



UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE COMUNICACIÓN

“Experiencia del usuario en plataformas de noticias digitales (El Diario De Riobamba) en
Riobamba, período enero – junio 2023”.

Trabajo de Titulación para optar al título de Licenciada en Comunicación

Autor:

Itati Micaela Moreno Uquillas

Tutor:

Msc. Vinicio Palacios

Riobamba, Ecuador. 2025

DECLARATORIA DE AUTORÍA

Yo, Itati Micaela Moreno Uquillas, con cédula de ciudadanía 0604930784, autora del trabajo de investigación titulado: Experiencia del usuario en plataformas de noticias digitales (El Diario De Riobamba) en Riobamba, período enero – junio 2023, certifico que la producción, ideas, opiniones, criterios, contenidos y conclusiones expuestas son de mí exclusiva responsabilidad.

Asimismo, cedo a la Universidad Nacional de Chimborazo, en forma no exclusiva, los derechos para su uso, comunicación pública, distribución, divulgación y/o reproducción total o parcial, por medio físico o digital; en esta cesión se entiende que el cesionario no podrá obtener beneficios económicos. La posible reclamación de terceros respecto de los derechos de autor (a) de la obra referida, será de mi entera responsabilidad; librando a la Universidad Nacional de Chimborazo de posibles obligaciones.

En Riobamba, a la fecha de su presentación.



Itati Micaela Moreno Uquillas

C.I: 0604930784

DICTAMEN FAVORABLE DEL PROFESOR TUTOR

Quien suscribe, Msc. Vinicio Palacios catedrático adscrito a la Facultad de Ciencias Políticas y Administrativas, por medio del presente documento certifico haber asesorado y revisado el desarrollo del trabajo de investigación: Experiencia del usuario en plataformas de noticias digitales (El Diario de Riobamba) en Riobamba, período enero- junio 2023, bajo la autoría de Itati Micaela Moreno Uquillas; por lo que se autoriza ejecutar los trámites legales para su sustentación.

Es todo cuanto informar en honor a la verdad; en Riobamba, a los 20 días del mes de diciembre de 2024



Msc. Vinicio Palacios

C.I: 0603145848

CERTIFICADO DE LOS MIEMBROS DEL TRIBUNAL

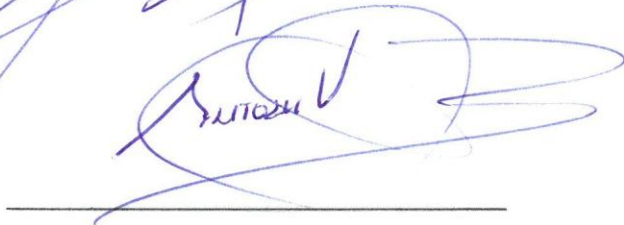
Quienes suscribimos, catedráticos designados Miembros del Tribunal de Grado para la evaluación del trabajo de investigación “Experiencia del usuario en plataformas de noticias digitales (El Diario De Riobamba) en Riobamba, período enero – junio 2023” por Itati Micaela Moreno Uquillas con cédula de identidad número 0604930784, bajo la tutoría de Msc. José Vinicio Palacios Carrillo; certificamos que recomendamos la APROBACIÓN de este con fines de titulación. Previamente se ha evaluado el trabajo de investigación y escuchada la sustentación por parte de su autor; no teniendo más nada que observar.

De conformidad a la normativa aplicable firmamos, en Riobamba a la fecha de su presentación.

Ramiro Ruales, PhD.
PRESIDENTE DEL TRIBUNAL DE GRADO



Antoni Vaca, Mgs.
MIEMBRO DEL TRIBUNAL DE GRADO



Guillermo Zambrano, Mgs.
MIEMBRO DEL TRIBUNAL DE GRADO



CERTIFICACIÓN

Que, MORENO UQUILLAS ITATI MICAELA con CC: 060493078 – 4 estudiante de la Carrera de Comunicación, Facultad de Ciencias Políticas y Administrativas; ha trabajado bajo mi tutoría el trabajo de investigación titulado "**EXPERIENCIA DEL USUARIO EN PLATAFORMAS DE NOTICIAS DIGITALES (EL DIARIO DE RIOBAMBA) EN RIOBAMBA, PERIODO ENERO – JUNIO 2023**", cumple con el 10% de acuerdo al reporte del sistema Anti plagio TURNITIN, porcentaje aceptado de acuerdo a la reglamentación institucional, por consiguiente autorizo continuar con el proceso.

Riobamba, 19 de diciembre de 2024



Escrito y firmado digitalmente por:
**JOSE VINICIO
PALACIOS CARRILLO**

Mgs. José Vinicio Palacios
TUTOR

DEDICATORIA

A mi mayor inspiración, mi madre Lida, la mujer más importante en mi vida, la que me ha sacado adelante a pesar de los altos y bajos, simplemente mi ejemplo a seguir, quien me enseñó hacer la persona que soy hoy en día. Mi madre es la luz al final del túnel la que siempre ha estado sosteniendo mi mano para que pueda cumplir mis metas. Simplemente gracias mamá por enseñarme el valor de la vida y darme todo tu amor, completamente agradecida con Dios por darme una madre tan guerrera.

A mi padre Ramiro, al hombre que ha estado para mí en todos los momentos importantes de mi vida, a pesar de las circunstancias siempre ha estado presente con su amor. Gracias por cada abrazo, consejo, por tus palabras de aliento en los momentos difíciles y por nunca dejarme caer. Eres mi ejemplo más grande de valentía y dedicación.

A mi abuelita Anita, por todo su amor y gratitud, el refugio donde siempre encuentro cariño, sabiduría y fortaleza para poder seguir adelante. Gracias por guiarme en el camino de Dios, por tus palabras sabias, por tus abrazos llenos de consuelo y por tu fe inquebrantable en mí, incluso en los momentos más difíciles.

A mis tíos, tías, primos y primas cada uno de ustedes ha sido una fuente de apoyo, inspiración y amor a lo largo de mi vida. Sus consejos, palabras de aliento y gestos desinteresados han dejado una huella en mi corazón. Gracias por estar presente en cada etapa de mi camino, celebrando mis triunfos y brindándome fortaleza en los momentos difíciles.

A Raphael, por cada palabra de aliento y por creer en mí incluso cuando yo dudaba. Gracias por recordarme siempre que soy capaz de alcanzar todo lo que me propongo, por ser mi refugio y por brindarme tu amor incondicional.

A mi querido Sadi, por brindarme el amor más puro y grande.

Itati Micaela Moreno Uquillas

AGRADECIMIENTO

Primero que todo agradecer a Dios y la Virgen por brindarme salud y sabiduría para alcanzar cada uno de mis objetivos “El Señor es mi pastor, nada me faltará. En lugares de verdes pastos me hace descansar; junto a aguas de reposo me conduce. Él restaura mi alma; me guía por senderos de justicia por amor de su nombre” Salmo (23).

A la Universidad Nacional de Chimborazo, en especial a la carrera de comunicación, por abrirme las puertas para poder formarme como persona y profesional.

A mi tutor Msc. Vinicio Palacios, por todo el tiempo invertido y guiarme en mi trabajo de investigación. A todos los docentes de la carrera de comunicación quienes semestre a semestre me fueron ilustrando de conocimientos para poder formar una gran profesional.

Agradezco de corazón a toda mi familia, amigos y a todas las personas que hicieron posible este logro. En especial a mi familia, por su amor incondicional, su apoyo constante y sus enseñanzas que han sido mi mayor fortaleza. Este logro es el reflejo del esfuerzo y del cariño que me han brindado.

Itati Micaela Moreno Uquillas

ÍNDICE

DECLARATORIA DE AUTORÍA	
DICTAMEN FAVORABLE DEL PROFESOR TUTOR	
CERTIFICADO DE LOS MIEMBROS DEL TRIBUNAL	
CERTIFICADO ANTIPLAGIO	
DEDICATORIA.....	
AGRADECIMIENTO	
ÍNDICE DE TABLAS	
RESUMEN	
ABSTRACT.....	
CAPÍTULO I	15
INTRODUCCIÓN	15
1.1 Planteamiento del problema	16
1.2 FORMULACION DEL PROBLEMA	16
1.3 OBJETIVOS	17
1.3.1 OBJETIVO GENERAL	17
1.3.2 OBJETIVO ESPECÍFICO.....	17
CAPÍTULO II.....	18
MARCO TEÓRICO	18
2.1 Estado del arte	18
2.2 Fundamento Teórico	19
2.3 Comunicación.....	19
2.4 Teorías de la comunicación	20
2.5 Teoría estructuralista.....	21
2.6 Comunicación Digital.....	21
2.7 Medios de comunicación.....	22
2.8 Periodismo Digital.....	23

2.9	Contenidos digitales	24
2.10	Géneros periodísticos para contenidos digitales.....	25
2.11	Plataformas digitales.....	25
2.12	Redes sociales.....	26
2.12.1	Red social Facebook	27
2.12.2	Red social Instagram.....	28
2.12.3	Red social X.....	29
2.13	Muestreo aleatorio	29
2.14	Usuarios	29
2.15	Experiencias de los usuarios en las redes sociales	30
2.16	La prensa escrita	31
2.17	El diario de Riobamba	31
2.18	VARIABLES	32
2.18.1	VARIABLE INDEPENDIENTE: Experiencias del usuario	32
2.18.2	VARIABLE DEPENDIENTE: Plataformas de noticias digitales (<i>El Diario de Riobamba</i>).....	32
2.19	OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES	32
CAPITULO III.....		34
MARCO METODOLÓGICO.....		34
3.1	TIPOS DE INVESTIGACIÓN.....	34
3.2	SEGÚN LA FINALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN	34
3.3	SEGÚN EL ALCANCE DE LA INVESTIGACIÓN	34
3.4	SEGÚN EL DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	35
3.5	SEGÚN LA FUENTE DE DATOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	35
3.6	SEGÚN LA FUENTE DE DATOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	36
3.7	POBLACIÓN Y MUESTRA.....	36
3.7.1	POBLACIÓN	36

3.7.2	MUESTRA	37
3.8	Técnicas:.....	37
3.8.1	Análisis de contenido.....	38
3.8.2	Entrevista	38
3.9	Instrumentos	39
3.9.1	Matriz de Análisis de contenido	39
3.9.2	Entrevista – matriz de coincidencia.....	39
CAPITULO IV		40
RESULTADOS Y DISCUSIÓN		40
4.1	Análisis de contenido de las plataformas del Diario de Riobamba	40
4.2	Entrevistas de los expertos	46
4.3	DISCUSIÓN DE RESULTADOS	49
CAPITULO V.....		52
5.1	CONCLUSIONES.....	52
5.2	RECOMENDACIONES	53
CAPÍTULO VI		54
PROPUESTA.....		54
REFERENCIAS.....		57
ANEXOS		64

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 2-1: Operacionalización de variables dependiente e independiente.	32
Tabla 3-1: Población.	36
Tabla 3-2: Muestra.....	37
Tabla 4-1: Matriz de análisis de contenido del Diario de Riobamba-Facebook.	40
Tabla 4-2: Matriz de análisis de contenido del Diario de Riobamba-Instagram	42
Tabla 4-3: Matriz de análisis de contenido del Diario de Riobamba-X.....	44
Tabla 4-4: Matriz de coincidencias a partir de los criterios de los expertos.....	46
Tabla 0-1: Matriz de análisis de contenido del Diario de Riobamba	64
Tabla 0-2: Matriz de análisis de contenido del Diario de Riobamba	64
Tabla 0-3: Matriz de análisis de contenido del Diario de Riobamba.	65
Tabla 0-4: Matriz de análisis de contenido del Diario de Riobamba.	65
Tabla 0-5: Matriz de análisis de contenido del Diario de Riobamba.	66
Tabla 0-6: Matriz de análisis de contenido del Diario de Riobamba.	66
Tabla 0-7: Matriz de análisis de contenido del Diario de Riobamba	67
Tabla 0-8: Matriz de análisis de contenido del Diario de Riobamba	67
Tabla 0-9: Matriz de análisis de contenido del Diario de Riobamba	68
Tabla 0-10: Matriz de análisis de contenido del Diario de Riobamba	68
Tabla 0-11: Matriz de análisis de contenido del Diario de Riobamba	69
Tabla 0-12: Matriz de análisis de contenido del Diario de Riobamba	69
Tabla 0-13: Matriz de análisis de contenido del Diario de Riobamba	70
Tabla 0-14: Matriz de análisis de contenido del Diario de Riobamba	70
Tabla 0-15: Matriz de análisis de contenido del Diario de Riobamba	71

Tabla 0-16: Matriz de análisis de contenido del Diario de Riobamba	71
Tabla 0-17: Matriz de análisis de contenido del Diario de Riobamba	72
Tabla 0-18: Matriz de análisis de contenido del Diario de Riobamba	72

RESUMEN

Esta investigación tuvo como propósito interpretar las preferencias de los usuarios en el consumo de contenidos visuales en plataformas del *Diario de Riobamba* con una visión desde la comunicación y comunicación digital. La metodología utilizada estuvo enfocada en el paradigma interpretativo, método fenomenológico, diseño, descriptivo-interpretativo. Se realizaron entrevistas a tres expertos en comunicación y comunicación digital para aportar información relevante desde las perspectivas de los profesionales. Con el fin de sistematizar y comparar sus respuestas, se elaboró una matriz de coincidencias que incluye cinco categorías clave de análisis. Para el análisis de contenido se centró en la revisión de las publicaciones en las plataformas *del Diario de Riobamba* durante el período de enero- junio del 2023. La combinación de las experiencias de los usuarios en las diferentes plataformas del medio fue identificar cuáles son los principales contenidos visuales que los usuarios prefieren y cuál ha sido el impacto que ha tenido. Los hallazgos emergidos muestran que los usuarios valoran especialmente los contenidos de relevancia, priorizan la calidad y accesibilidad del contenido visual para así también potenciar la fidelización de parte de sus seguidores y llegar a una audiencia más amplia.

Palabras clave: Comunicación, El Diario de Riobamba, comunicación digital, contenidos, plataformas digitales, redes sociales.

ABSTRACT

The purpose of this research was to interpret user preferences in the consumption of visual content on Diario de Riobamba platforms with a vision of digital communication and communication. The methodology used was focused on the interpretive paradigm, phenomenological method, design, and descriptive-interpretive. Interviews were conducted with three experts in communication and digital communication to provide relevant information from the perspectives of professionals. To systematize and compare their responses, a coincidence matrix was created that includes five key categories of analysis. For the content analysis, the focus was on the review of the publications on the platforms of the Diario de Riobamba from January to June 2023. The combination of the experiences of the users on the different platforms of the medium was used to identify the main visual content that users prefer and what impact it has had. The emerging findings show that users especially value relevant content, prioritizing the quality and accessibility of visual content in order also to enhance loyalty among their followers and reach a broader audience.

Keywords: Communication, El Diario de Riobamba, digital communication, content, digital platforms, social networks.



