



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

Estrategias de Optimización de Contenidos de IA en la página de Facebook del
Diario La Prensa, período julio a diciembre de 2023

**Trabajo de Titulación para optar al título de Licenciada en
Comunicación**

Autor:

Arcos Quisatasi, Lissbeth Karolina

Tutor:

Mgs. Guillermo Zambrano

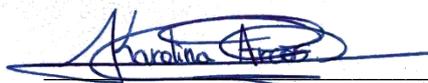
Riobamba, Ecuador. 2025

DECLARATORIA DE AUTORÍA

Yo, Lissbeth Karolina Arcos Quisatasi, con cédula de ciudadanía 0604709428, autor (a) (s) del trabajo de investigación titulado: “Estrategias de Optimización de Contenidos de IA en la página de Facebook del Diario La Prensa, período julio a diciembre de 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, 02 de Octubre del 2024.



Lissbeth Karolina Arcos Quisatasi

C.I: 0604709428

DICTAMEN FAVORABLE DEL PROFESOR TUTOR

Quien suscribe, Mgs. Raúl Guillermo Zambrano Pontón, 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 titulado: "Estrategias de Optimización de Contenidos de IA en la página de Facebook del Diario La Prensa, período julio a diciembre de 2023", bajo la autoría del estudiante Lissbeth Karolina Arcos Quisatasi; 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 días 03 del mes de diciembre de 2024.



Mgs. Raúl Guillermo Zambrano Pontón

TUTOR

CERTIFICADO DE LOS MIEMBROS DEL TRIBUNAL

Quienes suscribimos, catedráticos designados Miembros del Tribunal de Grado para la evaluación del trabajo de investigación "Estrategias de Optimización de Contenidos de IA en la página de Facebook del Diario La Prensa, período julio a diciembre de 2023", presentado por Lissbeth Karolina Arcos Quisatasi, con cédula de identidad número 0604709428, bajo la tutoría de Mgs. Raúl Guillermo Zambrano Pontón; 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.

Mgs. Antoni Vaca
PRESIDENTE DEL TRIBUNAL DE GRADO



PhD. Carlos Larrea
MIEMBRO DEL TRIBUNAL DE GRADO



PhD. Galo Vásquez
MIEMBRO DEL TRIBUNAL DE GRADO





DIRECCIÓN ACADÉMICA
VICERRECTORADO ACADÉMICO



UNACH-RGF-01-04-02.09

CERTIFICACIÓN

Que, **ARCOS QUISATASI LISSBETH KAROLINA** con CC: **0604709428**, estudiante de la Carrera de **COMUNICACION**, Facultad de **CIENCIAS POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS**: ha trabajado bajo mi tutoría el trabajo de investigación titulado "ESTRATEGIAS DE OPTIMIZACIÓN DE CONTENIDOS DE IA EN LA PÁGINA DE FACEBOOK DEL DIARIO LA PRENSA, PERIODO JULIO A DICIEMBRE DE 2023", que corresponde al dominio científico **DESARROLLO SOCIOECONÓMICO Y EDUCATIVO PARA EL FORTALECIMIENTO DE LA INSTITUCIONALIDAD DEMOCRATICA Y CIUDADANA** y alineado a la línea de investigación **COMUNICACIÓN**, cumple con el 3%, reportado en el sistema Antiplagio Compilatio Magister, porcentaje aceptado de acuerdo a la reglamentación institucional, por consiguiente, autorizo continuar con el proceso.

Riobamba, 21 de enero de 2025

Mgs. Guillermo Zambrano

TUTOR

DEDICATORIA

Dedico la presente investigación, con enorme agradecimiento a mi familia, quienes han sido mi apoyo incondicional y fuente de inspiración a lo largo de mis años académicos. A mi madre María Fernanda Quisatasi, mi abuelita Julia Vélez y mi tía Margarita Vélez por ser mi guía y apoyo incondicional, quienes con su ejemplo de resiliencia, entrega y amor impregnaron en mí, el auténtico significado de responsabilidad y superación continua. Gracias por su paciencia y ser mi sustento en los momentos de incertidumbre, creyendo en mis capacidades en todo momento. A mis amistades, a Esther, una amiga que con cuya bondad y amor dejaron una marca imborrable en mi corazón, a Andy un amigo que me mostró el verdadero significado de la compasión y el amor desinteresado, a ambos mi gratitud eterna por su luz. A todos les debo el éxito de esta investigación y el crecimiento personal, profesional que he experimentado en el transcurrir de estos años. Gracias por el amor, empatía y la confianza brindada en cada instante de mi camino.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por encaminarme hacia el éxito académico, a mis asesores y docentes quienes con su experiencia, paciencia y orientación permanente, fueron guía trascendental en el transcurso del multifacético proceso investigativo; su compromiso y soporte fueron concluyentes para vencer los desafíos establecidos. A mi familia por su aliento y Fé, impulsándome a avanzar, incluso en los instantes más difíciles. A mis amigos, que con su lealtad incondicional, su motivación y su apoyo, supieron otorgaron júbilo a la etapa atravesada, recordándome que cada paso, por minúsculo que fuera, valia la pena, siendo cada día una oportunidad para ser mejores, para ser diferentes y para ser felices. Finalmente, agradezco a mi casa matter, la Universidad Nacional De Chimborazo, por ser mi segundo hogar, cuna de mis sueños académicos y anhelos profesionales.

ÍNDICE GENERAL

DECLARATORIA DE AUTORÍA	
DICTAMEN FAVORABLE DEL PROFESOR TUTOR	
CERTIFICADO DE LOS MIEMBROS DEL TRIBUNAL	
CERTIFICADO ANTIPLAGIO	
DEDICATORIA	
AGRADECIMIENTO	
ÍNDICE GENERAL	
ÍNDICE DE TABLAS	
RESUMEN	
ABSTRACT	
CAPÍTULO I.....	13
1.1. INTRODUCCIÓN.....	13
1.2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	14
1.3. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	15
1.4. JUSTIFICACIÓN	16
1.5. OBJETIVOS.....	17
OBJETIVO GENERAL	17
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	17
CAPÍTULO II.....	18
2. MARCO TEÓRICO.....	18
2.1. ESTADO DEL ARTE	18
2.2. MARCO TEÓRICO	19
2.2.1. APLICACIÓN EN EL PERIODISMO DE LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL	19
2.2.2. OPTIMIZACIÓN DE CONTENIDOS EN REDES SOCIALES	23

2.2.3. RETOS Y UTILIZACIÓN ÉTICA EN LA OPTIMIZACIÓN DE CONTENIDOS DE IA	28
CAPÍTULO III.	32
3. METODOLOGÍA.....	32
3.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN	32
3.2. ENFOQUE DE INVESTIGACIÓN	32
3.3. DISEÑO DE INVESTIGACIÓN	32
3.4. TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE DATOS.....	32
3.5. POBLACIÓN DE ESTUDIO Y TAMAÑO DE MUESTRA	33
3.6 MÉTODOS DE ANÁLISIS Y PROCESAMIENTO DE DATOS	33
CAPÍTULO IV.	34
4. RESULTADOS Y DISCUSIÓN	34
4.1. RESULTADOS DEL ANÁLISIS DE MÉTRICAS EN LA RED SOCIAL FACEBOOK DEL DIARIO “LA PRENSA”	34
4.2. ENTREVISTAS CON LOS EXPERTOS	44
4.3. ANÁLISIS DE ENTREVISTAS	49
4.4. DISCUSIÓN DE RESULTADOS	51
CAPÍTULO V.	54
5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	54
5.1. CONCLUSIONES.....	54
5.2. RECOMENDACIONES	55
CAPÍTULO VI.	56
6. PROPUESTA	56
BIBLIOGRAFÍA	61
ANEXOS	64

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Publicaciones del Diario “La Prensa” 1° sem. Julio 2023	34
Tabla 2: Publicaciones del Diario “La Prensa” 1° sem. Julio 2023	35
Tabla 3: Publicaciones del Diario “La Prensa” 2° sem. Julio 2023	36
Tabla 4: Publicaciones del Diario “La Prensa” 2° sem. Julio 2023	37
Tabla 5: Publicaciones del Diario “La Prensa” 3° sem. Julio 2023	38
Tabla 6: Publicaciones del Diario “La Prensa” 3° sem. Julio 2023	39
Tabla 7: Publicaciones del Diario “La Prensa” 4° sem. Julio 2023	40
Tabla 8: Publicaciones del Diario “La Prensa” 4° sem. Julio 2023	41
Tabla 9: Publicaciones del Diario “La Prensa” 1° sem. Agosto2023	42
Tabla 10: Publicaciones del Diario “La Prensa” 1° sem. Agosto2023	43
Tabla 11: Entrevista 1.....	44
Tabla 12: Entrevista 2.....	46

RESUMEN

La inteligencia artificial es capaz de comprender su entorno a través de la captura de datos, interpretar dichos datos de manera estructurada. La investigación evaluó la gestión de contenidos de inteligencia artificial en la página de Facebook del diario “La Prensa”, período julio a diciembre de 2023. El enfoque de la investigación fue mixto, combinando elementos cuantitativos y cualitativos. Se empleó la revisión documental como técnica de recolección de datos cuantitativos, junto al análisis métrico de la red social Facebook y la entrevista para obtener información cualitativa. Se evidenció progresivo desarrollo de estrategias efectivas para generar interacción y alcance entre los usuarios de la plataforma en comparación a años anteriores. Concluyendo que las estrategias de gestión y optimización de contenido usadas por el medio de comunicación fueron eficientes pero limitadas y carentes de diversificación de formato.

Palabras claves: Inteligencia Artificial, Facebook, Prensa, Optimización

ABSTRACT

Artificial intelligence can understand its environment through data capture and interpreting said data in a structured way. The research evaluated the management of artificial intelligence content on the Facebook page of the newspaper “La Prensa” from July to December 2023. The research approach was mixed, combining quantitative and qualitative elements. Document review was used as a technique for collecting quantitative data, together with the metric analysis of the Facebook social network and the interview to obtain qualitative information. The progressive development of effective strategies to generate interaction and reach among users of the platform compared to previous years was evident. Concluding that the content management and optimization strategies used by the media were efficient but limited and lacked format diversification.

Keywords: Artificial Intelligence, Facebook, Press, Optimization



Revised by

Mario N. Salazar

CAPÍTULO I.

1.1. Introducción

Al hablar de “Inteligencia Artificial”, el termino se remonta a la década de 1950, cuando el matemático británico Turing inicio e introdujo el "Test de Turing" con el fin de evaluar si una máquina era capaz de demostrar un comportamiento inteligente comprable y equiparable al humano; este hito marcó un momento crucial en la conceptualización de la “inteligencia artificial” (Du-Harpur et al. 2020, p. 7).

Es menester destacar que la inteligencia artificial ha estado presente durante un extenso periodo de tiempo; con el transcurso de cada año, la inteligencia artificial ha experimentado un proceso evolutivo significativo; en la actualidad, se presenta como una “innovación destacada”, siendo una herramienta de gran utilidad accesible para diversos usuarios, en especial para la población joven. En los últimos años, el término "Inteligencia Artificial" ha adquirido una mayor relevancia; sus orígenes se remontan a los años y época de la Segunda Guerra Mundial, cuando fue utilizada para la efectiva decodificación de mensajes, sin embargo no fue hasta la década de 1980 que comenzó a ganar mayor notoriedad (Gaibor et al. 2023, p. 6).

En otras palabras, la “inteligencia artificial” ha adquirido notoriedad en años recientes, se debe recordar que su utilización se remonta a la Segunda Guerra Mundial, y desde aquella época se ha experimentado un desarrollo continuo; en la actualidad, la “inteligencia artificial” se ha transformado en una herramienta de gran importancia. Al respecto la Comisión Europea, ha propuesto una definición de la inteligencia artificial que la describe como “un conjunto de sistemas de software y hardware creados por seres humanos” (Sánchez , 2020, p.23).

Para lograr esto, la “inteligencia artificial” es capaz de comprender su entorno a través de la captura y recolección de datos, interpretar dichos datos de manera estructurada o no estructurada, además de razonar, generar conocimiento y procesar la información obtenida a partir de los “datos recopilados”; el propósito del presente estudio es analizar la gestión de cada uno de los contenidos de inteligencia artificial en la página de Facebook del periódico “La Prensa” durante el periodo de julio a diciembre de 2023.

La relevancia de la temática de investigación recae en la importancia global que cada una de las redes sociales posee en la “difusión de noticias” , junto a la “configuración de la opinión” de carácter pública en la era digital; en este escenario, la inteligencia artificial se destaca como una “herramienta eficaz” para alcanzar la personalización y automatización en cuanto a la generación y difusión de contenidos, garantizando que las publicaciones alcancen de manera efectiva a las audiencias adecuadas en el momento oportuno.

El estudio de cada una de las estrategias de inteligencia artificial durante el período de julio a diciembre de 2023 es de gran relevancia, ya que permite investigar la correspondiente “eficacia de la IA”; en un contexto donde los “algoritmos” de las redes

sociales evolucionan a pasos agigantados constantemente y las preferencias del público cambian rápidamente. La provincia de Chimborazo aún está en proceso de esta “transformación”; no solo buscando mantenerse al día con las últimas tendencias, sino también liderando la innovación en la entrega de contenidos a través de plataformas de IA.

El enfoque de la investigación será de naturaleza mixta, anexando y combinando elementos “cuantitativos” y “cualitativos”; se emplearán la revisión documental como “técnica de recolección de datos cuantitativos” y la entrevista para obtener información de carácter cualitativa. A través de una matriz de análisis de contenidos, se analizarán “tácticas y objetivos” que puedan potenciar el rendimiento de las plataformas de medios en un entorno impulsado por la inteligencia artificial. En el primer capítulo de la investigación se aborda el efectivo planteamiento del problema como punto de partida o enfoque inicial, donde se identifica la problemática a resolver, junto con la correspondiente introducción, el planteamiento del problema, la justificación y los objetivos respectivamente.

En el segundo capítulo se desarrolla el marco teórico, incluyendo al estado del arte correspondiente, así como fundamentos legales, conceptuales y teóricos; en esta sección se recopila toda la información secundaria obtenida de diversas fuentes. En el tercer capítulo del estudio se detalla la metodología efectivizada en la investigación, la cual incluye la descripción del método, el tipo de diseño, así como los instrumentos utilizados para la adecuada recolección y el tratamiento de la información de investigación. En el cuarto capítulo del documento actual se lleva a cabo el análisis e interpretación de cada uno de los resultados; los cuales servirán como fundamento para la toma de decisiones en la propuesta. Posteriormente, en el quinto capítulo se exponen las conclusiones y recomendaciones; en el sexto capítulo se detalla la propuesta.

1.2. Planteamiento del Problema

En la actualidad, cada uno de los medios de comunicación se encuentran en un proceso constante y continuo de adaptación a las nuevas tendencias tecnológicas siendo la inteligencia artificial (IA) un factor de carácter transformador que ha modificado y codificado significativamente la dinámica del sector. Este avance de carácter tecnológico demanda que cada uno de los medios realicen ajustes y actualizaciones de forma urgente con el fin de mantener su “relevancia y eficacia” en la distribución de contenidos; en la provincia de Chimborazo, los medios locales enfrentan un reto específico, aprovechar al máximo las oportunidades que ofrece la IA para mejorar sus plataformas, al mismo tiempo que deben hacer frente a cada una de las complejidades asociadas a la “evolución tecnológica” que esta conlleva.

La problemática se enfoca en la completa ausencia de un marco integral que guíe la correcta aplicación de estrategias para optimizar contenidos en cada una de las plataformas respaldadas por inteligencia artificial en los medios de comunicación de Chimborazo; a pesar de que se reconoce ampliamente la importancia de la “inteligencia artificial” en el ámbito mediático, la falta de pautas de carácter específico sobre su uso efectivo para mejorar la

producción, distribución y correcta personalización de contenidos ha generado un vacío de tipo estratégico en la región. Esta falta de orientación no solo limita y restringe el potencial de cada uno de los medios para adaptarse al entorno digital actual, sino que también los ubica en desventaja frente a cada competidor que han incorporado la tecnología de manera más proactiva.

La falta de estudios precisos que analicen cada uno de los desafíos éticos relacionados con todo el uso de la inteligencia artificial en los medios de comunicación es evidente; esta carencia de reflexión crítica sobre todas las implicaciones éticas de dichas prácticas podría impactar de manera negativa a la percepción de carácter pública y la confianza de toda la audiencia en los medios locales. En este contexto, el presente estudio tiene como objetivo abordar cada una de estas “deficiencias” a través de la adecuada investigación y la propuesta de estrategias detalladas y específicas para mejorar los contenidos en plataformas de inteligencia artificial en la Provincia de Chimborazo; junto a ello se busca examinar de manera crítica y analítica los aspectos éticos asociados y relacionados con el carácter “consciente y responsable” en el uso de la inteligencia artificial en el ámbito mediático.

1.3. Formulación del Problema

La influencia cada vez mayor y en crecimiento de la inteligencia artificial (IA) en la optimización de todo contenido estandarizado para plataformas de carácter digital ha generado nuevos y diversos retos, oportunidades para los “medios de comunicación”; en este sentido, el Diario “La Prensa” se encuentra ante el desafío de ajustar cada una de sus estrategias de contenido en Facebook con el fin de incrementar exponencialmente la participación y la difusión de sus publicaciones; a pesar de los esfuerzos ejercidos para mantener una presencia de carácter activa en dicha red social, cada uno de los resultados en términos de interacción y visibilidad aún pueden mejorarse. Por lo tanto, es necesario investigar y desarrollar estrategias basadas en IA que ostenten superar las limitaciones actuales y aprovechar al máximo las “capacidades tecnológicas” disponibles.

La investigación se centra en la formulación del problema central; que se plantea por medio de la pregunta: ¿Cuáles son las estrategias de optimización de contenidos basadas en inteligencia artificial que pueden ser implementadas en la página de Facebook del Diario La Prensa para mejorar el engagement y alcance durante el período de julio a diciembre de 2023? La presente interrogante orienta el correspondiente estudio hacia la efectiva identificación y evaluación de las herramientas de inteligencia artificial más apropiadas e idóneas, así como hacia la propuesta de “métodos efectivos” para su aplicación en la creación y difusión de contenidos.

1.4. Justificación

La investigación se justifica en el crecimiento exponencial de relevancia de las redes sociales y sus influencias en cada uno de los canales de distribución de diverso tipo de contenidos, junto a su impacto en la visibilidad y correspondiente relevancia de los medios de comunicación. En el contexto del Diario “La Prensa”, su presencia en Facebook es fundamental para mantener y ampliar su audiencia; no obstante, la baja eficacia en cuanto a su alcance e interacción de cada una de sus publicaciones detalla una brecha considerable entre las estrategias vigentes y las prácticas óptimas; es imperativo explorar e implementar nuevas metodologías, especialmente aquellas basadas y fundamentadas en inteligencia artificial (IA), con el fin de optimizar todo su contenido y potenciar su posicionamiento en la plataforma.

La inteligencia artificial ha adquirido un papel fundamental en la “personalización” y mejora de contenidos en el ámbito digital; su capacidad para analizar grandes y extensas cantidades de datos y predecir el comportamiento de la audiencia otorga y proporciona soluciones novedosas para aumentar la eficacia de las publicaciones en plataformas de redes sociales; a pesar de esto, en medios locales como el Diario “La Prensa”, la implementación de estas tecnologías ha sido “limitada” o “poco efectiva”. Por consiguiente, es necesario llevar a cabo una investigación que permita identificar y evaluar cada una de las estrategias específicas para que este medio de comunicación pueda aprovechar todas las capacidades de la inteligencia artificial, superando cada una de las restricciones actuales y mejorando su rendimiento en Facebook.

