significativas en noviembre de 2024, aunque, cada medio obtuvo menos del 50%. JAR TV generó el 40.70% de discusiones significativas en los comentarios, mientras que Radio Super W el 10.14% y OLAVE TV un 3.85%. Por último, La Concordia TV, a pesar de tener pocos comentarios, estos no fueron discusiones o debates significativos por parte de la audiencia.

Figura 6

Pregunta 7. ¿Qué temas se tratan en los contenidos periodísticos?

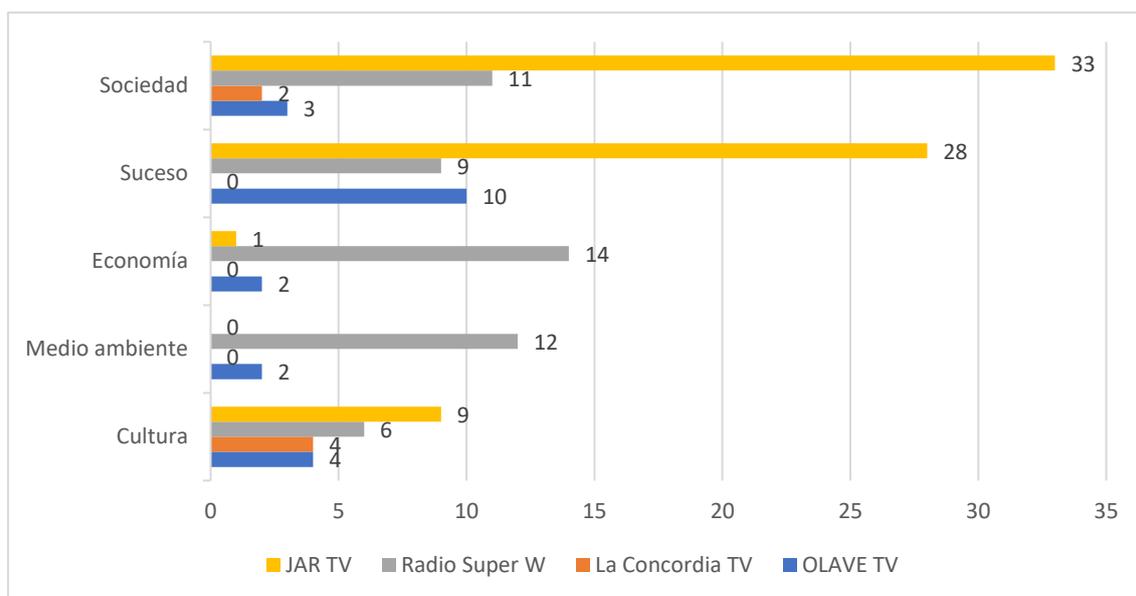


Fuente: Elaboración propia

En respuesta a la séptima pregunta de la ficha de observación, los resultados indican que, aunque los medios tratan diversos temas en sus contenidos, son JAR TV y Radio Super W los que abordaron más temáticas durante el mes analizado. En cambio, OLAVE TV centró sus contenidos principalmente en sucesos. Mientras que, La Concordia TV solo trató dos temáticas que fueron cultura y sociedad. Cabe mencionar que, el valor de las barras corresponde al número de publicaciones con dichos temas en cada medio.

Figura 7

Pregunta 8. ¿Cuáles temas son más frecuentes en las publicaciones?



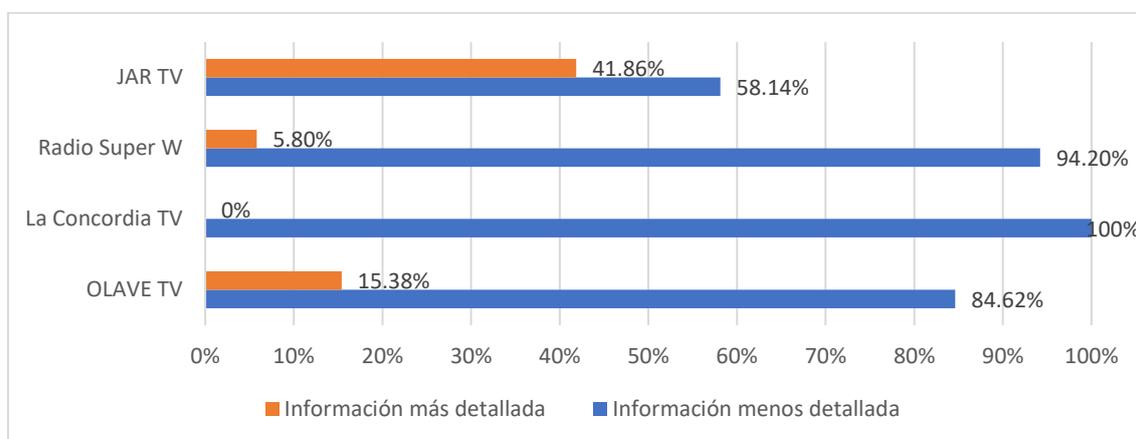
Fuente: Elaboración propia

En respuesta a la octava pregunta de la ficha de observación, los resultados indican que, los temas más frecuentes de los medios digitales locales en Facebook durante noviembre de 2024 fueron sociedad, sucesos, economía, ambiente y cultura.

En el ámbito social, se abordaron problemas como apagones o pertenencias personales perdidas y perros extraviados. En sucesos, se reportaron accidentes, delitos e incluso cadáveres encontrados. En economía, se destacó el aumento en precios de gasolina y electricidad, así como cambios del precio cacaotero, un tema relevante para muchos. En temas ambientales se realizaron notas sobre sequías, incendios, entrevistas y reportajes. Finalmente, en cultura, las publicaciones se centraron más en las festividades por el 17° aniversario de La Concordia. Cabe mencionar que, el valor de las barras corresponde al número de publicaciones con dichos temas en cada medio.

Figura 8

Pregunta 9. ¿Cuál medio digital local proporciona noticias con información más detallada?



Fuente: Elaboración propia

En respuesta a la novena pregunta de la ficha de observación, los resultados indican que, JAR TV con un 41.86% proporcionó noticias con información más detallada a comparación de Radio Super W y OLAVE TV. Para esto, se tomó en cuenta solo los contenidos que incluyeron entrevistas, ya que enriquecen la profundidad de las noticias en lugar de solo compartir breves notas informativas. Mientras que, La Concordia TV no ofreció noticias con información más detallada.

Tabla 11

Pregunta 10. ¿Los temas tratados reflejan preocupaciones locales o son de interés social?

Medio	Escala de interés social
JAR TV	Mucho
Radio Super W	Mucho
La Concordia TV	Poco
OLAVE TV	Mucho

Fuente: Elaboración propia

En respuesta a la décima pregunta de la ficha de observación, los resultados a través de una escala ordinal indican que, los temas tratados por los medios de comunicación reflejaron en su mayoría preocupaciones locales e interés social para el cantón. En cambio, La Concordia TV reflejó menos. Esto se debe en cierta forma porque tuvo pocas publicaciones en noviembre de 2024.

Por tanto, en una comprensión resumida del panorama de los medios digitales locales:

JAR TV publicó la mayoría de veces contenido informativo, con énfasis en temas de sociedad y sucesos, publicando a su vez, tanto videos como imágenes y texto. Este medio, obtuvo un alto alcance de reacciones y compartidas, especialmente sobre sucesos relevantes. A su vez, se produjeron discusiones y debates significativos en los comentarios

de algunas publicaciones. Además, se reflejó preocupaciones de la comunidad y casi todas las publicaciones fueron locales a comparación de publicaciones nacionales.

Radio Super W también publicó gran cantidad de contenido informativo, con énfasis en temas económicos, ambientales y de sociedad, incluyendo videos, imágenes y texto. Este medio, especialmente tuvo un gran alcance de reacciones y compartidas en publicaciones de economía sobre el cacao. También, hubo algunas discusiones significativas en los comentarios. Además, se reflejó preocupaciones de la población y las publicaciones fueron tanto locales como nacionales, e incluso algunas internacionales.

La Concordia TV publicó contenido informativo y de entretenimiento sobre sociedad y cultura, con publicaciones mayoritariamente de imágenes y texto. Este medio, obtuvo un alcance bajo de reacciones y compartidas en las pocas publicaciones que realizó en el mes de noviembre en que se hizo el análisis. No se registraron discusiones o debates significativos en los comentarios y solo se reflejaron algunas preocupaciones locales. Además, las publicaciones fueron solo de carácter local.

OLAVE TV publicó mayormente contenido informativo con énfasis en temas de sucesos, con publicaciones principalmente de imágenes y texto. Este medio, obtuvo un alcance bajo de reacciones y compartidas. De igual forma, hubo muy pocas discusiones significativas en los comentarios. Además, se reflejó preocupaciones de la comunidad y las publicaciones fueron sobre todo noticias locales.

3.2 Resultados de la encuesta

El análisis de la encuesta se desarrolló con Google Forms para conocer la percepción ciudadana acerca de los medios digitales del cantón La Concordia. Estos medios fueron JAR TV, Radio Super W, La Concordia TV y OLAVE TV.

Tabla 12

Género de los encuestados

Género	Frecuencia	Porcentaje
Femenino	214	56.6%
Masculino	164	43.4%
Total	378	100%

Fuente: Elaboración propia

Los resultados muestran que, el 56.6% de los encuestados son mujeres, mientras el 43.4% son hombres. Esto es válido con los datos del Censo Ecuador 2022, que indican que la población del cantón La Concordia tiene una mayor proporción de género femenino y menos de masculino.

Tabla 13

Zona geográfica

Zona donde vive	Frecuencia	Porcentaje
La Concordia	327	86.5%
Monterrey	24	6.3%

La Villegas	14	3.7%
Plan Piloto	13	3.4%
Total	378	100%

Fuente: Elaboración propia

Los resultados muestran que, el 86.5% de los encuestados viven en la cabecera cantonal de La Concordia. Mientras que, el resto se distribuye en las zonas de Monterrey, La Villegas y Plan Piloto, que son recintos de este cantón. Así, estos datos reflejan que la mayor parte de la población se concentra en el área urbana, lo que podría indicar una mayor accesibilidad y uso de los medios digitales en esta zona en comparación con las áreas rurales.

Tabla 14

Grupo etario

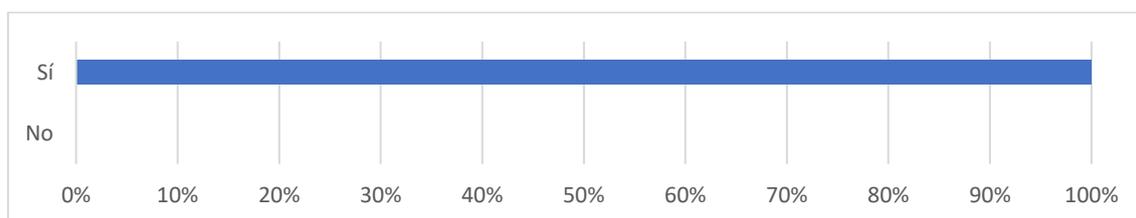
Edad	Frecuencia	Porcentaje
15 – 19	72	19 %
20 – 24	148	39.2 %
25 – 29	51	13.5 %
30 – 34	16	4.2 %
35 – 39	15	4 %
40 – 44	22	5.8 %
45 – 49	42	11.1 %
50 – 54	5	1.3 %
55 – 59	4	1.1 %
60 – 64	3	0.8 %
Total	378	100%

Fuente: Elaboración propia

Los resultados muestran que, las generaciones más jóvenes, concretamente los grupos de edad de 15-19 años (19%) y de 20-24 años (39.2%), son los que más han participado en la encuesta. Esto sugiere que los jóvenes del cantón parecen interesarse cada vez más por los medios de comunicación digitales locales. A su vez, esto puede indicar una mayor facilidad de estos grupos ante el uso de las tecnologías.

Figura 9

Pregunta 1. ¿Considera que se debe mejorar los medios de comunicación digitales del cantón La Concordia?



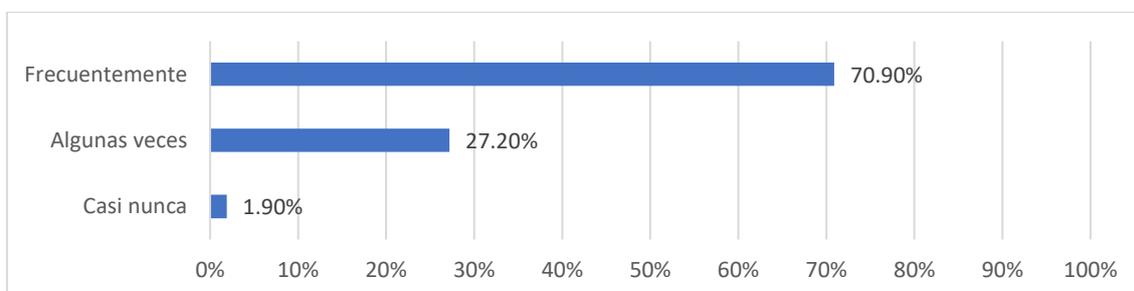
Fuente: Elaboración propia

En respuesta a la primera pregunta de la encuesta, los resultados indican que el 100% de los encuestados cree que los medios digitales de la localidad deberían mejorar. Esto apunta a que los ciudadanos perciben que los medios actuales no satisfacen plenamente

sus necesidades de información y tampoco confían plenamente en ellos. Al mismo tiempo que, existe una oportunidad para que las fuentes de información de la zona mejoren su calidad.

Figura 10

Pregunta 2. ¿Con qué frecuencia siente que las fuentes de información digitales de la zona suben noticias?