Reviewed by:
Mg. Dario Javier Cutiopala Leon
ENGLISH PROFESSOR
c.e. 0604581066

CAPÍTULO I

INTRODUCCIÓN

Es crucial identificar las experiencias del usuario en plataformas de noticias digitales, para garantizar que la información sea accesible, confiable, fácil de entender y atractiva para los usuarios. Las experiencias del usuario influyen en la percepción de la credibilidad de las plataformas de noticias, esto quiere decir que, si el interfaz es confuso, el contenido es difícil de encontrar o la presentación no es clara, esto puede llegar a generar dudas en los usuarios sobre la confiabilidad de la información ofrecida.

En la actualidad los ciudadanos reemplazan los canales tradicionales de noticias, por plataformas digitales, toda vez que cuenta con información disponible en cualquier lugar, en cualquier momento. Los ciudadanos valoraron el internet por encima de la TV como medio de acceso a las noticias, por la instantaneidad, la posibilidad de selección en base a su interés, la rapidez y facilidad para acceder a la información y la actualización y disponibilidad permanente de la información (García et al., 2018, p.8).

El objetivo de esta investigación es para identificar las experiencias de los usuarios en las plataformas de noticias digitales, esto conlleva a las experiencias (fácil, difícil o complicada) del usuario en las plataformas y cómo esta puede influir en la retención de la audiencia. Si los usuarios al entrar a la plataforma y esta es fácil de usar, cuenta con contenido relevante y es presentado de manera atractiva, es más probable que los usuarios regresen a consumir el contenido que brinda la plataforma. También, hay considerar sobre las experiencias negativas que los usuarios pueden tener en las plataformas, porque estas experiencias que el usuario tiene también influyen en la percepción de la credibilidad de la misma.

Este trabajo de investigación se desarrollará en la ciudad de Riobamba, donde se analizarán las experiencias positivas y negativas de los usuarios en las plataformas de noticias digitales: El *Diario de Riobamba*, analizando el contenido difundido entre enero y junio de 2023.

El enfoque metodológico fue interpretativo, método fenomenológico, diseño, descriptivo-interpretativo, utilizando como técnica la observación y la entrevista, así como la interacción con el contenido a través de comentarios, reacciones en las publicaciones y compartidos, a fin de analizar dichas experiencias.

1.1 Planteamiento del problema

En la actualidad las plataformas digitales de noticias han experimentado un rápido crecimiento en su uso, lo que esto los ha llevado hacer fuentes primarias de información para un número elevado de usuarios en todo el mundo. Hay que tener en cuenta que se han realizado algunos estudios sobre la calidad del contenido y la veracidad de las noticias en entornos digitales, pero lo que falta son investigaciones o análisis que examinen en detalle las experiencias de los usuarios y como los usuarios perciben la información que brindan las plataformas, en términos de satisfacción, confiabilidad, entre otros factores que pueden afectar su experiencia general.

La investigación tiene como objetivo principal identificar y describir las experiencias positivas y negativas de los usuarios en las plataformas digitales del *Diario de Riobamba*. Se busca comprender los factores que pueden llegar afectar las percepciones de los usuarios sobre la veracidad de la información, la interacción con otros usuarios, la facilidad de uso que esta brinda, la personalización del contenido, entre otros aspectos pertinentes. Además, se pretende identificar los efectos de estas experiencias en el comportamiento de usuario hacia la plataforma, esto quiere decir con la participación activa, difusión de información, la confianza que deposita en los contenidos publicados, la participación en discusiones o comentarios y la capacidad de adaptación.

Por otro lado, este estudio se enfrenta al desafío de examinar con profundidad como los usuarios experimentan y procesan la información en las diferentes plataformas digitales del *Diario de Riobamba*. Además, este busca comprender de qué manera estas experiencias influyen en la sociedad y en la construcción de confianza del usuario hacia la plataforma; se estudiará la facilidad con la que los usuarios pueden navegar por el sitio, la veracidad del contenido, la actualización de las noticias, las interacciones en los contenidos. Por esa razón es que esta investigación responde a la pregunta ¿Cómo perciben los usuarios la credibilidad y calidad de la información publicada en las plataformas sociales del *Diario de Riobamba*?

1.2 FORMULACION DEL PROBLEMA

¿Cuál es la precepción que tienen los usuarios sobre plataformas de noticias digitales (*El Diario de Riobamba*) en Riobamba, período enero – junio 2023?

1.3 OBJETIVOS

1.3.1 OBJETIVO GENERAL

- Identificar las experiencias del usuario en la plataforma de noticias digitales “*El Diario de Riobamba*” en el período de enero hasta junio del 2023.

1.3.2 OBJETIVO ESPECÍFICO

- Establecer las preferencias de los contenidos publicados en las plataformas digitales por parte de los usuarios.
- Determinar el nivel de experiencia de los usuarios en las plataformas del *Diario de Riobamba*.
- Elaborar un artículo científico sobre la base de los resultados obtenidos en la presente investigación y enviarlo a una revista indexada en Comunicación.

CAPÍTULO II

2 MARCO TEÓRICO

2.1 Estado del arte

Para el desarrollo de la presente investigación se inició un análisis sobre ciertos artículos referente al tema principal "Experiencia del usuario en plataformas de noticias digitales (*El Diario de Riobamba*) en Riobamba". Se hizo una búsqueda a través de bases de datos sobre las investigaciones, proyectos de titulación, artículos en revistas indexadas, libros y capítulos, tesis de pregrado, posgrado y doctorales, con el objetivo de contener un resultado acorde a la investigación.

Del artículo titulado "Descubrimiento de conocimientos en los comentarios que realizan los usuarios en un sistema de noticias digitales", de la revista científica de América Latina y el Caribe, España y Portugal (Redalyc), en el año 2019, cuyo objetivo general es observar el estado de ánimo de un usuario en relación con cualquier tema y así extraer opiniones, identificar los sentimientos expresados y clasificar su popularidad, positivo, negativo, neutro. Con una metodología KDD (Descubrimiento de conocimientos en bases de datos), es un proceso en el que aplican como técnicas el análisis de contenido para poder llegar a una respuesta concreta, en el cual el resultado principal habla sobre:

Los diversos métodos que existe y sistemas que categorizan las opiniones mediante los comentarios y likes. En los comentarios se pueden compartir sentimientos, o la opinión libre de las personas, ya depende de la publicación si es positiva, negativa o neutra. Los contenidos tienen características muy particulares, por lo general son textos cortos, que captan la atención de las personas, el análisis de los comentarios puede ser utilizado para un enfoque positivo a favor del contenido o con enfoque negativo con términos mal intencionados (Gonzalez et al., 2019, p. 5).

Los comentarios expresan sentimientos, estos pueden ser con un enfoque positivo o negativo, con esto se puede tener una respuesta clara con las experiencias del usuario en las plataformas de noticias digitales, podremos ver si los usuarios están de acuerdo con la información que es compartido y como la manejan respecto a la misma. Se tiene en cuenta cuantos comentarios son negativos y cuantos son positivos para poder hacer un análisis (Ibid).

Del artículo titulado "Hábitos del usuario y tipo de red social como predictores de consumo y difusión de noticias", de la revista profesional de la información, en el año 2021, cuyo objetivo general es analizar los patrones de comportamiento de los usuarios a la hora de

consumir y difundir información en redes sociales y su influencia. Con un método de muestreo de experiencias (MME), que es habitual en análisis de la actividad de usuario en redes sociales, utilizando como técnica: análisis de contenido. El resultado principal habla sobre:

El usuario el que toma la iniciativa de compartir información que está completamente abierta a todo público en general. En este caso la difusión de noticias sigue ciertos patrones al momento de ser publicadas, estos mensajes van dirigidos a un grupo específico de seguidores esto ya depende de cuantos seguidores tiene la página de noticias. Las emociones también influyen al momento de tomar decisiones acerca de las noticias difundidas, a esto se refiere el impacto que la noticia ha generado en los usuarios, puede generar tristeza, ira, confusión, inseguridad, entre otros. Los contenidos que generen efecto positivo son los que generan mayor interés en los usuarios (Díaz et al., 2021, p. 3).

Los usuarios pueden tener al momento de consumir noticias en las plataformas digitales, dado que en estas plataformas difunde la informas más rápido y en cuestión de minutos puede alcanzar a una gran cantidad de personas. Las noticias pueden causar aspectos negativos y positivos en los usuarios dándonos a conocer como es la experiencia de los mismos al consumir estos contenidos y cuál es la reacción que tienen (Ibid).

2.2 Fundamento Teórico

2.3 Comunicación

La comunicación en la actualidad es fundamental para las personas y para que se puedan relacionar. Esta es una parte de la vida que genera múltiples acciones, esta también persuade y logra que las personas se relacionen entre ellas y tengan reacciones. La importancia de la comunicación radica en que cualquier persona o institución necesita expresarse a través de diferentes maneras para así llegar a conseguir los objetivos definidos. Es decir, la comunicación facilita el acercamiento y contribuye un poder significativo a las personas (Márquez et al., 2018, p. 3).

La comunicación permite a los seres humanos relacionarse y sobre todo encaminar acciones con las demás personas, no hay que dejar de lado las reacciones que esta cusa en los individuos. La importancia radica en expresar y alcanzar las metas deseadas, facilitando el acercamiento entre las personas e instituciones, todo esto es esencial para poder lograr los objetivos que se tengan en mente y así generar vínculos que sean significativitos (Ibid).

Además, la comunicación es un proceso que ayuda a transmitir información significativa, relevante, pero sobre todo que sea propia, donde las personas se encuentran en medio de la acción a través de la cual se relacionan entre sí. Para que la comunicación se produzca se requiere tres elementos básicos: emisor, mensaje y destinatario. A partir de ese momento la comunicación se vuelve un poco compleja por el desarrollo y la evolución del ser humano (Márquez et al., 2018, p. 4).

La comunicación es un proceso de intercambio de ideas e información que es esencial entre las personas e instituciones, ya que con esta se pueden llegar a establecer conexiones mediante emisor, mensaje y destinatario. Sin embargo, se tiene en cuenta la complejidad en la que se puede aumentar con el desarrollo del ser humano y la evolución, todo esto implica la adaptación de los diversos contextos y sobre todo tecnologías, desafiando la manera en que los individuos se relacionan o interactúan (Ibid).

2.4 Teorías de la comunicación

Las teorías de la comunicación asumen que la comunicación es algo con lo que se pueda indicar los diferentes conceptos que existen por los observadores. El concepto de la comunicación es un principio explicativo o metadato, el cual ayuda a ordenar la observación y generar marcos para poder realizar descripciones más ambiciosas y sofisticadas el cual puedan indicar la perspectiva de un observador respecto a una realidad compleja. Lo cual puede ocurrir del mismo modo con los demás conceptos de las teorías empezando con el sistema y el entorno, teniendo en cuenta su función, límite, código o forma (Baecker, 2017, p. 4).

Entonces, las teorías de la comunicación definen la comunicación como un conjunto de conceptos que se considera como uno de los principios explicativos que llegan a facilitar la comprensión de la observación, permitiendo ciertos marcos para descripciones más detalladas. Esto también se puede aplicar a otros conceptos como un sistema, entorno, función y límite, los cuales al igual que la comunicación ayudan a entender la complejidad de la realidad desde diversas perspectivas (Ibid).

Las teorías de la comunicación deben seguir un proceso el cual se puedan comunicar entre sujetos sociales en entornos concretos para cada uno, esto de alguna manera puede llegar a afectar a la naturaleza comunicativa. La teoría de la comunicación se encarga de indagar por las formas de producción, reproducción y circulación de la información para la transformación de las poblaciones, de maneras que la enseñanza de la comunicación sea un acto comunicativo objetivo de las teorías que se aplican (García et al., 2019, p. 9).

La importancia de las teorías de la comunicación y como estas se han adaptado a ciertos entornos específicos para que sean efectivas entre los distintos grupos sociales. Este enfoque puede llegar a influir en la naturaleza de la comunicación. Las teorías exploran la creación, reproducción y difusión de la información la cual en la actualidad es muy importante ya que ayuda a los individuos a poder comunicarse. La enseñanza de la comunicación debe ser un proceso objetivo y sobre todo comunicativo que refleje las teorías aplicadas (Ibid).

2.5 Teoría estructuralista

La teoría estructuralista nace como un movimiento heterogéneo que aparece inicialmente como una metodología científica que posteriormente se convirtió en una ideología filosófica que procura elaborar teorías objetivas y verificables. Esta teoría intenta descubrir la estructura específica de los objetivos, lo cual trata de interpretar la realidad construyendo modelos que ponen de manifiesto las estructuras de las situaciones deseadas (Rodríguez, 2019, p. 8).

El surgimiento del estructuralismo como un movimiento inicialmente científico y luego filosófico. Busca generar teorías objetivas y comprobables, este se centra en descubrir todas las estructuras específicas de los objetivos para poder así interpretarlas, a la realidad, utilizando modelos que revelen las estructuras de las situaciones deseadas, con el propósito de comprender y explicar el nivel de complejidad que podía llegar a tener en diferentes contextos que pueden existir (Ibid).

Las investigaciones estructurales han aparecido en las ciencias sociales como una consecuencia indirecta de ciertos desarrollos de la matemática moderna, esta ha otorgado la importancia al punto de vista cualitativo, dejando de lado la perspectiva cuantitativa. Es decir, en distintos campos: lógica matemática, teoría de los conjuntos, teoría de los grupos (Cadenas, 2012, p. 11).

Las investigaciones estructurales se emergen por desarrollos matemáticos, enfocándose en lo cualitativo más que en lo cuantitativo. Este cambio se deriva de ciertos avances en diferentes campos, todos los cambios mencionados anteriormente son relevantes para un enfoque cualitativo en la comprensión y sobre todo en el análisis de fenómenos sociales (Ibid).

2.6 Comunicación Digital

La comunicación digital en la actualidad es importancia, la red social permite que las personas de diferentes géneros, ciudades, países puedan comunicarse referente a temas de actualidad o entre sí. Por lo tanto, este estilo de comunicación formal induce una mayor

presencia social percibida que, a su vez, influye de manera positiva en la calidad de interacción y la actitud. Es importante tener en cuenta que el recurso digital es una herramienta eficiente para la escuela o trabajo. Esto ha facilitado la difusión de contenidos educativos y la comunicación entre las personas, llegando a varios países de forma segura (Wunsch et al., 2022, p. 11).

La comunicación digital en la actualidad es crucial, porque esta conecta a personas de distintos lugares, géneros y culturas. Es una forma de interacción con la sociedad que promueve a una mayor presencia y calidad de las interacciones. Además, su utilidad en ámbitos educativos y laborales ha permitido el avance de todos estos y como estos ahora se comunican mediante lo digitales, la comunicación digital ha facilitado a muchas personas, esta lo que hace es brindar facilidad y rapidez a la hora de comunicarse, ahora en cuestión de minutos se puede compartir información y las personas pueden hacer uso de la misma. Lo mismo a las empresas e instituciones ahora ha facilitado la manera en que estas se pueden comunicar con su público objetivo y también con su personal (Ibid).