La investigación se justifica por la necesidad de abordar cada una de las implicaciones éticas de la implementación de la Inteligencia Artificial (IA) en la “creación” y distribución de contenidos. La utilización de tecnologías avanzadas para optimizar la “interacción” y el “alcance” de publicaciones debe ser llevada a cabo con una reflexión crítica sobre su impacto en toda la audiencia; aspectos como la manipulación algorítmica de la información, la privacidad de cada uno de los usuarios y la transparencia en los procesos de automatización son fundamentales y esenciales para mantener la confianza del público en los medios de comunicación; al incorporar un análisis ético en la investigación, se busca no solo mejorar la eficiencia y efectividad técnica de las estrategias de contenido, sino también garantizar y certificar que estas prácticas se ajusten a los valores de “integridad” y responsabilidad periodística.

Esta investigación posee el potencial contribuir significativamente al campo de estudio de la optimización de contenidos en redes sociales, especialmente en un contexto local; al enfocarse en un medio de comunicación específico como el Diario “La Prensa” y en una plataforma crucial como Facebook, los resultados de este estudio servirán como un modelo para otros medios locales que enfrentan desafíos similares. La generación de conocimiento y el adecuado planteamiento de la propuesta de estrategias basadas en evidencia contribuirán a fortalecer la capacidad de los medios de comunicación para competir en un entorno de carácter digital cada vez más complejo y dinámico.

1.5. Objetivos

Objetivo General

- Evaluar la gestión de contenidos de inteligencia artificial en la página de Facebook de diario La Prensa, período julio a diciembre de 2023

Objetivos Específicos

- Identificar las estrategias de gestión de contenidos utilizadas por diario La Prensa mediante la incorporación de inteligencia artificial
- Analizar las estrategias de optimización de contenidos específicos de IA en el diario La Prensa.
- Elaborar un Manual para la utilización de la IA en el diario La Prensa

CAPÍTULO II.

2. MARCO TEÓRICO.

2.1. Estado del Arte

Romulo Hernán Banegas Ulluari, dentro de su artículo científico, para la revista Invecom en el año 2023, denominado “Optimización de la inteligencia artificial en la educación a través de estrategias docentes eficaces”, manifiesta que:

En el ámbito académico se destaca la relevancia de aprovechar el potencial de la Inteligencia Artificial (IA) en el campo educativo, ya que los datos y la retroalimentación proporcionados por la IA pueden mejorar el proceso de toma de decisiones. Actualmente, un proyecto se encuentra en desarrollo con el objetivo de optimizar y comprender el uso de la inteligencia artificial en la educación mediante estrategias específicas. Se enfatiza el potencial transformador que la IA posee en este contexto. (Banegas, 2023, p.12)

Gabriela Minetti, dentro de su artículo de investigación, para el XXIV Edición del Workshop de investigadores en Ciencias en el año 2022, denominado “Optimización de la logística de distribución utilizando técnicas de la Inteligencia Artificial”, manifiesta que:

El proyecto actual se inicia como una investigación de Big Data con el propósito de mejorar los algoritmos, llevada a cabo en el Laboratorio de Investigación de Sistemas Inteligentes (LISI). El principal objetivo es desarrollar nuevos algoritmos que resuelvan problemas con una menor demanda computacional que los algoritmos existentes. Además, se pretende analizar las necesidades de la comunidad científica en diferentes áreas y su utilidad para abordar una variedad de problemas. (Minetti, 2022, p.7)

Lasse Rouhiainen, en su libro “Inteligencia artificial: 101 cosas que debes saber hoy sobre nuestro futuro”, de la editorial Alienta en el año 2018 manifiesta que:

La inteligencia artificial, con su crecimiento exponencial, se aplica en varios campos, como la generación y difusión de contenidos en plataformas digitales, la ejecución de estrategias comerciales y la creación de algoritmos. Se estima que, manteniendo su actual progresión, la inteligencia artificial tendrá un impacto significativo en el mundo en un futuro próximo. (Rouhiainen, 2018, p. 5)

Alberto Florido Alvarez, dentro de su proyecto de investigación, previo a la obtención del título de posgrado por la Universidad EAN en el año 2020, denominado “Modelo de Chatbot de Inteligencia Artificial articulado con el Business Process Management (BPM) del Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (MinTIC) para el área de la Subdirección para la Industria de Comunicaciones (SICom)”, manifiesta que:

La investigación se fundamenta en una hipótesis previamente establecida y se sustenta en el conocimiento de la gestión de proyectos y sistemas de información. El objetivo es proporcionar una solución al problema identificado que dificulta las investigaciones en los campos social, científico y tecnológico. (Florido, 2020, p. 14)

Annabell Margarita Solórzano Guerrero, dentro de su proyecto de investigación, previo a la obtención del título de Licenciada en Ciencias de la Comunicación por la Universidad Nacional de Chimborazo en el año 2020, denominado “Análisis del uso de estrategias para la difusión de contenidos en las plataformas web (Fan Page, Twitter, Página web) del diario “La Prensa” periodo Octubre 2019 – Marzo 2020”, manifiesta que:

Es relevante destacar que los medios de comunicación impresos, como la prensa, poseen la capacidad de ejercer influencia en el comportamiento social mediante un proceso de comunicación unidireccional. Sin embargo, se argumenta que este paradigma ha perdido relevancia debido a la interacción social facilitada por Internet (Solórzano, 2020, p. 17)

2.2. Marco Teórico

2.2.1. Aplicación en el Periodismo de la Inteligencia Artificial

2.2.1.1. Definición y Evolución de la Inteligencia Artificial (IA).

2.2.1.1.1. Definición de Comunicación.

Cabe destacar que la comunicación es un proceso intrínseco en las relaciones humanas; la comunicación ha sido una temática de alto debate en los últimos años. Sin embargo, “a pesar de que ha sido considerada como una profesión y que nadie duda de su importancia, pocas personas la utilizan en su vida diaria de manera eficiente, democrática y humana” (Gutiérrez, 2023, p.28).

2.2.1.1.2. Teorías de la comunicación.

- **Teoría estructuralista**

Sociedad de la información es un término que describe la profunda transformación que ha ocurrido en la estructura y funcionamiento de las sociedades modernas; “como resultado de la revolución tecnológica y el esparcimiento de cada una de las tecnologías de la información y la comunicación” (Delarbe, 2020, p. 14).

La teoría estructuralista ha contribuido a proporcionar el concepto para poder entender cómo se organizan y funcionan los sistemas de comunicación en la sociedad ya que busca como comprender la comunicación como un sistema de elemento que se interrelacionan, surgió en las décadas de 1950 y 1960.

El estructuralismo emerge y surge como un quiebre de diversos métodos de carácter tradicional de la lingüística, el término “estructura” fue introducido como un término importante y clave por el año 1929 este fue presentado por los miembros del círculo lingüístico de Praga, “contiene diferentes paradigmas ya que cada uno de los fenómenos sociales y de rasgos culturales son signos que requieren cierta comprensión” (Giraldo, 2008, p. 18)

2.2.1.1.3. Periodismo Digital.

El periodismo digital se refiere al ejercicio del periodismo en la era digital, utilizando cada una de las tecnologías de la información, junto a estrategias de comunicación (TIC) para recopilar, producir, distribuir, tecnologías y consumir este enfoque surgió con el desarrollo de Internet y las plataformas digitales que transformaron la forma en cual se generan y comparten las noticias.

El término periodismo digital es más amplio: se refiere a cualquier periodismo que utilice tecnologías digitales la distinción es menor, pero significativa. En su sentido más amplio, el término "periodismo digital" se refiere a todas las “formas de periodismo que dependen de recursos digitales, esto incluye no sólo Internet y las redes móviles , sino también la televisión y la radio digitales” (Salaverría, 2019, p. 3).

2.2.1.1.3. Narrativa Transmedia.

La narrativa transmedia es un enfoque narrativo que implica contar una historia a través de varias plataformas y canales de comunicación, cada uno de los cuales contribuye de manera única a la historia general. Además de limitarse a un solo medio, como una película, un libro o una serie de televisión; la narrativa transmedia se expande a varios canales, como sitios web, redes sociales, videojuegos, podcasts, cómics y experiencias interactivas.

En este sentido la narrativa transmedia ha tenido una transformación relevante, “se basa en cuatro cambios de características sustanciales que afectan directa e inequívocamente al público” (Camacho, 2019, p.7); estos cambios son:

1. El producto considerado como “transmedia” se direcciona y dirige a distintos, diversas clases de audiencias, por medio de la incorporación de diversos contenidos y distintas plataformas.
2. Promueve la progresiva interactividad; busca la completa implicación de cada una de las diversas audiencias en cuestión.
3. Promueve e impulsa la actividad de manera cocreadora por parte de las audiencias.
4. Se incorpora nuevos y emergentes modelos de negocio como el denominado “crowdfunding”, mismo sistema cuenta con la implicación de cada una de las audiencias.

Esto nos quiere decir que la narrativa transmedia puede dirigirse y tener diferentes públicos ya que a través del contenido y plataforma que se utilice podremos llegar a diferente

tipo de personas, gracias a la interactividad que la gente puede tener con nuestro contenido y esto implica que nuestra audiencia pueda crecer.

2.2.1.1.4. Inteligencia Artificial.

Dicho esto en el libro Rouhiainen (2018) titulado “Inteligencia Artificial: 101 cosas que debes saber hoy sobre nuestro mundo”, se menciona que “es considerada como la capacidad que poseen cada una de las computadoras para realizar y optimizar tareas que normalmente necesitan de la incorporación de inteligencia de carácter humano” (p. 4), en una definición más detallada, podemos decir que la IA es la capacidad de las máquinas para utilizar algoritmos, aprender de los datos y utilizar lo que han aprendido para tomar decisiones de la misma manera que lo haría una persona. Esto quiere decir que la inteligencia artificial como tal tiene una gran capacidad de realizar tareas gracias a máquinas que utilizan algoritmos, es decir aprenden de datos y lo utilizan de la misma manera que una persona normal lo haría gracias a ello.

2.2.1.1.5. Medios Impresos.

- **Diario “La Prensa”**

Es un periódico que publica regularmente, diariamente, y ofrece noticias, reportajes, análisis, opinión y otra información relevante para su audiencia. Estos medios a menudo suelen estar disponibles de forma impresa y, en muchos casos, también tienen presencia en Internet a través de plataformas digitales. “El diario la Prensa de Riobamba es un portal de carácter y direccionamiento objetivo, donde cada uno de los lectores pueden encontrar y abarcar la mejor información, anexando hechos recientes y noticias entretenidas” (Lalama, 2024, p. 3)

2.2.1.1.6. Plataformas Digitales.

En general, los efectos de red se refieren al impacto que tiene la cantidad de usuarios de una plataforma en el valor generado para sus usuarios; las plataformas digitales son entornos tecnológicos que permiten la interacción con los usuarios, intercambio y creación de contenido entre los usuarios, “cada contenido que se cree en las plataformas como Facebook, Tik Tok, Instagram deben tener un valor agregado y eso depende de cada usuario” (Torrent, 2022, p. 23)

Redes Sociales

Para asignar una métrica a las redes sociales, como por ejemplo una educativa, todos los actores involucrados en el proceso deben reconocer la importancia de la colaboración, la cooperación y la comunicación. “El eje fundamental de cada una de ellas se anexa a la correcta y efectiva interacción, capacidad de manifestar y comunicar con rapidez y elocuencia lo solicitado” (Díaz, 2019, p. 27).

Las redes sociales son efectivas en un entorno educativo; “es esencial que tanto estudiantes como profesores valoren la colaboración que se debe tener en conjunto para que intereses mutuos salgan delante de la mano de la colaboración y cooperación” (Banegas, 2023, p. 12).

- **Facebook**

Es una red social micropanóptica donde los individuos monitorean y se autocontrolan, “organizaciones e individuos influyentes promover la felicidad para influir en el comportamiento” (Rubio, 2020, p. 169).

2.2.1.2. Transformación del Periodismo y los Medios de Comunicación con IA.

2.2.1.2.1. Aplicaciones de la IA en la Creación de Contenidos

La generación automática de noticias ha sido implementada por empresas reconocidas como “The Associated Press y Reuters” a través de avanzados sistemas de inteligencia Artificial. Estos sistemas emplean datos estructurados, como informes financieros o resultados deportivos; con el fin de automatizar la redacción de noticias de forma automatizada. Esta tecnología no solo permite la cobertura inmediata de noticias; cede el tiempo a los periodistas para el desarrollo en reportajes más elaborados y analíticos. “La inteligencia artificial posibilita a los medios de comunicación brindar contenido personalizado según las preferencias e intereses de cada usuario” (Martínez, 2020, p. 23).

A través del análisis parten los datos de comportamiento y el aprendizaje de máquinas; permite a las plataformas digitales sugerir videos, artículos o podcasts que se adapten acorde a los intereses personales u individuales; incrementa así la interacción o el interés, la retención y la satisfacción del usuario; la denominada “IA” juega y funge un papel importante en la trata y gestión de contenidos en el sentido de seleccionar automáticamente los artículos más relevantes y organizarlos en “newsletters” o secciones concretas de un sitio web, “esta práctica permite a los medios proporcionar una experiencia más coherente y personalizada, adaptada a las necesidades de sus audiencias” (Granados, 2020, p. 18).

2.2.1.2.2. Optimización de Procesos Editoriales con IA

La “IA” impacta considerablemente en la generación de los contenidos e impacta de manera notable los procesos de la edición. Mediante herramientas que implementan análisis predictivos; los medios de comunicación son capaces de anticiparse e imaginar qué contenido podrían resultar más llamativos y relevante para su público, “de esa manera conseguir mejorar la planificación estratégica como la planificación de la difusión de las informaciones de las noticias” (Viudes, 2023, p. 33).

El análisis predictivo de contenidos implica el análisis de las experiencias pasadas, de las tendencias actuales en el ámbito del análisis predictivo de los temas o historias que obtendrán mayor atracción del público gracias a excepcionales sistemas avanzados de “IA”; en este sentido, “la Inteligencia Artificial (IA) puede ser de utilidad para automatizar dicho

proceso, permitiendo filtrar de forma rápida y precisa comentarios inapropiados, noticias falsas y contenido ofensivo” (Vega, 2023, p. 7).

2.2.1.2.3. Impacto de la IA en la Distribución de Contenidos.

Desde sus inicios la “Inteligencia Artificial” (IA) ha cambiado con gran fuerza la distribución del contenido utilizando algoritmos avanzados para generar el impacto de las noticias en plataformas digitales dentro de redes sociales, de los sitios web y aplicaciones móviles; estos algoritmos inteligentes permiten que el contenido importante o el contenido adecuado llegue a la audiencia correspondientes a su debido tiempo, con lo que se genera un incremento del nivel de visibilidad, del nivel del alcance y la eficiencia de la distribución de los contenidos de las publicaciones. “En las plataformas digitales, los algoritmos de recomendación son utilizados por los medios de comunicación, adoptando estrategias similares a las de empresas como Netflix o Amazon” (Repiso, 2024, p. 5).

2.2.1.2.4. Gestión de Contenido y Uso de herramientas de IA.

La implementación de diversas herramientas y sistemas avanzados de inteligencia artificial (IA) para la generación, creación y gestión de la producción de contenidos ha cambiado drásticamente la manera en cómo funcionan los medios de comunicación; permitiendo así una producción más rápida eficaz y adapta a la personalización de los contenidos. El proceso de producción de contenidos innovadoras también ha facilitado no solo automatización de tareas repetitivas y rutinas, “sino que han permitido la creación de contenidos más complejos, sofisticados y adaptativos a las determinadas necesidades y preferencias del público” (Abeliuk, 2021, p. 20).

2.2.2. Optimización de Contenidos en Redes Sociales

2.2.2.1. Facebook como Plataforma de Difusión de Noticias.

2.2.2.1.1. Difusión de Noticias.

La red social conocida como Facebook es una plataforma de medio social originada y desarrollada en 2004; misma permite a cada uno de los consumidores desarrollar perfiles de carácter personalizado, participar en diverso tipo de contenido, interactuar con amigos y seguir páginas de interés. Facebook tiene 3 mil millones de usuarios activos mensuales, lo que la convierte en una de los medios sociales más grandes del mundo. Además de ser un espacio de conexión social; Facebook se ha transformado en una significativa plataforma de herramienta de difusión de noticias y diverso tipo de contenidos de carácter multimedia, “utilizando un sinnúmero de algoritmos para personalizar el feed de noticias de cada usuario en función de sus intereses y comportamiento en la plataforma digital” (Salazar , 2023, p. 21).

La plataforma de “Facebook” se ha convertido y direccionado como un actor clave y uno de los más influyente en la distribución global de noticias, cambiando la forma la manera en que las personas consumen información; con una base de miles de millones de usuarios activos mensuales; cada uno de los medios sociales se han transformado en un canal

significativo para que los medios lleguen a un público extenso y diversa. Esta sección explora el papel de “Facebook” como plataforma de noticias, “destacando su impacto en el ecosistema mediático; los mecanismos que utiliza para la distribución de contenido, y los desafíos que plantea para los medios sociales y la sociedad frecuente” (Flores , 2019, p. 23).

2.2.2.1.2. Algoritmos de Facebook y su Influencia en la Visibilidad de las Noticias

La influencia de Facebook en la distribución de noticias está estrechamente ligada a los algoritmos avanzados que la plataforma para seleccionar, priorizar y mostrar contenido personalizado. El algoritmo dinámico de Facebook determina qué publicaciones aparecen en la sección de noticias “News Feed” de un usuario en función de una variedad de factores; como la relevancia percibida, la participación generada por el contenido y las preferencias individuales del usuario. “Esta personalización algorítmica ha permitido a Facebook ofrecer una experiencia de usuario altamente adaptada, donde el contenido presentado es cada vez más acorde con los intereses personales” (González, 2022, p. 25).

2.2.2.1.3. Impacto en el Consumo de Noticias

La red social Facebook ha cambiado y transformado significativamente la manera en que cada una de las personas consumen diversos formatos de noticias, en lugar de acceder a fuentes de noticias directamente, la mayoría de los usuarios ahora confían en su “News Feed”, herramientas personalizadas para descubrir e interactuar con contenido de carácter informativo; esto ha democratizado el acceso a la información, permitiendo a cada uno de los usuarios explorar una extensa y diversa escala de fuentes y perspectiva de vista. Sin embargo; también ha fragmentado el consumo de noticias, ya que cada uno de los usuarios pueden estar expuestos a una mezcla y mosaico de información de calidad inestable y variable, “incluyendo tanto noticias de fuentes confiables como contenido no verificado o sensacionalista” (Bazán, 2021, p. 23).

2.2.2.2. Estrategias de Optimización de Contenidos en Facebook.

2.2.2.2.1. Creación de Contenidos de IA Relevantes y de Alta Calidad.

Una estrategia esencial en la producción de contenido generado por IA que sea altamente relevante y de calidad para la audiencia del Diario La Prensa, esto implica utilizar herramientas de “IA” para producir artículos, infografías y videos dinámicos que respondan a las tendencias actuales y a los intereses específicos de los seguidores del diario en Facebook; “la optimización de este contenido para que sea atractivo y genere interacción es clave para aumentar su visibilidad en el feed de referencias de los consumidores” (Caiza, 2022, p. 7).