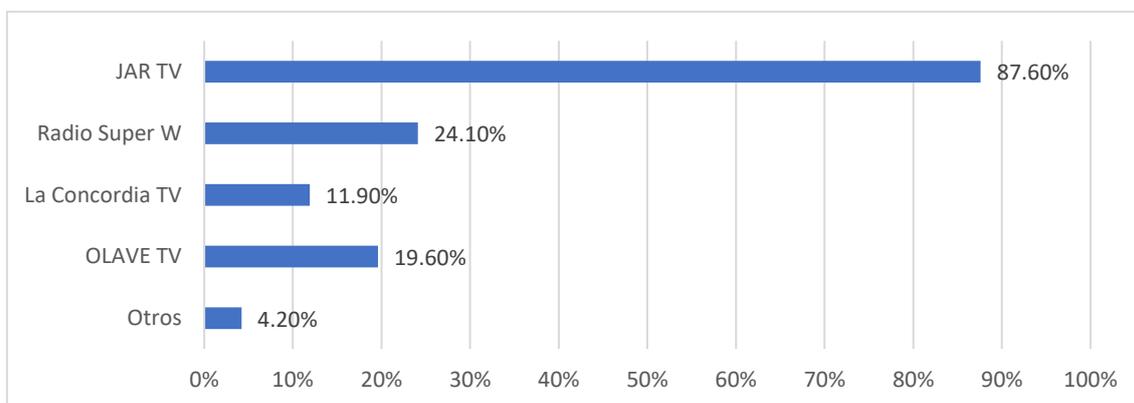


Fuente: Elaboración propia

En respuesta a la segunda pregunta de la encuesta, los resultados indican que, el 70.9% de los encuestados cree que las fuentes informativas locales suben noticias con frecuencia, en tanto que el 27.2% siente que solo lo hacen algunas veces. Esto muestra que, si bien la mayoría opina que existe una actividad constante en la publicación de contenidos, aún se puede mejorar en la consistencia y la actualización digital de la publicación de noticias locales.

Figura 11

Pregunta 3. ¿Cuál es el medio digital local que prefiere para informarse?

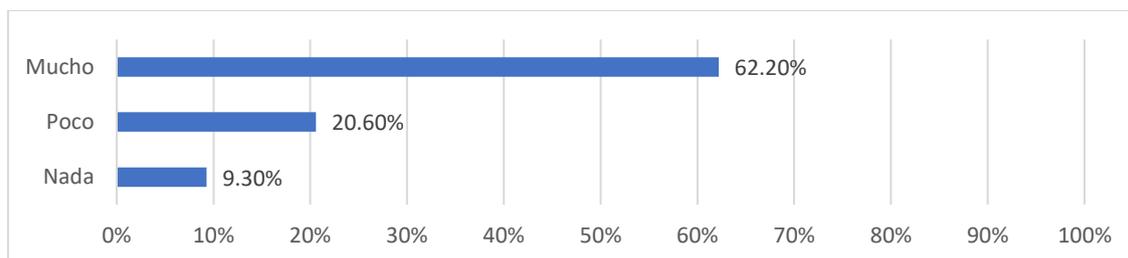


Fuente: Elaboración propia

En respuesta a la tercera pregunta de la encuesta, los resultados indican que, al momento de mantenerse informados sobre las noticias locales, el medio más elegido por los encuestados es JAR TV con un 87.6%. Le siguen Radio Super W, OLAVE TV y La Concordia TV con cifras del 24.1%, 19.5% y 11.9%.

Figura 12

Pregunta 4. ¿Cuánto cree que los medios digitales de La Concordia influyen en su opinión sobre temas locales?

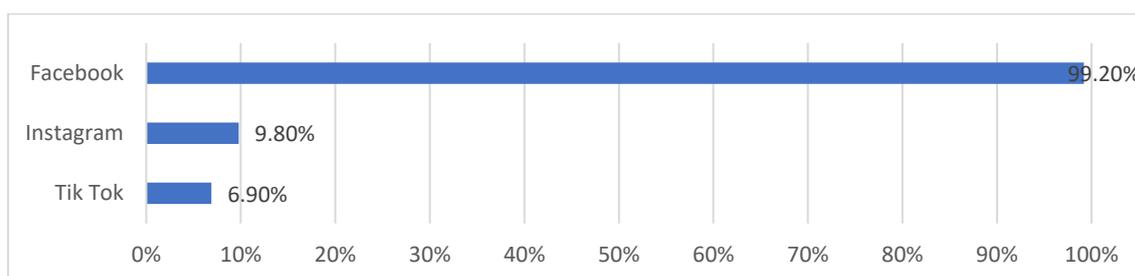


Fuente: Elaboración propia

En respuesta a la cuarta pregunta de la encuesta, los resultados indican que la mayoría de los encuestados sienten que los medios digitales de la zona ejercen una considerable influencia en la opinión pública. Esto señala que, los habitantes reconocen un papel importante de los medios en moldear sus perspectivas sobre los asuntos locales.

Figura 13

Pregunta 5. ¿Qué red social usted utiliza para informarse sobre noticias de La Concordia?

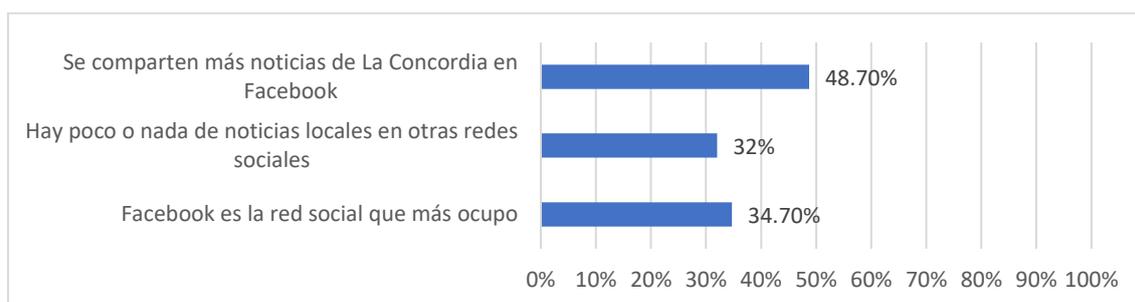


Fuente: Elaboración propia

En respuesta a la quinta pregunta de la encuesta, los resultados indican que, la red social más utilizada por los encuestados para informarse sobre las noticias de La Concordia es Facebook, con un 99.2% de preferencia. Esto demuestra que, Facebook es la plataforma predominante para el consumo de información local en esta zona.

Figura 14

Pregunta 6. Si en la pregunta anterior fue Facebook una de sus opciones o su única opción señalada, seleccione por qué no se informa a través de las otras redes sociales

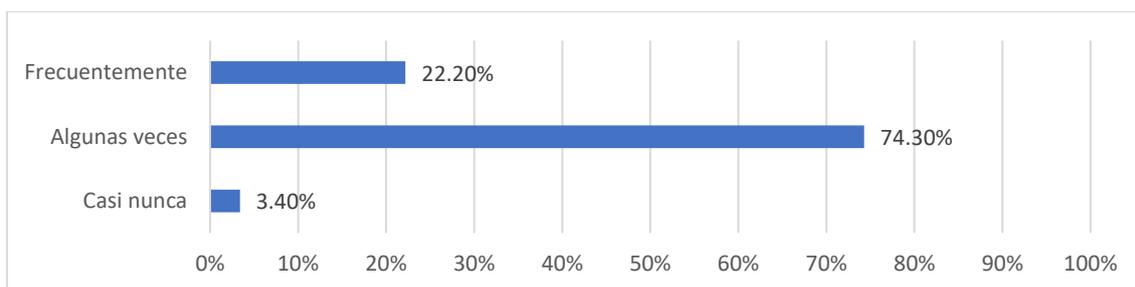


Fuente: Elaboración propia

En respuesta a la sexta pregunta de la encuesta, los resultados indican que, la razón principal por la que los encuestados prefieren Facebook para informarse es que allí se comparte más noticias de La Concordia (48.70%). Además, un 32% y un 34.70% argumentan que hay escasez de información local en otras plataformas y que Facebook es su red social más utilizada. Esto demuestra que, la ciudadanía considera a dicha plataforma como la que ofrece mayor información para mantenerse al tanto de los acontecimientos de su cantón.

Figura 15

Pregunta 7. ¿Con qué frecuencia se topa con noticias poco transparentes o amarillistas de su cantón La Concordia?

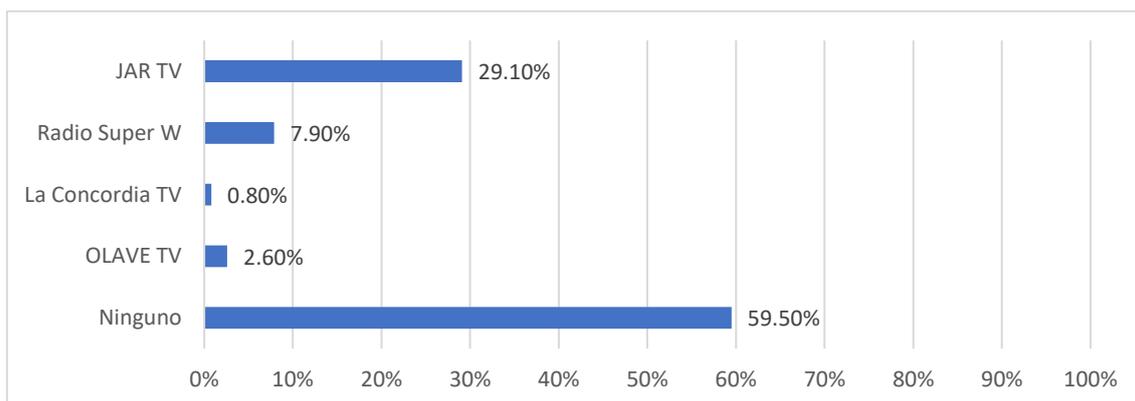


Fuente: Elaboración propia

En respuesta a la séptima pregunta de la encuesta, los resultados indican que el 74.30% de los encuestados está de acuerdo en que algunas veces se encuentran con noticias amarillistas por parte de los medios digitales locales, en cambio solo una minoría opina que casi nunca se topan con ese tipo de noticias.

Figura 16

Pregunta 8. ¿Cuál medio digital local considera que tiene mayor veracidad y credibilidad en las noticias que publica?



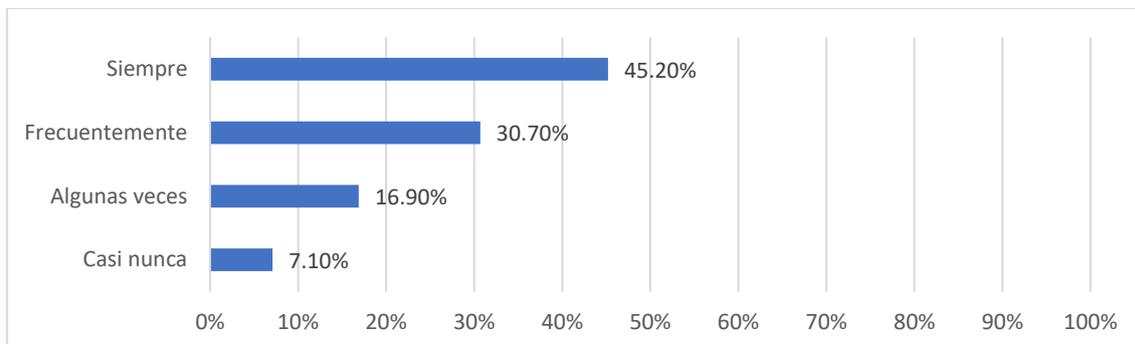
Fuente: Elaboración propia

En respuesta a la octava pregunta de la encuesta, los resultados indican que el 59.50% de los encuestados considera que ninguno de los medios tiene mayor veracidad y credibilidad en sus noticias. Esto sugiere que, los habitantes perciben cierta falta de confianza en los medios informativos digitales de la zona, para lo cual esta investigación

podría significar una oportunidad a los medios para mejorar estos aspectos en la información que difunden.

Figura 17

Pregunta 9. ¿Con qué frecuencia dispone de acceso a Internet?

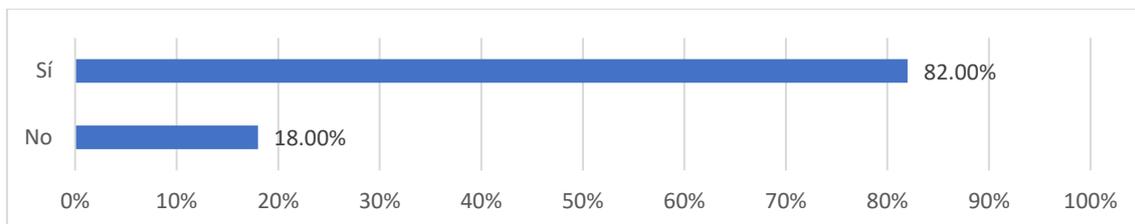


Fuente: Elaboración propia

En respuesta a la novena pregunta de la encuesta, los resultados indican que, el 45,20% de los encuestados afirma tener “siempre” acceso a Internet, lo cual señala que solo una parte de la población cuenta con las condiciones tecnológicas necesarias para informarse a través de los medios locales en redes sociales. Sin embargo, también se percibe un 16.90% y un 7.10% de “algunas veces” y “casi nunca” que cuentan con este servicio, lo que confirma la falta de acceso a Internet.

Figura 18

Pregunta 10. ¿Utiliza con facilidad las plataformas digitales para informarse de las noticias de su localidad?



Fuente: Elaboración propia

En respuesta a la décima pregunta de la encuesta, los resultados indican que, un 82% de los encuestados utiliza con facilidad las plataformas digitales, en tanto un 18% enfrenta dificultades, lo que puede limitar su acceso a la información y a las tecnologías. De modo que, aunque la mayoría de la población muestre competencia para mantenerse al tanto de las noticias locales, todavía persiste una brecha digital que impide que todos los ciudadanos accedan fácilmente a la información actualizada sobre lo que acontece en el cantón La Concordia.