Las herramientas digitales en la producción informativa, estas herramientas hicieron lo posible para editar textos e imágenes de una manera más sencilla en el ámbito periodístico. Este cambio hizo que en la actualidad se aceleren los tiempos productivos acelerando los ritmos de construcción de la información y las apropiaciones que los consumidores hacen de la misma. Las plataformas digitales cambian las relaciones entre los productores y los usuarios al informarse mediante la red. Esto anima a los usuarios que lo utilizan a buscar nueva información establecer conexiones entre contenidos mediáticos dispersos (Luchessi, 2018, p. 7).

Por lo tanto, las herramientas digitales han evolucionado y también la producción periodística, simplificando la edición de textos e imágenes. Este avance ha acelerado los tiempos de producción informativa modificando la relación entre productores y consumidores de información. Las plataformas digitales han cambiado como se accede a la información, con el objetivo de que los usuarios busquen contenido nuevo y conectan más rápido con medios dispersos generando una interacción más dinámica, esto le puedes beneficiar ya que pueden encontrar más información de lo que están buscando y les puede abrir más puertas (Ibid).

2.7 Medios de comunicación

Los medios de comunicación en la actualidad son vistos como instrumentos de información y telecomunicaciones masiva, también, como actores sociales y políticos con la capacidad

para poder controlar y definir la visibilidad pública. Además, los medios tienen un gran efecto en la agenda mediática, análisis y lectura de la realidad que ofrecen los medios a la opinión del público (Cornejo, 2022, p. 5).

Los medios de comunicación actúan como importantes actores sociales y políticos, con el objetivo de influir en la visibilidad pública y la opinión colectiva entre las personas. Además, de ser fuentes de información, moldean la agenda mediática y la percepción de la realidad en base a las preferencias del público. Tiene una gran capacidad para definir qué temas son relevantes y refuerza el rol en la construcción del discurso social (Ibid).

Los medios de comunicación hoy en día son herramientas que facilitan a las personas su participación como ciudadanos en los medios de comunicación, con el objetivo que exista ciberdemocracia y así los ciudadanos puedan interactuar el uno con el otro (Chong, 2019, p. 6).

Además, los medios de comunicaciones se han evolucionado en herramientas clave para poder fomentar la participación de las personas en el ámbito digital, teniendo un enfoque en la ciberdemocracia. A través de las plataformas digitales, los ciudadanos tienen la posibilidad de interactuar el uno con el otro llegando así al debate público. Esta interacción transforma a los individuos en actores sociales que pueden influir en las discusiones y decisiones colectivas, democratizando el acceso a la información (Ibid).

2.8 Periodismo Digital

El periodismo digital en la actualidad es un medio de comunicación que se encuentra al alcance de todas las personas, ya que va de la mano de las redes sociales o páginas web. Además, ayuda a los procesos de lectura de las personas, motiva la lectura y el interés, se convierte en un recurso didáctico y promueve las interacciones sociales entre las personas que lo usan. Mediante el periodismo digital no solo se difunde grandes cantidades de información, sino que además se contribuye al mejoramiento del lenguaje, los procesos de pensamiento y la creatividad. Por otro lado, el periodismo digital es una herramienta importante que tiene gran acogida entre los ciudadanos, ya que el interés por las tecnologías les hace estar al pendiente a las publicaciones que se hace con el objetivo de que se mantengan informados (Calle & Aguilera, 2022, p. 9).

Entonces, el periodismo digital es accesible a través del uso de las redes sociales y páginas web, esta no solo difunde información, sino que a través de esta también puede mejorar el lenguaje, el pensamiento y la creatividad. El uso del periodismo digital en la actualidad motiva la lectura, se convierte en un recurso didáctico y fomenta interacciones sociales, en

donde las personas se pueden comunicar e informar de manera más rápida y sencilla. Todo esto crece gracias al interés tecnológico de la sociedad con el objetivo de mantener a los ciudadanos informados (Ibid).

El periodismo digital explora la diversidad de información dentro de la misma publicación y en distintos entornos de lectura, lo que hace que las personas estén más interesadas en las noticias que son difundidas. A todo esto, se suma acciones de gestión de la información desde el diseño, las redes sociales y estas también pueden ser las comunidades virtuales, lo que se complementa con estrategias, estas estrategias son utilizadas para que la información que es publicada tenga el impacto deseado en la ciudadanía (Salvatierra, 2020, p. 15).

El periodismo digital, ha abordado diversidad de información y está también se ha adaptado a varios contextos de lectura con el objetivo de que tengan un impacto elevado en las audiencias. La gestión de la información va de la mano con las redes sociales y comunidades virtuales, esas se integran a estrategias, las cuales ayudan a las personas a tener grandes cantidades de información, las redes sociales en la actualidad ayudan a difundir cualquier tipo de información de manera más rápida y sencilla. Estas estrategias buscan asegurar que la información difundida tenga el impacto deseado en la sociedad (Ibid).

2.9 Contenidos digitales

Los contenidos digitales siempre están en constante tendencias que se generan en las redes sociales, estas permiten participar en un fenómeno del que forman parte millones de personas en el mundo, esto tiene que ver con la viralidad de los contenidos digitales. Estos presentan grandes ventajas a los que ofrecen mayor diversidad de opciones para los usuarios para que estos lo consuman y las posibilidades aumentan para la distribución de los contenidos. Los contenidos que son difundidos se pueden llegar a un gran alcance de personas en cuestión de minutos por el simple hecho de ser contenidos digitales (Godínez, 2023, p. 20).

Los contenidos digitales impulsados por las tendencias en redes sociales, participan en un fenómeno global de viralidad, ya que al momento de ser publicados tienen un gran alcance y pueden llegar fácilmente a grandes cantidades de personas. La distribución de estos contenidos se beneficia de la naturaleza digital, por la manera en que los contenidos son difundidos, estos también ofrecen respuestas de inmediato, mediante las redes sociales pueden interactuar con sus usuarios (Ibid).

Los contenidos digitales han generado muchos aprendizajes compartidos, entre estos esta los contenidos de información lo cual los usuarios hacen uso de la misma para que puedan satisfacer sus necesidades, en muchas ocasiones también los contenidos digitales pueden

ocasionar algunas problemáticas si hacen un mal uso de la misma, y como red les toca afrontar cualquier inconveniente que se haya suscitado (Martín & Soledad, 2021, p. 11).

Los contenidos digitales han facilitado aprendizajes compartidos, especialmente al acceso a la información que los usuarios utilizan para poder así satisfacer sus necesidades, los usuarios ahora es la inmediatez de la información y la calidad que esta brinda. Las plataformas digitales asumen el reto de enfrentar cualquier inconveniente que se les presente, ahora ya cuentan con varias estrategias hasta con un plan de crisis si es necesario para no ver afectado a la reputación de la misma (Ibid).

2.10 Géneros periodísticos para contenidos digitales

Los géneros periodísticos son textos que aportan información sobre hechos y datos concretos en distintos medios puede ser: escrito, televisivo, web y móvil. Estos han tenido una mayor evolución a los que internet y el periodismo online ha dado un nuevo impulso para poder satisfacer a las personas (López et al., 2020, p. 13).

Los géneros periodísticos brindan información sobre hechos relevantes a través de diversos medios como lo menciona el autor. También, destaca como Internet y el periodismo en línea han impulsado su evolución, adaptándose a las necesidades de los usuarios. Este avance ha logrado que los géneros periodísticos sean más accesibles (Ibid).

Para (Learreta et al., 2023) los géneros periodísticos “son una herramienta eficaz para narrar historias transformando los géneros y abriendo nuevos escenarios en la forma de contar y consumir noticias” (p.24).

Los géneros periodísticos son importantes para contar hechos que permiten transformar las formas de narrar. Esta flexibilidad abre nuevas posibilidades en cómo se presentan y consumen las noticias. Al adaptar los géneros, el periodismo se vuelve dinámico y capaz de conectarse con audiencias modernas, respondiendo a las demandas cambiantes del público (Ibid).

2.11 Plataformas digitales

Las plataformas digitales son empresas que prestan sus servicios a varios grupos de personas o usuarios, porque en la actualidad es de gran ayuda, por lo que necesitan de este soporte digital para posibilitar estos intercambios de información los cuales generen beneficios para los que lo usan. De esta manera, estas plataformas digitales se ubican como intermediarios entre distintos actores; proveedores, publicistas, clientes y negociantes. Además, esta también es un canal que relaciona a diversas personas con intereses similares, que ayuda a satisfacer necesidades diversas. De esta manera las plataformas digitales son lugares en

Internet donde funciona una variedad de programas, los cuales realizan diversas tareas para así cumplir con las necesidades de las personas que lo usen (Naranjo et al., 2022, p. 7).

Las plataformas digitales son esenciales en la actualidad, ayudan como intermediarios entre clientes, negociantes y entre personas para poder comunicarse. Estos espacios en el internet facilitan el intercambio de información, generando varios beneficios para sus usuarios, estos pueden hacer que los usuarios se puedan comunicar de una manera más rápida y también pueden buscar información y encontrar grandes cantidades de esta, todo esto satisface las necesidades diversas de los usuarios. Todo esto hace que las personas se puedan conectar con sus mismos intereses proporcionando un valioso soporte digital para los diferentes grupos sociales que lo utilizan (Ibid).

La participación de las plataformas digitales a través de la tecnología genera una potencia enorme y en muchos casos puede llegar a imponer, este nuevo modelo de participación es demasiado grande el cual puede ayudar a beneficiar a cualquier persona que lo utilice. El trabajo mediante las plataformas motiva un tipo distinto de implicación y respuesta inmediata a los participantes, que en ciertas ocasiones puede parecer de forma directa, es decir, produce de muchas maneras y de forma instantánea y continua (Waliño et al., 2018, p. 20).

La participación de las personas a través de las plataformas digitales está siendo potenciada por la tecnología, está expuesta a tener un impacto significativo y avanzando en todos los sentidos, esta ayuda a que la información se difunda más rápido y cuenta con una gran cantidad de la misma. Este nuevo modelo ofrece beneficios amplios para los usuarios y les brinda libre acceso a cualquier información para que puedan hacer uso de la misma. El trabajo que ofrecen estas plataformas es para la motivación de los usuarios, considerando que estas brindan respuestas inmediatas que son directas y generan grandes impactos en los usuarios por el simple hecho de que lo hace de manera instantánea y continua (Ibid).

2.12 Redes sociales

Las redes sociales son plataformas digitales que son utilizadas por una gran cantidad de usuarios para detectar patrones de comportamientos. Es decir, ayuda a identificar varias tendencias actuales de la sociedad en torno a la competencia digital, estos son nuevos ecosistemas de relación entre las personas porque generan impacto y definen espacios donde pueden compartir valores e ideologías. Además, establecen una relación positiva entre la presencia social de la red y el bienestar social (Barroso et al., 2024, p. 4).

Las redes sociales son utilizadas por una gran cantidad de usuarios con la finalidad de satisfacer sus necesidades, estos detectan patrones de comportamiento y sobre todo ayudan a identificar tendencias en la competencia digital. Además, estas funcionan como nuevos ecosistemas de relación, impacto y definiendo espacios para compartir valores e ideologías. Las redes sociales generan una relación positiva y en muchas casas también negativa si no saben usarla (Ibid).

Las redes sociales en la actualidad son una herramienta eficaz para la difusión de contenidos, permitiendo a las personas poder compartir contenido que sea relevante ante la sociedad. Por otro lado, hay que tener en cuenta que las redes sociales es de gran ayuda para los emprendedores, puesto que ayuda a ofrecer sus productos, bienes y servicios a gran escala, lo que le permite dar a conocer al mercado su marca y sus productos obteniendo resultados a corto o mediano plazo (Arteaga & Menéndez, 2021, p. 5).

En la actualidad las redes sociales son una herramienta eficaz para la difusión de contenidos relevantes para la sociedad, lo que permite a los usuarios compartir información de interés y son especialmente útiles para emprendedores porque facilitan la promoción de productos, bienes y servicios a gran escala. Lo que permite a las marcas aumenten su visibilidad y alcanzar a su público objetivo, obteniendo grandes resultados. Por lo tanto, las plataformas se han convertido en un componente esencial para la comunicación y el crecimiento empresarial en la era digital (Ibid).

2.12.1 Red social Facebook

La red social Facebook es permite una rápida difusión de información generando impacto en la sociedad. El lenguaje que se utiliza en esta red social son palabras sencillas que envían mensajes más directos y rápidos. Su objetivo es hacer que la comunicación se mas expresiva, atractiva, flexible. Esta es una nueva forma de comunicación con sus propios códigos para poder tener impacto su uso es coloquial lo que los usuarios se familiaricen (Sabando & Rodríguez, 2019, p. 11).

La red social Facebook es una plataforma que permite una rápida difusión de información en donde las personas puedan hacer uso de la misma. Esta red utiliza un lenguaje sencillo que facilita la comprensión de los usuarios, son mensajes directos y rápidos que permiten que la comunicación sea más expresiva, atractiva y flexible. Esta plataforma utiliza un lenguaje coloquial con el objetivo que los usuarios se familiaricen promoviendo una interacción más fluida y accesible. Es decir, esta plataforma ha creado una nueva forma de comunicación con

códigos propios que impactan a los usuarios de manera efectiva y así estos utilicen más seguido esta red social (Ibid).

Facebook como red social es eficiente para los usuarios lo que la utilizan. Los usuarios pueden ser empresas, organizaciones religiosas, políticas o simplemente personas comunes, que tratan de instaurar tendencias, difundir su propia verdad, vender sueños y felicidad para imponer conductas entre esta sociedad digital (Arredondo, 2020, p. 10).

Facebook es una red social que en la actualidad ha tenido un gran impacto de parte de la sociedad, considerando que esta ha sido eficiente para los usuarios. Ellos siempre van a buscar establecer tendencias, difundir sus ideas, vender sueños y promover la felicidad, con el objetivo de influir siempre en los comportamientos de las personas mediante esta red social para llegar a una gran audiencia (Ibid).

2.12.2 Red social Instagram

La red social Instagram es una de las herramientas más demandadas en la actualidad por los jóvenes para poder compartir información, documentar sus vidas, adquirir información y descubrir nuevas tendencias. Dentro de las políticas de esta red social existen opciones, en las cuáles se destaca las imágenes fotos y videos, los mismos que promueven actitudes y valores positivos o negativos (Andrade et al., 2024, p. 7).

Instagram se ha convertido en una de las redes sociales más populares para los jóvenes, la cual emplean para compartir información, documentar sus vidas y seguir a nuevas tendencias. Sus políticas priorizan el uso de fotos y videos lo que genera una gran dinámica entre los usuarios. Estos contenidos pueden llegar a tener una gran influencia entre la sociedad fomentando valores positivos como negativos, todo esto depende del tipo de información y mensajes que consuman (Ibid).

Instagram tiene una herramienta llamada reel, esta es propia de la plataforma que permite a los usuarios crear videos cortos, también se puede subir imágenes sin necesidad de que sean cuadradas, esta red hace que los usuarios puedan compartir imágenes con herramientas simples de edición en su propia aplicación para teléfonos inteligentes (Navarro, 2023, p. 8).