2.2.2.2.2. Uso Estratégico de Palabras Clave y Hashtags.

Las frases clave y los hashtags son equipos eficaces para mejorar la claridad del contenido en Facebook; incluir términos relevantes en las publicaciones, descripciones y títulos puede ayudar a que el contenido sea más fácilmente descubierto por los usuarios que buscan información relacionada. Los hashtags, aunque no tan prevalentes en Facebook como en otras plataformas como “Instagram o Twitter”; aún pueden aumentar el alcance de las publicaciones si se utilizan de manera adecuada. Es importante elegir hashtags específicos que sean relevantes y populares dentro del nicho de mercado, pero no tan generales que el contenido se pierda entre miles de publicaciones similares. “Usar de 1 a 3 hashtags específicos y relacionados con el contenido puede mejorar significativamente la visibilidad sin sobrecargar la publicación” (Quian, 2024, p. 28).

2.2.2.2.3. Optimización de Publicaciones para Dispositivos Móviles.

Con más del 90% de los usuarios de Facebook accediendo a la plataforma a través de dispositivos móviles, resulta crucial optimizar el contenido para pantallas más pequeñas; esto incluye asegurarse de que las imágenes y videos se adapten perfectamente en móviles; que los textos sean inteligibles sin necesidad de hacer zoom, y que los enlaces dirigidos desde Facebook estén optimizados para una carga rápida en dispositivos móviles. Además, es recomendable utilizar formatos de contenido móviles que funcionen bien en móviles, como las historias de Facebook, que son visuales, temporales y ocupan la pantalla completa del dispositivo, capturando la atención del usuario de manera más efectiva (Sánchez, 2021, p. 16).

2.2.2.2.4. Publicación en el Momento Óptimo.

El timing de las propagandas también juega un papel significativo en la optimización de maximizar la efectividad del contenido en Facebook, informar en momentos en que la junta este más activa puede aumentar significativamente la “visibilidad” y el “engagement”. Para determinar el mejor momento para publicar; es útil analizar las métricas de engagement a lo largo del tiempo y realizar pruebas A/B lo que permite identificar los patrones de comportamiento de la audiencia. Aunque el momento óptimo para publicar puede variar según la audiencia y la ubicación geográfica, “estudios generales sugieren que las mejores horas para publicar suelen ser durante los días laborales a media mañana y al final de la tarde, cuando la gente suele tener más tiempo para revisar sus redes sociales” (Segarra, 2019).

2.2.2.2.5. Interacción y Respuesta a la Audiencia.

Fomentar la participación con la audiencia es clave para aumentar el alcance de las publicaciones; Facebook premia el contenido que genera interacción, por lo que es importante incentivar a los usuarios a “comentar” y “compartir”. Preguntas abiertas interactivas, encuestas, concursos y llamadas a la acción son formas efectivas de aumentar la participación. Responder a los comentarios de los seguidores también es vital. No solo mejora la relación con la audiencia, “sino que también aumenta la visibilidad de la

publicación en el feed de noticias de más personas, ya que Facebook interpreta la interacción continua como una señal de que el contenido es valioso” (Segarra, 2019, p. 8).

2.2.2.2.6. Uso de Anuncios Pagados para Ampliar el Alcance.

Aunque el contenido orgánico es importante, el uso de publicidad pagada es una estrategia efectiva para amplificar el alcance de las publicaciones en Facebook; la plataforma ofrece una amplia diversidad de elecciones de segmentación que consienten a los creadores de contenido dirigir sus noticias a audiencias determinadas y características estables en intereses, comportamientos, ubicación y reseñas estadísticas. Los anuncios de Facebook Ads también permite ejecutar campañas con diferentes objetivos; como por ejemplo, desarrollar el comercio del sitio web, crear transformaciones o agrandar la comprensión de la marca. Además, “las herramientas de análisis de Facebook Ads proporcionan información detallada sobre el beneficio de las noticias, lo que consiente ajustar las campañas para esparcir su efectividad” (Larrondo, 2021, p. 19).

2.2.2.2.7. Adaptación a los Cambios en los Algoritmos de Facebook.

En primer lugar; la clave es centrarse en crear contenido que fomente la participación activa, proporcionando no solo información sino “interacción directa” de los usuarios, como comentarios, compartidos y reacciones. Publicar preguntas abiertas, encuestas o temas de debate puede ayudar a fomentar este tipo de “interacciones significativas”. Además, el contenido que inspire a los usuarios a etiquetar a amigos o compartir publicaciones dentro de sus redes personales; puede ayudar a contrarrestar la disminución en el alcance orgánico. “Otra estrategia clave es el uso más intensivo de Facebook Ads para ampliar el alcance del contenido” (Celde, 2022, p. 19).

2.2.2.3. Estrategias de Optimización.

2.2.2.3.1. Incremento de la Visibilidad del Contenido.

La progresiva optimización del contenido en la red social de Facebook aumenta la probabilidad de que este sea visible en cada uno de los orígenes de referencias “News Feed” de los usuarios; cada uno de los algoritmos avanzados de Facebook tienden a priorizar el contenido que genera “mayor participación”, como los comentarios y acciones. Esto significa que cuando el contenido se optimiza de manera efectiva para ser relevante y atractivo, es más probable que lo vea y asimile una audiencia más amplia. “Esto crea un ciclo positivo donde todo el contenido optimizado genera u ocasione más interacciones, lo que a su vez mejora e incrementa su visibilidad, llevando a aún más engagement alcance” (Castellanos, 2020, p. 33).

Por ejemplo, si el Diario “La Prensa” utiliza cada una de las técnicas de optimización de contenido como la inclusión de “palabras clave” relevantes, el efectivo uso de imágenes atractivas y la publicación de caracter estratégicas en horarios óptimos, es probable que el contenido obtenga mayor “visibilidad” y por lo tanto más interacciones. Este aumento

significativo en la visibilidad no solo mejora el engagement en la publicación específica, sino que también puede elevar la posición de la página en general dentro del algoritmo de Facebook, beneficiando futuras publicaciones.

2.2.2.3.2. Incremento en la Participación Activa del Usuario.

La optimización de todo el contenido también puede llevar a un incremento significativo en la participación activa de los usuarios; cuando el contenido está bien adaptado a los intereses y comportamientos habituales de la audiencia, es más probable que los usuarios no solo lo consuman, sino que también interactúen activamente con él. Esto puede incluir dejar comentarios, compartir la publicación con sus contactos o incluso iniciar conversaciones basadas en el contenido. En el contexto de contenido generado por “IA” la optimización continua asegura que estos contenidos sean igualmente atractivos y relevantes como los creados manualmente. Por ejemplo, al ajustar el tono y estilo del contenido de “IA” para que se alinee mejor con las preferencias de la audiencia, o “al utilizar títulos que llamen la atención, estimulando una mayor participación del usuario, creando un entorno donde la interacción con el contenido es habitual” (González, 2022, p. 21).

2.2.2.3.3. Aumento de la Lealtad y la Fidelización del Usuario.

El engagement sostenido; facilitado por la optimización estratégica del contenido, también contribuye a aumentar la lealtad y la completa fidelización del usuario, cuando los usuarios encuentran que el contenido de una página es consistentemente relevante, útil y atractivo, es más probable que se conviertan en seguidores leales, regresando regularmente para consumir más contenido. Esto no solo mejora las métricas de engagement a corto plazo, sino que también ayuda a construir una audiencia sólida y comprometida a largo plazo.

La personalización es una estrategia de optimización que puede ser especialmente efectiva en este aspecto. El uso de “IA” con la finalidad de personalizar el contenido en ocupación de cada uno de las utilidades de carácter personal de los usuarios se puede crear y generar una experiencia de mayor conectividad y relevancia para cada usuario, aumentando así lealtad y compromiso. “Esta personalización puede ser tan simple como ajustar el contenido según los patrones de lectura o tan compleja como ofrecer recomendaciones de artículos basadas en su historial de interacción” (Flores , 2019, p. 13)

2.2.2.3.4. Generación de Insights para la Mejora Continua.

El “engagement” optimiza el contenido; proporciona datos valiosos que pueden ser utilizados para mejorar continuamente las estrategias de contenido respectivamente, cada interacción del usuario ofrece suministrar información inapreciable sobre lo que trabaja y lo que no, permitiendo al Diario “La Prensa” pueda ajustar su enfoque en tiempo real. El análisis del modelo de interacción; por ejemplo, qué tipos de contenido generan la mayor cantidad de comentarios o acciones, pueden ayudar a crear contenido futuro más efectivo.

Utilice estas métricas; también permite las pruebas A/B para comparar diferentes enfoques y optimizar continuamente la estrategia de contenido de IA. A medida que se aprenda más sobre su audiencia con esta información, podrá perfeccionar su estrategia para aumentar la participación, esto no solo mejora la relaciones con los usuarios existentes, sino que también atrae a nuevos suscriptores; “asegurando que el contenido generado por la IA no solo alcance a una audiencia amplia, sino que también genere interacciones significativas y sostenibles es de relevancia” (Lara, 2023, p. 54).

2.2.3. Retos y Utilización Ética en la Optimización de Contenidos de IA

2.2.3.1. Desafíos en la Incorporación de IA en Medios de Comunicación.

La implementación de la inteligencia artificial o “IA” en los medios ha abierto enormes posibilidades para la creación y gestión de contenido; pero también ha causado muchos problemas complejos e importantes, estos problemas no solo afectan el trabajo de los medios, “sino que también plantean cuestiones éticas, técnicas y organizacionales que deben ser abordadas para maximizar los beneficios de la IA sin comprometer la calidad y la integridad del periodismo” (Ufarte, 202, p.12).

2.2.3.1.1. Desafíos Técnicos.

Uno de los importantes retos en la ejecución de “IA” en los medios es la alta complejidad técnica de integrar estas tecnologías en los procesos existentes; las herramientas de “IA”, como los algoritmos avanzados de noviciado automático y los procedimientos del lenguaje natural (NLP); requieren una infraestructura técnica confiable. Esto incluye servidores potentes, acceso a grandiosas cantidades de datos, y un equipo técnico capacitado capaz de desarrollar, implementar y respaldar estas tecnologías. La calidad de los datos es otro factor clave, los métodos de “IA” dependen de grandiosos aumentos de datos para estudiarlos y mejorar. Sin embargo, “para que los algoritmos proporcionen elevados resultados fiables para los usuarios, los datos utilizados deber ser concreto y precisos, actualizados e imparciales” (Flores , 2021, p, 15).

2.2.3.1.2. Desafíos Organizacionales.

La “IA” en los medios también plantea una gran importancia de desafíos organizacionales; uno de los más notables es la firmeza de los empleados al cambio. El personal puedes mostrarse escéptico y preocupado por la introducción “IA”; los periodistas y editores, en particular, pueden ver estas tecnologías como una gran amenaza a sus roles tradicionales. “Es crucial gestionar este cambio a través de programas de importante capacitación y comunicación que expliquen y enseñen cómo la IA puede complementaren la vida diaria y en el trabajo humano en lugar de reemplazarlo” (Fernandez, 2023, p.11).

2.2.3.1.3. Desafíos Económicos.

El alto costo de implementar la “IA” es otro gran desafío que enfrentan algunos de los medios, desarrollar, implementar y mantener los sistemas de “IA” puede ser una inversión desafiante importante; especialmente para empresas de medios más pequeños o elevados con un presupuesto o recursos limitados. Los costos mayormente incluyen no solo la compra de productos de tecnología y la infraestructura necesaria; “también hay costos continuos para la capacitación del personal y las actualizaciones que necesita el sistema” (Lopez, 2020, p. 23).

2.2.3.1.4. Desafíos Éticos.

La “IA” en los medios todavía plantea muy serios asuntos de ética, una de las más preocupantes es la elevada posibilidad de que la “IA” amplifique los sesgos existentes en los análisis de datos. Si los algoritmos de “IA” se entrenan con datos sesgados; pueden perpetuar o incluso exacerbar esos sesgos, lo que lleva a la difusión de concreta información parcial o errónea. Esto es de particular preocupación en el personal de periodismo, donde la precisión y la equidad son muy importantes. “Otro desafío ético mayormente relevante es la transparencia, los algoritmos de IA pueden ser levemente opacos, y su funcionamiento interno no siempre es comprensible para los usuarios” (Gutiérrez, 2023, p.52).

2.2.3.2. Aplicaciones Éticas en la utilización de Inteligencia Artificial.

2.2.3.2.1. Transparencia en el Uso de IA.

Una de las cuestiones éticas más cruciales es la nitidez en el uso de IA, cada uno de los algoritmos de IA, especialmente aquellos utilizados para crear contenido o seleccionar noticias relevantes, a menudo actúan como "cajas negras", esto significa que su funcionamiento interno es muy opaco y difícil de entender para los usuarios incluso para los programadores. “Esto plantea un grave desafío a la transparencia; los usuarios tienen derecho a saber cómo se crean y seleccionan las noticias que consumen” (Calvo, 2020, p. 6).

Para abordar este problema, las empresas de medios deben comprender claramente cuándo y cómo se utiliza la “IA” en sus procesos; esto podría incluir revelar que ciertos artículos son creados o asistidos por “IA”, y explicar los algoritmos utilizados para seleccionar o priorizar el contenido. “La transparencia no solo ayuda a mantener la confianza del público, sino que también permite que los usuarios comprendan mejor las decisiones editoriales y tecnológicas que influyen en su consumo de noticias” (Fernandez, 2023, p.61).

2.2.3.2.2. Responsabilidad y Rendición de Cuentas

La responsabilidad es otro aspecto crítico cuando se trata de la ética en el uso de “IA” en los medios. ¿Quién es responsable si un algoritmo de “IA” produce contenido inexacto, engañoso o perjudicial? La naturaleza automatizada de la “IA” puede dibujar las líneas

de responsabilidades y si no se maneja adecuadamente puede generar problemas de rendición de cuentas si no se aborda adecuadamente.

Es esencial que los medios de comunicación establezcan claras líneas de responsabilidad para el contenido generado por “IA”; esto podría implicar la creación de políticas que determinen quién debe supervisar y revisar el trabajo de los algoritmos, y cómo se manejarán los errores o problemas que surjan. Además, “debe haber dispositivos para que los beneficiarios puedan reportar contenido inseguro generado por IA y para que los medios respondan de manera rápida y efectiva” (Parra, 2021, p.17).

2.2.3.2.3. Equidad y Sesgos en los Algoritmos

Una de las cuestiones éticas más que rodean a la “IA” es la equidad; específicamente con respecto al sesgos en los algoritmos, los algoritmos de” IA” aprenden de las reseñas con los que están entrenados que los datos dominan sesgos, los algoritmos pueden perpetuar o incluso exacerbar estas diferencias. “En un entorno mediático, esto puede conducir a una difusión sesgadas de noticias, la perpetuación de estereotipos o la exclusión de voces” (Aramburú, 2023, p. 12).

Para evitar estos riesgos, los medios deben revisar y modificar periódicamente los algoritmos que utilizan, identificando y corrigiendo los posibles sesgos; debe haber un gran compromiso con la diversidad y la mayor inclusión en los datos utilizados para entrenar estos algoritmos, asegurando que reflejen una amplia gama de perspectivas y experiencias a los usuarios. “Los medios también deben estar mayormente dispuestos a ajustar o modificar los algoritmos en respuesta a las preocupaciones sobre equidad y representación” (Parra, 2021, p. 43).

2.2.3.2.4. Privacidad y Protección de Datos

El uso de la famosa inteligencia artificial “IA” en los medios a menudo implica la recopilación y el análisis de elevadas cantidades de datos personales de usuarios; cuando se trata de entregar contenido entretenido personalizado para los usuarios. Esto plantea serias dudas sobre la reserva y la protección de datos. “Los medios deben ser conscientes de las implicaciones éticas de recopilar, almacenar y utilizar datos personales, y deben hacerlo de manera que respete los derechos de los usuarios” (Fernandez, 2023, p. 19).

Es vital que las organizaciones de cada uno de los medios implementen políticas muy estrictas de privacidad y de protección de datos para los usuarios, incluidas prácticas y mecanismos claros de recopilación y uso de fichas para conseguir el consentimiento. Además; deben garantizar que las reseñas recopiladas se almacenen de forma segura y se utilicen únicamente para los fines previstos, reduciendo así el riesgo de uso indebido o violación de confiabilidad

2.2.3.2.5. Impacto Social y Burbujas de Filtro

La personalización del contenido mediante inteligencia artificial “IA” puede crear "burbujas de filtro", cada uno de los consumidores solo reciben información que fortifica sus opiniones efectivas. Esto puede limitar el acceso a diversas perspectivas y conducir a la polarización social. Los medios deben ser muy conscientes de estos tipos de riesgo y tomar medidas inmediatas para reducirlo. Una forma de resolver este problema es diversificar el contenido proporcionado a los usuarios, asegurándose que se les muestre perspectivas diferentes y contrastantes. Además; "los medios podrían considerar la implementación de algoritmos que promuevan la exposición a una gama más amplia de mayor información, en lugar de simplemente reforzar las preferencias existentes de los usuarios" (Larrondo, 2021, p. 22).

CAPÍTULO III.

3. METODOLOGÍA.

3.1. Tipo de Investigación

La investigación es de tipo descriptiva y exploratoria. La investigación descriptiva permitió identificar y describir las estrategias actuales utilizadas, mientras que la exploratoria ayudó a identificar nuevas tendencias y oportunidades de mejora en la optimización de contenidos mediante IA.

3.2. Enfoque de Investigación

La investigación adoptó un enfoque mixto (cualitativo y cuantitativo). El enfoque cualitativo permitió explorar en profundidad las estrategias de optimización de contenidos de IA útiles para el Diario “La Prensa”, mientras que el enfoque cuantitativo se utilizó para evaluar la efectividad y alcance de las estrategias previamente utilizadas por este medio de comunicación.

3.3. Diseño de Investigación

El presente diseño de investigación fue no experimental y transversal. No experimental porque no se manipularon variables, sino que se observaron y analizaron tal como se presentaron en la realidad. Transversal, ya que los datos se recogieron en un único momento del tiempo, específicamente en el período de julio a diciembre de 2023.

3.4. Técnicas de Recolección de Datos

3.4.1. Análisis Documental: Se revisaron publicaciones, artículos y reportes generados por el Diario La Prensa, así como documentación interna relacionada con la gestión de contenidos de IA.

3.4.2. Entrevistas Semiestructuradas: Se realizaron entrevistas con los encargados de la gestión de contenidos del Diario “La Prensa” y a un experto en IA para obtener información cualitativa sobre las estrategias utilizadas y los resultados obtenidos.

3.4.3. Análisis de Métricas de Redes Sociales: Se analizaron las métricas de rendimiento de las publicaciones en Facebook, incluyendo la interacción del público con el contenido (me gusta, me encanta, me enorgullece, me divierte, me asombra, me entristece, me enoja), tipo de publicación, tipo de contenido, número de comentarios, tipo de noticia, hashtag usado, tipo de lenguaje empleado e interpretación del post analizado.

3.5. Población de Estudio y Tamaño de Muestra

3.5.1. Población de Estudio: Compuesta por las publicaciones en la página de Facebook del Diario “La Prensa” el cuál corresponde a 800 publicaciones durante el período de julio a diciembre de 2023, así como por el personal encargado de la gestión de contenidos, director del Diario “La Prensa” y a un experto en IA.