3.3 Discusión de resultados

La Revista Espacios en un estudio en España por Álvarez et. al (2019), menciona que si cada grupo generacional tiene un rol social específico a la Generación Z le corresponden las redes sociales. Es decir que, su rol está ligado a las redes sociales ya que son quienes más las utilizan activamente. Pues, esta generación nacida entre 1997 y 2012, actualmente con edades entre 13 y 28 años, está muy familiarizada con la tecnología y el uso constante de plataformas digitales. Ante ello, Domínguez (2016), destaca que los jóvenes de esta generación tienen una conexión profunda con la tecnología, tanto que se suele comentar o bromear diciendo que “nacieron con un chip integrado”. Además, los celulares han sido una influencia clave en su desarrollo, facilitando su habilidad para manejar tecnologías y estar presentes en redes sociales de forma natural.

Por ende, en esta investigación sobre el análisis de medios digitales locales y la percepción ciudadana hacia ellos, la Generación Z también llamada nativos digitales, fue el grupo más predominante, seguido por los Millennials (Gen Y) y la Generación X. Es decir que, de los 378 participantes encuestados, más de la mitad pertenecían a la Generación Z, esto se traduce como más del 50%. Mientras que, el resto correspondía a Millennials (nacidos entre 1981 y 1996, de 29 a 44 años) y a la Generación X (nacidos entre 1965 y 1980, con edades entre 45 y 60 años).

Preferencia en redes sociales

PI-1 ¿Cuál es la red social que la mayoría de los ciudadanos prefiere como fuente de información?

En el cantón La Concordia, esta investigación reveló que Facebook es la red social más utilizada para obtener información noticiosa. Esto significa que, de la totalidad de los participantes, existe un 99.2% de preferencia entre los encuestados, lo que destaca a Facebook como la plataforma dominante entre la mayoría de la población concordense.

Ante ello, cuando se preguntó las razones de por qué los ciudadanos prefieren más una red social para mantenerse informados de lo que ocurre a su alrededor, la preferencia se debe a tres motivos clave. En primer lugar, es en Facebook donde se comparten más noticias locales, así lo demostró el 48.7% de los encuestados y también se evidenció en el análisis a través de la observación. En segundo lugar, según la encuesta las personas simplemente ocupan más Facebook (34.7%). Mientras que, el 32% restante del 100% opina que hay poco o nada de noticias locales en otras redes sociales fuera de Facebook. Esto en contraste de Facebook indica que, las otras redes como Instagram y Tik Tok tienen menos contenido informativo que a la ciudadanía le interesa conocer y que además mostraron baja actividad. Por ende, esto no solo limitó su análisis en el estudio sino también la menor preferencia de las personas por estas redes como fuentes de información, teniendo cada una menos del 10%. Es decir, Instagram con 9.8% y Tik Tok con el 6.9% de preferencia para informarse.

En este punto es importante aclarar que, no es que las redes sociales de Instagram y Tik Tok no se utilicen dentro del cantón La Concordia, sino que al momento de que las personas quieren buscar noticias locales en tales redes se encuentra muy poca información de lo que acontece dentro de la zona. Es por eso que, ambas redes sociales mantienen cifras bajas ante la preferencia informativa de conocer sobre las noticias locales. En este sentido, los medios locales no están aprovechando los diferentes grupos generacionales ni las potencialidades que brindan cada red social por su formato y estilos que las hacen únicas. Por ende, los medios digitales locales no están incrementando su presencia en otras redes sociales fuera de Facebook ni consolidando más audiencia e interacción.

Cabe mencionar que, Facebook no solo destacó en este estudio como la red más usada, ya que Primicias (2023), señala que esta plataforma es la más utilizada dentro del país, pues en Ecuador cuenta con más de 14 millones de usuarios, seguida de Tik Tok (11.9 millones) e Instagram (7 millones). A nivel global, también lidera el ranking de redes sociales, con más de 3 mil millones de usuarios activos mensualmente según DataReportal (Fernández, 2024). Esto demuestra que, aunque existen muchos usuarios en las diferentes redes sociales, existe una adopción general de Facebook dentro de la sociedad. Además, esta gran adopción a nivel nacional y global refuerza el hecho de porque el 34.7% de los encuestados indico que Facebook es la red que más ocupan. Por tanto, con esto se da respuesta a la pregunta planteada acerca de cuál es la red social que la mayoría de los ciudadanos prefiere como fuente de información: Facebook, no solo por la alta acogida global entre las diferentes generaciones, sino también porque es allí donde se comparten más noticias locales que la ciudadanía quiere y necesita conocer.

Percepción ciudadana sobre medios digitales locales

PI-2 ¿Cuál es la percepción ciudadana de los medios digitales locales y el contenido periodístico que ofrecen en el cantón La Concordia a través de las redes sociales?

La percepción ciudadana dentro del cantón La Concordia resulta muy significativa para el periodismo local. Sorprendentemente, la totalidad de los encuestados está de acuerdo en que los medios digitales de la zona necesitan mejorar. Esto se debe a diversos motivos sobre su desempeño y labor informativa que se identificaron a través de los instrumentos de investigación. Por un lado, los medios digitales locales son percibidos por los ciudadanos concordenses como poco transparentes o sensacionalistas. Así lo indicó el 74.3% de encuestados mencionando que algunas veces se encuentran con ese tipo de noticias.

Según Manzano (2024), indica que los medios en ocasiones “pueden caer en el sensacionalismo, es decir, en la exageración o distorsión de la realidad con el objetivo de llamar la atención del público y aumentar su audiencia” (párr. 1). Sin embargo, esto no está bien, ya que tiende a afectar la reputación y credibilidad de las personas hacia un medio al verlos como fuentes de información poco confiables. Es por eso que, en relación a cuando se le preguntó a la ciudadanía cuál medio consideran que tiene mayor veracidad y credibilidad en las noticias el 59.5 % indicó que ninguno. En contraste, esto sugiere que

es posible aumentar la confianza hacia ellos cuando las personas consideran que los medios son transparentes e incluso imparciales.

De modo que, si bien los habitantes tienden a informarse a través de los medios locales, existe la necesidad de fortalecer la credibilidad y veracidad. Pues, más del 50% no confían plenamente en ellos, siendo ambos aspectos cruciales en una época en la que la desinformación es habitual en el espacio digital. Esto coincide con lo mencionado por Idrovo (2021), quien destaca la importancia de la veracidad para que un medio sea creíble ante el público. También, como señalan Castillo y Quezada (2019), “la credibilidad del medio de comunicación mantiene la atención de quienes le creen” (p. 91).

Por tanto, es muy importante que los medios dentro del cantón La Concordia puedan potenciar estos aspectos para mejorar la percepción ciudadana y la confiabilidad hacia ellos, considerando incluso que estos pueden influir en la toma de decisiones, ideologías y la opinión pública. Así lo señaló el 62.2% de encuestados, indicando que los medios digitales de La Concordia influyen mucho en su opinión sobre temas locales. Esto guarda relación con el hecho de que el 27.2% considera que solo algunas veces los medios digitales de la zona suben noticias, lo cual coincide con la ficha de observación donde se evidenció que no todos los días los medios digitales locales comparten información que a la comunidad le interesa, pues los ciudadanos merecen saber que está pasando en su entorno.

En este punto, es importante destacar que cuando los medios no actualizan contenido con frecuencia y las noticias son escasas se genera en las personas la incertidumbre e inseguridad de no saber que está sucediendo a su alrededor. Un ejemplo de ello fue durante los apagones de noviembre de 2024. Tras la crisis energética dentro de Ecuador, en donde debido a la falta de incumplimiento en los horarios de corte o la tardía información de nuevos horarios los ciudadanos se mantuvieron preocupados ante la tardía e incluso falta de información compartida por los medios locales. En este sentido, también se destaca otra realidad de los medios locales que es la cobertura temática reducida. Esto significa que, mediante la observación se pudo notar que los medios digitales locales no cubren todos los temas importantes para la comunidad. Generalmente abundan los contenidos del género periodístico informativo (noticias, entrevistas, reportaje), y se reducen los contenidos de educación y entretenimiento.

De modo que, a pesar que los medios ponen esfuerzo por satisfacer las necesidades informativas de la población, algunas temáticas son reducidas. Es decir que, de los diferentes temas (deporte, política, economía, ambiente, turismo, educación, salud, suceso, sociedad, seguridad, cultura), mayormente los medios comparten información sobre temas de sucesos y sociedad, dejando de lado otros temas que también son de interés comunitario. Por lo que, ante esta realidad los medios necesitan ampliar y reforzar lo oferta informativa digital local.

Factores que influyen en la preferencia por medios digitales

PI-3 *¿Qué factores influyen en la preferencia y decisión de la ciudadanía a seguir a un medio digital local?*

A través de esta investigación se identificó factores clave que influyen en la preferencia ciudadana para seguir a un medio digital local. Entre ellos, son fundamentales la credibilidad y la calidad de los contenidos. Según Castillo y Quezada (2019), “mantener o ganar audiencia está directamente relacionada con la credibilidad y está se convierte en un trabajo de supervivencia para los medios de comunicación” (p. 91-92). Esto indica una razón de por qué JAR TV tiene el mayor número de seguidores, es decir 93 mil seguidores, una cifra que supera incluso la población total de 51.386 habitantes de acuerdo a los datos que constan en el Censo Ecuador 2022. De modo que, este hecho sugiere que hay un interés por este medio más allá de los límites geográficos.

Además, en la era digital, la diversidad de temas y el uso de contenido audiovisual son relevantes para captar la atención de la audiencia, lo que se pudo evidenciar con el análisis de la ficha de observación. Medios como JAR TV y Radio Super W tienen más seguidores debido a su diversidad de temáticas (sociedad, sucesos, cultura, economía, deportes, etc.), y contenidos que incluyen videos, lo cual no solo aporta dinamismo a las publicaciones sino que también es en los videos donde la gente comentó más, algo que se evidenció mediante la observación. Pues, tal como menciona Echegaray (2022), los formatos audiovisuales, además de que presentan conceptos de manera clara y accesible, estimulan el interés del público y facilitan la comprensión y retención de la información. Por esta razón, medios como La Concordia TV y OLAVE TV tienen menos seguidores porque sus contenidos abordan menos temas y utilizan más las imágenes con texto. Es por ello que, Cortés et. al (2023), señalan que, los medios de comunicación deben adaptarse a las nuevas generaciones de consumidores. Esto mediante contenido, formatos y temas que interesen a las audiencias que habitan en el espacio digital, donde es enriquecedor para los medios compartir noticias con material audiovisual. Por lo que, los comunicadores deben capacitarse en diferentes formas de crear contenidos que lleguen mejor al público.

Por otro lado, la brecha digital también juega un papel importante como otro factor para seguir a un medio digital, ya que, aunque la mayoría de los encuestados reveló tener habilidades para manejar con facilidad las plataformas digitales, un 18% enfrenta dificultades para acceder a tales plataformas, es decir las redes sociales. Esto demuestra que la brecha digital sigue presente dentro del cantón. Asimismo, se evidenció que menos del 20% solo algunas veces e incluso casi nunca tienen acceso a Internet, lo que puede derivar en el desconocimiento de los acontecimientos que ocurren en la zona y limitar el conocimiento sobre la existencia de los medios de comunicación locales, algo que puede afectar la participación significativa de los ciudadanos dentro del espacio digital.

Reflexión final

Los hallazgos de esta investigación destacan la relevancia de Facebook como principal red de los ciudadanos concordenses para estar informados. Sin embargo, también se muestra la necesidad de mejorar la calidad y credibilidad de los medios digitales locales. Puesto que, la credibilidad junto a la diversidad temática, y el uso de formatos audiovisuales que ayudan a componer la calidad periodística son factores clave, que motivan a la ciudadanía a seguir y preferir a un medio digital local. Además, la percepción negativa sobre la transparencia y veracidad indica que, para aumentar la confianza y mejorar la opinión pública, los medios deben adaptarse a las expectativas y demandas actuales de los públicos. Es decir, ofreciendo información más confiable y diversa con formatos más atractivos.

Por otro lado, resulta importante abordar la brecha digital que, aunque en minoría, limita el acceso a la información en cierta población. De manera que, los medios de comunicación de la zona tienen la responsabilidad y apertura de innovar en sus formatos y contenidos, utilizando herramientas audiovisuales que capten mejor la atención de las audiencias. De esta forma, los medios locales podrán fortalecer su papel como fuentes informativas y la percepción hacia ellos. A su vez, contribuyendo a la creación de una sociedad más informada y participativa.

Es por tanto que, los medios digitales de La Concordia tienen aspectos positivos y negativos por mejorar. Han demostrado cierto compromiso de ofrecer temáticas variadas para mantener audiencia, pero todavía tienen que hacer que esos contenidos sean más interesantes y honestos sin caer en el sensacionalismo. Es decir, sin exagerar para llamar la atención, priorizando siempre un enfoque ético y responsable en sus contenidos. Pues, ante los ojos del cantón La Concordia los medios deben hacer mejor su trabajo para que se pueda confiar más en ellos, elevando su desempeño para fortalecer la credibilidad y confianza. Positivamente esto sugiere que, los medios digitales de la zona, están creciendo conjuntamente con el desarrollo del cantón. Por ende, tienen la oportunidad de seguir siendo fuentes importantes de información para la comunidad, dado que, en el desarrollo del cantón los medios pueden posicionarse como referentes informativos si se aprovechan diferentes oportunidades de crecimiento para fortalecer su rol en la sociedad.