Esta red social cuenta con la herramienta “reel”, esto permite a los usuarios crear y compartir videos cortos de manera dinámica y que genere impacto. Además, la plataforma ofrece la opción de subir imágenes sin necesidad de que estas sean cuadradas, es decir, esta se ha ido adaptando a los diferentes formatos visuales para poder satisfacer las necesidades del público (Ibid).

2.12.3 Red social X

La red social “Twitter” llamada en la actualidad “X” cuenta, con la presencia de los principales medios informativos, está relacionada con su uso continuo de profesionales y del mundo académico. En X se mantiene la temática relacionada con el profesionalismo o por los temas compartidos por los medios de comunicación (Palma & Ruiz, 2023, p. 13).

X se caracteriza por la activa presencia de los principales medios informativos y su uso frecuente por parte de profesionales, esta red social es la más formal en comparación de las otras. En esta plataforma predomina temas relacionados con el profesionalismo y seriedad. La interacción en X gira en torno a debates, análisis y la difusión de información relevante y que genere impacto, teniendo un espacio clave para el intercambio de ideas (Ibid).

X es la plataforma más empleada en estos análisis por su carácter abierto, por ofrecer al usuario la posibilidad de múltiples interacciones (retuits, guardados, replies). El análisis de las redes en X se ha convertido en una metodología desde la cual se puede notar la actividad y preferencias de una comunidad (Barroso et al., 2021, p. 7).

Esta plataforma es una de las más utilizadas para hacer publicaciones más formales, cuenta con interacciones, como retuist, guardados, comentario. Estas características permiten a los usuarios interactuar de diversas maneras. X se ha convertido en una plataforma eficaz para observar las preferencias y comportamientos de los usuarios (Ibid).

2.13 Muestreo aleatorio

El muestreo aleatorio simple es una forma en la cual es utilizada en diferentes investigaciones para obtener una muestra representativa con selección aleatoria de una variedad de elementos, con la seguridad de que cada uno de estos elementos de la población tengan la misma posibilidad de ser elegido con la utilización de una tabla en donde contengan el número exacto (Cortés et al., 2020, p. 18).

Este muestreo es un método efectivo para garantizar que una muestra sea representativa de la población total. Con el objetivo de que cada elemento tenga la misma probabilidad de ser elegido, este método minimiza el sesgo en la selección y permite obtener datos reales. Este enfoque facilita el proceso en una investigación para facilitar el proceso, brindando transparencia en los datos (Ibid).

2.14 Usuarios

El avance de la tecnología ha facilitado que los usuarios digitales incrementen el control sobre el contenido y la publicidad que consultan y eviten el contenido no deseado, lo que

ayuda a las empresas y a los medios de comunicación digitales que es lo que genera impacto entre los usuarios. En el cual estos se exigen en cómo debe ser la publicidad online para conectar con los mismos (Sánchez et al., 2020, p. 5).

En la actualidad los usuarios digitales tienen mayor control sobre el contenido y publicidad que consumen, permitiéndoles evitar lo que no genera impacto. Esto beneficia a empresas y medios de comunicación dado que pueden analizar lo que realmente impacta a las audiencias. Además, los usuarios se vuelven exigentes con lo que consumen en línea, exigen noticias más relevantes que logran satisfacerlos (Ibid).

En la actualidad los usuarios han dejado la pasividad para ser productores y difusores de contenidos. En su relación con los medios de comunicación y las tecnologías se trata de que los jóvenes se capaciten para poder decidir por su propia cuenta pero con conocimiento de causa sin que pierdan el gusto estético (Aguirre, 2019, p. 13).

Entonces, los usuarios se han convertido en productores y difusores de contenido, debido a la interacción con los medios y la tecnología, se espera que los jóvenes adquieran las habilidades necesarias para tomar decisiones informadas de manera independiente, sin perder de vista el valor estético (Ibid).

2.15 Experiencias de los usuarios en las redes sociales

Las experiencias de los usuarios en las redes sociales son fundamentales para las vivencias de los usuarios, quienes al compartir pueden crear vínculos con las demás personas. Entonces, las experiencias conllevan a que los usuarios sean observados de sus mismas prácticas y analizan no solamente para aumentar conocimiento sino para utilizar aprendizajes que de alguna manera van conociendo y experimentando (Carvajal, 2023, p. 10).

Las experiencias en las redes sociales, es donde los usuarios no solo comparten contenido, sino que crean vínculos entre sí. Al interactuar, los usuarios reflexionan sobre sus propias prácticas, lo que permite adquirir conocimiento y aplicar en un futuro. El análisis de dichas experiencias enriquece la comprensión y la mejora en el uso de las plataformas, generando así un ciclo de aprendizaje (Ibid).

Existe un nuevo paisaje mediático sobre la llegada del internet y el impacto que este tiene en la sociedad creando diversas experiencias en las personas. Los dispositivos móviles y la forma de producir contenido para satisfacer las necesidades de los usuarios con el objetivo de crear experiencias negativas o positivas. El acceso a internet no garantiza igualdad de oportunidades para consumir contenido, pero lo que sí permite son las experiencias que pueden tener mientras lo usan (Aguirre, 2019).

Las experiencias de los usuarios en las redes sociales son esenciales para darnos cuenta como perciben la información y también son esenciales para crear vínculos entre las personas. Los usuarios al compartir sus vivencias, no solo se observan y analizan mutuamente, sino que también incrementan su conocimiento y aplican los aprendizajes adquiridos. Estas interacciones fomentan una comprensión más profunda de diversas prácticas y perspectivas. Así, las redes sociales se concierten en un espacio donde las experiencias compartidas enriquecen el conocimiento colectivo y fortalecen las conexiones (Ibid).

2.16 La prensa escrita

En pleno siglo XXI, la prensa ha tenido un avance significativo como medio de comunicación, se refiere a los periódicos impresos que contienen noticias y análisis sobre eventos de importancia. Su objetivo principal es informar a la sociedad sobre eventos locales, nacionales e internacionales (Fernández et al., 2023, p. 6).

La prensa escrita en la actualidad ha tenido un gran avance como medio de comunicación, manteniendo su relevancia a través de periódicos impresos que ofrecen noticias, análisis de eventos importantes. Su objetivo se centra en informar a la sociedad sobre acontecimientos de interés local, nacional e internacional. A pesar de la era digital de muchos medios, la prensa escrita sigue desempeñando un papel fundamental en la difusión de información (Ibid).

La prensa escrita cumple un papel importante en el desarrollo de la cultura de cada país y en el mundo, esto se debe a los convenios que pueden llegar a generar entre los diferentes periódicos del mundo. Además, la prensa es una de las más importantes y poderosas que ha llegado a América Latina, ya que, por medio de los periódicos, favoreció el desarrollo de la conciencia social (Mujica & Concha, 2020, p. 5).

Entonces, la prensa escrita es importante para el desarrollo cultural de cada país, teniendo en cuenta que pueden existir convenios entre periódicos internacionales. Lo cual es importante mencionar que en América Latina la prensa es una de las más influyentes, siendo una de las formas de comunicación más poderosas. A través de la prensa escrita se ha impulsado el desarrollo de la conciencia social (Ibid).

2.17 El diario de Riobamba

El Diario de Riobamba es un periódico que brinda información de carácter público, entretenimiento y contenidos digitales a través de sus plataformas. El Diario de Riobamba fue el primer medio en internet o medio digital informativo legalmente registrado,

confirmando su posicionamiento y nueva visión del periodismo y la comunicación (Diario de Riobamba, 2020).

Este medio a pesar de los años ha ido creciendo constantemente en la evolución digital, lo que ha demostrado a la ciudadanía ser un periódico eficaz y eficiente ya que brinda información veraz sobre asuntos importantes para que su público objetivo este completamente satisfecho.

2.18 VARIABLES

2.18.1 VARIABLE INDEPENDIENTE: Experiencias del usuario

2.18.2 VARIEBLE DEPENDIENTE: Plataformas de noticias digitales (*El Diario de Riobamba*)

2.19 OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

Tabla 2-1: Operacionalización de variables dependiente e independiente.

Variable	Definición	Categoría	Indicadores	Técnicas de instrumento
<u>Variable dependiente</u> Experiencias del usuario	Las experiencias del usuario sirven para evaluar la interacción del usuario, lo que influye a las diferentes conductas de los individuos frente a las publicaciones de las plataformas de noticias digitales (López et al., 2022, p. 8).	Interacción Usuario conducta contenidos Calidad de contenido	Número de: Interacciones Likes Comentarios Reacciones Cantidad de usuarios Patrones de conducta Características de los contenidos	Técnica: Análisis de contenido Instrumento: Matriz de análisis.
<u>Variable Independiente</u>			Formas de participación	Técnica:

<p>Plataformas de noticias digitales (<i>El Diario de Riobamba</i>).</p>	<p>Las plataformas digitales de noticias han permitido nuevas formas de participación en la sociedad, teniendo una evolución entre el arte y la sociedad de la información, este dio espacio a un lugar creativo de rápida expansión y desarrollo para la difusión de noticias (Robles, 2022).</p>	<p>participación usuarios</p>	<p>Tipos de usuarios Número de visitas</p>	<p>Entrevista. Instrumento: Cuestionario de preguntas no estructurado</p>
--	--	-------------------------------	---	---

Elaborado por: Moreno I, 2024.

3 CAPITULO III

MARCO METODOLÓGICO

3.1 TIPOS DE INVESTIGACIÓN

3.2 SEGÚN LA FINALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN

- **Investigación Aplicada**

La investigación aplicada está orientada a resolver problemas que se pueden llegar a presentar, esta investigación sirve para formular problemas o hipótesis de trabajo para resolver los problemas de la sociedad o de la investigación que se está analizando, estos problemas que se presenten en medio de la investigación se organizara para poder resolverlo de una manera más rápida y efectiva (Sernaqué et al., 2024, p. 5).

La investigación aborda ciertos problemas de impacto que puedan surgir, este contribuye a la construcción de conocimientos nuevos. Lo que esto quiere decir, es que la investigación tiene una función importante que es la formulación de hipótesis o problemas que ayuden a solucionar los desafíos que puedan existir en dicha investigación, lo que prioriza la organización de los problemas existentes para su resolución (Ibid).

3.3 SEGÚN EL ALCANCE DE LA INVESTIGACIÓN

- **Investigación descriptiva**

El método descriptivo mejora la clasificación de diferentes funciones, la cual ayuda a describir las cualidades para un mejor entendimiento ofreciendo datos confiables. Este método son adecuados para capturar diferentes productos, el cual son una herramienta útil para encontrar y comprender las percepciones de las personas, el cual también se puede utilizar para la descripción de las cosas (Silva et al., 2021, p. 12).

El método descriptivo facilita la comprensión de los datos que pueden existir en el problema, la utilidad que este tiene es que se extiende a la captura de los productos y a los pensamientos de las personas. Además, este enfoque proporciona datos exactos para un mayor entendimiento y así poder comunicar las cualidades de manera más fácil y rápida, todos los datos que esta investigación da son confiables por el simple hecho de que describe cada dato encontrado (Ibid).

- **Investigación Explicativa**

Este método se caracteriza por dar mayor peso a la etapa cuantitativa, lo que esto quiere decir que son datos que se recopilan y se analizan en primer lugar para un mejor entendimiento, este análisis profundizar los datos iniciales. La combinación de ciertos datos se realiza por medio de una conexión, son los resultados del primer análisis los que informan el muestreo al otro (Ferreira et al., 2023, p. 3).

La eficiencia de este método facilita la comprensión de los datos encontrados, este explica cada uno de ellos para un mejor entendimiento, lo que esto implica que los datos son importantes y que gracias a ellos se puede llegar a un análisis más detallado. Esta metodología brinda una estructura secuencial en donde la interpretación es la que informa sobre los datos existentes (Ibid).

3.4 SEGÚN EL DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

- **Investigación no experimental**

La investigación no experimental es también una investigación valiosa la cual es un estudio informativo que puede ayudar en cualquier investigación a llegar a los datos importantes que se necesite, por lo tanto, esta no requiere la modificación de variables (Patrón et al., 2022, p. 11).

La investigación no experimental ayuda a generar un conocimiento valido para una investigación, sin necesidad de que sea experimental, ya que esta también cuenta con datos reales y significativos que pueden ayudar a concluir con dicha investigación porque ofrece la capacidad para poder identificar las relaciones entre variables y los efectos que puede tener dicho problema (Ibid).

3.5 SEGÚN LA FUENTE DE DATOS DE LA INVESTIGACIÓN

- **Investigación de campo**

La investigación de campo es necesaria e importante porque esta registra las actividades que varían en el problema, las observaciones y las interacciones que están plasmados en los diarios de campo, lo que se puede utilizar los cuadernos con esfero, o también algún dispositivo electrónico para poder escribir y sistematizar los contenidos encontrados (Sutton & Varela, 2021, p. 4).

La investigación de campo es la que registra actividades, observaciones o datos importantes relaciones con el tema de investigación, para así poder encontrar los datos necesarios para llegar a la conclusión del caso. Los datos para dicha investigación se pueden hacer con ayuda de cuaderno y con un lápiz o esfero, o con

un dispositivo electrónico que es más factible y más rápido para la recolección de datos (Ibid).

3.6 SEGÚN LA FUENTE DE DATOS DE LA INVESTIGACIÓN

- **Investigación cualitativa**

El enfoque de una investigación cualitativa, es la cual utiliza la recolección de datos sin medición numérica para descubrir o afinar preguntas sobre las investigaciones que se estén realizando. Esta investigación se inicia con el planteamiento del problema, la cual da una exploración y descripción para un mejor entendimiento del problema (Huamán et al., 2022, p. 4).

El método cualitativo en una investigación es muy importante, ya que esta hace una colección de datos sin ninguna medición numérica, este solo se enfoca en el planteamiento del problema en las cualidades de la misma, para poder llegar a fondo de la investigación, explorando para un mejor entendimiento con el objetivo de ofrecer una comprensión profunda, para promover la empatía y la conexión entre las personas (Ibid).

La investigación con enfoque cualitativa permite la recolección de datos y la descripción de los mismos en situaciones de interés general a partir de la formulación de una pregunta de investigación. Este es un proceso en el cual se aclara el objetivo de estudio y los conceptos conectados con la realidad social (Bravo, 2022, p. 94).

Este enfoque metodológico se centra en la recolección y análisis de datos descriptivos para comprender fenómenos sociales en profundidad. A través de preguntas de investigación, este enfoque permite clarificar el objetivo del estudio y explorar conceptos relacionados con la realidad social (Ibid).

3.7 POBLACIÓN Y MUESTRA

3.7.1 POBLACIÓN

Se ha establecido como población Cuántas Publicaciones de las plataformas *del Diario de Riobamba* en el período de enero- junio del 2023, según el siguiente detalle:

Tabla 0-1: Población.

PLATAFORMA	NÚMERO
Facebook	922
Instagram	727

X	176
Tik Tok ¹	0
Página Web ²	0
TOTAL	1.825

Elaborado por: Moreno I, 2024.