3.5.2. Tamaño de Muestra: Se seleccionó una muestra de carácter representativa utilizando muestreo por conveniencia el cual corresponde a 261 publicaciones para el análisis de carácter cuantitativo de las métricas en la red social Facebook del Diario “La Prensa”; para las entrevistas, se entrevistó a director del Diario “La Prensa” y a un experto en IA respectivamente.

3.6 Métodos de Análisis y Procesamiento de Datos

3.6.1. Análisis Cualitativo: Cada una de las entrevistas se analizaron mediante un análisis de contenido; identificando categorías y diversos patrones comunes en las respuestas.

3.6.2. Análisis Cuantitativo: Se implementaron técnicas de carácter estadístico descriptivo para analizar las distintas métricas de rendimiento de las publicaciones en Facebook.

CAPÍTULO IV.

4. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. Resultados del Análisis de Métricas en la red social Facebook del Diario “La Prensa”

Tabla 1:

Publicaciones del Diario “La Prensa” 1° sem. Julio 2023

CONTENIDO DE FACEBOOK		
No. 1	Título	Imagen del Post
	<p>●● #MASCOTAS: Hasta el último momento de su vida ‘Nucita’ acompañó a su dueño, Hernán Sojo</p> <p>●● #LaPrensaInforma</p>	
Fecha de publicación: 03 de Julio de 2023	Tipo de Publicación: Fotografía	
Veces compartido: 27	Tipo de contenido: Informativo	Lenguaje: Formal Lengua: Español
No. de reacciones	Comentarios: 10	Hashtag: #LaPrensaInforma
Me gusta: 159 Me encanta: 7 Me enorgullece: 3 Me divierte: 1 Me Asombra: 0 Me entristece: 333 Me enoja: 0	Tipo de Noticia: Social	Interpretación: La imagen muestra la despedida de un gato mascota sobre el féretro de su difunto dueño

Nota. Esta Tabla muestra publicaciones de alto impacto en la red social Facebook del Diario “La Prensa” 1° semana de Julio 2023

Elaborado por: Karolina Arcos

Tabla 2:

Publicaciones del Diario “La Prensa” 1º sem. Julio 2023

CONTENIDO DE FACEBOOK		
No. 2	Título	Imagen de Post
	<p>🔴🔵 #DEPORTE: #Ecuador tuvo una destacada participación en los Juegos Mundiales de #OlimpiadasEspeciales, evento deportivo más importante para personas con discapacidad, el cual se disputó en Berlín- #Alemania. 🔴🔵</p>	
Fecha de publicación: 04 de Julio de 2023	Tipo de Publicación: Fotografía	
Veces compartido: 49	Tipo de contenido: Deportivo	Lenguaje: Coloquial Lengua: Español
No. de reacciones	Comentarios: 39	Hashtag: #Deporte, #Ecuador, #OlimpiadasEspeciales, #Alemania
Me gusta: 742 Me encanta: 93 Me enorgullece: 8 Me divierte: 0 Me Asombra: 0 Me entristece: 0 Me enoja: 0	Tipo de Noticia: Deportiva	Interpretación: La imagen muestra al riobambeño Danny Macas obteniendo dos medallas en los Juegos Mundiales de Olimpiadas Especiales

Nota. Esta Tabla muestra publicaciones de alto impacto en la red social Facebook del Diario “La Prensa” 1º semana de Julio 2023

Elaborado por: Karolina Arcos

Tabla 3:

Publicaciones del Diario “La Prensa” 2° sem. Julio 2023

CONTENIDO DE FACEBOOK		
No. 3	Título	Imagen del Post
	<p>●● #ÚLTIMAHORA: Este jueves 13 de julio, en horas de la noche, se registró un #accidente de tránsito entre dos vehículos tipo jeep y un automóvil, en la Avenida de la República cerca de San Andrés, cantón #Guano provincia de #Chimborazo. ●●</p>	
<p>Fecha de publicación: 13 de Julio de 2023</p>	<p>Tipo de Publicación: Fotografía</p>	
<p>Veces compartido: 69</p>	<p>Tipo de contenido: Informativo</p>	<p>Lenguaje: Formal Lengua: Español</p>
<p>No. de reacciones</p>	<p>Comentarios: 50</p>	<p>Hashtag: #LaPrensaInforma, #Guano, #accidente, #Chimborazo</p>
<p>Me gusta: 297 Me encanta: 4 Me enorgullece: 1 Me divierte: 0 Me Asombra: 55 Me entristece: 383 Me enoja: 1</p>	<p>Tipo de Noticia: Crónica</p>	<p>Interpretación: La imagen muestra la noticia informativa de tres muertos en accidente de tránsito</p>

Nota. Esta Tabla muestra publicaciones de alto impacto en la red social Facebook del Diario “La Prensa” 2° semana de Julio 2023

Elaborado por: Karolina Arcos

Tabla 4:

Publicaciones del Diario “La Prensa” 2° sem. Julio 2023

CONTENIDO DE FACEBOOK		
No. 4	Título	Imagen del Post
	<p>●● #EDUCACIÓN: La Universidad Nacional de #Chimborazo (#Unach) y la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo (#Espoch), ambas de Chimborazo, aparecieron en el The World University Rankings 2023 de América Latina</p> <p>●●</p>	
<p>Fecha de publicación: 10 de Julio de 2023</p>	<p>Tipo de Publicación: Fotografía</p>	
<p>Veces compartido: 1043</p>	<p>Tipo de contenido: Informativo</p>	<p>Lenguaje: Formal Lengua: Español</p>
<p>No. de reacciones</p>	<p>Comentarios: 2</p>	<p>Hashtag: #LaPrensaInforma, #Educación</p>
<p>Me gusta: 2148 Me encanta: 553 Me enorgullece: 20 Me divierte: 0 Me Asombra: 3 Me entristece: 1 Me enoja: 1</p>	<p>Tipo de Noticia: Educativa</p>	<p>Interpretación: La imagen muestra la noticia informativa en referencia al posicionamiento educativo a nivel regional de la UNACH y ESPOCH</p>

Nota. Esta Tabla muestra publicaciones de alto impacto en la red social Facebook del Diario “La Prensa” 2° semana de Julio 2023

Elaborado por: Karolina Arcos

Tabla 5:

Publicaciones del Diario “La Prensa” 3° sem. Julio 2023

CONTENIDO DE FACEBOOK		
No. 5	Título	Imagen del Post
	<p>●● #EDUCACIÓN: La Universidad Nacional de Chimborazo (#Unach) oferta una nueva carrera: Ingeniería en Ciencias de Datos e Inteligencia Artificial</p>	
<p>Fecha de publicación: 17 de Julio de 2023</p>	<p>Tipo de Publicación: Fotografía</p>	
<p>Veces compartido: 97</p>	<p>Tipo de contenido: Informativo</p>	<p>Lenguaje: Formal Lengua: Español</p>
<p>No. de reacciones</p>	<p>Comentarios: 12</p>	<p>Hashtag: #Educación</p>
<p>Me gusta: 653 Me encanta: 95 Me enorgullece: 5 Me divierte: 1 Me Asombra: 9 Me entristece: 0 Me enoja: 0</p>	<p>Tipo de Noticia: Educativa</p>	<p>Interpretación: La imagen muestra el anuncio de la carrera de Ingeniería en Ciencias de Datos e Inteligencia Artificial ofertada por la UNACH.</p>

Nota. Esta Tabla muestra publicaciones de alto impacto en la red social Facebook del Diario “La Prensa” 3° semana de Julio 2023

Elaborado por: Karolina Arcos

Tabla 6:

Publicaciones del Diario “La Prensa” 3° sem. Julio 2023

CONTENIDO DE FACEBOOK		
No. 6	Título	Imagen del Post
	<p>🔴🔴🔴 #ÚLTIMA HORA: Este domingo 23 de julio en horas de la tarde en el barrio 15 de septiembre en #Manta-#Manabí, se registró un #ataque armado que dejó dos fallecidos, uno de ellos fue el alcalde Agustín #Intriago.</p> <p>🔴🔵</p>	
<p>Fecha de publicación: 23 de Julio de 2023</p>	<p>Tipo de Publicación: Fotografía</p>	
<p>Veces compartido: 12</p>	<p>Tipo de contenido: Informativo</p>	<p>Lenguaje: Formal Lengua: Español</p>
<p>No. de reacciones</p>	<p>Comentarios: 17</p>	<p>Hashtag: #LaPrensaInforma, #Manta, #Manabí, #ataque, #muerte, #ÚLTIMAHORA</p>
<p>Me gusta: 36 Me encanta: 0 Me enorgullece: 0 Me divierte: 0 Me Asombra: 21 Me entristece: 57 Me enoja: 7</p>	<p>Tipo de Noticia: Crónica</p>	<p>Interpretación: La imagen muestra la noticia informativa sobre el asesinato del Alcalde de Manta ocurrido el 23 de Julio del 2023 en el barrio 15 de Septiembre del mismo cantón.</p>

Nota. Esta Tabla muestra publicaciones de alto impacto en la red social Facebook del Diario “La Prensa” 3° semana de Julio 2023

Elaborado por: Karolina Arcos

Tabla 7:

Publicaciones del Diario “La Prensa” 4° sem. Julio 2023

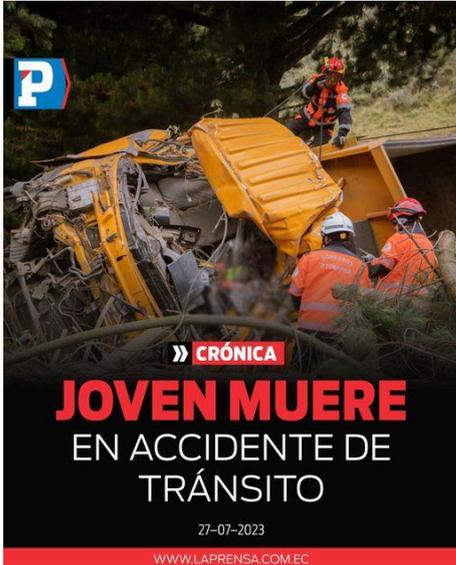
CONTENIDO DE FACEBOOK			
No. 7	Título	Imagen del Post	
	<p>● + ● #NOTA DE PESAR: Nos unimos en oración por el eterno descanso de quien en vida fue: Sr. Carlos Olmedo Cabrera Rojas. Expresamos nuestra solidaridad con su hijo el Dr. Fernando Cabrera Espinoza; su hijo Giuseppe, su esposa Yolanda, su hija Nadine y su nieto Samuel.</p> <p>● ● #LaPrensaInforma</p>		
Fecha de publicación: 24 de Julio de 2023	Tipo de Publicación: Fotografía		
Veces compartido: 1	Tipo de contenido: Informativo		Lenguaje: Formal Lengua: Español
No. de reacciones	Comentarios: 0		Hashtag: #LaPrensaInforma, #NOTADEPESAR
<p>Me gusta: 36 Me encanta: 0 Me enorgullece: 0 Me divierte: 0 Me Asombra: 0 Me entristece: 10 Me enoja: 0</p>	Tipo de Noticia: Nota de Pesar	Interpretación: La imagen muestra la nota de pesar en conmemoración del Sr. Carlos Olmedo Cabrera Rojas.	

Nota. Esta Tabla muestra publicaciones de alto impacto en la red social Facebook del Diario “La Prensa” 4° semana de Julio 2023

Elaborado por: Karolina Arcos

Tabla 8:

Publicaciones del Diario “La Prensa” 4° sem. Julio 2023

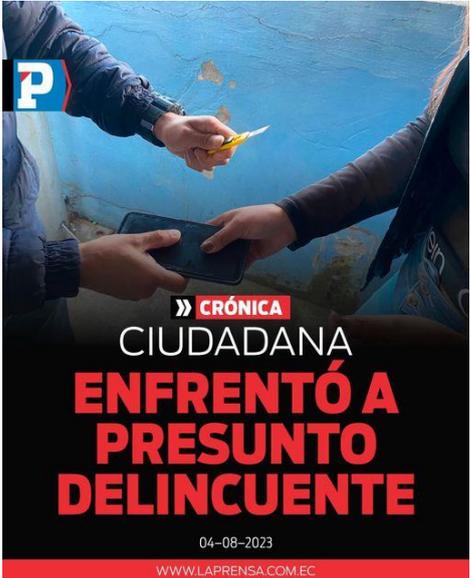
CONTENIDO DE FACEBOOK		
No. 8	Título	Imagen del Post
	<p>🔴🔴🔴#CRÓNICA: Una persona de 25 años de edad falleció luego que la volqueta que conducía perdiera pista y se impactara contra un árbol, esto en la vía #Riobamba-#Guaranda</p>	
<p>Fecha de publicación: 02 de Agosto de 2023</p>	<p>Tipo de Publicación: Fotografía</p>	
<p>Veces compartido: 0</p>	<p>Tipo de contenido: Informativo</p>	<p>Lenguaje: Formal Lengua: Español</p>
<p>No. de reacciones</p>	<p>Comentarios: 0</p>	<p>Hashtag: #Somosdiariolaprensa, #Crónica, #Riobamba, #Guaranda</p>
<p>Me gusta: 16 Me encanta: 0 Me enorgullece: 0 Me divierte: 0 Me Asombra: 0 Me entristece: 0 Me enoja: 0</p>	<p>Tipo de Noticia: Crónica</p>	<p>Interpretación: La imagen muestra el accidente de tránsito suscitado en la vía Riobamba- Guaranda</p>

Nota. Esta Tabla muestra publicaciones de alto impacto en la red social Facebook del Diario “La Prensa” 4° semana de Julio 2023

Elaborado por: Karolina Arcos

Tabla 9:

Publicaciones del Diario “La Prensa” 1° sem. Agosto2023

CONTENIDO DE FACEBOOK		
No. 9	Título	Imagen del Post
	<p>📍📱📌 #CRÓNICA: Un intento de robo se registró en el parque #Guayaquil. Un #delincuente intentó quitarle el celular a una ciudadana; sin embargo, no logró su cometido.</p> <p>📍📱 #LaPrensaInforma</p>	
Fecha de publicación: 04 de Agosto de 2023	Tipo de Publicación: Fotografía	
Veces compartido: 20	Tipo de contenido: Informativo	Lenguaje: Formal Lengua: Español
No. de reacciones	Comentarios: 10	Hashtag: #LaPrensaInforma,
Me gusta: 145 Me encanta: 1 Me enorgullece: 0 Me divierte: 0 Me Asombra: 10 Me entristece: 1 Me enoja: 16	Tipo de Noticia: Crónica	Interpretación: La imagen muestra el anuncio el enfrentamiento entre una ciudadana y un delincuente en un intento de robo

Nota. Esta Tabla muestra publicaciones de alto impacto en la red social Facebook del Diario “La Prensa” 1° semana de Agosto 2023

Elaborado por: Karolina Arcos

Tabla 10:

Publicaciones del Diario “La Prensa” 1° sem. Agosto 2023

CONTENIDO DE FACEBOOK		
No. 10	Título	Imagen del Post
	<p>●●#RIOBAMBA: “No sé si aún lo hagan, pero cuando era más guambra me gustaba aplastar un timbre y salir corriendo. Lo hacía con mis amigos, nos divertía más estar al aire libre” #LaPrensaInforma</p>	
<p>Fecha de publicación: 06 de Agosto de 2023</p>	<p>Tipo de Publicación: Fotografía</p>	
<p>Veces compartido: 63</p>	<p>Tipo de contenido: Informativo</p>	<p>Lenguaje: Formal Lengua: Español</p>
<p>No. de reacciones</p>	<p>Comentarios: 97</p>	<p>Hashtag: Ninguno</p>
<p>Me gusta: 488 Me encanta: 40 Me enorgullece: 0 Me divierte: 0 Me Asombra: 2 Me entristece: 0 Me enoja: 2</p>	<p>Tipo de Noticia: Social</p>	<p>Interpretación: La imagen muestra dos niños jugando en la calle</p>

Nota. Esta Tabla muestra publicaciones de alto impacto en la red social Facebook del Diario “La Prensa” 1° semana de Agosto 2023

Elaborado por: Karolina Arcos

4.2. Entrevistas con los expertos

Entrevista 1 - Mgs. Alejandro Lalama/ Director del Diario La Prensa.

Entrevistador: Karolina Arcos

Tabla 11:

Entrevista 1

Preguntas	Ideas Principales
Pregunta 1: ¿Cuáles fueron las principales estrategias utilizadas para crear y distribuir contenido en la página de Facebook durante el período mencionado?	<ul style="list-style-type: none">• Uso de diversas herramientas tecnológicas como Google Trends y el programa Google News Initiative para identificar tendencias• Permutación en el enfoque editorial hacia la adecuada creación de contenido basado en análisis y necesidades de la audiencia.
Pregunta 2: ¿Hubo cambios específicos en la estrategia de contenidos de IA para adaptarse a la nueva propuesta del Diario?	<ul style="list-style-type: none">• Incorporación de diversas herramientas como ChatGPT para análisis de datos y acelerar procesos de toma de decisiones.• Permuta en el rol del periodista hacia la adecuada interacción con IA para humanizar y contextualizar los datos.
Pregunta 3: ¿Se implementaron herramientas o algoritmos de inteligencia artificial para optimizar el contenido en la página de Facebook durante este período?	<ul style="list-style-type: none">• Reconocimiento de que cada una de las redes sociales no son propiedad exclusiva del usuario, lo que implica enormes limitaciones de carácter estratégico.• Adaptación del contenido para impedir ser penalizado por varios algoritmos, prevaleciendo enfoques de carácter comunitarios y no noticiosos.
Pregunta 4: ¿Podría proporcionar detalles sobre cómo se integraron y utilizaron estas herramientas de IA?	<ul style="list-style-type: none">• Determinación de hashtags como algoritmo importante y clave para canalizar toda la información y aumentar visibilidad.• Creación de hashtags de carácter específicos para temas locales o eventos característicos para generar tendencia.
Pregunta 5: ¿Cómo se gestionó la interacción con la audiencia en la página de Facebook? ¿Hubo alguna estrategia	<ul style="list-style-type: none">• Utilización de títulos atractivos, incorporación imágenes llamativas y contenido trazado para generar clics.

<p>específica para fomentar la participación de los seguidores?</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Incorporación del CTR (tasa de clics) como métrica sustancial para medir la interacción.
<p>Pregunta 6: ¿Qué métricas se utilizaron para medir el rendimiento de las publicaciones en Facebook? ¿Hubo indicadores clave de rendimiento específicos relacionados con la IA</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Comparación entre la marca de imágenes establecidas por IA y fotografías de carácter real, con preferencia por estas últimas. • Ajuste de contenido visual a cada una de las preferencias culturales y emocionales de la audiencia en el contexto local.
<p>Pregunta 7: ¿Enfrentaron desafíos específicos al implementar estrategias de optimización de contenidos con IA en Facebook?</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Problemas para convertir interacción en redes sociales en los respectivos clics hacia el sitio web, inquietando la monetización. • Replanteamiento de cada uno de los roles del periodista como creador de contenido en lugar de informador de carácter tradicional.
<p>Pregunta 8: ¿Hubo colaboración de expertos en inteligencia artificial o profesionales especializados en tecnología para implementar estas estrategias?</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Colaboración en programas de capacitación importantes con Google y asistencia con la agencia Audax para optimizar el uso de IA. • Enfoque de carácter multidisciplinario que combina y une conocimiento técnico y de tipo estratégico para optimizar contenido.
<p>Pregunta 9: ¿Cómo evolucionaron las estrategias de IA a lo largo del tiempo? ¿Hubo ajustes continuos durante el período julio a diciembre de 2023?</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Evolución permanente de cada una de las estrategias mediante la retroalimentación inspirada en análisis de datos y contenido. • Eficiencia de cada uno de los titulares humanizados frente a los distintos mecanizados, manifestando la importancia del toque humano.
<p>Pregunta 10: ¿Cómo influyeron las herramientas de IA en la capacidad del Diario La Prensa de Riobamba para personalizar la experiencia del usuario en Facebook</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Reconocimiento década una de las limitaciones de la audiencia para apreciar contenido de alta calidad frente al contenido superficial y simple. • Crítica a la saturación de información y los escasos estándares en el campo digital. • Importancia de ilustrar a la audiencia para que valore contenido de alta calidad, animando una interacción más significativa.