CAPÍTULO IV: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.1 Conclusiones

- Facebook es la red social predominante en el cantón La Concordia para informarse, debido a que es la plataforma donde se comparte la mayor cantidad de noticias locales, a diferencia de otras redes como Instagram o Tik Tok que tienen menor contenido informativo y menos actividad. Esta limitación de presencia en redes sociales dificulta el feedback y el fortalecimiento de la relación con los públicos, pues no se están aprovechando las generaciones digitales ni las potencialidades de otras redes.
- La percepción ciudadana indica que, aunque Facebook ofrece mayor contenido local, existe desconfianza hacia los medios digitales. Pues, los ciudadanos concordenses no confían plenamente en la veracidad y transparencia de las noticias, considerándolas a veces amarillistas. Esto pone de relieve la importancia y necesidad de mejorar los medios locales para que la información sea confiable y creíble para la población.
- La credibilidad, transparencia, diversidad temática en los contenidos, y el uso de diferentes formatos audiovisuales son factores sumamente claves que motivan a la ciudadanía a elegir, seguir y preferir a un medio digital local, como se observa en el caso de JAR TV, que destaca por su variedad de temas, uso de videos y post informativos actualizados con los acontecimientos más recientes de la zona.
- Lamentablemente las noticias locales en los medios digitales no siempre cubren todos los temas importantes para la comunidad. Es decir que, a pesar que los medios ponen esfuerzo por satisfacer las necesidades informativas de la población algunas temáticas son reducidas o descartadas, centrándose principalmente en los temas de sucesos y sociedad. Esto deja de lado otros asuntos que también son de interés comunitario. Cabe destacar que, cada medio de comunicación tiene un rol fundamental en la población ecuatoriana. Por ende, en el transcurso de los años la forma de dar noticias no se ha detenido, pero si se ha adaptado a las nuevas generaciones para mayor facilidad y disponibilidad de la misma. Por tal razón, los medios locales deberían aprovechar los instrumentos tecnológicos y tratar de cubrir e informar las noticias, las cuales son relevantes para la población.
- Aunque la mayoría de las personas tienen habilidades digitales, la brecha digital dificulta el acceso a la información para algunos ciudadanos que enfrentan diversas dificultades para acceder a las redes sociales. Es decir que, la brecha digital limita o traza una línea en el conocimiento de la existencia de los medios locales y la participación significativa en el espacio digital.

4.2 Recomendaciones

- Se recomienda diversificar la presencia de los medios digitales locales en redes sociales. Es decir, ampliar la actividad en plataformas tecnológicas como Tik Tok e Instagram. Esto permitirá de manera eficaz la mejora de la oferta informativa y poder alcanzar una audiencia más amplia, al aprovechar las generaciones digitales y fortalezas de cada red tecnológica que existen ahora. Por ejemplo, Tik Tok e Instagram por su formato pueden ser más efectivos para el contenido visual, audiovisual y de entretenimiento para las personas. En cambio, para los medios la plataforma de Facebook se mantiene ideal para las noticias y el contenido informativo del cantón la Concordia.
- Los medios de comunicación digitales locales deben trabajar en fortalecer la credibilidad y transparencia de sus contenidos, priorizando la veracidad y evitando el sensacionalismo para mejorar la confianza de la audiencia y su influencia positiva en la opinión pública. Un ejemplo de ello es mantener la imparcialidad al momento de informar una noticia o también no colocar títulos amarillistas e imágenes falsas que están alejadas de la realidad.
- Los medios informativos deben tratar de mejorar sin duda alguna en el desempeño de la creación de contenidos variados y versátiles en sus noticias, y audiovisuales que logren obtener o captar mejor la atención del público al que se dirigen, adaptándose a las preferencias digitales actuales para poder aumentar o ampliar su alcance y fidelidad de la audiencia que buscan tener, así como incrementar la interacción social mediática.
- Es sumamente importante que los medios de comunicación puedan implementar diferentes estrategias para reforzar y ampliar la oferta informativa digital en La Concordia. Es decir que, aborden más temas variados que interesen a toda la comunidad, sin dejar reducidas ciertas temáticas. Por ende, es fundamental que los periodistas, reporteros y trabajadores de la comunicación den un excelente trabajo a la hora de investigar y dar a conocer las noticias de la localidad.
- Para tratar de reducir la brecha digital que existe actualmente en la ciudadanía, se recomienda tomar o adoptar algunas iniciativas relevantes como capacitaciones para enseñar e instruir habilidades, capacidades y destrezas digitales a sectores y población que lo necesiten. Por ejemplo, talleres gratuitos que faciliten el acceso a la información local, aportando a que más personas puedan informarse y participar en el entorno digital local. También, podrían darse talleres que incentiven la labor del periodismo en las generaciones jóvenes, como estudiantes.

BIBLIOGRAFÍA

- Álvarez-Ramos, E., Heredia-Ponce, H. y Romero-Oliva, M. (2019). *La generación Z y las redes sociales. Una visión desde los adolescentes en España*. Revista Espacios. Vol. 40.
<https://www.revistaespacios.com/a19v40n20/a19v40n20p09.pdf>
- Ayala-Ramírez, C. (2001). *Diez conceptos básicos entorno a los medios de comunicación*. Realidad, Revista De Ciencias Sociales Y Humanidades, (84), 819–846. DOI: <https://doi.org/10.5377/realidad.v0i84.4657>
- Baptista-Lucio, P, Fernández-Collado, C. y Hernández-Sampieri, R. (1996). *Metodología de la investigación*. (1.ª Edición). México: Editorial McGraw- Hill Interamericana, S.A.
- Benaissa-Pedriza, S. (2019). *Medios impresos versus digitales: de la agónica lectura de periódicos a los nuevos consumos de información digital*. DOI :
<https://doi.org/10.4000/argonauta.3855>
- Bonachea-Rodríguez, M., Vega-Valle, Y., Valle-Fernández, I. y Muro-Cruz, P. (2007). *Dimensiones comunicativas*. Gaceta Médica Espirituana, Vol 9, No 2. DOI: <https://doi.org/10.69484/rcz/v2/n2/40>
- Boné-Andrade, M. F. (2023). *Inclusión Digital y Acceso a Tecnologías de la Información en Zonas Rurales de Ecuador*. Revista Científica Zambos.
<https://revistaczambos.utelvtsd.edu.ec/index.php/home/article/download/40/85/159>
- Branch Group. (2024). *Estadísticas de la situación digital de Ecuador en el 2024*.
<https://bit.ly/3YkyvW4>
- Brecha Cero. (2024). *Ecuador impulsa acceso digital en zonas rurales*.
<https://brechacero.com/ecuador-impulsa-acceso-digital-en-zonas-rurales/>
- Cabrera-González, A. (2010). *La interactividad de las audiencias en entornos de convergencia digital*. <https://www.redalyc.org/pdf/5525/552556587021.pdf>
- Cadena-Iñiguez, P., Rendón-Medel, R., Aguilar-Ávila, J., Salinas-Cruz, E., De la Cruz-Morales, F. y Sangerman-Jarquín, D. (2017). *Métodos cuantitativos, métodos cualitativos o su combinación en la investigación: un acercamiento en las ciencias sociales*. <https://www.redalyc.org/journal/2631/263153520009/html/>
- Calvo-Porrá, C, Martínez-Fernández, V. y Juanatey-Boga, O. (2014). *La credibilidad de los medios de Comunicación de masas: una aproximación desde el Modelo de Marca Creíble*. DOI: 10.1590/1809-5844 20141

- Casas-Anguita, J., Repullo-Labrador, J. y Donado-Campos, J. (2003). *La encuesta como técnica de investigación. Elaboración de cuestionarios y tratamiento estadístico de los datos (I)*. Revista Atención Primaria. Vol. 31. Núm. 8.
<https://www.elsevier.es/es-revista-atencion-primaria-27-articulo-la-encuesta-como-tecnica-investigacion-elaboracion-cuestionarios-13047738>
- Castells, M. (2009). *Comunicación y poder*. Alianza Editorial.
<https://www.felsemiotica.com/descargas/Castells-Manuel-Comunicaci%C3%B3n-y-poder.pdf>
- Castillo-Yépez, C. y Quezada, L. (2019). *Entornos digitales y credibilidad de los medios en época de la posverdad*. INNOVA Research Journal, 4(2), 90–101.
DOI: <https://doi.org/10.33890/innova.v4.n2.2019.943>
- Castro-Díaz, P. y Zamora-Caroca, L. (2009). *La brecha digital*. Revista Electrónica Gestión de las Personas y Tecnología, 2(5), 50-56.
<https://www.redalyc.org/pdf/4778/477847123004.pdf>
- Censo Ecuador. (2022). *Estructura Poblacional*. https://www.censoecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2023/12/01_2022_CPV_Estructura_poblacional.xlsx
- Colman, A. (2023). *El impacto de las redes sociales en el periodismo actual*.
<https://medium.com/@aguscolman2008/el-impacto-de-las-redes-sociales-en-el-periodismo-actual-e00c2e5d3b00>
- Colombo, D. (2023). *Explorando las generaciones humanas: ¿A cuál perteneces? Un viaje a través del Siglo XX hasta el presente*.
<https://www.danielcolombo.com/explorando-las-generaciones-humanas-a-cual-perteneces-un-viaje-a-traves-del-siglo-xx-hasta-el-presente-por-daniel-colombo/>
- Consejo de Comunicación. (2020). *Ciclo Virtual «Seguridad para periodistas en situaciones de riesgo»*. <https://www.consejodecomunicacion.gob.ec/seguridad-para-periodistas-en-situaciones-de-riesgo/>
- Cortés-Quesada, J.A., Barceló-Ugarte, T. y Fuentes-Cortina, G. (2023). *El consumo audiovisual de los Millennials y la Generación Z: preferencia por los contenidos snackables*. Doxa Comunicación, 36, pp. 303-320. DOI:
<https://doi.org/10.31921/doxacom.n36a1687>
- Cueva-Luza, T, Jara-Córdova, O, Arias-González, J, Flores-Limo, F y Balmaceda-Flores, C. (2018). *Métodos mixtos de investigación*. INUDI Perú. DOI: 10.35622/inudi.b.106
- Díaz, V. (2003). *Tipos de encuestas y diseño de investigación*.
https://www.unavarra.es/personal/vidaldiaz/pdf/tipos_encuestas.PDF
- Diezhandino, M. (2008). *Periodismo en la era de Internet*.
<https://telos.fundaciontelefonica.com/archivo/numero076/ante-los-medios-digitales-debate-sobre-la-identidad-periodistica/>

- Domínguez, R. (2016). *Generación Z: Todo lo que necesitas saber sobre ellos*.
<https://www.questionpro.com/blog/es/generacion-z/>
- Echegaray-Yépez, M. (2022). *La importancia de los medios audiovisuales en la educación*. <https://bit.ly/42UINyK>
- Enciclopedia Británica. (2024). *Periodismo*.
<https://www.britannica.com/topic/journalism>
- Enciclopedia Humanidades. (2016). *Géneros Periodísticos*.
<https://humanidades.com/generos-periodisticos/>
- Equipo editorial de Indeed. (2025). *Qué hace un periodista en cada especialidad*.
<https://bit.ly/3YUvhZq>
- Feria-Avila, H., Matilla-González, M. y Mantecón-Liceo, S. (2020). *La entrevista y la encuesta: ¿Métodos o técnicas de indagación empírica?*
<https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/7692391.pdf>
- Fernández, P. (2013). *Las audiencias en la era digital: interacción y participación en un sistema convergente*. <https://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/32744>
- Fernández, R. (2024). *Redes sociales con mayor número de usuarios activos mensuales a nivel mundial en julio de 2024*. Statista. <https://bit.ly/3YmSm6V>
- Fernández-Tschuikin, J. (2023). *El periodismo y las nuevas tecnologías: Adaptación y evolución en la era digital*. <https://cumbotodigital.com/el-periodismo-y-las-nuevas-tecnologias-adaptacion-y-evolucion-en-la-era-digital/>
- Fundación Gabo. (2018). *¿Qué es el periodismo?*
<https://fundaciongabo.org/es/consultorio-etico/consulta/1763>
- Fundación Periodistas Sin Cadenas. (2024). *Sin dinero, el Mecanismo de Protección para periodistas es inútil*. <https://www.periodistassincadenas.org/mecanismo-proteccion-periodistas-sin-dinero/>
- Fundamedios. (2024). *El Mecanismo de Protección para Periodistas no contará con presupuesto este ni el siguiente año*. <https://bit.ly/4d0HkKN>
- García-Márquez, G. (1991). Citado en Lucas, A. (2014). *El jinete de jirafas*.
<https://www.elmundo.es/especiales/cultura/gabriel-garcia-marquez/reportero.html>
- González, G. (2018). *Periodismo digital: evolución y características*.
<https://bit.ly/4jQqOz0>
- González-Vega, A., Vásquez-Arellano, L. y Ramos-García, L. (2021). *La observación en el estudio de las organizaciones*. DOI:
<https://doi.org/10.36367/ntqr.5.2021.71-82>