3.7.2 MUESTRA

Para el cálculo de la muestra se trabajará de forma aleatoria con el universo observado de contenidos (1.825), es decir, se escogerán 15 publicaciones por cada plataforma, al mes. Una vez realizado el procedimiento, se obtuvieron los siguientes resultados:

Tabla 0-2: Muestra.

PLATAFORMA	NÚMERO
Facebook	90
Instagram	90
X	90
Tik Tok ³	0
Página Web ⁴	0
TOTAL	270

Elaborado por: Moreno I, 2024.

La muestra para el presente trabajo de titulación asciende a 270 contenidos. Para fines del presente trabajo de titulación se trabajó con 40 escogidos de manera aleatoria. Sin embargo, para presentación de resultados en la presente investigación se observaron 18 contenidos que guardaban mayor relevancia con el objeto de estudio.

3.8 Técnicas:

Se aplicarán estas técnicas en la presente investigación.

¹ En el caso de la plataforma de Tik Tok, pese a tenerla abierta no se han incluido contenidos en el período de enero – junio 2023.

² Para el caso de la Pagina Web no se encontraron contenidos relacionados con el objeto de estudio.

³ En el caso de la plataforma de Tik Tok, pese a tenerla abierta no se han incluido contenidos en el período de enero – junio 2023.

⁴ Para el caso de la Pagina Web no se encontraron contenidos relacionados con el objeto de estudio.

3.8.1 Análisis de contenido

El análisis de contenido sirve para poder hacer un paneo del contenido de las plataformas digitales, es decir, imágenes y videos. Con el objetivo de luchar contra la desinformación y contenido falso ya que muchos usuarios que hacen uso de estas plataformas son jóvenes (Abuín et al., 2023, p. 9).

El análisis de contenido es una herramienta clave para poder examinar el material compartido en las plataformas digitales, como imágenes y videos. Su principal objetivo es combatir con la desinformación y el contenido falso, lo que es un problema preocupante debido a que gran parte de los usuarios de estas plataformas son jóvenes. Al analizar este contenido se fomentará un entorno digital más confiable reduciendo el impacto de la desinformación (Ibid).

El análisis de contenido es un conjunto de instrumentos metodológicos, aplicados a lo que se denomina como discursos (contenidos y continentes) extremadamente diversificados. Esta es una técnica de investigación que pretende ser objetiva para poder llegar a un resultado más exacto (Bravo et al., 2018).

El análisis de contenido es una metodología que se aplica a diversos tipos de discursos, tanto en su contenido como en su forma. Se presenta como una técnica de investigación que busca alcanzar resultados más precisas y confiables para la investigación, lo que permite una comprensión más clara de los mensajes y las estructuras presentes de los medios (Ibid).

3.8.2 Entrevista

Se escogerán 3 expertos en comunicación y comunicación digital.

La entrevista busca que una persona regrese en el tiempo para poder documentar que la conversación es una manera antigua de obtener conocimientos. Por otro lado, se considera que esta técnica abre la puerta a una sociología de la entrevista (Bravo et al., 2018).

La entrevista muestra que la conversación es una antigua fuente de conocimientos, en donde las personas puedan recordar hecho pasados importantes. Además, destaca que esta técnica no solo es una herramienta para recopilar información, sino que también abre puertas a una sociología de la entrevista (Ibid).

Por otro lado, la entrevista permite manejar datos con flexibilidad, ayuda a que el contenido este en orden, tenga profundidad y las interrogantes estén bien formuladas por el entrevistador lo que permitirá la obtención de información útil para despejar dudas sobre lo investigado (Bravo et al., 2021).

La entrevista facilita el manejo flexible de los datos, permitiendo que el contenido este bien organizado y mayo profundidad. Además, resalta la importancia de formular correctamente las preguntas, lo que resulta clave para obtener información útil para aclarar dudas relacionadas con la investigación (Ibid).

3.9 Instrumentos

3.9.1 Matriz de Análisis de contenido

La matriz de contenidos consta del nombre de la plataforma, número de seguidores, el medio que se va analizar en este caso del *Diario de Riobamba*, tipo de género periodístico, fecha de publicación, el titular de la noticia, el número de likes, compartidos, comentarios, hashtags, tipo de contenido (imagen, video), el lenguaje y por último, el mensaje clave de la publicación, con la finalidad de mostrar las experiencias que han tenido de los usuarios en base a los contenidos compartidos en las diferentes plataformas digitales del medio.

3.9.2 Entrevista – matriz de coincidencia

Las entrevistas nos ayudaran a completar el trabajo investigativo, con la finalidad de conocer diferentes perspectivas acerca de la presente investigación. La matriz de coincidencia consta de cinco categorías en donde se conocerá diferentes puntos de vista de los tres expertos acerca del tema.

4 CAPITULO IV

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1 Análisis de contenido de las plataformas del Diario de Riobamba

Tabla 0-1: Matriz de análisis de contenido del Diario de Riobamba-Facebook.

Matriz de análisis de contenido de la plataforma de Facebook	
Género periodístico	Reportaje
Titular	Vecinos comienzan a buscar a desaparecidos en Alausí
Nº de likes	700
Nº comentarios	28
Nº Hastags	2
Nº Compartidos	112
Tipo de contenido: Imagen/video	Imagen
Lenguaje	Inclusivo, no discriminatorio
Mensaje clave	Destaca que varias personas están desaparecidas por el deslave y varios vecinos comienzan en la búsqueda de las personas desaparecidas.
Género periodístico	Nota informativa
Titular	SOS Alausí ESPOCH solidaria
Nº de likes	180
Nº comentarios	11
Nº Hastags	1
Nº Compartidos	26
Tipo de contenido: Imagen/video	Imagen
Lenguaje	Inclusivo, no discriminatorio
Mensaje clave	Resalta el punto de donaciones en la ESPOCH
Género periodístico	Nota informativa
Titular	Sigue activo punto de donaciones para Alausí
Nº de likes	29
Nº comentarios	0
Nº Hastags	1
Nº Compartidos	3
Tipo de contenido: Imagen/video	Imagen
Lenguaje	Inclusivo, no discriminatorio
Mensaje clave	Resalta que la ciudad de Riobamba es solidaria con Alausí por la emergencia. Recogen enlatados, agua, productos no perecibles
Género periodístico	Nota informativa
Titular	3 presuntos responsables del robo a mano armada de un vehículo son procesados
Nº de likes	191
Nº comentarios	15
Nº Hastags	4
Nº Compartidos	21

Tipo de contenido: Imagen/video	Imagen
Lenguaje	Inclusivo, no discriminatorio
Mensaje clave	Los 3 individuos huyeron del lugar al percatarse de la presencia de la policía, luego de analizar la secuencia de cámara de seguridad, localizaron el vehículo de los procesados y fueron capturados.
Género periodístico	Nota informativa
Titular	Asistencia psicológica para familias afectadas en Alausí
Nº de likes	114
Nº comentarios	9
Nº Hastags	1
Nº Compartidos	6
Tipo de contenido: Imagen/video	Imagen
Lenguaje	Inclusivo, no discriminatorio
Mensaje clave	Resalta que el Ministerio de Salud Pública asiste a las familias afectadas tras la emergencia en temas psicología.
Género periodístico	Nota informativa
Titular	Sube la cifra a 28 fallecidos #Alausí
Nº de likes	844
Nº comentarios	10
Nº Hastags	4
Nº Compartidos	79
Tipo de contenido: Imagen/video	Video
Lenguaje	Inclusivo, no discriminatorio
Mensaje clave	Destaca que se extrae un cuerpo de otra víctima en el deslave de Alausí.

Elaborado por: Moreno I, 2024.

En la matriz se representa un análisis de contenido en la plataforma de Facebook del *Diario de Riobamba*, lo que muestra publicaciones de temas diversos, donde ha tenido impacto entre los seguidores de dicha plataforma. Estas publicaciones se caracterizan por utilizar un lenguaje inclusivo y no discriminatorio, contienen imágenes y videos como tipo de contenido es efectivo para el impacto en la audiencia y mantener el interés de los mismos. Este análisis da a conocer que el impacto de las publicaciones depende de la relevancia percibida del mensaje como del momento en que se publica, resaltando la importancia de estrategias de comunicación adaptativas en situaciones de emergencia.

Tabla 0-2: Matriz de análisis de contenido del Diario de Riobamba-Instagram

Matriz de análisis de contenido de la plataforma de Instagram	
Género periodístico	Nota informativa
Titular	CNE entregó preguntas para los debates de 17 provincias
N° de likes	38
N° comentarios	0
N° Hastags	1
Tipo de contenido: Imagen/video	Imagen
Lenguaje	Inclusivo, no discriminatorio
Mensaje clave	Destaca que la sede matriz del Consejo Nacional Electoral (CNE) en Quito, se realizó la entre de las preguntas que serán formuladas a los candidatos en los 38 debates electorales obligatorios.
Género periodístico	Nota informativa
Titular	Miryam Núñez en Campeonato Nacional de Ruta Carchi 2023
N° de likes	22
N° comentarios	0
N° Hastags	1
Tipo de contenido: Imagen/video	Imagen
Lenguaje	Inclusivo, no discriminatorio
Mensaje clave	Destaca la participación de Miryam Núñez en Campeonato Nacional de Ruta Carchi 2023, el 11 y 12 de febrero en la ciudad de Tulcán.
Género periodístico	Nota informativa
Titular	Reportan emergencia por deslizamiento en ALAUSÍ
N° de likes	93
N° comentarios	0
N° Hastags	2
Tipo de contenido: Imagen/video	Imagen
Lenguaje	Inclusivo, no discriminatorio
Mensaje clave	Destaca el deslizamiento en el cantón de Alausí, provincia de Chimborazo.
Género periodístico	Nota informativa
Titular	5 años de prisión por muerte causada por accidente de tránsito
N° de likes	45
N° comentarios	1
N° Hastags	2
Tipo de contenido: Imagen/video	Imagen
Lenguaje	Inclusivo, no discriminatorio

Mensaje clave	Hace mención sobre un accidente en el cual fallece una persona que se transportaba en una motocicleta. El culpable tendrá 5 años de prisión.
Género periodístico	Nota informativa
Titular	El Palacio Episcopal de Riobamba
N° de likes	13
N° comentarios	0
N° Hastags	3
Tipo de contenido: Imagen/video	Imagen
Lenguaje	Inclusivo, no discriminatorio
Mensaje clave	Recalca la casa del Coronel José Vicente Maldonado ubicada en la calle del comercio (Primera constituyente), es utilizada como Residencia Episcopal.
Género periodístico	Nota informativa
Titular	La “Mágica Provincia” rumbo a la conmemoración de su Bicentenario
N° de likes	7
N° comentarios	0
N° Hastags	4
Tipo de contenido: Imagen/video	Imagen
Lenguaje	Inclusivo, no discriminatorio
Mensaje clave	Destaca que el Consejo Provincial de Chimborazo puso en vigencia la celebración de la Provincialización de Chimborazo durante el mes de junio, bajo la dominación “junio, mes artístico y cultural”

Elaborado por: Moreno I, 2024.

En la matriz se realiza un análisis del contenido publicado en la cuenta la plataforma de Instagram del *Diario de Riobamba*, donde se destacan temas variados que han generado una notable interacción con los seguidores. Las publicaciones emplean un lenguaje inclusivo y respetuoso, lo cual contribuye a la accesibilidad y la aceptación de parte de la audiencia. Además, se observa que el uso de imágenes y videos potencia la recepción e interés de la audiencia, incrementando el impacto que estas han tenido. Este análisis revela que la efectividad de las publicaciones depende tanto de la relevancia del contenido, lo cual recalca la importancia de implementar estrategias comunicativas flexibles.

Tabla 0-3: Matriz de análisis de contenido del Diario de Riobamba-X

Matriz de análisis de contenido de la plataforma de X	
Género periodístico	Nota informativa
Titular	Christian Zuña, nueva víctima de la migración irregular.
N° de likes	0
N° Hastags	4
Tuits	0
Visualizaciones	132
Tipo de contenido: Imagen/video	Imagen
Lenguaje	Inclusivo, no discriminatorio
Mensaje clave	Destaca la muerte de un joven migrante ecuatoriano de la provincia de Chimborazo.
Género periodístico	Nota informativa
Titular	Primera reunión de autoridades electorales de Chimborazo
N° de likes	1
N° Hastags	0
Tuits	1
Visualizaciones	308
Tipo de contenido: Imagen/video	Imagen
Lenguaje	Inclusivo, no discriminatorio
Mensaje clave	Destaca la primera reunión de las autoridades de Chimborazo.
Género periodístico	Nota informativa
Titular	Prefectos electos de las 5c provincias de la zona 3 anuncian mancomunidad
N° de likes	1
N° Hastags	6
Tuits	1
Visualizaciones	163
Tipo de contenido: Imagen/video	Imagen
Lenguaje	Inclusivo, no discriminatorio
Mensaje clave	Destaca reunión de autoridades de 5 provincias (Chimborazo, Tungurahua, Pastaza, Bolívar, Cotopaxi) para ratificar su decisión de trabajar en mancomunidad por intereses comunes.
Género periodístico	Nota informativa
Titular	Amenaza de bomba
N° de likes	3
N° Hastags	2
Tuits	2
Visualizaciones	701
Tipo de contenido:	Video

Imagen/video	
Lenguaje	Inclusivo, no discriminatorio
Mensaje clave	Destaca la amenaza en la Corte Judicial de Chimborazo.
Género periodístico	Nota informativa
Titular	Denuncian presuntas irregularidades detectadas en la Prefectura de Chimborazo
N° de likes	0
N° Hastags	4
Tuits	1
Visualizaciones	228
Tipo de contenido: Imagen/video	Imagen
Lenguaje	Inclusivo, no discriminatorio
Mensaje clave	Destaca novedades encontradas al inicio de la administración del prefecto Hermel Tayupanda.
Género periodístico	Nota informativa
Titular	Aeropress- Corban Coffe Gran evento de café en Riobamba
N° de likes	1
N° Hastags	2
Tuits	2
Visualizaciones	199
Tipo de contenido: Imagen/video	Imagen
Lenguaje	Inclusivo, no discriminatorio
Mensaje clave	Destaca el fran evento de café en la ciudad de Riobamba. Silvia Gusqui responsable del evento.

Elaborado por: Moreno I, 2024.

El análisis de contenido en la plataforma de X del *Diario de Riobamba* evidencia el alcance e impacto de publicaciones sobre diversos temas entre su audiencia. Las publicaciones se distinguen por emplear un lenguaje inclusivo y no discriminatorio, así como el uso de imágenes y videos resulta eficaz para captar la atención de la audiencia. Este análisis señala que el efecto de las publicaciones depende de la relevancia que transmita el mensaje. Además, menciona la importancia de aplicar buenas estrategias de comunicación para asegurar que el contenido llegue de manera efectiva a los usuarios.

4.2 Entrevistas de los expertos

Tabla 0-4: Matriz de coincidencias a partir de los criterios de los expertos.