Entrevista 2: Dr. Gabriel Pérez/ Especialista en IA. Entrevistador

Entrevistador: Karolina Arcos

Tabla 12:

Entrevista 2

Preguntas	Ideas Principales
Pregunta1: ¿Cuáles son las principales estrategias utilizadas para crear y distribuir contenido utilizando la IA en medios impresos?	<ul style="list-style-type: none">• Actualmente los periódicos usan IA para recolectar y utilizar la información en tiempo real, anexando datos de diversas fuentes.• Aplican IA de caracter generativa para redactar todo el contenido de salida inmediata en cada una de las plataformas digitales y ocasionalmente en versión impresa.
Pregunta 2: ¿Cómo ha evolucionado la estrategia de contenidos de IA para adaptarse a nuevas propuestas o enfoques en la industria?	<ul style="list-style-type: none">• La IA se focaliza en la adecuada personalización de todo el contenido según cada uno de los patrones de consumo individuales de todos los usuarios.• Si bien mejora toda la experiencia del usuario, la efectiva personalización puede crear y generar burbujas de filtro, limitando toda la diversidad de información.
Pregunta 3: ¿Se utilizan herramientas o algoritmos de inteligencia artificial para optimizar el contenido en plataformas de redes sociales específicamente en Facebook?	<ul style="list-style-type: none">•Cada uno de los algoritmos analizan el comportamiento y accionar del usuario, incluyendo todo el tiempo de interacción y sus reacciones, para priorizar todo el contenido• Este sistema potencia el engagement al determinar contenido de carácter relevante, pero puede delimitar la diversidad de carácter informativa por las burbujas de filtro.
Pregunta 4: ¿Cómo se aplican las herramientas de inteligencia artificial para	<ul style="list-style-type: none">• Cada uno de los algoritmos de IA personalizan todo tipo de anuncios y

<p>optimizar el contenido en plataformas de redes sociales?</p>	<p>contenido según las diversas actividades del usuario en varias plataformas.</p> <ul style="list-style-type: none"> • TikTok encabeza en la retención de audiencia por medio de su algoritmo eficiente.
<p>Pregunta 5: ¿Cómo se gestiona la interacción con la audiencia en la red social Facebook? ¿Existen estrategias específicas para fomentar la participación de los seguidores mediante el uso de inteligencia artificial?</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Los Community Managers analizan todo tipo de métricas como retención y utilización de patrones de consumo para determinar y ajustar estrategias. • Estrategias como reportes de tipo comunitarios y campañas con la anexión de patrocinadores fomentan la adecuada participación.
<p>Pregunta 6: ¿Qué métricas se utilizan para evaluar el rendimiento de las publicaciones en la red social Facebook? ¿Existen indicadores clave de rendimiento específicos asociados al uso de inteligencia artificial?</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Cada uno de los indicadores como el alcance, las impresiones e interacciones evalúan y determinan el rendimiento. • La IA mejora la efectiva segmentación de carácter avanzada y optimiza todos los horarios para potencializar el impacto.
<p>Pregunta 7: ¿Qué desafíos existen al implementar estrategias de optimización de contenidos con IA en redes sociales?</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Existe la presencia de un conflicto entre intereses de carácter comercial y la responsabilidad de carácter social de los medios. • La IA puede preferir y priorizar contenido de entretenimiento sobre cada uno de los temas de interés público.
<p>Pregunta 8: ¿En qué medida considera que la colaboración con expertos en IA es fundamental para la implementación efectiva de estrategias en proyectos de optimización de contenidos?</p>	<ul style="list-style-type: none"> • La supervisión de distintos expertos garantiza y certifica el uso adecuado de herramientas de IA según cada uno de sus objetivos específicos. • Los expertos ayudan a disminuir y mitigar distintos problemas como la incorporación de sesgos y alucinaciones en cada uno de los sistemas de IA.

<p>Pregunta 9: ¿Cómo han evolucionado las estrategias de inteligencia artificial a lo largo del tiempo? ¿Cuáles considera que son los factores clave para realizar ajustes continuos en su implementación?</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Los modelos de lenguaje, como lo es ChatGPT, han evolucionado en su funcionalidad y capacidad respectivamente, incluyendo el procesamiento multimedia. • La constante y permanente actualización junto a la adaptación de IA es clave para cumplir con las necesidades cambiantes.
<p>Pregunta 10: ¿Cómo influye el uso de herramientas de inteligencia artificial en la personalización de la experiencia del usuario en plataformas como Facebook de un medio impreso?</p>	<ul style="list-style-type: none"> • En Facebook, la llamada personalización está controlada y dirigida por cada uno de los algoritmos de la plataforma, limitando el control del medio. • Cada uno de los medios pueden ofrecer distintas y diversas experiencias, misas deben ser personalizadas mediante aplicaciones propias, no mediante Facebook.

4.3. Análisis de Entrevistas

En la presente investigación se realizó dos entrevistas con la finalidad y objetivo de determinar la importancia e influencia de la correcta aplicación de estrategias de “Optimización de Contenidos de IA” en plataformas como Facebook; la primera entrevista fue direccionada al Mgs. Alejandro Lalama/Director del Diario “La Prensa”; la segunda entrevista fue realizada al Dr. Gabriel Pérez/ Especialista en IA, mediante el formato de cuestionario con 10 preguntas abiertas.

En términos de “estrategias de creación” y “distribución de contenidos”, el experto en inteligencia artificial ha destacado y subrayado la importancia de utilizar esta tecnología en la síntesis y análisis de mensajes, así como en la aplicación de modelos generativos para la redacción de diverso tipo de contenidos; por otro lado, el director de “La Prensa” ha subrayado la relevancia de adoptar un enfoque de carácter integral y práctico en la implementación de la inteligencia artificial en este ámbito; “Journal Studio” y otras herramientas similares han sido desarrolladas por “Google News Initiative” con el propósito de detectar diversas tendencias y producir material que responda a las demandas de audiencias particulares.

Ambas perspectivas analizan y salvaguardan el papel de la tecnología con el objetivo de buscar “mejora de contenidos”, enfocándose en su relevancia, la importancia del impacto e interacción con cada uno de los lectores. Las respuestas muestran y definen cómo la inteligencia artificial ha generado un cambio de carácter significativo en las estrategias de contenido del Diario “La Prensa”, promoviendo un enfoque más “eficiente y adaptado a las necesidades actuales”; se han realizado cambios específicos y detallados en la estrategia de contenidos de IA. Ante esto, ambos entrevistados están de acuerdo en que la tecnología no “sustituye la esencia del periodismo”, sino que mejora cada una de sus capacidades al posibilitar un análisis más ágil, individualizado y verificado; fomentando una colaboración entre el factor humano y las herramientas de inteligencia artificial.

En relación con la aplicación de herramientas de inteligencia artificial para mejorar el contenido en Facebook; el experto en inteligencia artificial destaca la importancia de la lógica de carácter relacional del algoritmo de la plataforma; este algoritmo prioriza los contenidos que se basan o fundamenta en “interacciones personales”; por otra parte, el enfoque crítico hacia el control de cada uno de los contenidos y su alcance por parte de Facebook es enfatizado por el director de “La Prensa”; ambas perspectivas concuerdan en que, a pesar de que las herramientas de inteligencia artificial pueden evolucionar y mejorar la visibilidad en línea, resulta cada vez más importante tener un conocimiento profundo y de carácter estratégico de los algoritmos y limitaciones de las plataformas de redes sociales para potenciar y optimizar al máximo el impacto de todo el contenido.

En cuanto a la manera en que se aplican las herramientas de inteligencia artificial para optimizar el contenido; el experto en inteligencia artificial destaca la completa eficacia

de los algoritmos en la “personalización de contenidos y anuncios”, mientras que el director de “La Prensa” resalta el uso estratégico de “hashtags” como una herramienta fundamental para dirigir información y crear tendencias; tanto en una perspectiva como en la otra, se destaca la relevancia de ajustar y utilizar cada una de las capacidades de las plataformas y herramientas disponibles con el fin y objetivo de potenciar al máximo la difusión y pertinencia del contenido.

Al tratar el tema de “gestión de la interacción” con la audiencia en la red social Facebook, ambas respuestas canalizan y subrayan la completa relevancia de realizar un análisis constante y de implementar “estrategias dinámicas” con la finalidad de promover la interacción en la página de Facebook; ambos expertos concuerdan en la importancia de adaptar de manera continua las estrategias de acuerdo con las respuestas cada uno de los usuarios, con el fin de preservar su interés y fomentar su participación de carácter activa.

En lo que respecta a las “métricas” empleadas para “evaluar el desempeño” de las publicaciones en la plataforma de redes sociales Facebook; el especialista en inteligencia artificial destaca la importancia de cada una de las métricas convencionales como el alcance, el número de las impresiones y las interacciones; desde una perspectiva práctica basada en pruebas con contenido visual; el director del periódico “La Prensa” destaca que las imágenes producidas por IA generan menos interacción que las fotografías reales; se concluye del mismo modo que el tipo de contenido emocional tiene un impacto significativo en el alcance. Ambos están de acuerdo en que es fundamental el medir y ajustar en función de la respuesta de la audiencia.

Al examinar cada uno de los desafíos asociados con la implementación de estrategias de optimización de contenidos mediante IA en redes sociales, ambas posturas abogan por preservar y mantener un equilibrio entre la excelencia de carácter periodística y las necesidades del público; el experto en inteligencia artificial destaca la trascendencia de preservar la “integridad del periodismo”; ambos expertos concuerdan en que la IA debe ser considerada como un recurso de carácter complementario a la estrategia, en lugar de ser vista como una solución independiente. Es menester hacer hincapié en la importancia de “personalizar el contenido” según las preferencias de la audiencia, salvaguardados siempre presentes los objetivos editoriales y de carácter comercial.

Al analizar la relevancia de la colaboración con especialistas en Inteligencia Artificial; según el experto en inteligencia artificial, la presencia de un especialista es fundamental para la “selección del modelo apropiado” y para prevenir posibles riesgos, como los “sesgos y las alucinaciones”, que podrían afectar notablemente la calidad del contenido. Por otra parte, el director de “La Prensa” destaca la relevancia de la formación práctica al describir cada uno de los beneficios de la capacitación ofrecida por Google; ambos enfoques, en su totalidad, resaltan la importancia de colaborar con expertos, no solo con la finalidad de mejorar los procesos, sino también con el objetivo de salvaguardar el uso “ético y eficiente” de las tecnologías en cuestión.

En relación con la evolución de las estrategias de inteligencia artificial y sus ajustes constantes, ambos expertos resaltan la dinámica de carácter evolutiva aplicada en dichas estrategias, haciendo hincapié en la importancia de realizar ajustes constantes y continuos con el fin de mejorar los resultados; la importancia de los titulares generados con intervención humana se destaca con mejores resultados que los “automatizados”, lo cual pone de manifiesto la relevancia en cuanto a la interconexión entre la tecnología y creatividad humana en miras a la optimización del contenido.

En lo que respecta a la influencia del uso de herramientas de inteligencia artificial en la personalización de la experiencia del usuario en Facebook; se destaca por parte del experto que en plataformas como Facebook, la personalización se ve restringida, lo que dificulta una personalización directa desde el Diario “La Prensa”. No obstante, se señala que en las plataformas específicas del medio, como cada una de las aplicaciones móviles, es factible y eficiente adaptar cada una a la experiencia de acuerdo con los intereses del usuario. Ambos especialistas coinciden en la complejidad de alcanzar una personalización eficaz en Facebook debido a restricciones de carácter “tecnológicas y culturales”, aunque abordan el tema desde perspectivas distintas, uno desde la inteligencia artificial y el otro desde las expectativas y requerimientos del público.

4.4. Discusión de Resultados

En el análisis de métricas realizado en la página de Facebook del Diario "La Prensa" de Riobamba, entre el periodo de julio y diciembre de 2023, se evidenció la incorporación de IA en diversos aspectos relacionados con la gestión de contenidos en Facebook. Previamente al presente periodo se pudo evidenciar la falta de una estrategia coherente para generar interacción y alcance entre los usuarios de la plataforma; una de las mejoras significativas en comparación a años pasados fue la consistencia en la periodicidad de las publicaciones, en las redes sociales, la constancia es elemental para conservar el interés y la fidelidad del público, ya que permite que los seguidores esperen contenido de manera regular.

En el caso de "La Prensa", las publicaciones se realizaron de manera regular, lo que resultó en una mayor interacción entre la audiencia y el medio; la problemática sobre la falta de una planificación adecuada de años previos fue solventada en gran medida, tomando en cuenta los horarios en que la audiencia está más activa. Por otro lado, el contenido en sí mismo fue optimizado para captar la atención del público, sin embargo la falta de diversidad en los formatos es uno de los puntos débiles. Durante el periodo analizado, se fomentó el uso de publicaciones informativas, sin embargo, se limitó la incorporación de videos cortos, reels, dinámicas interactivas, lo que puede resultar monótono para los usuarios.

En la actualidad, las plataformas sociales como Facebook favorecen los formatos dinámicos, como videos, transmisiones en vivo e historias interactivas. Sin embargo, en las publicaciones de "La Prensa", estos elementos pudieron haber sido utilizados en mayor

medida, dejando de lado las publicaciones en formato “imagen”. Esta limitación en el tipo de contenido afecta directamente el alcance orgánico, pues los algoritmos de la plataforma tienden a priorizar publicaciones que contengan formatos interactivos o que fomenten la participación activa de los usuarios.

En muchos casos, los comentarios que los usuarios dejaban en las publicaciones no recibían respuesta por parte de la página oficial, lo que genera la percepción de que la audiencia no es escuchada. Las redes sociales son consideradas como espacios para la conversación y el intercambio de contenido, cuando los usuarios sienten que no existe una retroalimentación adecuada, tienden a disminuir su participación o, en el peor de los casos, a abandonar la página.

En cuanto a los aspectos más técnicos, se hizo uso de las herramientas de segmentación que ofrece Facebook; estas herramientas permiten dirigir las publicaciones a audiencias específicas según sus intereses, ubicación o comportamiento en la plataforma. Sin embargo, se observó que las publicaciones fueron emitidas estratégicamente en varios casos y en otros no, donde el análisis sobre los intereses predominantes de la audiencia de Riobamba o las temáticas que podrían resonar más con los seguidores de "La Prensa" es esencial. En aquellas publicaciones donde se utilizó un enfoque estratégico se incrementó notablemente su alcance, dirigiendo el contenido de manera precisa hacia el público objetivo.

El análisis de las publicaciones de "La Prensa" de Riobamba en Facebook durante el segundo semestre de 2023 refleja un adecuado desarrollo e incorporación de IA, optimizando tanto la forma en que se publican los contenidos como la segmentación de la misma. Es crucial que el diario se mantenga en constante evolución respecto a su estrategia digital y adopte mejores prácticas en cuanto a interacción inmediata con sus seguidores, sin dejar de lado la diversificación de formatos y el uso de herramientas de segmentación para optimizar sus resultados en redes sociales. De este modo su exponencial evolución impulsará su alcance fomentando una relación más cercana con cada parte de su audiencia, maximizando el potencial de toda la plataforma para generar participación y fidelización del público.

El uso de “estrategias de Optimización de Contenidos de IA” en la página de Facebook de "La Prensa" no solo permitió optimizar el impacto de cada una de las publicaciones, sino también maximizar la “visibilidad del medio”; junto a la automatización de procesos clave como la personalización del contenido, la adecuada segmentación de audiencias, la generación de títulos y hashtags junto al análisis predictivo, el diario potenció su presencia digital en cierta medida; sin embargo para analizar el verdadero impacto de los resultados a corto y largo plazo se debe mantener en constante evaluación la adecuada implementación de estas herramientas, mismas que deben estar alineadas con cada uno de los objetivos del medio para ofrecer un contenido que sea “relevante”, atractivo y que mantenga a la audiencia conectada.

Las entrevistas llevadas a cabo con el experto en inteligencia artificial y el director del periódico "La Prensa"; han revelado perspectivas de carácter complementarias entre sí

acerca de la aplicación efectiva de cada estrategia de inteligencia artificial y su relevancia e influencia en toda la administración de contenidos en la página de Facebook de dicho medio de comunicación; por un lado, el experto destaca y manifiesta cada una de las limitaciones intrínsecas de plataformas como Facebook, donde la personalización del contenido es controlada y dirigida por los algoritmos de la red social.

Por otro lado, el director resalta cada uno de los desafíos “culturales” y “educativos” de la audiencia, la cual suele dar prioridad e importancia al contenido rápido en lugar de aquel que ha sido creado con mayor calidad y esfuerzo; a pesar de las limitaciones mencionadas, el análisis de métricas de la red social Facebook muestra que la integración de cada una de las herramientas de Inteligencia Artificial ha producido resultados notables y relevantes. Entre estos se incluyen la mejora en la efectividad de las publicaciones, una segmentación más precisa y eficiente de las audiencias y la automatización de procesos esenciales, como la creación de títulos y hashtags.

La evidencia demuestra que, a pesar de que Facebook restringe y limita el control directo de cada uno de los medios sobre la personalización de la experiencia del usuario, la inteligencia artificial o IA ha mejorado notablemente el resultado de las estrategias de segmentación y compromiso; esto se logra al adaptar el contenido a todas las preferencias generales de las audiencias y al aumentar la “eficiencia” en la producción de publicaciones. Por lo tanto, la clave se encuentra en lograr un equilibrio intrínseco entre la utilización de cada una de las herramientas de inteligencia artificial para optimizar los resultados cuantificables, el análisis de rasgos sociales, culturales de la población y la instrucción del público para que aprecie y salvaguarde el contenido de alta calidad; la importancia de mantener estrategias de carácter tecnológicas y humanas actualizadas es trascendental, ya que mantiene la relevancia y el impacto de cada uno de los medios en un entorno digital altamente competitivo.

CAPÍTULO V.

5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. Conclusiones

Respecto a las estrategias de gestión de contenido utilizadas por el diario “La Prensa”, se concluye que los medios han incorporado ampliamente las habilidades que brinda la inteligencia artificial para optimizar la administración de sus publicaciones. Han utilizado herramientas de IA para adaptar el contenido a los intereses del público, excluyendo publicaciones con un patrón inmutable, dando prioridad a la segmentación. Esto contribuye a la difusión y pertinencia del contenido, dado que se están utilizando algoritmos para adaptar el mensaje a distintos grupos de usuarios basándose en su conducta e intereses.