- Grupo Atico34. (2021). *Brecha digital. Definición, causas y consecuencias*.
<https://protecciondatos-lopdp.com/empresas/brecha-digital/>
- Heras-Carrillo, M. I. (2022). *Analfabetismo digital: una barrera para la evaluación de los aprendizajes durante la pandemia*. <https://ensech.edu.mx/wp-content/uploads/2024/01/TP7-2-3-heras.pdf>
- Hermann-Acosta, A. (2020). *Storytelling y comunicación multidireccional: una estrategia formativa para la era digital*. Revista de Comunicación y Cultura. DOI: <https://doi.org/10.32719/26312514.2020.3.3>
- Hernández-Rodríguez, A. (2024). *Evolución histórica de la comunicación*.
<https://view.genially.com/65f6523ae33bfa0014cf2524/interactive-content-evolucion-historica-de-la-comunicacion-alexander-hernandez-rodriguez>
- Hernández-Sampieri, R. y Mendoza-Torres, C. (2018). *Metodología de la investigación: las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*.
- Higuera, S. (2024). *Pese a la violencia contra la prensa, mecanismo de protección a periodistas de Ecuador carece de recursos*.
<https://latamjournalismreview.org/es/articulos/ante-la-creciente-violencia-el-mecanismo-de-proteccion-a-periodistas-de-ecuador-carece-de-los-recursos-necesarios/>
- Icaza-Álvarez, D., Campoverde-Jiménez, G, Verdugo-Ormaza, D. y Arias-Reyes, P. (2019). *El analfabetismo tecnológico o digital*. Pol. Con. (Edición núm. 30) Vol. 4, No 2. DOI: <https://doi.org/10.23857/pc.v4i2.922>
- Idrovo, K. (2021). *Estudio de la credibilidad que generan los medios de comunicación en los jóvenes de la UPS durante la cobertura de los temas relacionados con la pandemia del COVID-19*.
<https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/21401/1/UPS-CT009405.pdf>
- Lado, S. (2021). *Importancia de las redes sociales en el periodismo*.
<https://www.ui1.es/blog-ui1/importancia-de-las-redes-sociales-en-el-periodismo>
- León-León, L y Rivera-Cárdenas, D. (2018). *Influencia del periodismo digital en nuestra sociedad actual*.
<http://repositorio.unemi.edu.ec/bitstream/123456789/4351/1/INFLUENCIA%20DEL%20PERIODISMO%20DIGITAL%20EN%20NUESTRA%20SOCIEDAD%20ACTUAL.pdf>
- Lippmann, W. (2003). *La opinión pública*. Madrid, Langre.
- Mandujano-Velásquez, E. (2022). *Diversidad de audiencias y medios. El reto actual de la comunicación social*. DOI: <https://doi.org/10.56151/maspoderlocal.119>
- Manzano, I. (2024). *Cómo Reconocer y Evitar el Sensacionalismo en los Medios de Comunicación*. https://uisys.es/como-reconocer-y-evitar-el-sensacionalismo-en-los-medios-de-comunicacion/?expand_article=1

- María, F. (2023). *¿Cómo fueron los orígenes del periodismo?* <https://bitly.cx/xlVwB>
- Marrero, J. (2024). *Los pregoneros.* <https://bitly.cx/NR5Oy>
- Martínez-Fresneda, H. y Zazo-Correa, L. (2024). *Estudio de los perfiles en TikTok de El Mundo, El País, ac2alityespanol y La Wikly para analizar las oportunidades informativas de esta red social para la audiencia joven.* Revista Latina de Comunicación Social, 82, 01-13. <https://www.doi.org/10.4185/rlds-2024-2180>
- Ministerio de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información. (2015). *91% de ecuatorianos utiliza las redes sociales en su dispositivo inteligente.* <https://bit.ly/4U30vZ>
- Montes, G. (2000). *Metodología y técnicas de diseño y realización de encuestas en el área rural.* Temas Sociales, (21), 39-50. http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0040-29152000000100003
- Morejón-Vallejo, R. y Zamora-Pérez, B. (2019). *Historia, evolución y desafíos del periodismo digital en Ecuador.* DOI: <https://doi.org/10.29166/tyc.v0i18.1752>
- OECD. (2001). Citado en Gómez-Navarro, D., Alvarado-López, R. y De León Castañeda, C. (2018). *La brecha digital: una revisión conceptual y aportaciones metodológicas para su estudio en México.* DOI: <https://doi.org/10.22201/enesl.20078064e.2018.16.62611>
- Orozco-Murillo, R. (2014). *Retos y Oportunidades del periodismo digital.* <http://biblioteca.udgvirtual.udg.mx/jspui/bitstream/123456789/1867/1/PeriodismoDigital.pdf>
- Palau-Sampio, D., Gutiérrez-Lozano, J. y García-Gordillo, M. (2023). *Calidad periodística.* https://www.comunicacionsocial.es/libro/calidad-periodistica_147099/
- Palomares, A. y Moyano, J. (2016). *Nuevos modelos comunicativos para dar respuesta educativa al alumnado con altas capacidades.* Revista Iberoamericana de Educación, vol. 70, núm. 2. <https://rieoei.org/historico/deloslectores/7283.pdf>
- Papí-Gálvez, N y García-Espinosa, S. (2023). *Causas y consecuencias de la brecha digital generacional.* <https://brechadigitalgeneracional.com/causas-y-consecuencias-de-la-brecha-digital-generacional/>
- Paredes, C. (2024). *¿Cuáles son las ventajas y desventajas del periodismo digital?* <https://carrerasuniversitarias.pe/blog/periodismo-digital-ventajas-y-desventajas>
- Parra, A. (2019). *Metodología de la investigación cuantitativa.* <https://bit.ly/4ne5w0M>
- Primicias. (2023). *El 51% de ecuatorianos en Instagram usa esta red más de 10 veces al día.* <https://www.primicias.ec/noticias/tecnologia/ecuatorianos-uso-instagram-redes-sociales/>

- Primicias. (2025). *La brecha digital es la gran deuda pendiente en Ecuador, más en la ruralidad*. <https://revistagestion.primicias.ec/analisis-sociedad/la-brecha-digital-es-la-gran-deuda-pendiente-en-ecuador-mas-en-la-ruralidad/>
- Puente-Martínez, G. (2019). *El periodista en la era digital: transformaciones y cambios del oficio periodístico en la prensa escrita*. <https://repositorio.puce.edu.ec/handle/123456789/32465>
- Quecedo, R., y Castaño, C. (2002). *Introducción a la metodología de investigación cualitativa*. Revista de Psicodidáctica, (14), 5-39. <https://www.redalyc.org/pdf/175/17501402.pdf>
- Quintero-Calderón, C. (2020). *Los medios de comunicación a través de los tiempos*. INCI Radio. <https://www.inci.gov.co/blog/los-medios-de-comunicacion-traves-de-los-tiempos>
- Quiroz-Pacheco, Y. (2014). *Las redes sociales como herramientas del periodismo digital*. https://www.revistacultura.com.pe/revistas/RCU_28_1_las-redes-%20sociales-como-herramientas-del-periodismo-digital.pdf
- Ramírez-Castañeda, L. y Sepulveda-López, J. (2018). *Brecha digital e inclusión digital: fenómenos socio-tecnológicos*. DOI: <https://doi.org/10.24050/reia.v15i30.1152>
- Rodríguez, G., Gil, J. y García, E. (1996). *Metodología de la Investigación Cualitativa*. Ediciones Aljibe. https://cesaraguilar.weebly.com/uploads/2/7/7/5/2775690/rodriguez_gil_01.pdf
- Rodríguez-Magallón, M. y Gallardo-Herrera, C. (2021). *La generación milenial y los cambios tecnológicos*. Revista Colón Ciencias, Tecnología y Negocios. vol. 9, núm. 1, 2022. <http://portal.amelica.org/ameli/journal/215/2152932004/>
- Ros, L. (2020). *¿Cuál es la función del periodismo?* <https://www.lavanguardia.com/vida/junior-report/20201026/484239114555/cual-es-la-funcion-del-periodismo.html>
- Rosillo, J. (2016). *Ventajas y desventajas del periodismo digital*. <https://rcjrosillojunior.wordpress.com/2016/04/25/ventajas-y-desventajas-del-periodismo-digital/>
- Rubio-Ferreres, J. M. (2009). *Opinión pública y medios de comunicación. Teoría de la agenda setting*. DOI: 10.30827/Digibug.6843
- Ruiz, E. (2020). *El periodismo digital: la revolución de los contenidos*. <https://labmedia.org/wp-content/uploads/docs/ES/el-periodismo-digital.pdf>
- Sartori, G. (1993). *¿Qué es la democracia?* <https://biblio.juridicas.unam.mx/bjv/detalle-libro/1135-que-es-la-democracia>

Valbuena, N. (2023). *Periodismo Digital: Una era de cambios en el periodismo*. DOI: <https://doi.org/10.18272/pd.v7i1.3049>

Villaverde, C. (2022). *Comunicación bidireccional: qué es, ventajas, ejemplos y cómo conseguirla en redes sociales*. <https://bit.ly/4jG26lr>

ANEXOS

En la **Figura 3**, para calcular el porcentaje en cada medio se utilizó la fórmula:

$$\text{Porcentaje} = \left(\frac{\text{Nro.de días publicados}}{\text{Total de días del mes}} \right) \times 100$$

Donde se sustituyeron los valores:

$$\text{JAR TV} = \left(\frac{30}{30} \right) \times 100 = 100\%$$

$$\text{Radio Super W} = \left(\frac{26}{30} \right) \times 100 = 86.67\%$$

$$\text{La Concordia TV} = \left(\frac{6}{30} \right) \times 100 = 20\%$$

$$\text{OLAVE TV} = \left(\frac{21}{30} \right) \times 100 = 70\%$$

En la **Figura 5**, para calcular el porcentaje en cada medio se utilizó la fórmula:

$$\text{Porcentaje} = \left(\frac{\text{Nro.de publicaciones con discusiones significativas}}{\text{Total de publicaciones}} \right) \times 100$$

Donde se sustituyeron los valores:

$$\text{JAR TV} = \left(\frac{35}{86} \right) \times 100 = 40.70\%$$

$$\text{Radio Super W} = \left(\frac{7}{69} \right) \times 100 = 10.14\%$$

$$\text{Concordia TV} = \left(\frac{0}{6} \right) \times 100 = 0\%$$

$$\text{OLAVE TV} = \left(\frac{1}{26} \right) \times 100 = 3.85\%$$

Además, se tuvieron en cuenta los valores restantes del 100% de cada medio para las cifras de las discusiones no significativas.

En la **Figura 8**, para calcular el porcentaje en cada medio se utilizó la fórmula:

$$\text{Porcentaje} = \left(\frac{\text{Nro.de publicaciones con entrevistas}}{\text{Total de publicaciones}} \right) \times 100$$

Donde se sustituyeron los valores:

$$JAR TV = \left(\frac{36}{86}\right) \times 100 = 41.86\%$$

$$Radio Super W = \left(\frac{4}{69}\right) \times 100 = 5.80\%$$

$$La Concordia TV = \left(\frac{0}{6}\right) \times 100 = 0\%$$

$$OLAVE TV = \left(\frac{4}{26}\right) \times 100 = 15.38\%$$

Además, se tuvieron en cuenta los valores restantes del 100% de cada medio para las cifras de las publicaciones con información menos detalladas (sin entrevistas).

Ficha de observación realizada

Anexo 1

Evidencia de la ficha de observación

FICHA DE OBSERVACIÓN DESDE VIERNES 01 HASTA SÁBADO 30 DE NOVIEMBRE DE 2024								
Esta ficha permitió observar aspectos sobre la influencia y el contenido en Facebook de medios digitales en La Concordia, facilitando la recolección y análisis de datos a lo largo del mes de noviembre.								
FACEBOOK								
JAR TV – 93 mil seguidores								
86 publicaciones – 43 videos – 43 imagen y texto- 2 Nacional								
Día	Nro. de publicación	Tipo de contenido que genera más reacciones	Alcance de reacciones y compartidas	Cantidad de Comentarios	Discusiones o debates significativos en los comentarios	Temas abordados	Información detallada	Reflejo de preocupaciones locales
01/11/2024	1	-Video, contenido informativo sobre asalto y robo de documentos	(727) 467 Likes, 168 Me entristece, 73 Me asombra, 17 Me enoja, 1 Me importa, 1 Me divierte, 119 Compartidas	27	No	Suceso	Si	Si
02/11/2024	1	-Imagen y texto, contenido informativo sobre carros sospechosos retenidos	(277) 232 Likes, 39 Me asombra, 4 Me divierte, 2 Me enoja, 49 Compartidas	16	No	Suceso	No	Si
03/11/2024	4	- Imagen y texto, contenido informativo sobre muerte accidental en cacería	-(827) 361 Likes, 327 Me entristece, 137 Me asombra, 1 Me encanta, 1 Me divierte, 125 Compartidas	55	Si	- Suceso	No	Si
		- Imagen y texto, contenido informativo sobre perro extraviado	-(105) 85 Likes, 13 Me entristece, 3 Me encanta, 3 Me asombra, 1 Me enoja, 17 Compartidas	8	No	- Sociedad	No	Si
		- Video, contenido informativo sobre afectados por gas lacrimógeno en fiesta	-(820) 634 Likes, 135 Me asombra, 20 Me enoja, 16 Me entristece, 10 Me divierte, 5 Me encanta, 127 Compartidas	73	No	- Suceso	Si	Si
		- Imagen y texto, contenido informativo sobre bastón perdido	- 141 Likes, 26 Compartidas	3	No	- Sociedad	No	Si
04/11/2024	2	- Imagen y texto, contenido informativo sobre convenios con MIES	-(345) 246 Likes, 85 Me entristece, 8 Me asombra, 3 Me enoja, 2 Me encanta, 1 Me importa, 48 Compartidas	64	Si	- Sociedad	No	Si
		- Imagen y texto, contenido informativo sobre hidroeléctrica Mazar	-(555) 493 Likes, 40 Me encanta, 14 Me divierte, 4 Me importa, 3 Me enoja, 1 Me asombra, 109 Compartidas	42	Si	- Sociedad	No	Si
05/11/2024	3	- Video, contenido informativo sobre roba focos	-(585) 392 Likes, 83 Me asombra, 72 Me divierte, 24 Me enoja, 6 Me entristece, 2 Me encanta, 1 Me importa, 83 Compartidas	78	Si	- Suceso	No	Si
		- Imagen y texto, contenido informativo sobre documentos devueltos	- 94 Likes, 17 Compartidas	3	No	- Sociedad	No	Si
		- Imagen y texto, contenido informativo sobre placa extraviada	- 109 Likes, 54 Compartidas	13	No	- Sociedad	No	Si
06/11/2024	2	- Video, contenido de entretenimiento sobre nueva canción de artista local y su hija	-(897) 737 Likes, 136 Me encanta, 11 Me divierte, 10 Me importa, 3 Me asombra, 52 Compartidas	53	No	- Sociedad	Si	Si
		- Imagen y texto, contenido informativo sobre mina	-(140) 97 Likes, 39 Me entristece, 2 Me encanta, 1 Me importa, 1 Me divierte, 21 Compartidas	7	No	- Sociedad	No	Si
07/11/2024	3	- Video, contenido informativo sobre tapa llaecon que fue lastimado por un coche	-(622) 471 Likes, 131 Me entristece, 8 Me asombra, 5 Me encanta, 3 Me importa, 3 Me enoja, 1 Me divierte, 58 Compartidas	33	Si	- Suceso	Si	Si
		- Video, contenido informativo sobre accidente de vehículos que chocaron y se incineraron	-(888) 541 Likes, 176 Me entristece, 165 Me asombra, 3 Me divierte, 2 Me encanta, 1 Me importa, 198 Compartidas	56	Si	- Suceso	No	Si
08/11/2024	3	- Video, contenido informativo sobre accidente de choque por alcance	-(1125) 618 Likes, 478 Me entristece, 26 Me asombra, 2 Me enoja, 1 Me importa, 131 Compartidas	26	No	- Suceso	Si	Si
		- Imagen y texto, contenido informativo sobre niño fallecido	-(1503) 1113 Me entristece, 376 Likes, 6 Me asombra, 3 Me divierte, 2 Me enoja, 2 Me encanta, 1 Me importa, 379 Compartidas	76	Si	- Suceso	No	Si
		- Video, contenido informativo sobre accidente	-(727) 531 Likes, 130 Me asombra, 57 Me entristece, 5 Me encanta, 2 Me divierte, 1 Me importa, 1 Me enoja, 142 Compartidas	38	No	- Suceso	Si	Si