Entrevistados	Categoría	Coincidencia
Danny Veloz	Experiencias del usuario	Existe una variedad de experiencias que pueden conformarse a nivel de las redes sociales, es dependiendo del contenido o de cualquier fanpage o perfil personal. Se puede tener una experiencias bastante simple, amigable, informativa, sencilla por los contenidos y la rapidez que se distribuyen.
José Rivera		Las experiencias del usuario es cuando las personas están conectadas a una plataforma y mediante la interacción que pueda tener se convierta en una experiencia fácil, difícil, complicada o una experiencia mucho más sencilla y amigable.
Diego Moncayo		Las experiencias tienen que ver con la interacción que genera en los usuarios, se puede notar en los contenidos que son más aceptados por la ciudadanía.
Danny Veloz	Herramientas de analítica	Las herramientas de analítica son importantes porque ayuda a conocer las necesidades del usuario que tiene y eso a la vez nos contribuye a generar una mejor segmentación de un producto este puede ser comercial, informativo, educativo.
José Rivera		Las herramientas de analítica dan el detalle de cuáles fueron las aplicaciones que mayor impacto generaron a los usuarios, el mayor alcance, interacción, comentarios,

		compartidos, estas ayudan a identificar cuáles son los temas clave que les interesa a los usuarios.
Diego Moncayo		Las métricas demuestran quien mira y en donde, a qué hora y que contenido. Estas cifras ayudan a posicionar adecuadamente los contenidos que se publican acorde a las sugerencias de los usuarios.
Danny Veloz	Plataformas digitales	Las plataformas digitales se diferencian por el tipo de contenido que actualmente se comparte, unos relacionados con la educación, otros con las noticias, etc.
José Rivera		Las plataformas digitales están acostumbradas a trabajar pirámide invertida horizontal en el cual se distribuye la información acorde a como se realiza la interacción, sin embargo, esto ha evolucionado de manera rápida a tal punto que ahora se deben concentrar en fortalecer el contenido.
Diego Moncayo		Las plataformas digitales por la pandemia obligaron a todos los sectores adaptarse de manera rápida a los mecanismos y medios digitales, tanto para actividades laborales como para otras actividades financieras económicas y los medios de comunicación.
Danny Veloz		Lo que causa impacto es el tipo de contenido que se publica en las plataformas. Un ejemplo es la crónica roja o las historias, lo que genera mayor interés del usuario lo que le permite quedarse más de un minuto.

José Rivera	Impacto en las plataformas	El medio debería identificar que contenidos generan mayor impacto para llegar a una audiencia más amplia.
Diego Moncayo		El medio debe tomar en cuenta las métricas lo que permite darse cuenta que tipo de publicaciones tienen más impacto con la audiencia.
Danny Veloz	Comunidades o grupos en las plataformas	Hoy en día las comunicades o grupos son fundamentales porque esto ayuda a conocer de lo que el usuario necesita. En la actualidad los grupos de las plataformas se han enfocado para transmitir mensajes que los medios de comunicación comparten.
José Rivera		Los grupos suelen ser positivos para generar impacto, estos grupos o comunicades hacen que las notificaciones resulten ser relevante. Esto puede ser interesante como estrategia de manejo de contenidos de difusión, la incorporación de un grupo que sea parte del medio de comunicación.
Diego Moncayo		Las comunicades o grupos en las plataformas tienen una respuesta positiva, es una buena forma de crear espacios de debate y generar más enegament en las publicaciones, ayuda a desarrollar de mejor manera algún contenido que no quedó completo o la gente quiere conocer un poco más.

Elaborado por: Moreno I, 2024.

En la matriz de entrevistas de coincidencia se representa un análisis de cinco categorías acerca del tema: experiencia del usuario en plataformas de noticias digitales del *Diario de Riobamba*. Estas categorías dan a conocer puntos importantes acerca de esta investigación. Entre estas categorías están las “Impacto en las plataformas digitales”, los expertos

mencionan que “Lo que causa impacto es el tipo de contenido que se publica en las plataformas. Un ejemplo es la crónica roja o las historias, lo que genera mayor interés del usuario lo que le permite quedarse más de un minuto”. (Danny Veloz, Riobamba, 2024). “El medio debería identificar que contenidos generan mayor impacto para llegar a una audiencia más amplia” (José Rivera, Riobamba, 2024). “El medio debe tomar en cuenta las métricas lo que permite darse cuenta que tipo de publicaciones tienen más impacto con la audiencia” (Diego Moncayo, Riobamba, 2024).

4.3 DISCUSIÓN DE RESULTADOS

Una vez realizada la investigación relacionada con el tema “Experiencias del usuario en las plataformas de noticias digitales (*El Diario de Riobamba*) período enero- junio 2023”, se obtuvieron los siguientes resultados a treves de la aplicación de matrices de análisis de contenido construidas por el autor: (matriz de análisis de contenido, matriz de coincidencia), completadas por entrevistas realizadas a tres expertos en el área de comunicación y comunicación digital.

En este sentido en relación a la ubicación del tema se debe mencionar que el análisis de contenido solo se realizó en tres plataformas digitales: Instagram, Facebook, X. Cabe recalcar que el medio cuenta con la red social Tik Tok, pese a tenerla abierta no se han incluido contenidos en el período de enero – junio 2023, lo cual junto a la Página Web no cumple con el requisito para el presente trabajo de investigación.

Al aplicar la técnica de las publicaciones del *Diario de Riobamba*, se evidencia que en sus diversas plataformas se comparten publicaciones de interés público. En particular, en la red social Facebook se destacó una publicación sobre (Asistencia psicológica para familias afectadas/*Diario de Riobamba/2023*). Esta publicación subraya la importancia de la terapia psicológica en distintas circunstancias de la vida de las personas. Con esta nota informativa, el medio quiere buscar conectarse con el lado humano de su audiencia, resaltando la relevancia del apoyo emocional en situaciones difíciles.

Según los autores Sergio Barbosa, Haney y Jaime Aguirre, Arenas mencionan que:

El entorno social actual presenta numerosas barreras que afectan no solo a la estabilidad emocional, sino que exige estrategias adicionales de afrontamiento. La terapia psicológica es una herramienta fundamental para que las personas enfrenten y gestionen de manera efectiva las circunstancias negativas en sus vidas (Barbosa et al., 2024, p. 12).

En la plataforma de Instagram también se destacan contenidos de interés público. Una de estas publicaciones titulada (CNE entregó preguntas para los debates de 17 provincias /*Diario de Riobamba/2023*), refleja el compromiso del medio con la difusión de información relevante. Este tipo de contenido es de gran impacto para la sociedad, ya que los debates electorales son esenciales para la ciudadanía y su participación informada en los procesos democráticos.

Según el CNE menciona que:

El CNE asegura el pleno ejercicio de los derechos de participación política de la ciudadanía y de las organizaciones políticas, mediante la organización de elecciones transparentes y la constante mejora de los servicios ofrecidos a la toda la ciudadanía (CNE, 2024).

En la plataforma de X, que se considera más formal que otras redes sociales, también se encuentran publicaciones de interés público. Una de ellas titulada (Denuncian presuntas irregularidades detectadas en la Prefectura de Chimborazo/*Diario de Riobamba/2023*). Es decir, posibles irregularidades en la gestión o administración de la prefectura de Chimborazo. La palabra “presuntas” indica que estas irregularidades aún no han sido confirmadas, pero hay sospechas.

Para Julián Arévalo, Andrea García y David Ortiz:

La corrupción ha impulsado la protesta ciudadana en los países, ya que exponen la falta de capacidad y honestidad de parte de los gobiernos para proteger el bien común y, sobre todo, mantener la coherencia y autonomía en las instituciones políticas (Arévalo et al., 2022, p. 11).

Respecto a las entrevistas realizadas a los expertos, se elaboró una matriz de coincidencia para identificar los diferentes puntos de vista entorno a la investigación. Esta matriz incluye cinco categorías consideradas claves para este estudio, ya que permiten organizar y analizar los temas más relevantes acerca de la investigación. Estas categorías ayudaran a obtener un resultado más preciso y completo, facilitando una comprensión integral de las opiniones de los expertos.

En este sentido, se hará un enfoque en dos categorías las cuales se considera las más relevante para esta etapa de la investigación. En cuanto a la categoría “Experiencias de los usuarios” los expertos compartieron sus opiniones aportando valiosas perspectivas que enriquecen el análisis. “Existe una variedad de experiencias que pueden conformarse a nivel de las redes sociales. Se puede tener una experiencias bastante simple, amigable,

informativa, sencilla por los contenidos y la rapidez que se distribuyen” (Danny Veloz, Riobamba, 2024).

“Las experiencias del usuario es cuando las personas están conectadas a una plataforma y mediante la interacción que pueda tener se convierta en una experiencia fácil, difícil, complicada o una experiencia mucho más sencilla y amigable” (José Rivera, Riobamba, 2024). “Las experiencias tienen que ver con la interacción que genera en los usuarios, se puede notar en los contenidos que son más aceptados por la ciudadanía” (Diego Moncayo, Riobamba, 2024).

Las opiniones de los expertos reflejan una visión integral sobre las experiencias que tiene los usuarios en redes sociales y plataformas digitales, destacando la importancia de la accesibilidad y la interacción en la percepción del usuario, donde la facilidad de uso y la popularidad de los contenidos son factores clave para logara experiencia en las plataformas. Sosa et al. (2023)sostiene que “Las experiencias del usuario exigen una interacción y participación más activa, relacionada con el disfrute y una ampliación recompensada mediante expectativas y novedades en el contenido, buscando generar impacto” (p. 12).

Para la categoría “plataformas digitales” los expertos mencionan que “Las plataformas digitales se diferencian por el tipo de contenido que actualmente se comparte, unos relacionados con la educación, otros con las noticias, etc” (Danny Veloz, Riobamba, 2024). “Las plataformas digitales trabajan en pirámide invertida horizontal en el cual se distribuye la información acorde a como se realiza la interacción. Esto ha evolucionado de manera rápida a tal punto que ahora se deben concentrar en fortalecer el contenido” (José Rivera, Riobamba, 2024).

“Las plataformas digitales por la pandemia obligaron a todos adaptarse a los mecanismos y medios digitales, tanto para actividades laborales como para otras actividades financieras económicas y los medios de comunicación” (Diego Moncayo, Riobamba, 2024).

Las opiniones de los expertos ofrecen una perspectiva sobre la evolución y diversidad de las plataformas digitales, destacando como el tipo de contenido, los modelos de interacción y la necesidad de adaptación han definido su desarrollo en los últimos años.

Bazzara (2021) resalta que:

Las plataformas digitales facilitan la interacción entre dos o más grupos, actuando como intermediarias que conecten a diversos usuarios, clientes, auspiciantes, proveedores, productores, entre otros. De esa forma tener un universo más amplio y alcanzar sus objetivos. Estas son empresas innovadoras que operan globalmente, siempre que exista una interacción digital (p. 12).

5 CAPITULO V

5.1 CONCLUSIONES

- Se releva una marcada preferencia por los contenidos visuales en las publicaciones de las plataformas, en particular aquellos que integran imágenes y videos. Los usuarios tienen mayor interés en publicaciones visuales atractivas, destacando así la importancia de los formatos multimedia para captar la atención de los usuarios. En la plataforma de Facebook del *Diario de Riobamba* se identificó que los usuarios tienen mayor preferencia en las publicaciones que integran imágenes y videos con un resultado de 180, 191, 114, 700 likes, 112,26,21 compartidos por parte de sus seguidores, estos resultados varían dependiendo de las publicaciones. Estos hallazgos destacan la relevancia de emplear recursos visuales para comunicar de forma eficiente, lo cual contribuye al posicionamiento de la plataforma en el entorno digital. Al presentar la información de manera dinámica y atractiva, se logra captar la atención de un público diverso, aumentando su tiempo de permanencia y favoreciendo el compromiso que tienen los seguidores con el medio.
- El nivel de experiencia de los usuarios en las plataformas digitales del *Diario de Riobamba* muestra que el diseño, la facilidad de navegación y la accesibilidad de contenidos son elementos clave en la satisfacción del usuario. Los usuarios valoran positivamente la claridad en la disposición de la información destacando que el diseño del medio facilite la búsqueda y el consumo de noticias. Como mencionó el experto José Rivera “Las experiencias del usuario es cuando las personas están conectadas a una plataforma y mediante la interacción que pueda tener se convierta en una experiencia fácil, difícil, complicada o una experiencia mucho más sencilla y amigable”. En base a lo mencionado se identificó en la investigación que las experiencias que los usuarios han tenido en esta plataforma de noticias digitales han sido, fácil, sencilla y amigable. Los usuarios han podido interactuar mediante los likes y comentarios de las publicaciones con un resultado de 28,11,15,10 comentarios en las diferentes plataformas, cabe recalcar que los números de likes o de comentarios varían dependiendo de las publicaciones.
- La elaboración y el envío del artículo científico “Preferencias en el consumo de contenidos visuales en plataformas de noticias digitales” a la revista *Textos y Contextos* representa un gran logro, reflejando los conocimientos adquiridos a lo largo del proceso de investigación. Este trabajo permitió aplicar técnicas como el

análisis de contenido y entrevistas consolidando habilidades fundamentales en el ámbito de la comunicación. Este artículo presenta un análisis riguroso y actualizado sobre las tendencias de consumo de noticias en plataformas digitales, destacando el impacto que estas generan en los hábitos de los usuarios.

5.2 RECOMENDACIONES

- A partir de las preferencias de los usuarios por contenidos visuales en las plataformas del *Diario de Riobamba*, se recomienda la planificación de contenidos audiovisuales de alta calidad y relevancia, que responda tanto a eventos actuales como a temas de interés local. Esto puede incluir la integración de videos cortos, galería de fotos y gráficos explicativos que complementen la información de las noticias captando la atención de la audiencia.
- Dado que el diseño, la facilidad de navegación y la accesibilidad han sido identificadas como factores determinantes en la satisfacción del usuario en las plataformas digitales del *Diario de Riobamba*, se recomienda fortalecer y optimizar continuamente estos elementos, para así asegurar una experiencia de usuario atractiva y eficiente. Por otro lado, para facilitar la interacción del usuario, también se recomienda incorporar herramientas de retroalimentación en tiempo real o encuestas breves que permitan que los usuarios expresen su grado de satisfacción o sugerencias de mejora.
- El artículo científico “Preferencias en el consumo de contenidos visuales en plataformas de noticias digitales” es una valiosa contribución para comprender las dinámicas actuales del consumo de noticias en entornos digitales. Su metodología basada en análisis de contenido e investigaciones cualitativas da relevancia a dicha investigación. Se recomienda su publicación por el impacto que puede generar en el diseño de estrategias comunicativas y sobre todo en la mejora de las experiencias de los usuarios en las plataformas de noticias digitales

6 CAPÍTULO VI

PROPUESTA

En cumplimiento con el tercer objetivo del trabajo investigativo, se realizó un artículo de carácter científico mismo que fue enviado a la revista Textos y Contextos, que a continuación se presentara, la primera hoja del artículo, de igual forma las evidencias del envío a la revista.