El análisis de las estrategias de optimización de contenido específico de inteligencia artificial (IA) en el Diario “La Prensa” concluye la efectividad de la implementación de estas herramientas en cuanto al crecimiento de alcance de publicaciones de tipo cultural, deportivas y de crónica; sin embargo, en otras temáticas la visibilidad de las publicaciones no satisface los requerimientos. Al implementar distintas herramientas de inteligencia artificial junto a estrategias como el uso de hashtags, palabras clave, optimización de imágenes, análisis del algoritmo y consideración del timing de publicación se potencializó la visibilidad del medio de comunicación.

La creación del manual para la utilización y optimización de la inteligencia artificial (IA) en el diario “La Prensa” estableció un marco claro y preciso que guía a cada uno de los colaboradores en la efectiva implementación de tecnologías avanzadas; este documento no solo optimiza y potencia cada uno de los procesos de generación y publicación de todo el contenido, sino que también salvaguarda y garantiza los estándares éticos y profesionales en el direccionamiento de herramientas de IA, al otorgar diversas estrategias prácticas y recomendaciones de carácter específico, el manual aporta significativamente a la mejora de la calidad editorial, la correspondiente eficiencia operativa y la progresiva adaptación del diario a cada uno de los desafíos tecnológicos del entorno digital global.

5.2. Recomendaciones

Respecto a las estrategias de gestión de contenido utilizadas por el diario “La Prensa”, se recomienda progresar de forma constante y variada su estrategia; incorporando una programación a largo plazo que contemple la utilización de variados formatos, tales como videos breves, transmisiones en directo, infografías interactivas e historias. Además, es crucial mantener la personalización como una prioridad, empleando la segmentación de público y herramientas de análisis para producir contenido que se ajuste a cada uno de los intereses de los usuarios, reforzando la vinculación emocional con la marca y elevando los índices de interacción.

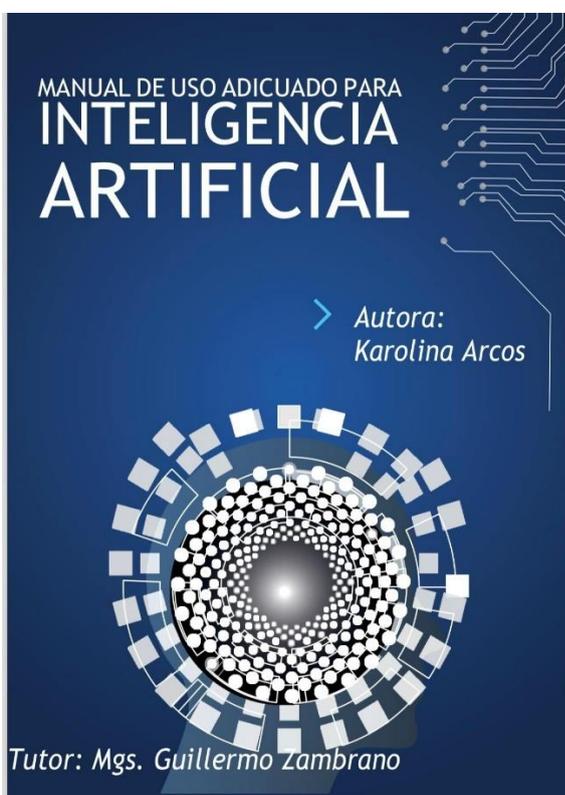
Respecto al análisis de las estrategias de optimización de contenido específico de inteligencia artificial (IA) en el Diario “La Prensa”, se recomienda que el Diario "La Prensa" establezca herramientas de inteligencia artificial enfocadas en la administración de comentarios y respuestas en tiempo real. La implementación de chatbots y asistentes virtuales propulsados por Inteligencia Artificial posibilitaría una interacción más rápida y eficaz con los seguidores, produciendo respuestas automáticas y personalizadas a preguntas habituales, lo que propiciaría una comunicación más efectiva. Además, mediante el uso de análisis de algoritmos de Inteligencia Artificial, se podría detectar con rapidez tendencias, asuntos de interés y potenciales crisis, lo que permitiría a "La Prensa" ajustar su contenido basándose en las conversaciones vigentes.

Para potencializar el impacto del manual en la operación del diario “La Prensa”, se recomienda realizar distintas capacitaciones dirigidas a cada uno de los colaboradores, enfocándose en la adecuada aplicación de cada una de las estrategias prácticas y recomendaciones de carácter específicas descritas en el documento; cada una de estas capacitaciones deberían anexar simulaciones de formato práctico y actualizaciones sobre nuevas tendencias en inteligencia artificial, certificando que el equipo no solo comprenda y asimile el contenido del manual, sino que también despliegue habilidades que robustezcan una implementación de carácter efectiva y adaptativa en un contexto digital en constante evolución. Además, se recomienda añadir un sistema de monitoreo progresivo para evaluar el correcto cumplimiento de cada uno de los estándares de carácter ético y profesional propuesto.

CAPÍTULO VI.

6. PROPUESTA

Manual De Uso Adecuado Para Inteligencia Artificial



INDICE

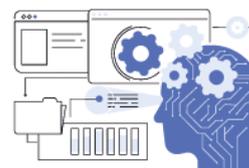
Misión	1
Visión	1
Presentación	2
Objetivo	2
Valores	3
Propuesta	4
1. Estrategia 1: Recolección y Procesamiento de Información	4
2. Estrategia 2: Personalización del Contenido	6
3. Estrategia 3: Optimización del Engagement	8
4. Estrategia 4: Redacción y Distribución de Contenidos con IA Generativa	10
5. Estrategia 5: Análisis y Clasificación Automática de Comentarios	12
Consideraciones Éticas	14

Misión

La misión del presente manual es proporcionar y otorgar a cada uno de los responsables de la gestión de contenidos en la página de Facebook del Diario "La Prensa"; recomendando distintas herramientas, prácticas y estrategias eficaces y eficientes para optimizar el efectivo uso de la Inteligencia Artificial tanto en la creación, distribución y correspondiente análisis de contenidos; se busca certificar y garantizar la implementación de distintas técnicas adecuadas que optimicen la interacción con la audiencia, impulsan y promuevan el crecimiento de la comunidad digital y salvaguarden el uso ético y responsable de la IA en el entorno mediático.

Visión

Ser un referente en la utilización ética de la Inteligencia Artificial en el periodismo digital, posicionando a la página de Facebook del Diario "La Prensa" como un ejemplo de profesionalismos y excelencia en la optimización de contenidos por medio de tecnologías avanzadas; a largo plazo, se desea que este manual se transforme en una guía y estándar para la integración eficiente de la "IA" en cada uno de los medios de comunicación digitales.



Presentación

El presente manual tiene como objetivo proporcionar y otorgar un conjunto de estrategias y propuestas para optimizar el uso de la "Inteligencia Artificial" o IA en la creación, adecuada distribución y análisis de contenidos en redes sociales como Facebook; a través de este documento, se aspira dirigir a cada uno de los equipos de comunicación y redes sociales en la implementación eficiente y ética de la "IA", garantizando que cada una de las herramientas tecnológicas no solo perfeccionen la interacción con la audiencia, sino que también salvaguarden y respeten cada uno de los principios del periodismo responsable.

Objetivo

Objetivo General

Optimizar la utilización de la IA en contenidos de Facebook del Diario "La Prensa", garantizando eficiencia y ética.

Objetivos Específicos

- Diseñar estrategias de IA para mejorar y potenciar la interacción y el crecimiento digital.
- Establecer parámetros éticos para el uso responsable de la IA.
- Capacitar a cada uno de los equipos de trabajo en el uso adecuado de la IA para la creación y distribución de contenido.

Valores

1. **Ética:** El uso de la "Inteligencia Artificial" debe estar efectivamente alineado con los "principios éticos" del periodismo; salvaguardando la veracidad de la información y respetando la privacidad de cada uno de los usuarios. Esto incluye la completa responsabilidad de evitar la manipulación de datos o la generación de contenido engañoso o sesgado.

2. **Transparencia:** La implementación de la "IA" en la creación de contenidos debe ostentar "claridad" y "comprensibilidad"; tanto para los distintos equipos internos, como para la audiencia general; cada uno de los usuarios deben ser informados sobre el uso adecuado de cada una de las herramientas automatizadas y cómo estas pueden afectar en la información que reciben del medio.

3. **Responsabilidad Social:** La "IA" debe ser manejada de manera que "apoye" y "auxilie" positivamente a la sociedad; respetando la diversidad de opiniones y fomentando la adecuada inclusión; el contenido creado y generado debe evitar toda clase de estereotipos y promover un entorno digital de carácter saludable y respetuoso.

4. **Confianza:** La confianza es un pilar importante de una relación efectiva entre el Diario "La Prensa" y su audiencia; cada una de las decisiones basadas en "IA" deben tener como objetivo y prioridad salvaguardar el respeto a cada uno de los intereses de los lectores y la "transparencia" en los distintos procesos de generación de contenido.

5. **Innovación Responsable:** La "IA" debe ser manejada no solo como una herramienta para "optimizar" diverso tipo de contenidos; sino también como un almanaque y mecanismo de innovación en la manera de interactuar con el público y audiencia; sin embargo, esta innovación debe ser "responsable" y "equilibrada", certificando que se prioricen cada uno de los intereses y derechos de los usuarios.

Propuesta

1. Estrategia 1: Recolección y Procesamiento de Información

1.1. **Uso de IA para la recopilación de datos en tiempo real:** Implementar diversas herramientas que analicen y examinen constantemente cada una de las fuentes informativas como lo son noticias, actualizaciones de redes, cables de agencias; con la finalidad y objetivo de mantener una base de datos actualizada en tiempo real

Google News API

• **Función:** Extrae distintos titulares, otorga resúmenes y enlaces de diversas noticias relevantes e importantes en tiempo real desde una variedad de fuentes a nivel globales.

• **Ejemplo de Uso:** Configurar filtros con el objetivo de captar diverso contenido relacionado con "cambio climático" o "política en Ecuador" y utilizar estratégicamente los datos e información para desarrollar distintas publicaciones de carácter específicas en la página de Facebook.

• **Ventaja:** Garantiza que el contenido sea oportuno y relevante.



Propuesta



NewsWhip

• **Función:** Rastrea y analiza qué noticias, temas o palabras clave están ganando tracción y popularidad en redes sociales en tiempo real.

• **Ejemplo de Uso:** Detectar qué artículos tienen mayor probabilidad u oportunidad de volverse virales en Facebook y priorizar su publicación.

• **Ventaja:** Maximiza e impulsa el impacto al enfocarse en contenido con elevado potencial de engagement.



Propuesta

2. Estrategia 2: Personalización del Contenido

2.1. Exposición de contenido basado en comportamiento previo

Taboola o Outbrain

• **Función:** Sistemas como Taboola o Outbrain manejan algoritmos de recomendación para otorgar contenido relacionado y personalizado a cada uno de los usuarios en función de sus comportamientos previos en el sitio web.

• **Ejemplo de Uso:** Al momento en que un usuario interactúa con un artículo sobre política; el sistema recomienda más artículos sobre temas políticos en la página de Facebook del Diario "La Prensa".

• **Ventaja:** Mantiene a cada uno de los usuarios comprometidos con contenido relevante, aumentando el tiempo de permanencia en la página.



Outbrain

Drive Better Business Results by Predicting Engagement

- Maximized Attention
- Greater ROIAS
- Drive Conversions
- Real Engagement



Propuesta



2.2. Clasificación de contenido y sentimientos en tiempo real

Google Cloud Natural Language API

- **Función:** Esta API utiliza "IA" para analizar el lenguaje natural y puede clasificar y determinar el sentimiento; las entidades y el contenido de los comentarios o publicaciones en tiempo real. Esto permite acoger cada una de las respuestas o recomendaciones según el respectivo análisis.
- **Ejemplo de Uso:** Si un usuario deja un comentario positivo sobre un artículo relacionado con política, la app Google Cloud puede identificar el tema y en base a esa interacción se recomienda otros artículos relacionados con política en la página de Facebook.
- **Ventaja:** Optimiza la interacción al entregar contenido "altamente relevante" basado en el análisis del texto.

Propuesta



3.2. Análisis Histórico del Usuario

Cortex (AI for Content Optimization)

- **Función:** Cortex utiliza "IA" para analizar cada una de las interacciones previas con el contenido y optimizarlo en función y según lo que ha generado más "engagement". Puede sugerir cambios en el diseño, la longitud o el formato del contenido.
- **Ejemplo de Uso:** Si un video de una noticia importante ocasiona muchas reacciones y compartidos, la "IA" de Cortex podría crear un formato de características similares para otras noticias de alta importancia.
- **Ventaja:** Mejora la eficacia de cada una de las publicaciones por medio de recomendaciones inspiradas en el análisis predictivo de datos históricos.

Propuesta

3. Estrategia 3: Optimización del Engagement

3.1. Identificación de contenido relevante

Buzz Sumo

- **Función:** Buzz Sumo utiliza "IA" para identificar los contenidos más compartidos y comentados en cada una de las redes sociales; lo que permite a cada uno de los creadores de contenido replicar los temas que están generando mayor tracción.
- **Ejemplo de Uso:** El Diario "La Prensa" puede usar Buzz Sumo para identificar distintas tendencias y crear contenido en relación con temas que ya están ocasionando conversación en las distintas redes sociales.
- **Ventaja:** Ayuda a general contenido más viral y atractivo; alineado con las tendencias globales del momento.



Propuesta

4. Estrategia 4: Redacción y Distribución de Contenidos con IA Generativa

4.1. Redacción Personalizada

Jasper

- **Función:** Jasper es considerada como una herramienta de "IA" generativa que ayuda a redactar diversos artículos de blog, publicaciones en redes sociales, y demás anuncios publicitarios; utiliza plantillas predefinidas y puede adaptarse al tono y estilo del Diario "La Prensa".
- **Ejemplo de Uso:** Jasper puede ser configurado para crear diversos artículos o posts en función de diversos parámetros, como el tema político, deportivo o cultura (mismas temáticas de mayor acogida por los seguidores de Diario "La Prensa" según la entrevista al Director del diario y el análisis de métricas realizado).
- **Ventaja:** Otorga una interfaz intuitiva que proporciona la generación de contenido de forma automatizada y coherente.



Propuesta



4.2. Distribución efectiva de contenido

Buffer

• **Función:** Buffer es una "plataforma de gestión de redes sociales" que utiliza "IA" para establecer los momentos idóneos para publicar y exponer contenido según la actividad de la audiencia o público; además, otorga diversos informes sobre el rendimiento de cada publicación.

• **Ejemplo de Uso:** El Diario "La Prensa" puede usar Buffer para programar de manera automática cada una de las publicaciones en Facebook, en los horarios de mayor actividad, lo que acrecenta el alcance y el engagement.

• **Ventaja:** Facilita la efectiva programación de publicaciones y salvaguarda que el contenido aterrice en la audiencia de manera asertiva y óptima.

Propuesta



5.2. Alerta Automática para comentarios negativos o sensibles

Watson Tone Analyzer

• **Función:** Watson Tone Analyzer usa "IA" para analizar y determinar el tono emocional de cada uno de los textos; clasificándolos en diversas categorías como alegría, tristeza, enojo y otras emociones. También puede identificar el tono de cada uno de los comentarios de forma general entre los cuales se encuentran el tono formal, conversacional, analítico.

• **Cómo Cumple la Función:** Cuando se encuentra un comentario con un tono negativo o agresivo como por ejemplo enojado o triste, la "IA" de Watson puede generar una alerta de manera automática para que un moderador responda adecuadamente; esto es ideal para gestionar comentarios de carácter sensibles o comentarios que puedan crear conflicto.

• **Ventaja:** Además de analizar el tono, Watson permite personalizar cada una de las alertas y crear diversos flujos de trabajo para intervenir cuando sea necesario.

Propuesta

5. Estrategia 5: Análisis y Clasificación Automática de Comentarios

5.1. Chatbots Adaptativos con IA

Mobile Monkey

• **Función:** Los chatbots como ManyChat o MobileMonkey pueden aprender de interacciones anteriores y previas con cada uno de los usuarios, mejorando la personalización de las diversas respuestas con el tiempo.

• **Ejemplo de Uso:** Si un usuario comenta varias veces sobre una noticia deportiva, el chatbot puede reconocer y salvaguardar este patrón, otorgando contenido adicional sobre esa temática en futuras interacciones.



Consideraciones éticas

1. Privacidad y Protección de Datos

Siempre debe informarse a cada uno de los usuarios sobre la "recolección de datos" y cómo serán utilizados; los usuarios deben tener la oportunidad de consentir explícitamente el uso de sus datos personales.

2. Prevención de Sesgos y Discriminación

La "IA" tiene el potencial de amplificar diversos sesgos inherentes que existen en los datos con los que se entrena; es crucial entrenar cada uno de los modelos de IA con datos "diversos" y "representativos" para evitar sesgos encada una de las decisiones automatizadas, como el contenido recomendado a los usuarios.

3. Transparencia

La transparencia en el uso de "IA" es esencial para generar y alcanzar confianza con la audiencia; cada uno de los usuarios deben entender cómo funcionan los distintos algoritmos y cómo se usan sus datos para personalizar el contenido que se les proporciona. La sencillez de los diversos modelos de IA es un tema clave; ya que muchas veces los algoritmos de "IA" pueden ser consideradas como cajas negras difíciles de interpretar.



Consideraciones éticas

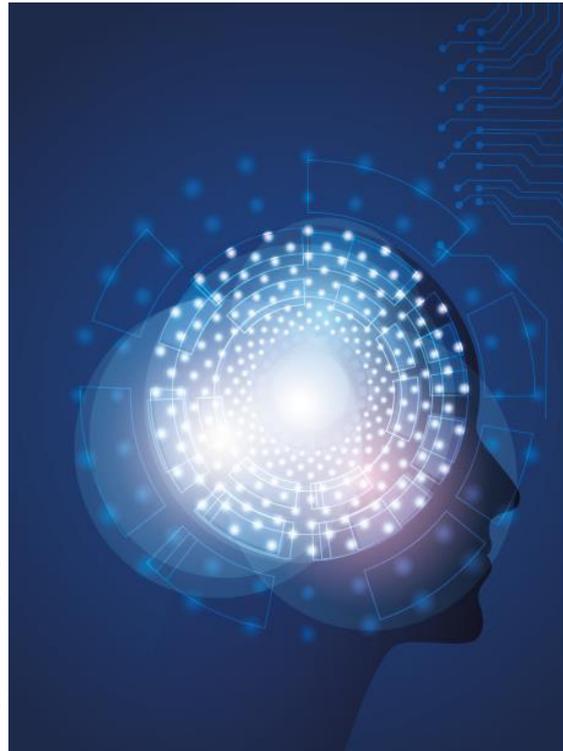


4. Integridad del Contenido y Prevención de Manipulación

El uso de "IA" en la redacción de contenido y la efectiva automatización de cada una de las publicaciones puede generar distintos desafíos en diversos términos de integridad del contenido; es importante que la "IA" no sea utilizada para generar o difundir información inexacta o errónea, causando desinformación o contenido manipulado, como noticias falsas o clickbait.

5. Manipulación de la Audiencia y Burbujas de Filtro

Certificar que los algoritmos de personalización no solo muestren u otorguen contenido que los usuarios ya están acostumbrados a ver; es importante diversificar cada uno de los temas para fomentar e impulsar el pensamiento crítico y la exposición a nuevas ideas y tendencias.