Fuente: Elaboración propia

Anexo 2

Evidencia de la ficha de observación

		- Imagen y texto, contenido informativo sobre apogones	- (370) 227 Likes, 76 Me enoja, 27 Me divierte, 20 Me entristece, 20 Me asombra, 157 Compartidas	76	No	- Sociedad	No	Si
09/11/2024	1	- Imagen y texto, contenido informativo sobre apogones	- (378) 211 Likes, 106, 35 Me entristece, 13 Me divierte, 8 Me asombra, 5 Me encanta, 88 Compartidas	131	Si	- Sociedad	No	Si
10/11/2024	4	- Video, contenido informativo, sobre accidente	- (1159) 740 Likes, 297 Me entristece, 102 Me asombra, 13 Me encanta, 3 Me importa, 2 Me divierte, 2 Me enoja, 254 Compartidas	95	Si	- Suceso	Si	Si
		- Video, contenido informativo sobre accidente	- (813) 522 Likes, 222 Me entristece, 63 Me asombra, 4 Me encanta, 1 Me importa, 1 Me divierte, 96 Compartidas	29	Si	- Suceso	Si	Si
		- Video, contenido informativo sobre afectados por gas lacrimógeno en discoteca	- (640) 472 Likes, 79 Me divierte, 61 Me asombra, 14 Me entristece, 10 Me enoja, 3 Me asombra, 1 Me encanta, 59 Compartidas	64	Si	- Suceso	Si	Si
		- Video, contenido informativo sobre accidente	- (1325) 874 Likes, 306 Me entristece, 114 Me asombra, 23 Me encanta, 6 Me importa, 2 Me divierte, 235 Compartidas	193	No	- Suceso	Si	Si
11/11/2024	5	- Imagen y texto, contenido informativo sobre apogones	- (255) 189 Likes, 38 Me enoja, 13 Me divierte, 8 Me asombra, 6 Me entristece, 1 Me importa, 54 Compartidas	47	Si	- Sociedad	No	Si
		- Imagen y texto, contenido informativo sobre accidente	- (450) 313 Likes, 100 Me entristece, 32 Me asombra, 3 Me enoja, 1 Me encanta, 1 Me importa, 37 Compartidas	107	Si	- Suceso	No	Si
		- Imagen y texto, contenido informativo sobre cursos de formación	- 55 Likes, 10 Compartidas	5	No	- Educación	No	Si
		- Video, contenido informativo sobre accidente	- (1613) 835 Me entristece, 747 Likes, 18 Me asombra, 7 Me enoja, 5 Me encanta, 1 Me divierte, 346 Compartidas	108	Si	- Suceso	Si	Si
		- Imagen y texto, contenido informativo sobre perro extraviado	- (96) 70 Likes, 20 Me entristece, 6 Me asombra, 55 Compartidas	14	No	- Sociedad	No	Si
12/11/2024	3	- Video, contenido informativo sobre robos en el subcentro de salud	- (474) 361 Likes, 73 Me asombra, 24 Me entristece, 8 Me enoja, 83 Compartidas	100	Si	- Seguridad	Si	Si
		- Imagen y texto, contenido informativo sobre apogones	- (363) 243 Likes, 77 Me enoja, 33 Me entristece, 6 Me asombra, 2 Me encanta, 2 Me divierte, 69 Compartidas	74	Si	- Sociedad	No	Si
		- Video, contenido informativo sobre devolución de mochila	- 405 Likes, 37 Compartidas	26	No	- Sociedad	Si	Si
13/11/2024	1	- Video, contenido informativo sobre reunión ante accidentes	- (313) 270 Likes, 30 Me divierte, 7 Me asombra, 2 Me entristece, 1 Me importa, 1 Me encanta, 48 Compartidas	100	Si	- Seguridad	Si	Si
14/11/2024	3	- Imagen y texto, contenido informativo sobre apogones	- (331) 212 Likes, 74 Me enoja, 23 Me entristece, 8 Me divierte, 8 Me asombra, 4 Me encanta, 2 Me importa, 72 Compartidas	107	Si	- Sociedad	No	Si
		- Video, contenido informativo sobre entrevista acerca de reunión con la alcaldesa	- (444) 340 Likes, 89 Me asombra, 9 Me divierte, 9 Me encanta, 2 Me enoja, 1 Me entristece, 66 Compartidas	151	Si	- Sociedad	Si	Si
		- Imagen y texto, contenido informativo sobre personas de tránsito	- (239) 175 Likes, 35 Me asombra, 23 Me entristece, 4 Me enoja, 2 Me encanta, 29 Compartidas	38	Si	- Suceso	No	Si
15/11/2024	4	- Video, contenido informativo sobre choque	- (358) 272 Likes, 44 Me asombra, 33 Me entristece, 4 Me encanta, 3 Me importa, 2 Me enoja, 53 Compartidas	26	No	- Suceso	Si	Si
		- Imagen y texto, contenido informativo sobre choque	- (383) 267 Likes, 53 Me asombra, 49 Me entristece, 9 Me enoja, 3 Me divierte, 2 Me importa, 55 Compartidas	49	Si	- Suceso	No	Si
		- Video, contenido de entretenimiento sobre pregón	- (938) 804 Likes, 119 Me encanta, 8 Me importa, 4 Me entristece, 115 Compartidas	64	Si	- Cultura	No	Si

Fuente: Elaboración propia

Anexo 3

Evidencia de la ficha de observación

		- Video, contenido de entretenimiento sobre presentaciones en pregón	- (615) 548 Likes, 60 Me encanta, 3 Me importa, 1 Me enoja, Me asombra, 1 Me divierte, 1 Me entristece, 51 Compartidas	21	No	- Cultura	No	Si
16/11/2024	4	- Video, contenido de entretenimiento sobre paseo de estudiantes a Mirido	- (482) 427 Likes, 46 Me encanta, 4 Me importa, 3 Me asombra, 2 Me divierte, 37 Compartidas	7	No	- Turismo	No	Si
		- Video, contenido informativo sobre asalto	- (621) 454 Likes, 98 Me entristece, 57 Me asombra, 11 Me enoja, 1 Me encanta, 88 Compartidas	66	Si	- Seguridad	Si	Si
		- Video, contenido informativo sobre feria del juguete	- (441) 404 Likes, 33 Me encanta, 2 Me asombra, 2 Me importa, 65 Compartidas	84	No	- Economía	Si	Si
		- Imagen y texto, contenido informativo sobre documentos encontrados	- 86 Likes, 23 Compartidas	6	No	- Sociedad	No	Si
17/11/2024	3	- Video, contenido informativo sobre barrio en "abandonado"	- (555) 482 Likes, 52 Me divierte, 30 Me asombra, 13 Me entristece, 4 Me enoja, 3 Me encanta, 1 Me importa, 64 Compartidas	132	Si	- Sociedad	Si	Si
		- Video, contenido informativo sobre desfile	- (431) 382 Likes, 44 Me encanta, 4 Me importa, 1 Me divierte, 34 Compartidas	1	No	- Cultura	Si	Si
		- Imagen y texto, contenido informativo sobre apogones	- (434) 361 Likes, 42 Me enoja, 9 Me entristece, 9 Me encanta, 7 Me asombra, 6 Me divierte, 191 Compartidas	63	Si	- Sociedad	No	Si
18/11/2024	3	- Imagen y texto, contenido informativo sobre las fiestas del cantón	- (357) 273 Likes, 60 Me divierte, 7 Me asombra, 5 Me encanta, 5 Me enoja, 5 Me entristece, 2 Me importa, 17 Compartidas	209	Si	- Sociedad	No	Si
		- Video, contenido informativo sobre asalto	- (474) 343 Likes, 76 Me entristece, 41 Me asombra, 10 Me enoja, 4 Me encanta, 62 Compartidas	29	No	- Suceso	Si	Si
		- Video, contenido informativo sobre niños en bicicleta	- (622) 566 Likes, 51 Me encanta, 2 Me divierte, 1 Me entristece, 1 Me importa, 1 Me asombra, 50 C Compartidas	7	No	- Deporte	Si	Si
19/11/2024	2	- Imagen y texto, contenido informativo sobre cadáver encontrado	- (595) 339 Likes, 130 Me asombra, 122 Me entristece, 2 Me enoja, 1 Me divierte, 1 Me encanta, 152 Compartidas	40	Si	- Suceso	No	Si
		- Imagen y texto, contenido informativo sobre reclamo en CNT	- (175) 154 Likes, 13 Me enoja, 3 Me entristece, 3 Me divierte, 2 Me asombra, 23 Compartidas	39	Si	- Sociedad	No	Si
20/11/2024	4	- Video, contenido de entretenimiento sobre olimpiadas deportivas	- (471) 403 Likes, 65 Me encanta, 3 Me importa, 51 Compartidas	14	No	- Deporte	Si	Si
		- Imagen y texto, contenido informativo sobre candidata a asambleista	- (257) 202 Likes, 29 Me divierte, 21 Me encanta, 3 Me asombra, 16 Compartidas	44	No	- Política	No	Si
		- Video, contenido informativo sobre documentos extraviados	- 244 Likes, 22 Compartidas	25	No	- Sociedad	Si	Si
		- Imagen y texto, contenido informativo sobre capacitación	- (55) 52 Likes, 3 Me encanta, 8 Compartidas	0	No	- Educación	No	Si
21/11/2024	2	- Imagen y texto, contenido informativo sobre apogones	- (454) 293 Likes, 100 Me enoja, 31 Me entristece, 14 Me divierte, 9 Me asombra, 5 Me encanta, 2 Me importa, 109 Compartidas	118	Si	- Sociedad	No	Si
		- Video, contenido de entretenimiento sobre intercolegial de fútbol	- (495) 423 Likes, 68 Me encanta, 8 Me importa, 1 Me divierte, 23 Compartidas	10	No	- Deporte	Si	Si
22/11/2024	2	- Video, contenido de entretenimiento sobre bandas estudiantiles	- (723) 621 Likes, 99 Me encanta, 2 Me importa, 1 Me asombra, 54 Compartidas	14	No	- Cultura	Si	Si
		- Imagen y texto, contenido informativo sobre apogones	- (389) 331 Likes, 41 Me encanta, 11 Me divierte, 3 Me enoja, 2 Me importa, 1 Me entristece, 37 Compartidas	59	Si	- Sociedad	No	Si