ARTICULO CIENTÍFICO

Preferencias en el consumo de contenidos visuales en plataformas de noticias digitales

Preferences for consuming visual content on digital news platforms

Resumen

Esta investigación tuvo como propósito interpretar las preferencias de los usuarios en el consumo de contenidos visuales en plataformas del *Diario de Riobamba* con una visión desde la comunicación y comunicación digital. La metodología utilizada estuvo enfocada en el paradigma interpretativo, método fenomenológico, diseño, descriptivo-interpretativo. Se realizaron entrevistas a tres expertos en comunicación y comunicación digital para aportar información relevante desde las perspectivas de los profesionales. Con el fin de sistematizar y comparar sus respuestas, se elaboró una matriz de coincidencias que incluye cinco categorías clave de análisis. Para el análisis de contenido se centró en la revisión de las publicaciones en las plataformas del *Diario de Riobamba* durante el período de enero- junio del 2023. La combinación de las experiencias de los usuarios en las diferentes plataformas del medio es identificar cuáles son los principales contenidos visuales que los usuarios prefirieron y cuál ha sido el impacto que ha tenido. Los hallazgos emergidos muestran que los usuarios valoran especialmente los contenidos de relevancia, priorizan la calidad y accesibilidad del contenido visual para así también potenciar la fidelización de parte de sus seguidores y llegar a una audiencia más amplia.

Palabras clave: Comunicación, contenidos, plataformas digitales, redes sociales.





Abstrac

The purpose of this research was to interpret the preferences of users in the consumption of visual content on Diario de Riobamba platforms from a perspective of communication and digital communication. The methodology used was focused on the interpretive paradigm, phenomenological method, design, descriptive-interpretive. Interviews were conducted with three experts in communication and digital communication to provide relevant information from the perspectives of professionals. In order to systematize and compare their responses, a matrix of coincidences was developed that includes five key categories of analysis. For the content analysis, the focus was on reviewing the publications on the Diario de Riobamba platforms during the period from January to June 2023. The combination of user experiences on the different platforms of the medium is to identify which are the main visual contents that users prefer and what has been the impact it has had. The findings emerged show that users especially value relevant content, prioritize the quality and accessibility of visual content in order to also enhance the loyalty of their followers and reach a wider audience.

Keywords: Communication, content, digital platforms, social networks.

CAPTURA DEL ENVIO A LA REVISTA

[TyC] Acuse de recibo del envío

Revista <revista.digital.uce@gmail.com>      

Para: Itati Micaela Moreno Uquillas Vie 15/11/2024 10:12

ItatiM Moreno:

Gracias por enviar el manuscrito "Preferencias en el consumo de contenidos visuales en plataformas de noticias digitales" a Textos y Contextos . Con el sistema de gestión de publicaciones en línea que utilizamos podrá seguir el progreso a través del proceso editorial tras iniciar sesión en el sitio web de la publicación:

URL del manuscrito:
<https://revistadigital.uce.edu.ec/index.php/CONTEXTOS/authorDashboard/submission/7526>
Nombre de usuario/a: itatim_23

Si tiene alguna duda puede ponerse en contacto conmigo. Gracias por elegir esta editorial para mostrar su trabajo.

Revista

[Textos y Contextos](#)

Flujo de trabajo

Publicación

Envío


Revisión

Editorial

Producción

Archivos de envío

Q Buscar

▶  41878	Preferencias en el consumo de contenidos visuales en plataformas de noticias digitales.docx	noviembre 15, 2024	Texto del artículo
--	---	--------------------	--------------------

Descargar todos los archivos

REFERENCIAS

- Abuín, J., Corbacho, J., & Pérez, J. (2023). Análisis de los contenidos verificados por los fact-checkers españoles en Instagram. *Revista de Comunicación*, 22(1). Recuperado de <https://www.redalyc.org/journal/5894/589475109002/>
- Aguirre Aguilar, G. (2019). Educación mediática en México: De la vulnerabilidad y riesgos entre usuarios de redes sociales. *Contratexto*, (32), 181-204.
- Andrade, L., Portugal, R., & Sandoval, Y. (2024). Youtube e Instagram en educación superior: Competencias mediáticas del docente universitario. *RIED-Revista Iberoamericana de Educación a Distancia*, 27(2). Recuperado de <https://www.redalyc.org/journal/3314/331477742029/>
- Araya Carvajal, M. A. (2023). Hacer comunidad virtual: Redes afectivas en tiempos de pandemia. Una experiencia con personas adultas mayores desde la Acción Social. *Espacios en blanco. Serie indagaciones*, 1(34), 273-289.
- Arévalo, J., García, A., & Ortiz, D. (2022). Corrupción, transparencia y participación política en Colombia*. *Revista de Economía Institucional*, 24(46), 133-166.
- Arredondo Rubio, C. (2020). La red social Facebook como dispositivo de control. Una mirada desde la filosofía de Foucault. *Sincronía*, (77), 165-180.
- Arteaga García, M. L., & Menéndez Mera, M. H. (2021). Redes Sociales: Recurso innovador para emprendedores. *Revista Arbitrada Interdisciplinaria Koinonía*, 6(12), 566-578.
- Baecker, D. (2017). Teorías sistémicas de la comunicación. *Revista Mad. Revista del Magíster en Análisis Sistémico Aplicado a la Sociedad*, (37), 1-20.
- Barbosa, S., Aguirre, H., & Arenas, J. (2024). Características psicológicas relacionadas con el deporte: Diferencias entre deportistas con y sin discapacidad. *Apunts Educación Física y Deportes*, 40(156), 19-29.

- Barroso, D., Arroyo, W., & Torres, D. (2021). Formación Profesional Dual: Evolución De Red De Actores En Twitter. *Educación XXI*, 24(2). Recuperado de <https://www.redalyc.org/journal/706/70666930009/>
- Barroso Moreno, C., Mendoza Carretero, R., & Sáenz-Rico de Santiago, B. (2024). Gamificación-educación: El poder del dato. El profesorado en las redes sociales. *RIED-Revista Iberoamericana de Educación a Distancia*, 27(1). Recuperado de <https://www.redalyc.org/journal/3314/331475280010/>
- Bazzara, L. (2021). Datificación y streamificación de la cultura: Nubes, redes y algoritmos en el uso de las plataformas digitales. *Inmediaciones de la C*, 16(2), 37-61.
- Bravo, J. (2022). INVESTIGACIÓN SOCIAL EN COMUNICACIÓN: METODOLOGÍAS CUANTITATIVA, CUALITATIVA Y PARTICIPATIVA. | Editorial Universidad Nacional de Chimborazo. Recuperado 13 de noviembre de 2024, de <https://editorial.unach.edu.ec/index.php/Editorial/catalog/book/139>
- Bravo, J., Galindo, F., Larrea, C., & Ruales, R. (2021). Comunicación alternativa para la transformación de los pueblos indígenas y el eslabón Proaño. *Chasqui: Revista Latinoamericana de Comunicación*, (146), 93-112.
- Bravo, J., Galindo, F., & Ruales, R. (2018). La comunicación y periodismo ejercidos por Leonidas Proaño para el cambio social. *Killkana sociales: Revista de Investigación Científica*, 2(3), 209-218.
- Cadenas, H. (2012). El sistema de la estructura: Estructuralismo y teoría de sistemas sociales. *Cinta de moebio*, (45), 204-214. <https://doi.org/10.4067/S0717-554X2012000300002>
- Calle Álvarez, G. Y., & Aguilera Arroyo, Y. A. (2022). La escritura creativa desde un periódico escolar digital en la escuela rural. *Cuadernos de Lingüística Hispánica*, (40), 1-24.

- Chong, B. (2019). Los medios de comunicación en los procesos electorales. *Revista Panamericana de Comunicación*, 1(1). Recuperado de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=664970406006>
- CNE. (2024). Consejo Nacional Electoral – CNE Ecuador. Recuperado 7 de noviembre de 2024, de <https://www.cne.gob.ec/institucion/mision-y-vision/>
- Cornejo, F. M. (2022). El poder de la comunicación: Medios, política y ciudadanos. *Comunicación*, 13(1). Recuperado de <https://www.redalyc.org/journal/4498/449870430007/>
- Cortés, M., Villar, N., & Iglesias, M. (2020). Algunas consideraciones para el cálculo del tamaño muestral en investigaciones de las Ciencias Médicas. *MediSur*, 18(5), 937-942.
- Diario de Riobamba. (2020, mayo 27). El Diario de Riobamba primer medio digital en Chimborazo – Información, Entretenimiento y Contenidos digitales. Recuperado 13 de noviembre de 2024, de <https://eldiarioderiobamba.com/2020/05/27/el-diario-de-riobamba-primer-medio-digital-en-chimborazo/>
- Díaz-Campo, J., Segado-Boj, F., & Fernández-Gómez, E. (2021). Hábitos del usuario y tipo de red social como predictores de consumo y difusión de noticias. *El Profesional de la información*, e300417. <https://doi.org/10.3145/epi.2021.jul.17>
- Fernández, E., García, N. M., & Arranz, I. (2023). La publicidad en la financiación de la prensa en papel: Costes y escenarios comerciales. *Revista de Comunicación*, 22(2). Recuperado de <https://www.redalyc.org/journal/5894/589475992022/>
- Ferreira, K. M., Pazetto Balsanelli, A., & Guedes Dos Santos, J. L. (2023). Competencia profesional de enfermeros en unidades de urgencias y emergencias: Estudio de método mixto. *Revista Latino-Americana de Enfermagem*, 31. <https://doi.org/10.1590/1518-8345.6554.3935>

- García Corredor, C. P., Castellanos Barbosa, Á. M., & Pereira González, J. M. (2019). La enseñanza de la comunicación: Una mirada a los enfoques teóricos y metodológicos de profesores y programas de teorías de comunicación en Bogotá*. *Signo y Pensamiento*, XXXVIII(75), 1-14.
- García Jiménez, A., Tur-Viñes, V., & Pastor Ruiz, Y. (2018). *Consumo mediático de adolescentes y jóvenes. Noticias, contenidos audiovisuales y medición de audiencias*. <https://doi.org/10.7195/ri14.v16i1.1101>
- Godínez Burgos, D. E. (2023). Los contenidos digitales y el problema de la excelencia en la cultura neoliberal. *Revista Humanidades*, 13(1). Recuperado de <https://www.redalyc.org/journal/4980/498072094015/>
- Gonzalez, C., Ril, E., & Gonzalez, H. (2019). Descubrimiento de conocimientos en los comentarios que realizan los usuarios en un sistema de noticias digital. *Revista Cubana de Ciencias Informáticas*, 13(4), 56-66.
- Huamán Rojas, J. A., Treviños Noa, L. L., & Medina Flores, W. A. (2022). Epistemología de las investigaciones cuantitativas y cualitativas. *Horizonte de la Ciencia*, 12(23). Recuperado de <https://www.redalyc.org/journal/5709/570971314003/>
- Learreta, M., Ayerdi, K., & Pérez, J. (2023). Edadismo y desigualdad de género en la profesión periodística. Un desencuentro con las nuevas competencias digitales. *Revista de Comunicación*, 22(2), 189-206.
- López, F., Rodríguez, J., & Lorenzo, I. (2020). El Periodismo como disciplina universitaria en España: Una propuesta. *Palabra Clave*, 23(3). Recuperado de <https://www.redalyc.org/journal/649/64968045006/>
- López, M., Paz, L., & Tamayo, D. (2022). Relaciones Interdisciplinarias Entre El Comportamiento Informativo Web Y Experiencia De Usuario. *SAPIENTIAE*:

- Revista de Ciências Sociais, Humanas e Engenharias*, 8(1). Recuperado de <https://www.redalyc.org/journal/5727/572773664003/>
- Luchessi, L. (2018). Noticias digitales, comunidades virtuales y crisis institucional. *Contratexto*, (29), 145-166.
- Márquez López, J. O., Burau Grain, E. E., & Cevallos García, F. (2018). Importancia De La Comunicación Estratégica En La Socialización Del Buen Vivir. *Revista de Ciencias Humanísticas y Sociales (ReHuSo)*, 3(1), 143-162.
- Martín, S., & Soledad, M. (2021). Gestión consorciada de contenidos digitales en la Red BUCOC. *Información, cultura y sociedad: revista del Instituto de Investigaciones Bibliotecológicas*, (45), 145-156.
- Mucha Sernaqué, L. J., Hospinal, L. F., & Quispe Espinoza, E. P. Q. (2024). Responsabilidad social y salud del medio ambiente percibida por usuarios de cierta municipalidad distrital. *Revista Científica «Visión de Futuro»*, 28(1). Recuperado de <https://www.redalyc.org/journal/3579/357976095009/>
- Mujica, F. M., & Concha, R. C. (2020). Desigualdad de género en la prensa deportiva de El Mercurio. *La Trama de la Comunicación*, 24(1). Recuperado de <https://www.redalyc.org/journal/3239/323963331004/>
- Naranjo Bert, I., Moscoso Merchán, M., & Andrade Sarmiento, B. (2022). Importancia de las plataformas virtuales para la investigación de marketing en tiempos de COVID-19. *Revista de Investigación en Ciencias de la Administración ENFOQUES*, 6(23), 264-274.
- Navarro, H. (2023). El vídeo de formato vertical en dispositivos móviles. Estudio de caso en TikTok, Instagram Reels y YouTube Shorts. *Revista de Comunicación*, 23(1). Recuperado de <https://www.redalyc.org/journal/5894/589478541018/>

- Palma, J., & Ruiz, R. (2023). Discursos sobre violencia filio-parental en la red social Twitter. *URVIO, Revista Latinoamericana de Estudios de Seguridad*, (35). Recuperado de <https://www.redalyc.org/journal/5526/552674513003/>
- Patrón Espinosa, F. de J., Ortega González, M., Hernández, E., & Briceño, V. E. S. (2022). Laboratorios e Investigación Experimental en IES Públicas de Psicología en México. *Revista Mexicana de Análisis de la Conducta*, 48(2). Recuperado de <https://www.redalyc.org/journal/593/59374546005/>
- Robles, E. (2022). Redes que crean arte: Plataformas de comunicación virtual entre artistas digitales. *AusArt*, 10(1), 129-141.
- Rodríguez Arias, R. E. (2019). El Estructuralismo Como Modelo Epistémico Que Busca Explicar La Realidad Social. *Revista Venezolana de Análisis de Coyuntura*, XXIV(2), 147-156.
- Sabando Rendón, J., & Rodríguez Caguana, T. (2019). Análisis De Las Abreviaturas Comunicacionales Del Lenguaje Escrito En La Red Social Facebook. *Vivat Academia*, (148), 41-55.
- Salvatierra, C. (2020). Características Del Periodismo Literario Digital En Argentina. *Anuario Electrónico de Estudios en Comunicación Social «Disertaciones»*, 14(1), 1-16.
- Sánchez, C., Sádaba, C., & Sanjurjo, E. (2020). Mecanismos comportamentales como predicción del uso de ad blocking en usuarios de noticias online. *Revista de Comunicación*, 19(2), 231-243.
- Silva Paz, R. J., Pichiuza Gonzales, G. N., & Eccoña Sota, A. (2021). Comparación de métodos sensoriales descriptivos: Perfil flash y preguntas CATA para caracterizar infusiones de muña (*Minthostachys mollis*). *Enfoque UTE*, 12(3), 11-23.