BIBLIOGRAFÍA

- Abeliuk, A. (2021). Historia y Evolución de la Inteligencia Artificial. *Revista Bits de Ciencia*, 1-8.
- Aramburú, L. (2023). Inteligencia artificial en RTVE al servicio de la España vacía. Proyecto de cobertura informativa con redacción automatizada para las elecciones municipales de 2023 . *Revista Latina de Comunicación Social*, 1-16.
- Banegas, R. (2023). Optimización de la inteligencia artificial en la educación a través. *Revista Invecom*, 1-10.
- Bazán, V. (2021). Inteligencia artificial aplicada a programas informativos de radio. Estudio de caso de segmentación automática de noticias en RNE. *Revista Profesional de la información*, 1-12.
- Calvo, L. (2020). Percepción de docentes universitarios, estudiantes, responsables de innovación y periodistas sobre el uso de inteligencia artificial en periodismo. *El profesio-nal de la información*, 1-14.
- Castellanos, J. (2020). La gestión de la información en el paradigma algorítmico: inteligencia artificial y protección de datos. *Revista Métodos de Información*, 59-82.
- Celde, C. (2022). Verificación automatizada de contenidos en las radiotelevisiónes públicas europeas: primeras aproximaciones al uso de la inteligencia artificial. *Redmarka. Revista de Marketing Aplicado*, 36-51.
- Flores, J. (2019). Inteligencia artificial y periodismo: diluyendo el impacto de la desinformación y las noticias falsas a través de los bots. *Doxa Comunicación*, 197-212.
- Flores, Y. (2021). *Influencia de un chatbot basado en inteligencia artificial mediante la plataforma Facebook Messenger para el proceso de reservas: Caso de la empresa MarlenStudio (Tesis de Grado*. Lima: Cesar Vallejo.
- Florido, A. (2020). *Modelo de Chatbot de Inteligencia Artificial articulado con el Business Process Management (BPM) del Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (MinTIC), área de la Subdirección para la Industria de Comunicaciones(Tesis de Maestría)*. Bogotá: Universidad EAN.
- Franganillo, J. (2023). La inteligencia artificial generativa y su impacto en la creación. *Methaodos*, 1-17.
- Garzón, P. (2022). Análisis sobre marcos regulatorios internacionales sobre la evolución de la Inteligencia Artificial. *Revista Poli*, 127-144.
- González, O. (2022). Los cimientos de la Inteligencia Artificial en el sistema productivo de contenidos periodísticos automatizados . *Revista de Marketing Aplicado Red Marka*, 15-35.
- Granados, J. (2020). Análisis de la inteligencia artificial en las relaciones laborales. *Revista Ces Derecho*, 111-132.
- Hernández, T. (2022). El oficio del corrector en el auge de la Inteligencia Artificial (IA). *Jóvenes en la Ciencia*, 1-4.
- IEEE. (2019). *La Inteligencia Artificial, aplicada a la defensa*. Madrid: Nipo.

- Lara, A. (2023). La evaluación, la inteligencia artificial y otras tecnologías de vanguardia en Educación General Básica Superior. *Prometeo Conocimiento Científico*, 1-14.
- Larrondo, M. (2021). Inteligencia Artificial, algoritmos y libertad de expresión. *Revista Universitas*, 177-194.
- Lopezosa, C. (2024). El uso de la Inteligencia Artificial en las redacciones: propuestas y limitaciones. *Revista de Comunicación*, 279-293.
- Manchin, J. (2023). Implicaciones y políticas editoriales de la inteligencia artificial. *Revista de Estudios de la Información*, 123-233.
- Martínez, A. (2020). Tecnologías en la inteligencia artificial para el Marketing: una revisión de la literatura. *Pro Sciences*, 36-47.
- Minetti, G. (2022). Optimización de la logística de distribución utilizando técnicas de la Inteligencia Artificial. *XXIV Edición del Workshop de investigadores en Ciencias d*, 1-5.
- Puga, E. (2021). *Análisis de la Inteligencia artificial de la red social Facebook para los comicios. Caso de estudio: Elecciones del 2021 en el Ecuador (Tesis de Grado)*. Quito: Puce.
- Quian, A. (2024). Inteligencia artificial en la prensa: estudio comparativo y exploración de noticias con ChatGPT en un medio tradicional y otro nativo digital. *Revista de Comunicación*, 457- 483.
- Repiso, R. (2024). La inteligencia artificial en los procesos editoriales y la evaluación por pares. *Revista de Investigación e Innovación en Ciencias de la Salud*, 1-4.
- Rouhiainen, L. (2018). *Inteligencia artificial: 101 cosas que debes saber hoy sobre nuestro futuro*. Córdoba: Alienta Editorial.
- Salazar, I. (2018). Los robots y la Inteligencia Artificial. Nuevos retos del periodismo. *Doxa Comunicación*, 295-315.
- Sánchez , M., Ufarte, J., & María José. (Abril de 2020). Inteligencia artificial y periodismo: una herramienta contra la desinformación. *CIDOB d'Afers Internacionals*, n° 124, 49-72.
- Sánchez, H. (2021). Transformación digital y audiencia. Tendencias y uso de la inteligencia artificial en medios verificadores. *Revista Internacional de Comunicación "Ámbitos"*, 9-20.
- Segarra, J. (2019). Inteligencia artificial (IA) aplicada a la documentación informativa y redacción periodística deportiva. El caso de BeSoccer. *Doxa Comunicación*, 275-286.
- Solórzano, A. (2020). *Análisis del uso de estrategias para la difusión de contenidos en las plataformas web (Fan Page, Twitter, Página web) del diario "La Prensa" periodo Octubre 2019 – Marzo 2020 (Tesis de Grado)* . Riobamba: Unach.
- Túñez, J. (2021). Impacto de la Inteligencia Artificial en el Periodismo: transformaciones en la empresa, los productos, los contenidos y el perfil profesional. *Communication & Society*, 177-193.
- Ufarte, M. (2019). Algoritmos y bots aplicados al periodismo. El caso de Narrativa Inteligencia Artificial: estructura, producción y calidad informativa. *Doxa Comunicación*, 213-233.

- Vega, J. (2023). ChatGPT e inteligencia artificial, señal de alerta para el proceso editorial de revistas médicas. *Ecimed*, 1-7.
- Zúñiga, F. (2023). La importancia de la Inteligencia Artificial en las Comunicaciones en los Porcesos de Marketing. *Revista de Comunicación Vivat Academia*, 19-40.

ANEXOS

1. Anexo 1

Cuestionario de Entrevista 1

Entrevistado: Mgs. Alejandro Lalama/ Director del Diario La Prensa.

Entrevistador: Karolina Arcos

Pregunta 1: ¿Cuáles fueron las principales estrategias utilizadas para crear y distribuir contenido en la página de Facebook durante el período mencionado?

Pregunta 2: ¿Hubo cambios específicos en la estrategia de contenidos de IA para adaptarse a la nueva propuesta del Diario?

Pregunta 3: ¿Se implementaron herramientas o algoritmos de inteligencia artificial para optimizar el contenido en la página de Facebook durante este período?

Pregunta 4: ¿Podría proporcionar detalles sobre cómo se integraron y utilizaron estas herramientas de IA?

Pregunta 5: ¿Cómo se gestionó la interacción con la audiencia en la página de Facebook? ¿Hubo alguna estrategia específica para fomentar la participación de los seguidores?

Pregunta 6: ¿Qué métricas se utilizaron para medir el rendimiento de las publicaciones en Facebook? ¿Hubo indicadores clave de rendimiento específicos relacionados con la IA?

Pregunta 7: ¿Enfrentaron desafíos específicos al implementar estrategias de optimización de contenidos con IA en Facebook?

Pregunta 8: ¿Hubo colaboración de expertos en inteligencia artificial o profesionales especializados en tecnología para implementar estas estrategias?

Pregunta 9: ¿Cómo evolucionaron las estrategias de IA a lo largo del tiempo? ¿Hubo ajustes continuos durante el período julio a diciembre de 2023?

Pregunta 10: ¿Cómo influyeron las herramientas de IA en la capacidad del Diario La Prensa de Riobamba para personalizar la experiencia del usuario en Facebook?

2. Anexo 2

Cuestionario de Entrevista 2

Entrevistado: Dr. Gabriel Pérez/ Especialista en IA. Entrevistador

Entrevistador: Karolina Arcos

Pregunta 1: ¿Cuáles son las principales estrategias utilizadas para crear y distribuir contenido utilizando la IA en medios impresos?

Pregunta 2: ¿Cómo ha evolucionado la estrategia de contenidos de IA para adaptarse a nuevas propuestas o enfoques en la industria?

Pregunta 3: ¿Se utilizan herramientas o algoritmos de inteligencia artificial para optimizar el contenido en plataformas de redes sociales específicamente en Facebook?

Pregunta 4: ¿Cómo se aplican las herramientas de inteligencia artificial para optimizar el contenido en plataformas de redes sociales?

Pregunta 5: ¿Cómo se gestiona la interacción con la audiencia en la red social Facebook? ¿Existen estrategias específicas para fomentar la participación de los seguidores mediante el uso de inteligencia artificial?

Pregunta 6: ¿Qué métricas se utilizan para evaluar el rendimiento de las publicaciones en la red social Facebook? ¿Existen indicadores clave de rendimiento específicos asociados al uso de inteligencia artificial?

Pregunta 7: ¿Qué desafíos existen al implementar estrategias de optimización de contenidos con IA en redes sociales?

Pregunta 8: ¿En qué medida considera que la colaboración con expertos en IA es fundamental para la implementación efectiva de estrategias en proyectos de optimización de contenidos?

Pregunta 9: ¿Cómo han evolucionado las estrategias de inteligencia artificial a lo largo del tiempo? ¿Cuáles considera que son los factores clave para realizar ajustes continuos en su implementación?

Pregunta 10: ¿Cómo influye el uso de herramientas de inteligencia artificial en la personalización de la experiencia del usuario en plataformas como Facebook de un medio impreso?

3. Anexo 3

Resultados del Análisis de Métricas en la red social Facebook del Diario “La Prensa”

Publicaciones del Diario “La Prensa” 2° sem. Agosto 2023

CONTENIDO DE FACEBOOK		
No. 11	Título	Imagen del Post
	<p>🔴🔔🔴 #ÚLTIMAHORA: El sospechoso detenido por el asesinato de #FernandoVillavicencio, habría resultado herido durante el cruce de balas con el personal de seguridad. Tras lo sucedido fue aprehendido y trasladado malherido hasta la Unidad de Flagrancia en #Quito 🔴🔵 #LaPrensaInforma</p>	 <p>» CRÓNICA MUERE SOSPECHOSO DETENIDO POR EL SICARIATO DE FERNANDO VILLAVICENCIO 09-08-2023 WWW.LAPRENSA.COM.EC</p>
<p>Fecha de publicación: 09 de Agosto de 2023</p>	<p>Tipo de Publicación: Fotografía</p>	
<p>Veces compartido: 136</p>	<p>Tipo de contenido: Informativo</p>	<p>Lenguaje: Formal Lengua: Español</p>
<p>No. de reacciones</p>	<p>Comentarios: 23</p>	<p>Hashtag: #ÚLTIMAHORA, #Quito, #LaPrensaInforma</p>
<p>Me gusta: 184 Me encanta: 5 Me enorgullece: 0 Me divierte: 0 Me Asombra: 69 Me entristece: 46 Me enoja: 18</p>	<p>Tipo de Noticia: Crónica</p>	<p>Interpretación: La imagen muestra la noticia sobre la muerte del sospechoso detenido por el Sicariato de Fernando Villavicencio</p>

Nota. Esta Tabla muestra publicaciones de alto impacto en la red social Facebook del Diario “La Prensa” 2° semana de Agosto 2023

Elaborado por: Karolina Arcos

CONTENIDO DE FACEBOOK		
No. 12	Título	Imagen del Post
	<p>●● #ATENCIÓN: Strippers en #Riobamba; ¿es común? La mayoría de mujeres, y quizá hombres también (por qué no), aún no habrán experimentado las sensaciones que genera un striptease de un hombre. #LaPrensaInforma</p>	
<p>Fecha de publicación: 11 de Agosto de 2023</p>	<p>Tipo de Publicación: Fotografía</p>	
<p>Veces compartido: 29</p>	<p>Tipo de contenido: Informativo</p>	<p>Lenguaje: Formal Lengua: Español</p>
<p>No. de reacciones</p>	<p>Comentarios: 0</p>	<p>Hashtag: #LaPrensaInforma</p>
<p>Me gusta: 207 Me encanta: 12 Me enorgullece: 2 Me divierte: 105 Me Asombra: 28 Me entristece: 1 Me enoja: 2</p>	<p>Tipo de Noticia: Social</p>	<p>Interpretación: La imagen muestra el torso de un bailarín al descubierto</p>

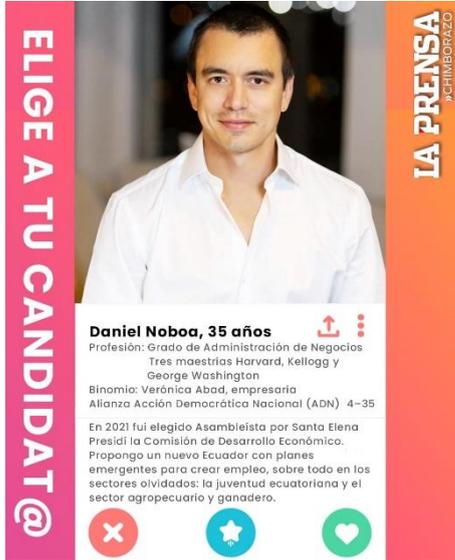
Nota. Esta Tabla muestra publicaciones de alto impacto en la red social Facebook del Diario "La Prensa" 2º semana de Agosto 2023

Elaborado por: Karolina Arcos

CONTENIDO DE FACEBOOK		
No. 13	Título	Imagen del Post
	<p>●● #ELECCIONES: A cinco días de elegir president@ de Ecuador Diario La Prensa hace un recuento de los candidatos.</p>	
<p>Fecha de publicación: 15 de Agosto de 2023</p>	<p>Tipo de Publicación: Fotografía</p>	
<p>Veces compartido: 4</p>	<p>Tipo de contenido: Informativo</p>	<p>Lenguaje: Formal Lengua: Español</p>
<p>No. de reacciones</p>	<p>Comentarios: 78</p>	<p>Hashtag: Ninguno</p>
<p>Me gusta: 68 Me encanta: 8 Me enorgullece: 0 Me divierte: 64 Me Asombra: 1 Me entristece: 0 Me enoja: 8</p>	<p>Tipo de Noticia: Política</p>	<p>Interpretación: La imagen muestra el perfil de la candidata Luisa González, de 45 años de edad por Revolución Ciudadana.</p>

Nota. Esta Tabla muestra publicaciones de alto impacto en la red social Facebook del Diario "La Prensa" 3° semana de Agosto 2023

Elaborado por: Karolina Arcos

CONTENIDO DE FACEBOOK		
No. 14	Título	Imagen del Post
	<p>●● #ELECCIONES: A cinco días de elegir president@ de Ecuador Diario La Prensa hace un recuento de los candidatos.</p>	 <p>The image shows a Facebook post for Daniel Noboa. It features a portrait of a man in a white shirt. To the left is a pink vertical banner with the text 'ELIGE A TU CANDIDAT@'. To the right is an orange vertical banner with 'LA PRENSA' and 'CHIMBORAZO'. Below the portrait, there is a bio for Daniel Noboa, 35 años, including his profession (Grado de Administración de Negocios), degrees (Harvard, Kellogg, George Washington), and political affiliation (Alianza Acción Democrática Nacional (ADN) 4-35). It also mentions his role as a legislator and his proposals for economic development.</p>
<p>Fecha de publicación: 16 de Agosto de 2023</p>	<p>Tipo de Publicación: Fotografía</p>	
<p>Veces compartido: 17</p>	<p>Tipo de contenido: Informativo</p>	<p>Lenguaje: Formal Lengua: Español</p>
<p>No. de reacciones Me gusta: 332 Me encanta: 61 Me enorgullece: 3 Me divierte: 2 Me Asombra: 1 Me entristece: 0 Me enoja: 1</p>	<p>Comentarios: 65 Tipo de Noticia: Política</p>	<p>Hashtag: #ELECCIONES Interpretación: La imagen muestra el perfil del candidato Daniel Noboa, de 35 años de edad por el partido Político ADN.</p>

Nota. Esta Tabla muestra publicaciones de alto impacto en la red social Facebook del Diario “La Prensa” 3° semana de Agosto 2023

Elaborado por: Karolina Arcos

Contenido De Facebook		
No. 15	Título	Imagen Del Post
	<p>🇷🇺 🇪🇨 🇧🇷 #Elecciones: Según Datos Del Consejo Nacional Electoral (#Cne) Hasta El Momento Con El 0.04% De Actas Escrutadas La Candidata Luisa González Está Liderando Las Votaciones Con El 38.59 %, Seguida De Los Candidatos Daniel Noboa Con El 18.96% Y Jan Topic Con El 14.14 %.</p> <p>🇷🇺 🇧🇷 #Laprensainforma</p>	
<p>Fecha De Publicación: 20 De Agosto De 2023</p>	<p>Tipo De Publicación: Fotografía</p>	
<p>Veces Compartido: 26</p>	<p>Tipo De Contenido: Informativo</p>	<p>Lenguaje: Formal Lengua: Español</p>
<p>No. De Reacciones</p>	<p>Comentarios: 135</p>	<p>Hashtag: #Elecciones, #Cne, #Laprensainforma</p>
<p>Me Gusta: 198 Me Encanta: 46 Me Enorgullece: 2 Me Divierte: 63 Me Asombra: 5 Me Entristece: 20 Me Enoja: 19</p>	<p>Tipo De Noticia: Política</p>	<p>Interpretación: La Imagen Muestra Los Resultados Electorales Del Cne, Respecto A Las Elecciones Presidenciales De Agosto 2023</p>

Nota. Esta Tabla muestra publicaciones de alto impacto en la red social Facebook del Diario "La Prensa" 4° semana de Agosto 2023

Elaborado por: Karolina Arcos

CONTENIDO DE FACEBOOK		
No. 16	Título	Imagen del Post
	<p> #Crónica En #Riobamba, se registró un accidente de tránsito este miércoles 30, en horas de la mañana, entre una camioneta y un automóvil tipo taxi. El lamentable suceso ocurrió en la Av. Daniel León Borja. Noticia en desarrollo... #LaPrensaInforma</p>	
<p>Fecha de publicación: 30 de Agosto de 2023</p>	<p>Tipo de Publicación: Fotografía</p>	
<p>Veces compartido: 50</p>	<p>Tipo de contenido: Informativo</p>	<p>Lenguaje: Formal Lengua: Español</p>
<p>No. de reacciones</p>	<p>Comentarios: 171</p>	<p>Hashtag: #Riobamba, #LaPrensaInforma, #Crónica</p>
<p>Me gusta: 260 Me encanta: 2 Me enorgullece: 0 Me divierte: 1 Me Asombra: 75 Me entristece: 117 Me enoja: 5</p>	<p>Tipo de Noticia: Crónica</p>	<p>Interpretación: La imagen muestra la noticia de un accidente de tránsito con daños materiales</p>

Nota. Esta Tabla muestra publicaciones de alto impacto en la red social Facebook del Diario "La Prensa" 4° semana de Agosto 2023