Fuente: Elaboración propia

Anexo 4

Evidencia de la ficha de observación

23/11/2024	3	- Imagen y texto, contenido informativo sobre apagones	- (477) 403 Likes, 59 Me encanta, 9 Me enoja, 3 Me asombra, 2 Me divierte, 1 Me entristece, 151 Compartidas	23	No	- Sociedad	No	Si
		- Video, contenido informativo sobre antisociales	- (589) 412 Likes, 93 Me asombra, 54 Me enoja, 15 Me entristece, 14 Me divierte, 1 Me encanta, 71 Compartidas	70	Si	- Suceso	Si	Si
		- Video, contenido de entretenimiento sobre cabalgata	- (1009) 888 Likes, 101 Me encanta, 14 Me importa, 3 Me divierte, 1 Me entristece, 1 Me asombra, 1 Me enoja, 89 Compartidas	128	No	- Cultura	No	Si
24/11/2024	3	- Video, contenido informativo sobre hombre necesitado	- (594) 383 Likes, 197 Me entristece, 10 Me asombra, 2 Me importa, 1 Me encanta, 1 Me enoja, 72 Compartidas	37	No	- Sociedad	Si	Si
		- Imagen y texto, contenido informativo sobre accidente	- (545) 305 Likes, 166 Me entristece, 67 Me asombra, 2 Me encanta, 2 Me enoja, 1 Me importa, 96 Compartidas	29	No	- Suceso	No	Si
		- Imagen y texto, contenido informativo sobre documentos encontrados	- 58 Likes, 14 Compartidas	1	No	- Sociedad	No	Si
25/11/2024		- Imagen y texto, contenido informativo sobre accidente a mular	- (401) 289 Likes, 81 Me entristece, 27 Me asombra, 2 Me encanta, 1 Me divierte, 1 Me enoja, 25 Compartidas	35	Si	- Suceso	Si	Si
		- Imagen y texto, contenido informativo sobre percance de auto que se fue a un estero	- (381) 266 Likes, 89 Me asombra, 11 Me encanta, 11 Me entristece, 4 Me encanta, 62 Compartidas	8	No	- Suceso	No	Si
		- Video, contenido informativo sobre choque	- (559) 432 Likes, 100 Me asombra, 14 Me entristece, 7 Me encanta, 4 Me enoja, 1 Me importa, 1 Me divierte, 79 Compartidas	36	No	- Suceso	Si	Si
		- Video, contenido informativo sobre trágica muerte de niño en carro chocón	- (1996) 1054 Me entristece, 875 Likes, 56 Me asombra, 4 Me encanta, 4 Me enoja, 2 Me importa, 1 Me divierte, 397 Compartidas	127	Si	- Suceso	Si	Si
26/11/2024	3	- Imagen y texto, contenido informativo sobre aniversario de cantonización	- (518) 395 Likes, 116 Me encanta, 6 Me importa, 1 Me asombra, 76 Compartidas	11	No	- Cultura	No	Si
		- Video, contenido informativo de aniversario del cañon	- (1262) 910 Likes, 333 Me encanta, 17 Me importa, 7 Me entristece, 1 Me divierte, 452 Compartidas	49	No	- Cultura	No	Si
		- Video, contenido informativo sobre desfile cívico	- (1878) 1566 Likes, 285 Me encanta, 17 Me asombra, 3 Me divierte, 3 Me enoja, 3 Me asombra, 1 Me entristece, 136 Compartidas	439	No	- Cultura	Si	Si
27/11/2024	5	- Imagen y texto, contenido informativo sobre participación de escuelas en desfile cívico	- (491) 409 Likes, 69 Me encanta, 6 Me asombra, 3 Me importa, 3 Me divierte, 1 Me entristece, 25 Compartidas	35	Si	- Cultura		
		- Imagen y texto, contenido informativo sobre billetera encontrada	- 79 Likes, 8 Compartidas	15	No	- Sociedad	No	Si
		- Imagen y texto, contenido informativo sobre perro extraviado	- (117) 74 Likes, 37 Me entristece, 4 Me asombra, 1 Me divierte, 1 Me encanta, 29 Compartidas	16	No	- Sociedad	No	Si
		- Imagen y texto, contenido informativo sobre perro extraviado	- (93) 66 Likes, 26 Me entristece, 1 Me asombra, 28 Compartidas	16	No	- Sociedad	No	Si
		- Video, contenido informativo sobre centro de salud local en penuma, por falta de seguridad, limpieza, medicinas	- (631) 412 Likes, 101 Me asombra, 100 Me entristece, 12 Me enoja, 3 Me divierte, 3 Me encanta, 139 Compartidas	173	Si	- Salud	Si	Si
28/11/2024	6	- Imagen y texto, contenido informativo sobre apagones	- (357) 287 Likes, 31 Me enoja, 14 Me encanta, 12 Me divierte, 9 Me asombra, 3 Me importa, 1 Me entristece, 79 Compartidas	60	No	- Sociedad	No	Si

Fuente: Elaboración propia

Anexo 5

Evidencia de la ficha de observación

		- Imagen y texto, contenido informativo sobre nota luctuosa	- (586) 364 Me entristece, 211 Likes, 8 Me asombra, 1 Me encanta, 1 Me enoja, 1 Me importa, 62 Compartidas	106	No	- Sociedad	No	Si
		- Imagen y texto, contenido informativo sobre perro extraviado	- (118) 79 Likes, 35 Me entristece, 1 Me asombra, 1 Me encanta, 1 Me divierte, 1 Me importa, 65 Compartidas	5	No	- Sociedad	No	Si
		- Video, contenido informativo sobre robo en el traslado de dinero	- (895) 676 Likes, 171 Me asombra, 28 Me entristece, 9 Me enoja, 7 Me divierte, 2 Me importa, 2 Me encanta, 127 Compartidas	55	No	- Suceso	Si	Si
		- Imagen y texto, contenido informativo sobre entrega de tarros de leche	- (495) 418 Likes, 69 Me encanta, 4 Me importa, 1 Me asombra, 1 Me enoja, 1 Me divierte, 1 Me entristece, 18 Compartidas	46	No	- Salud	No	Si
		- Imagen y texto, contenido informativo sobre entrega de tarros de leche	- (216) 180 Likes, 34 Me encanta, 2 Me asombra, 4 Compartidas	14	No	- Salud	No	Si
29/11/2024	1	- Video, contenido informativo sobre robo	- (536) 436 Likes, 82 Me asombra, 11 Me enoja, 3 Me encanta, 2 Me divierte, 1 Me importa, 1 Me entristece, 46 Compartidas	21	No	- Seguridad	Si	Si
30/11/2024	1	- Video, contenido de entretenimiento sobre lugar para visitar	- 394 Likes, 18 Compartidas	14	No	- Turismo	Si	Si
Radio Super W – 26 mil seguidores								
69 publicaciones – 38 videos – 31 Imagen y texto – 54 nacionales, 4 internacional								
Día	Nro. de publicación	Tipo de contenido que genera más reacciones	Alcance de reacciones y compartidas	Cantidad de Comentarios	Discusiones o debates significativos en los comentarios	Temas abordados	Información detallada	Reflejo de preocupaciones locales
01/11/2024	5	- Imagen y texto, contenido informativo sobre la nueva rema de la provincia	- 5 Likes, 0 Compartidas	0	No	- Cultura	No	Si
		- Imagen y texto, contenido informativo sobre entrevista exclusiva	- (14) 10 Likes, 4 Me encanta, 28 Compartidas	0	No	- Medio ambiente	No	Si
		- Video, contenido informativo de entrevista	- (43) 31 Likes, 11 Me encanta, 1 Me importa, 19 Compartidas	11	No	- Medio ambiente	Si	Si
		- Video, contenido informativo sobre tráfico	- (27) 25 Likes, 2 Me encanta, 6 Compartidas	0	No	- Suceso	No	Si
		- Video, contenido de entretenimiento sobre región de fiestas	- (61) 55 Likes, 6 Me encanta, 8 Compartidas	0	No	- Cultura	No	Si
02/11/2024	1	- Imagen y texto, contenido informativo sobre precio de productos	- 32 Likes, 6 Compartidas	0	No	- Economía	No	Si
03/11/2024								
04/11/2024	3	- Video, contenido de entretenimiento sobre festival de carne	- 14 Likes, 2 Compartidas	0	No	- Cultura	Si	Si
		- Imagen y texto, contenido informativo sobre afluencia de vehículos	- 103 Likes, 6 Compartidas	1	No	- Suceso	No	Si
		- Video, contenido informativo sobre afluencia de vehículos	- 12 Likes, 1 Compartida	1	No	- Suceso	No	Si
05/11/2024	4	- Video, contenido informativo sobre Moisés Caicedo	- (3) 2 Likes, 1 Me encanta, 0 Compartidas	0	No	- Deporte	Si	Si
		- Video, contenido informativo sobre precios del cacao	- 2928 Likes, 656 Compartidas	186	Si	- Economía	No	Si

Fuente: Elaboración propia

Anexo 6

Evidencia de la ficha de observación

		- Imagen y texto, contenido informativo sobre cronograma de fiestas	- 2 Likes, 0 Compartidas	2	No	- Cultura	No	Si
		- Imagen y texto, contenido informativo sobre entrega de hectáreas para construcción de universidad	- (5) 3 Me encanta, 2 Likes, 2 Compartidas	0	No	- Educación	No	Si
06/11/2024	4	- Imagen y texto, contenido informativo sobre regreso de Trump a la casa Blanca	- 3 Likes, 1 Compartida	0	No	- Política	No	Si
		- Imagen y texto, contenido informativo y de entretenimiento sobre desfile cívico	- 2 Likes, 0 Compartidas	0	No	- Seguridad	No	Si
		- Imagen y texto, contenido informativo sobre 17 de provincialización de Sto. Domingo	- 3 Likes, 1 Compartida	0	No	- Cultura	No	Si
		- Imagen y texto, contenido publicitario sobre tarjeta visa	- 1 Like, 2 Compartidas	0	No	- Sociedad	No	Si
07/11/2024	3	- Imagen y texto, contenido informativo sobre Maduro ante el triunfo de Trump	- 2 Likes, 0 Compartidas	0	No	- Política	No	Si
		- Imagen y texto, contenido informativo sobre partido de Liga de Quito	- 6 Likes, 0 Compartidas	0	No	- Deporte	No	Si
		- Video, contenido informativo sobre precio del cacao	- 162 Likes, 45 Compartidas	14	No	- Economía	No	Si
08/11/2024	2	- Imagen y texto, contenido informativo sobre cortes de luz	- (7) 4 Likes, 3 Me enoja, 0 Compartidas	1	No	- Sociedad	No	Si
		- Imagen y texto, contenido informativo sobre futbolista	- 15 Likes, 0 Compartidas	0	No	- Deporte	No	Si
09/11/2024	4	- Video, contenido informativo sobre sismo en Puyo	- (8) 4 Likes, 3 Me asombra, 1 Me entristece, 0 Compartidas	0	No	- Desastre Natural	No	Si
		- Imagen y texto, contenido informativo sobre evento gratuito por fiestas locales	- (135) 114 Likes, 20 Me encanta, 1 Me importa, 31 Compartidas	22	No	- Sociedad	No	Si
		- Imagen y texto, contenido informativo sobre cortes de luz	- 4 Likes, 1 Compartida	0	No	- Sociedad	No	Si
		- Video, contenido informativo sobre precio del cacao	- 3678 Likes, 676 Compartidas	127	Si	- Economía	No	Si
10/11/2024	1	- Imagen y texto, contenido informativo sobre choque	(234) 166 Likes, 33 Me asombra, 32 Me entristece, 2 Me divierte, 112 Compartidas	13	No	- Suceso	No	Si
11/11/2024	8	- Video, contenido informativo sobre métodos de riego	- (17) 16 Likes, 1 Me encanta, 3 Compartidas	0	No	- Economía	No	Si
		- Imagen y texto, contenido informativo sobre el calentamiento global	- (6) 5 Likes, 1 Me encanta, 2 Compartidas	0	No	- Medio ambiente	No	Si
		- Imagen y texto, contenido informativo sobre la flor del cacao	- 218 Likes, 6 Compartidas	7	No	- Medio ambiente	No	Si
		- Imagen y texto, contenido informativo sobre nueva vicepresidenta encargada	- (4) 3 Me enoja, 1 Like, 1 Compartida	2	No	- Política	No	Si
		- Video, contenido informativo sobre el río Coca	- (37) 29 Likes, 3 Me asombra, 2 Me entristece, 2 Me encanta, 1 Me enoja, 7 Compartidas	16	Si	- Medio ambiente	No	Si
		- Video, contenido de entretenimiento sobre vuelta ciclista	- (5) 4 Likes, 1 Me encanta, 1 Compartida	0	No	- Deporte	No	Si

Fuente: Elaboración propia

Anexo 7

Evidencia de la ficha de observación

		- Imagen y texto, contenido informativo sobre Paute- Molino	- 9 Likes, 4 Compartidas	0	No	- Medio ambiente	No	Si
		- Imagen y texto, contenido informativo sobre ganador de vuelta ciclista	0	0	No	- Deporte	No	Si
12/11/2024	4	- Video, contenido informativo sobre sequía	(97) 67 Likes, 17 Me entristece, 8 Me asombra, 3 Me encanta, 1 Me divierte, 20 Compartidas	2	No	- Medio ambiente	No	Si
		- Video, contenido informativo sobre generadores de energía	- (5) 3 Likes, 1 Me asombra, 1 Me entristece, 0 Compartidas	0	No	- Sociedad	No	Si
		- Video, contenido informativo sobre enfrentamiento en penitenciaría	- (10) 8 Likes, 2 Me asombra, 25 Compartidas	0	No	- Suceso	No	Si
		- Video, contenido informativo sobre precio del cacao	- 969 Likes, 131 Compartidas	54	Si	- Economía	No	Si
13/11/2024	3	- Video, contenido informativo sobre lluvias en España	- (9) 7 Likes, 1 Me importa, 1 Me asombra, 0 Compartidas	1	No	- Suceso	No	Si
		- Imagen y texto, contenido informativo sobre fake news	- 1 Like, 0 Compartidas	1	No	- Sociedad	No	Si
		- Video, contenido informativo sobre sequía en ríos	(99) 636 Likes, 267 Me entristece, 72 Me asombra, 9 Me encanta, 357 Compartidas	257	Si	- Medio ambiente	No	Si
14/11/2024	3	- Imagen y texto, contenido informativo sobre el festival Táchila Burger	- 2 Likes, 0 Compartidas	0	No	- Economía	No	Si
		- Video, contenido informativo sobre partido Ecuador vs Bolivia	- 6 Likes, 0 Compartidas	0	No	- Deporte	No	Si
		- Imagen y texto, contenido informativo sobre jornadas Iberoamericanas en la PUCF sede Sto. Domingo	- (5) 3 Likes, 2 Me encanta, 2 Compartidas	0	No	- Educación	No	Si
15/11/2024		- Video, contenido informativo sobre sequía de arroz	(62) 40 Likes, 10 Me asombra, 10 me entristece, 1 Me enoja, 1 Me divierte, 24 Compartidas	15	No	- Economía	No	Si
16/11/2024	1	- Video, contenido informativo sobre precio del cacao	7076 Likes, 1152 Compartidas	239	Si	- Economía	No	Si
17/11/2024								
18/11/2024	1	- Video, contenido informativo sobre precio del cacao	977 Likes, 206 Compartidas	33	Si	- Economía	No	Si
19/11/2024								
20/11/2024	1	- Imagen y texto, contenido informativo sobre reconocimiento a docente de la Unandés	2 Likes, 0 Compartidas	0	No	- Política	No	Si
21/11/2024	2	- Imagen y texto, contenido informativo sobre evento gratuito en la Carpa W	- 0 Likes, 0 Compartidas	0	No	- Sociedad	No	Si
		- Imagen y texto, contenido informativo sobre aprobación de la asamblea la creación de la universidad pública en Sto. Domingo	- 3 Likes, 1 Compartida	0	No	- Educación	No	Si
22/11/2024	2	- Video, contenido informativo sobre lluvias en Quito	- 4 Likes, 0 Compartidas	0	No	- Medio ambiente	No	Si
		- Video, contenido informativo sobre lluvias en Azuay	- (12) 11 Likes, 1 Me importa, 0 Compartidas	0	No	- Medio ambiente	No	Si