- Sosa, R., Rozados, A., & Calvete, S. (2023). Pantalla aumentada, triple narrativa y el rol del usuario: Un estudio de caso. *Revista de Comunicación*, 22(2), 475-493.
- Sutton, L., & Varela, T. (2021). Trabajo de campo virtual en investigación cualitativa. *Investigación en educación médica*, 10(37). Recuperado de <https://www.redalyc.org/journal/3497/349770248008/>
- Waliño Guerrero, M. J., Pardo Baldoví, I., & Esnaola Horacek, G. (2018). La participación escolar de las familias a través de plataformas digitales. *@tic. revista d'innovació educativa*, (20), 80-88.
- Wunsch, L. P., Nikolay, J. R., & Silva de Freitas, E. D. (2022). Chatbot: Comunicación digital y religiosidad tras la pandemia en Latinoamérica. *Universitas-XXI, Revista de Ciencias Sociales y Humanas*, (37), 101-121.

ANEXOS

Tabla 0-1: Matriz de análisis de contenido del Diario de Riobamba

Matriz de análisis de contenido	
Plataforma	Facebook
Seguidores	373 mil
Medio	El Diario de Riobamba
Fecha	26/03/2023
Género periodístico	Reportaje
Titular	Vecinos comienzan a buscar a desaparecidos en Alausí
N° de likes	700
N° comentarios	28
N° Hastags	2
N° Compartidos	112
Tipo de contenido: Imagen/video	Imagen
Lenguaje	Inclusivo, no discriminatorio
Mensaje clave	Destaca que varias personas están desaparecidas por el deslave y varios vecinos comienzan en la búsqueda de las personas desaparecidas.

Elaborado por: Moreno I, 2024.

Tabla 0-2: Matriz de análisis de contenido del Diario de Riobamba

Matriz de análisis de contenido	
Plataforma	Facebook
Seguidores	373 mil
Medio	El Diario de Riobamba
Fecha	27/03/2023
Género periodístico	Nota informativa
Titular	SOS Alausí ESPOCH solidaria
N° de likes	180
N° comentarios	11
N° Hastags	1
N° Compartidos	26
Tipo de contenido: Imagen/video	Imagen
Lenguaje	Inclusivo, no discriminatorio
Mensaje clave	Resalta el punto de donaciones en la ESPOCH

Elaborado por: Moreno I, 2024.

Tabla 0-3: Matriz de análisis de contenido del Diario de Riobamba.

Matriz de análisis de contenido	
Plataforma	Facebook
Seguidores	373 mil
Medio	El Diario de Riobamba
Fecha	28/03/2023
Género periodístico	Nota informativa
Titular	Sigue activo punto de donaciones para Alausí
N° de likes	29
N° comentarios	0
N° Hastags	1
N° Compartidos	3
Tipo de contenido: Imagen/video	Imagen
Lenguaje	Inclusivo, no discriminatorio
Mensaje clave	Resalta que la ciudad de Riobamba es solidaria con Alausí por la emergencia. Recogen enlatados, agua, productos no perecibles

Elaborado por: Moreno I, 2024.

Tabla 0-4: Matriz de análisis de contenido del Diario de Riobamba.

Matriz de análisis de contenido	
Plataforma	Facebook
Seguidores	373 mil
Medio	El Diario de Riobamba
Fecha	01/04/2023
Género periodístico	Nota informativa
Titular	3 presuntos responsables del robo a mano armada de un vehículo son procesados
N° de likes	191
N° comentarios	15
N° Hastags	4
N° Compartidos	21
Tipo de contenido: Imagen/video	Imagen
Lenguaje	Inclusivo, no discriminatorio
Mensaje clave	Los 3 individuos huyeron del lugar al percatarse de la presencia de la policía, luego de analizar la secuencia de cámara de seguridad, localizaron el vehículo de los procesados y fueron capturados.

Elaborado por: Moreno I, 2024

Tabla 0-5: Matriz de análisis de contenido del Diario de Riobamba.

Matriz de análisis de contenido	
Plataforma	Facebook
Seguidores	373 mil
Medio	El Diario de Riobamba
Fecha	02/04/2023
Género periodístico	Nota informativa
Titular	Asistencia psicológica para familias afectadas en Alausí
Nº de likes	114
Nº comentarios	9
Nº Hastags	1
Nº Compartidos	6
Tipo de contenido: Imagen/video	Imagen
Lenguaje	Inclusivo, no discriminatorio
Mensaje clave	Resalta que el Ministerio de Salud Pública asiste a las familias afectadas tras la emergencia en temas psicología.

Elaborado por: Moreno I, 2024

Tabla 0-6: Matriz de análisis de contenido del Diario de Riobamba.

Matriz de análisis de contenido	
Plataforma	Facebook
Seguidores	373 mil
Medio	El Diario de Riobamba
Fecha	/04/2023
Género periodístico	Nota informativa
Titular	Sube la cifra a 28 fallecidos #Alausí
Nº de likes	844
Nº comentarios	10
Nº Hastags	4
Nº Compartidos	79
Tipo de contenido: Imagen/video	Video
Lenguaje	Inclusivo, no discriminatorio
Mensaje clave	Destaca que se extrae un cuerpo de otra víctima en el deslave de Alausí.

Elaborado por: Moreno I, 2024

Tabla 0-7: Matriz de análisis de contenido del Diario de Riobamba

Matriz de análisis de contenido	
Plataforma	Instagram
Seguidores	21,1 mil
Medio	El Diario de Riobamba
Fecha	04/01/2023
Género periodístico	Nota informativa
Titular	CNE entregó preguntas para los debates de 17 provincias
N° de likes	38
N° comentarios	0
N° Hastags	1
Tipo de contenido: Imagen/video	Imagen
Lenguaje	Inclusivo, no discriminatorio
Mensaje clave	Destaca que la sede matriz del Consejo Nacional Electoral (CNE) en Quito, se realizó la entre de las preguntas que serán formuladas a los candidatos en los 38 debates electorales obligatorios.

Elaborado por: Moreno I, 2024

Tabla 0-8: Matriz de análisis de contenido del Diario de Riobamba

Matriz de análisis de contenido	
Plataforma	Instagram
Seguidores	21,1 mil
Medio	El Diario de Riobamba
Fecha	10/02/2023
Género periodístico	Nota informativa
Titular	Miryam Núñez en Campeonato Nacional de Ruta Carchi 2023
N° de likes	22
N° comentarios	0
N° Hastags	1
Tipo de contenido: Imagen/video	Imagen
Lenguaje	Inclusivo, no discriminatorio
Mensaje clave	Destaca la participación de Miryam Núñez en Campeonato Nacional de Ruta Carchi 2023, el 11 y 12 de febrero en la ciudad de Tulcán.

Elaborado por: Moreno I, 2024

Tabla 0-9: Matriz de análisis de contenido del Diario de Riobamba

Matriz de análisis de contenido	
Plataforma	Instagram
Seguidores	21,1 mil
Medio	El Diario de Riobamba
Fecha	26/03/2023
Género periodístico	Nota informativa
Titular	Reportan emergencia por deslizamiento en ALAUSÍ
Nº de likes	93
Nº comentarios	0
Nº Hastags	2
Tipo de contenido: Imagen/video	Imagen
Lenguaje	Inclusivo, no discriminatorio
Mensaje clave	Destaca el deslizamiento en el cantón de Alausí, provincia de Chimborazo.

Elaborado por: Moreno I, 2024

Tabla 0-10: Matriz de análisis de contenido del Diario de Riobamba

Matriz de análisis de contenido	
Plataforma	Instagram
Seguidores	21,1 mil
Medio	El Diario de Riobamba
Fecha	25/04/2023
Género periodístico	Nota informativa
Titular	5 años de prisión por muerte causada por accidente de tránsito
Nº de likes	45
Nº comentarios	1
Nº Hastags	2
Tipo de contenido: Imagen/video	Imagen
Lenguaje	Inclusivo, no discriminatorio
Mensaje clave	Hace mención sobre un accidente en el cual fallece una persona que se trasportaba en una motocicleta. El culpable tendrá 5 años de prisión.

Elaborado por: Moreno I, 2024

Tabla 0-11: Matriz de análisis de contenido del Diario de Riobamba

Matriz de análisis de contenido	
Plataforma	Instagram
Seguidores	21,1 mil
Medio	El Diario de Riobamba
Fecha	19/05/2023
Género periodístico	Nota informativa
Titular	El Palacio Episcopal de Riobamba
N° de likes	13
N° comentarios	0
N° Hastags	3
Tipo de contenido: Imagen/video	Imagen
Lenguaje	Inclusivo, no discriminatorio
Mensaje clave	Recalca la casa del Coronel José Vicente Maldonado ubicada en la calle del comercio (Primera constituyente), es utilizada como Residencia Episcopal.

Elaborado por: Moreno I, 2024

Tabla 0-12: Matriz de análisis de contenido del Diario de Riobamba

Matriz de análisis de contenido	
Plataforma	Instagram
Seguidores	21,1 mil
Medio	El Diario de Riobamba
Fecha	23/06/2023
Género periodístico	Nota informativa
Titular	La “Mágica Provincia” rumbo a la conmemoración de su Bicentenario
N° de likes	7
N° comentarios	0
N° Hastags	4
Tipo de contenido: Imagen/video	Imagen
Lenguaje	Inclusivo, no discriminatorio
Mensaje clave	Destaca que el Consejo Provincial de Chimborazo puso en vigencia la celebración de la Provincialización de Chimborazo durante el mes de junio, bajo la dominación “junio, mes artístico y cultural”

Elaborado por: Moreno I, 2024

Tabla 0-13:Matriz de análisis de contenido del Diario de Riobamba

Matriz de análisis de contenido	
Plataforma	X
Seguidores	6.596
Medio	Diario de Riobamba
Fecha	18/01/2023
Género periodístico	Nota informativa
Titular	Christian Zuña, nueva víctima de la migración irregular.
N° de likes	0
N° Hastags	4
Tuits	0
Visualizaciones	132
Tipo de contenido: Imagen/video	Imagen
Lenguaje	Inclusivo, no discriminatorio
Mensaje clave	Destaca la muerte de un joven migrante ecuatoriano de la provincia de Chimborazo.

Elaborado por: Moreno I, 2024

Tabla 0-14: Matriz de análisis de contenido del Diario de Riobamba

Matriz de análisis de contenido	
Plataforma	X
Seguidores	6.596
Medio	Diario de Riobamba
Fecha	09/02/2023
Género periodístico	Nota informativa
Titular	Primera reunión de autoridades electorales de Chimborazo
N° de likes	1
N° Hastags	0
Tuits	1
Visualizaciones	308
Tipo de contenido: Imagen/video	Imagen
Lenguaje	Inclusivo, no discriminatorio
Mensaje clave	Destaca la primera reunión de las autoridades de Chimborazo.

Elaborado por: Moreno I, 2024

Tabla 0-15: Matriz de análisis de contenido del Diario de Riobamba

Matriz de análisis de contenido	
Plataforma	X
Seguidores	6.596
Medio	Diario de Riobamba
Fecha	01/03/2023
Género periodístico	Nota informativa
Titular	Prefectos electos de las 5 provincias de la zona 3 anuncian mancomunidad
N° de likes	1
N° Hastags	6
Tuits	1
Visualizaciones	163
Tipo de contenido: Imagen/video	Imagen
Lenguaje	Inclusivo, no discriminatorio
Mensaje clave	Destaca reunión de autoridades de 5 provincias (Chimborazo, Tungurahua, Pastaza, Bolívar, Cotopaxi) para ratificar su decisión de trabajar en mancomunidad por intereses comunes.

Elaborado por: Moreno I, 2024

Tabla 0-16: Matriz de análisis de contenido del Diario de Riobamba

Matriz de análisis de contenido	
Plataforma	X
Seguidores	6.596
Medio	Diario de Riobamba
Fecha	18/04/2023
Género periodístico	Nota informativa
Titular	Amenaza de bomba
N° de likes	3
N° Hastags	2
Tuits	2
Visualizaciones	701
Tipo de contenido: Imagen/video	Imagen
Lenguaje	Inclusivo, no discriminatorio
Mensaje clave	Destaca la amenaza en la Corte Judicial de Chimborazo.

Elaborado por: Moreno I, 2024

Tabla 0-17: Matriz de análisis de contenido del Diario de Riobamba

Matriz de análisis de contenido	
Plataforma	X
Seguidores	6.596
Medio	Diario de Riobamba
Fecha	23/05/2023
Género periodístico	Nota informativa
Titular	Denuncian presuntas irregularidades detectadas en la Prefectura de Chimborazo
N° de likes	0
N° Hastags	4
Tuits	1
Visualizaciones	228
Tipo de contenido: Imagen/video	Imagen
Lenguaje	Inclusivo, no discriminatorio
Mensaje clave	Destaca novedades encontradas al inicio de la administración del prefecto Hermel Tayupanda.

Elaborado por: Moreno I, 2024

Tabla 0-18: Matriz de análisis de contenido del Diario de Riobamba

Matriz de análisis de contenido	
Plataforma	X
Seguidores	6.596
Medio	Diario de Riobamba
Fecha	02/06/2023
Género periodístico	Nota informativa
Titular	Aeropress- Corban Coffe Gran evento de café en Riobamba
N° de likes	1
N° Hastags	2
Tuits	2
Visualizaciones	199
Tipo de contenido: Imagen/video	Imagen
Lenguaje	Inclusivo, no discriminatorio
Mensaje clave	Destaca el fran evento de café en la ciudad de Riobamba. Silvia Gusqui responsable del evento.

Elaborado por: Moreno I, 2024

Guía de preguntas- entrevista a los expertos

1. ¿Cuáles considera que son los principales desafíos que enfrentan los medios de comunicación al adaptarse a la era de las redes sociales?
2. ¿Cómo se generan las experiencias del usuario en las plataformas digitales?
3. ¿Cuáles piensa que son las principales herramientas de las plataformas digitales que permite acercarse al público?
4. ¿Cómo se puede personalizar la experiencia del usuario en las plataformas digitales a través de la segmentación de audiencias?
5. ¿Qué tipo de contenido (imágenes, videos) tiende a generar más engagement entre los usuarios?
6. ¿Cuáles consideraría que son las mejores prácticas para responder a los comentarios y mensajes de los usuarios en las plataformas digitales de manera eficaz?
7. ¿Como se puede aprovechar las herramientas de analítica de las plataformas digitales para comprender mejor las preferencias y comportamientos de los usuarios?
8. ¿Qué rol juegan las comunidades o grupos en las plataformas digitales para fomentar la participación entre usuarios?
9. ¿Cómo afecta el algoritmo de las redes sociales al contenido que miran los usuarios?
10. ¿Cómo se pueden integrar las experiencias de usuario en Facebook con otras plataformas sociales para mejorar la interacción y satisfacción de los mismos?

Captura de las entrevistas realizadas