Fuente: Elaboración propia

Anexo 8

Evidencia de la ficha de observación

23/11/2024	1	Video, contenido informativo sobre precio del cacao	1003 Likes, 225 Compartidas	59	No	Economía	No	Sí
24/11/2024	1	Imagen y texto, contenido informativo sobre entrevista exclusiva	5 Likes, 1 Compartida	2	No	Educación	No	Sí
25/11/2024	2	- Imagen y texto, contenido informativo sobre falso secuestro - Video, contenido informativo sobre accidentes de tránsito	-(12) 7 Likes, 3 Me asombra, 1 Me enoja, 1 Me divierte, 3 Compartidas -(4) 3 Likes, 1 Me asombra, 1 Compartida	1 0	No No	Suceso	No	Sí
26/11/2024	4	- Video, contenido publicitario e informativo sobre cultivos de papa y productos - Video, contenido informativo sobre estragos de sequía en la provincia Tachila	-(3) 2 Likes, 1 Me encanta, 17 Compartidas -(32) 25 Likes, 3, 3 Me asombra, 3 Me entristece, 1 Me importa, 25 Compartidas	1 1	No No	- Economía - Medio ambiente	No	Sí
		- Video, contenido informativo sobre precio del cacao	- 642 Likes, 149 Compartidas	36	No	- Economía	No	Sí
		- Video, contenido de entretenimiento sobre Dayanara Peralta en fiestas del cañón	-(63) 56 Likes, 6 Me encanta, Me importa, 3 Compartidas	3	No	- Cultura	No	Sí
27/11/2024								
28/11/2024	4	- Video, contenido informativo sobre entrevista - Video, contenido informativo de entrevista acerca de sequía en los cultivos - Video, contenido informativo sobre accidente	-(7) 6 Likes, 1 Me encanta, 1 Compartida -(10) 6 Likes, 4 Me encanta, 2 Compartida -(8) 6 Likes, 2 Me asombra, 1 Compartida	0 1 0	No No No	- Sociedad - Sociedad - Suceso	No Sí No	Sí Sí Sí
		- Imagen y texto, contenido informativo sobre lluvias en Cuenca	- 6 Likes, 0 Compartidas	0	No	- Medio ambiente	No	Sí
29/11/2024	1	Imagen y texto, contenido informativo sobre apagones	(6) 5 Likes, 1 Me asombra, 0 Compartidas	0	No	- Sociedad	No	Sí
30/11/2024	2	- Video, contenido informativo sobre la radio Super - Video, contenido informativo sobre el precio del cacao	-(15) 12 Likes, 2 Me encanta, 1 Me importa, 0 Compartidas - 893 Likes, 230 Compartidas	0 34	No No	- Sociedad - Economía	No	Sí
La Concordia TV – 22 mil seguidores								
6 publicaciones – 2 videos, 4 imagen y texto – todo local								
Fecha	Nro. de publicación	Tipo de contenido que genera más reacciones	Alcance de reacciones y compartidas	Cantidad de Comentarios	Discusiones o debates significativos en los comentarios	Temas abordados	Información detallada	Reflejo de preocupaciones locales
01/11/2024								
02/11/2024	1	Video, contenido de entretenimiento de humor de trabajador	(91) 74 Likes, 16 Me divierte, 1 Me encanta, 14 Compartidas	5	No	Sociedad	No	No
03/11/2024								

Fuente: Elaboración propia

Anexo 9

Evidencia de la ficha de observación

04/11/2024								
05/11/2024								
06/11/2024								
07/11/2024								
08/11/2024								
09/11/2024								
10/11/2024								
11/11/2024								
12/11/2024								
14/11/2024	1	Imagen y texto, contenido informativo sobre el cronograma de fiestas del cañón	(11) 10 Likes, 1 Me encanta, 2 Compartidas	0	No	Cultura	No	Sí
15/11/2024								
16/11/2024	2	- Video, contenido de entretenimiento de jóvenes bailando en feria familiar - Imagen y texto, contenido informativo sobre la ganadora de reina de belleza del cañón	- 85 Likes, 4 Compartidas -(7) 4 Likes, 2 Me encanta, 1 Me entristece, 0 Compartidas	0 0	No No	-Cultura -Cultura	No	Sí
17/11/2024	1	Imagen y texto, contenido de entretenimiento de meme	(48) 34 Me divierte, 11 Likes, 1 Me encanta, 1 Me importa, 1 Me asombra, 5 Compartidas	5	No	Sociedad	No	No
18/11/2024								
19/11/2024								
20/11/2024								
21/11/2024								
22/11/2024								
23/11/2024								
24/11/2024								
25/11/2024								
26/11/2024								
27/11/2024	1	Imagen y texto, contenido informativo sobre orgullo concordense	(76) 59 Likes, 15 Me encanta, 2 Me entristece, 6 Compartidas	10	No	Cultura	No	Sí
28/11/2024								
29/11/2024								
30/11/2024								
OLAVE TV – 7 061 seguidores								
26 publicaciones – 8 Videos – 19 imagen y texto, 2 nacionales								
Fecha	Nro. de publicación	Tipo de contenido que genera más reacciones	Alcance de reacciones y compartidas	Cantidad de Comentarios	Discusiones o debates significativos en los comentarios	Temas abordados	Información detallada	Reflejo de preocupaciones locales
01/11/2024	1	Imagen y texto, contenido informativo sobre hombre encontrado en una quebrada	(67) 44 Likes, 15 Me asombra, 8 Me entristece, 16 compartidas	2	No	Suceso	No	Sí
02/11/2024	1	Video, contenido informativo, Documental histórico de Plan Piloto	23 Likes, 5 Compartidos	2	No	Cultura	Sí	Sí

Fuente: Elaboración propia

Anexo 10

Evidencia de la ficha de observación

03/11/2024	1	Imagen y texto, contenido informativo sobre muerte accidental en cacería	(65) 35 Likes, 19 Me entristece, 10 Me asombra, 10 Compartidas	4	No	Suceso	No	Si
04/11/2024								
05/11/2024	2	- Imagen y texto, contenido informativo sobre operativo militar - Video, contenido informativo sobre robos fijos	-(27) 23 Likes, 4 Me asombra, 6 Compartidas - 23 Likes, 2 Compartidas	-2 -4	No No	- Suceso - Suceso	No No	Si Si
06/11/2024	1	Video, contenido de entretenimiento sobre novatada en la U	45 Likes, 1 Compartida	4	No	Educación	Si	Si
07/11/2024	2	- Video, contenido informativo sobre accidente mortal - Imagen y texto, contenido informativo sobre placa encontrada	-(77) 42 Likes, 29 Me entristece, 6 Me asombra, 24 Compartidas - 6 Likes, 3 Compartidas	-15 -1	No No	- Suceso - Sociedad	No No	Si Si
08/11/2024	1	Video, contenido informativo de invitación a Salón Cruzata	(77) 66 Likes, 10 Me encanta, 1 Me importa, 36 Compartidas	9	No	Sociedad	No	Si
09/11/2024								
10/11/2024	2	- Video, Imagen y texto, contenido informativo sobre accidente mortal - Imagen, texto y video, contenido informativo sobre accidente mortal	-(84) 39 Me entristece, 38 Likes, 7 Me asombra, 26 Compartidas -(55) 26 Me entristece, 24 Likes, 5 Me asombra, 15 Compartidas	-2 -11	No No	- Suceso - Suceso	No No	Si Si
11/11/2024								
12/11/2024	1	Imagen y texto, contenido informativo sobre incremento de precio de gasolina	(37) 31 Likes, 3 Me divierte, 2 Me asombra, 1 Me enoja, 10 Compartidas	10	No	Economía	No	Si
13/11/2024	1	Imagen y texto, contenido informativo sobre robos en el subcentro de salud	(44) 22 Likes, 16 Me asombra, 4 Me entristece, 1 Me encanta, 1 Me divierte, 13 Compartidas	6	No	Seguridad	No	Si
14/11/2024	2	- Imagen y texto, contenido informativo sobre incendio forestal - Imagen y texto, contenido informativo sobre percance de tránsito	-(43) 28 Likes, 9 Me asombra, 3 Me enoja, 2 Me entristece, 1 Me divierte, 10 Compartidas -(24) 21 Likes, 3 Me asombra, 7 Compartidas	-2 -2	No No	- Medio ambiente - Medio ambiente	No No	Si Si
15/11/2024	2	- Imagen y texto, contenido informativo sobre un choque - Imagen y texto, contenido informativo sobre entrega de cadáver de niño	-(27) 22 Likes, 4 Me asombra, 1 Me entristece, 4 Compartidas -(105) 53 Me entristece, 52 Likes, 9 Compartidas	-1 -5	No No	- Suceso - Suceso	No No	Si Si
16/11/2024								
17/11/2024								
18/11/2024								
19/11/2024	1	Imagen y texto, contenido informativo sobre cadáver sin identificar	(56) 37 Likes, 10 Me asombra, 9 Me entristece, 14 Compartidas	4	No	Suceso	No	Si
20/11/2024	1	Imagen y texto, contenido informativo sobre quejas por alto costo de planillas	(34) 29 Likes, 5 Me enoja, 4 Compartidas	7	No	Economía	No	Si
21/11/2024	1	Imagen y textos, contenido informativo sobre festival de bandas estudiantiles	(125) 111 Likes, 14 Me encanta, 5 Compartidas	3	No	Cultura	No	Si

Fuente: Elaboración propia

Anexo 11

Evidencia de la ficha de observación

22/11/2024	1	Imagen y texto, contenido informativo sobre aprobación de proyecto de ley para la universidad pública en Santo Domingo	(46) 41 Likes, 5 Me encanta, 8 Compartidas	3	No	Educación	No	Si
23/11/2024								
24/11/2024								
25/11/2024	1	Imagen y texto, contenido informativo sobre que Noboa cumple un año de gestión	(55) 27 Likes, 11 Me enoja, 10 Me divierte, 7 Me encanta, 2 Compartidas	75	Si	Política	No	Si
26/11/2024	1	Imagen y texto, contenido informativo sobre el aniversario de cantonización	(38) 26 Likes, 9 Me encanta, 3 Me importa, 8 Compartidas	1	No	Cultura	No	Si
27/11/2024	1	Video, contenido de entretenimiento sobre desfile cívico	(78) 64 Likes, 14 Me encanta, 5 Compartidas	2	No	Cultura	Si	Si
28/11/2024	1	Video, contenido educativo sobre feria de universidades	(20) 19 Likes, 1 Me encanta, 0 Compartidas	1	No	Educación	Si	No
29/11/2024	1	Imagen y texto, contenido informativo sobre documentos encontrados	8 Likes, 3 Compartidas	3	No	Sociedad	No	Si
30/11/2024								

Fuente: Elaboración propia

Encuesta dirigida a la ciudadanía

Esta encuesta está dirigida a ciudadanos concordenses con el objetivo de conocer la percepción ciudadana sobre medios digitales locales en redes sociales.

Nota: La información proporcionada NO será utilizada con intenciones maliciosas. Es ÚNICAMENTE con fines académicos.

Instrucciones: Seleccionar la opción u opciones que mejor se ajustan a su opinión personal, y adicional, si lo requiere puede mencionar otra respuesta en los espacios de "otros".

¡Se agradece mucho su tiempo y colaboración!

Género

Masculino

Femenino

Zona donde vive

La Concordia

Monterrey

La Villegas

Plan Piloto

Edad

15-19

20-24

25-29

30-34

35-39

40-44

45-49

50-54

55-59

60-64

1. ¿Considera qué se debe mejorar los medios de comunicación digitales del cantón La Concordia?

SÍ

NO

2. ¿Con qué frecuencia siente que las fuentes de información digitales de la zona suben noticias?

Frecuentemente

Algunas veces

Casi nunca

3. ¿Cuál es el medio digital local que prefiere para informarse?

JAR TV

Radio Super W

La Concordia TV

OLAVE TV

Otro _____

4. ¿Cuánto cree que los medios digitales de La Concordia influyen en su opinión pública sobre temas locales?

Mucho
Poco
Nada

5. ¿Qué red social usted utiliza para informarse sobre noticias de La Concordia?

Facebook
Instagram
Tik Tok
Otro _____

6. Si en la pregunta anterior fue Facebook una de sus opciones o su única opción señalada, seleccione por qué no se informa a través de las otras redes sociales.

Se comparten más noticias de La Concordia en Facebook
Hay poco o nada de noticias locales en otras redes sociales
Facebook es la red social que más ocupo
Otro _____

7. ¿Con qué frecuencia se topa con noticias poco transparentes o amarillistas de su cantón La Concordia?

Frecuentemente
Algunas veces
Casi nunca

8. ¿Cuál medio digital local considera que tiene mayor veracidad y credibilidad en las noticias que publica?

JAR TV
Radio Super W
La Concordia TV
OLAVE TV
Ninguno
Otro _____

9. ¿Con qué frecuencia dispone de acceso a Internet?

Siempre
Frecuentemente
Algunas veces
Casi nunca

10. ¿Utiliza con facilidad las plataformas digitales para informarse de las noticias de su localidad?

SÍ
NO