Elaborado por: Karolina Arcos

CONTENIDO DE FACEBOOK		
No. 17	Título	Imagen del Post
	<p>🏆 #Deporte: Dos medallas de oro y una de bronce obtuvieron los deportistas que representan a #Chimborazo durante el desarrollo de los X #JuegosNacionalesJuveniles en la disciplina de Karate do. #LaPrensaInforma</p>	
<p>Fecha de publicación: 03 de Septiembre de 2023</p>	<p>Tipo de Publicación: Fotografía</p>	
<p>Veces compartido: 86</p>	<p>Tipo de contenido: Informativo</p>	<p>Lenguaje: Formal Lengua: Español</p>
<p>No. de reacciones</p>	<p>Comentarios: 33</p>	<p>Hashtag: #Deporte, #Chimborazo, #JuegosNacionalesJuveniles, #LaPrensaInforma</p>
<p>Me gusta: 623 Me encanta: 119 Me enorgullece: 3 Me divierte: 0 Me Asombra: 1 Me entristece: 0 Me enoja: 0</p>	<p>Tipo de Noticia: Deporte</p>	<p>Interpretación: La imagen muestra la exitosa participación de la Provincia de Chimborazo en Campeonato Nacional de Karate Do</p>

Nota. Esta Tabla muestra publicaciones de alto impacto en la red social Facebook del Diario "La Prensa" 1º semana de Septiembre 2023

Elaborado por: Karolina Arcos

CONTENIDO DE FACEBOOK		
No. 18	Título	Imagen del Post
	<p>† #Notadepesar Diario La Prensa se une en oración por el eterno descanso de quien en vida fue: Jofre Raúl Ilbay, colaborador de Total Home. Lamentamos su pérdida y elevamos nuestras oraciones para que su familia y seres queridos encuentren consuelo.</p> <p>#LaPrensaInforma</p>	
<p>Fecha de publicación: 10 de Septiembre de 2023</p>	<p>Tipo de Publicación: Fotografía</p>	
<p>Veces compartido: 22</p>	<p>Tipo de contenido: Informativo</p>	<p>Lenguaje: Formal Lengua: Español</p>
<p>No. de reacciones</p>	<p>Comentarios: 19</p>	<p>Hashtag: #Notadepesar, #LaPrensaInforma</p>
<p>Me gusta: 112 Me encanta: 0 Me enorgullece: 0 Me divierte: 0 Me Asombra: 2 Me entristece: 224 Me enoja: 0</p>	<p>Tipo de Noticia: Nota de Pesar</p>	<p>Interpretación: La imagen muestra la nota de pesar de Jofre Raúl Ilbay, fallecido el 10 de septiembre del 2023</p>

Nota. Esta Tabla muestra publicaciones de alto impacto en la red social Facebook del Diario “La Prensa” 1° semana de Septiembre 2023

Elaborado por: Karolina Arcos

CONTENIDO DE FACEBOOK		
No. 19	Título	Imagen del Post
	<p> #Atención En horas de la tarde, este lunes 11 varias personas se encuentran protestando en los exteriores del Consejo Nacional Electoral (#CNE) en #Quito. Los ciudadanos exigen la renuncia de la presidenta de la entidad #DianaAtamaint. #LaPrensaInforma</p>	
<p>Fecha de publicación: 11 de Septiembre de 2023</p>	<p>Tipo de Publicación: Fotografía</p>	
<p>Veces compartido: 590</p>	<p>Tipo de contenido: Informativo</p>	<p>Lenguaje: Formal Lengua: Español</p>
<p>No. de reacciones</p>	<p>Comentarios: 652</p>	<p>Hashtag: #SomosDiarioLaPrensa, # DianaAtamaint</p>
<p>Me gusta: 1378 Me encanta: 111 Me enorgullece: 6 Me divierte: 122 Me Asombra: 23 Me entristece: 2 Me enoja: 11</p>	<p>Tipo de Noticia: Informativa</p>	<p>Interpretación: La imagen muestra manifestaciones a las afueras del CNE en Quito</p>

Nota. Esta Tabla muestra publicaciones de alto impacto en la red social Facebook del Diario “La Prensa” 2° semana de Septiembre 2023

Elaborado por: Karolina Arcos

CONTENIDO DE FACEBOOK		
No. 20	Título	Imagen del Post
	<p> #Crónica La tragedia ocurrió después de que Brenda. L consumiera #alcohol étílico a escondidas, lo que desencadenó una serie de supuestos castigos físicos y psicológicos por parte de la responsable del lugar. Conoce su historia. #LaPrensaInforma</p>	
<p>Fecha de publicación: 15 de Septiembre de 2023</p>	<p>Tipo de Publicación: Fotografía</p>	
<p>Veces compartido: 61</p>	<p>Tipo de contenido: Informativo</p>	<p>Lenguaje: Formal Lengua: Español</p>
<p>No. de reacciones</p>	<p>Comentarios: 37</p>	<p>Hashtag: #LaPrensaInforma</p>
<p>Me gusta: 179 Me encanta: 0 Me enorgullece: 0 Me divierte: 0 Me Asombra: 45 Me entristece: 244 Me enoja: 13</p>	<p>Tipo de Noticia: Crónica</p>	<p>Interpretación: La imagen muestra fotografía de la joven de nombre Brenda L. fallecida.</p>

Nota. Esta Tabla muestra publicaciones de alto impacto en la red social Facebook del Diario “La Prensa” 2° semana de Septiembre 2023

Elaborado por: Karolina Arcos

CONTENIDO DE FACEBOOK		
No. 21	Título	Imagen del Post
	<p>📢 #Actualidad El pasado sábado 16, en el Teatro León, de #Riobamba se llevó a cabo la elección ‘Rey del Ecuador’. El momento culminante de la noche llegó cuando se reveló que Abel Díaz, representante del Guayas, se coronó como el nuevo ‘Rey del Ecuador’. Más detalles aquí</p> <p>➡ #LaPrensaInforma</p>	 <p>The image is a Facebook post featuring a photograph of Abel Díaz being crowned. He is wearing a white cape and a crown. The text overlay on the image reads: '» ACTUALIDAD ABEL DÍAZ ES EL NUEVO 'REY DEL ECUADOR'' with the date '18-09-2023' and the website 'WWW.LAPRENSA.COM.EC' at the bottom.</p>
<p>Fecha de publicación: 18 de Septiembre de 2023</p>	<p>Tipo de Publicación: Fotografía</p>	
<p>Veces compartido: 24</p>	<p>Tipo de contenido: Informativo</p>	<p>Lenguaje: Formal Lengua: Español</p>
<p>No. de reacciones</p> <p>Me gusta: 241 Me encanta: 27 Me enorgullece: 2 Me divierte: 717 Me Asombra: 9 Me entristece: 4 Me enoja: 2</p>	<p>Comentarios: 332</p> <p>Tipo de Noticia: Social</p>	<p>Hashtag: #LaPrensaInforma</p> <p>Interpretación: La imagen muestra al ganador del certamen “Rey del Ecuador” de nombre Abel Díaz</p>

Nota. Esta Tabla muestra publicaciones de alto impacto en la red social Facebook del Diario “La Prensa” 3° semana de Septiembre 2023

Elaborado por: Karolina Arcos

CONTENIDO DE FACEBOOK		
No. 22	Título	Imagen del Post
	<p> #Atención Tras recibir tiros, un individuo se estrelló contra un cerramiento. La #víctima fue identificada como un presunto cabecilla de un grupo de extorsionadores. ¿Cómo sucedió?  https://lc.cx/0IN2gn #LaPrensaInforma</p>	
<p>Fecha de publicación: 22 de Septiembre de 2023</p>	<p>Tipo de Publicación: Fotografía</p>	
<p>Veces compartido: 30</p>	<p>Tipo de contenido: Informativo</p>	<p>Lenguaje: Formal Lengua: Español</p>
<p>No. de reacciones</p> <p>Me gusta: 324 Me encanta: 44 Me enorgullece: 0 Me divierte: 2 Me Asombra: 10 Me entristece: 3 Me enoja: 1</p>	<p>Comentarios: 43</p> <p>Tipo de Noticia: Crónica</p>	<p>Hashtag: #LaPrensaInforma</p> <p>Interpretación: La imagen muestra un agente de policía en operativo dentro de la carretera</p>

Nota. Esta Tabla muestra publicaciones de alto impacto en la red social Facebook del Diario “La Prensa” 3° semana de Septiembre 2023

Elaborado por: Karolina Arcos

CONTENIDO DE FACEBOOK		
No. 23	Título	Imagen del Post
	<p>#Educación Kerly Vaca, estudiante de la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo (#Espoch), fue la ganadora de un galardón que forma parte del concurso ‘Hult Prize 2023’ (Premio Nobel para estudiantes). ¿Cuál fue el reconocimiento? →</p> <p>https://lc.cx/hBhdB4</p> <p>#LaPrensaInforma</p>	
<p>Fecha de publicación: 25 de Septiembre de 2023</p>	<p>Tipo de Publicación: Fotografía</p>	
<p>Veces compartido: 206</p>	<p>Tipo de contenido: Informativo</p>	<p>Lenguaje: Formal Lengua: Español</p>
<p>No. de reacciones</p> <p>Me gusta: 896 Me encanta: 226 Me enorgullece: 6 Me divierte: 8 Me Asombra: 0 Me entristece: 0 Me enoja: 0</p>	<p>Comentarios: 45</p> <p>Tipo de Noticia: Educación</p>	<p>Hashtag: #LaPrensaInforma</p> <p>Interpretación: La imagen muestra a Kerly Vaca, recibiendo su premio en el concurso ‘Hult Prize 2023’, en representación de la ESPOCH</p>

Nota. Esta Tabla muestra publicaciones de alto impacto en la red social Facebook del Diario “La Prensa” 4° semana de Septiembre 2023

Elaborado por: Karolina Arcos

CONTENIDO DE FACEBOOK		
No. 24	Título	Imagen del Post
	<p> #Deporte La riobambeña Mishell Huacho participó en Exotic Generation #Argentina, de la cual fue la ganadora. Este show internacional reúne a profesionales de Exotic Pole Dance alrededor del Mundo. ¿Cómo se preparó? →</p> <p>#LaPrensaInforma</p>	
<p>Fecha de publicación: 29 de Septiembre de 2023</p>	<p>Tipo de Publicación: Fotografía</p>	
<p>Veces compartido: 16</p>	<p>Tipo de contenido: Informativo</p>	<p>Lenguaje: Formal Lengua: Español</p>
<p>No. de reacciones</p>	<p>Comentarios: 21</p>	<p>Hashtag: #LaPrensaInforma</p>
<p>Me gusta: 9 Me encanta: 0 Me enorgullece: 0 Me divierte: 0 Me Asombra: 0 Me entristece: 0 Me enoja: 0</p>	<p>Tipo de Noticia: Social</p>	<p>Interpretación: La imagen muestra la primera participación de Mishell Huacho en el certamen Exotic Generation</p>

Nota. Esta Tabla muestra publicaciones de alto impacto en la red social Facebook del Diario “La Prensa” 4° semana de Septiembre 2023

Elaborado por: Karolina Arcos

CONTENIDO DE FACEBOOK		
No. 25	Título	Imagen del Post
	<p>#Gastronomía La colada de máchica es una bebida tradicional de la sierra ecuatoriana que se elabora a partir de harina tostada de cebada. Es una opción saludable y nutritiva, rica en proteínas y fibras, que proporciona energía sostenida. Más detalles →</p> <p>#LaPrensaInforma</p>	 <p>» GASTRONOMÍA LA COLADA DE MÁCHICA ES UN ‘TESORO’ ANDINO</p> <p>01-10-2023 WWW.LAPRENSA.COM.EC</p>
<p>Fecha de publicación: 01 de Octubre de 2023</p>	<p>Tipo de Publicación: Fotografía</p>	
<p>Veces compartido: 1</p>	<p>Tipo de contenido: Publicitario</p>	<p>Lenguaje: Formal Lengua: Español</p>
<p>No. de reacciones</p>	<p>Comentarios: 69</p>	<p>Hashtag: #LaPrensaInforma</p>
<p>Me gusta: 1163 Me encanta: 432 Me enorgullece: 17 Me divierte: 1 Me Asombra: 1 Me entristece: 0 Me enoja: 0</p>	<p>Tipo de Noticia: Gastronomía</p>	<p>Interpretación: La imagen muestra los ingredientes para la preparación de la tradicional colada de machica</p>

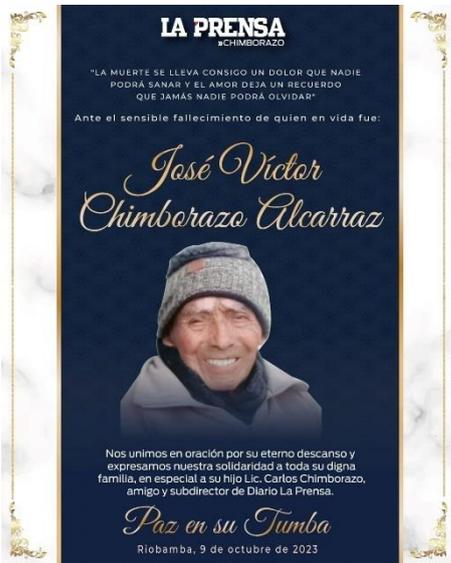
Nota. Esta Tabla muestra publicaciones de alto impacto en la red social Facebook del Diario “La Prensa” 1° semana de Octubre 2023

Elaborado por: Karolina Arcos

CONTENIDO DE FACEBOOK		
No. 26	Título	Imagen del Post
	<p>📢 #Importante ¡Atención estudiantes de la Universidad Nacional de Chimborazo y la Escuela Superior Politécnica del Chimborazo -Espoch 🎓. El próximo martes, 10 de octubre, marca el inicio de un nuevo período #académico. ¡Esperamos que tengan un excelente semestre! 📁📖 Recuerden informarse Porque #LaPrensaInforma</p>	
<p>Fecha de publicación: 08 de Octubre de 2023</p>	<p>Tipo de Publicación: Fotografía</p>	
<p>Veces compartido: 41</p>	<p>Tipo de contenido: Informativo</p>	<p>Lenguaje: Formal Lengua: Español</p>
<p>No. de reacciones</p> <p>Me gusta: 476 Me encanta: 9 Me enorgullece: 4 Me divierte: 120 Me Asombra: 11 Me entristece: 108 Me enoja: 1</p>	<p>Comentarios: 77</p> <p>Tipo de Noticia: Informativo</p>	<p>Hashtag: #LaPrensaInforma</p> <p>Interpretación: La imagen muestra la entrada principal de la ESPOCH en la ciudad de Riobamba</p>

Nota. Esta Tabla muestra publicaciones de alto impacto en la red social Facebook del Diario “La Prensa” 1º semana de Octubre 2023

Elaborado por: Karolina Arcos

CONTENIDO DE FACEBOOK		
No. 27	Título	Imagen del Post
	<p>📌 #Notadepesar Diario La Prensa se une en oración por el eterno descanso de quien en vida fue: José Víctor Chimborazo Alcarraz. Expresamos nuestra solidaridad a toda su digna familia, especialmente con su hijo, Lic. Carlos Chimborazo; amigo y subdirector de Diario La Prensa. Lamentamos su pérdida y elevamos nuestras oraciones para que encuentren consuelo. #LaPrensaInforma</p>	
<p>Fecha de publicación: 09 de Octubre de 2023</p>	<p>Tipo de Publicación: Fotografía</p>	
<p>Veces compartido: 2</p>	<p>Tipo de contenido: Informativo</p>	<p>Lenguaje: Formal Lengua: Español</p>
<p>No. de reacciones</p>	<p>Comentarios: 63</p>	<p>Hashtag: #Notadepesar, #LaPrensaInforma</p>
<p>Me gusta: 51 Me encanta: 2 Me enorgullece: 0 Me divierte: 0 Me Asombra: 1 Me entristece: 69 Me enoja: 0</p>	<p>Tipo de Noticia: Nota de Pesar</p>	<p>Interpretación: La imagen muestra la nota de pesar de José Víctor Chimborazo Alcarraz, fallecido el 09 de octubre del 2023”</p>

Nota. Esta Tabla muestra publicaciones de alto impacto en la red social Facebook del Diario “La Prensa” 2° semana de Octubre 2023

Elaborado por: Karolina Arcos

CONTENIDO DE FACEBOOK		
No. 28	Título	Imagen del Post
	<p>📦 #Elecciones ¡Esperamos el día de las #elecciones2023! Y queremos conocer tu opinión: ¿por quién votarías, si las elecciones fueran hoy?</p>	
<p>Fecha de publicación: 11 de Octubre de 2023</p>	<p>Tipo de Publicación: Fotografía</p>	
<p>Veces compartido: 3</p>	<p>Tipo de contenido: Informativo</p>	<p>Lenguaje: Formal Lengua: Español</p>
<p>No. de reacciones</p>	<p>Comentarios: 423</p>	<p>Hashtag: #Elecciones, #elecciones2023, #LaPrensaInforma, #VotaConResponsabilidad</p>
<p>Me gusta: 565 Me encanta: 0 Me enorgullece: 0 Me divierte: 4 Me Asombra: 794 Me entristece: 0 Me enoja: 2</p>	<p>Tipo de Noticia: Política</p>	<p>Interpretación: La imagen muestra la encuesta pública en referencia a las elecciones presidenciales entre Luisa Gonzáles de Revolución Ciudadana y Daniel Noboa de ADN por la Segunda Vuelta Electoral</p>

Nota. Esta Tabla muestra publicaciones de alto impacto en la red social Facebook del Diario “La Prensa” 2° semana de Octubre 2023

Elaborado por: Karolina Arcos

CONTENIDO DE FACEBOOK		
No. 29	Título	Imagen del Post
	<p>👁️ #ReacciónElectoral Daniel Noboa Azin, presidente electo de #Ecuador, agradeció el apoyo en su cuenta oficial. Ofrece trabajar para cumplir sus promesas de campaña y "castigar" la corrupción.</p> <p>#LaPrensaInforma #Elecciones2023Ec</p>	
<p>Fecha de publicación: 21 de Octubre de 2023</p>	<p>Tipo de Publicación: Fotografía</p>	
<p>Veces compartido: 10</p>	<p>Tipo de contenido: Informativo</p>	<p>Lenguaje: Formal Lengua: Español</p>
<p>No. de reacciones</p>	<p>Comentarios: 25</p>	<p>Hashtag: #LaPrensaInforma #Elecciones2023Ec</p>
<p>Me gusta: 240 Me encanta: 22 Me enorgullece: 2 Me divierte: 22 Me Asombra: 0 Me entristece: 0 Me enoja: 6</p>	<p>Tipo de Noticia: Política</p>	<p>Interpretación: La imagen representa al presidente electo del Ecuador Daniel Noboa</p>

Nota. Esta Tabla muestra publicaciones de alto impacto en la red social Facebook del Diario “La Prensa” 3° semana de Octubre 2023

Elaborado por: Karolina Arcos

CONTENIDO DE FACEBOOK		
No. 30	Título	Imagen del Post
	<p>⚽ #Deportes #FuriaVerde dejó a Centro Deportivo Olmedo fuera del #AscensoNacional2023 con un gol sobre la hora. Al final del partido ingresaron 'hinchas' riobambeños e intentaron agredir al cuerpo arbitral y jugadores. #LaPrensaInforma</p>	
<p>Fecha de publicación: 21 de Octubre de 2023</p>	<p>Tipo de Publicación: Fotografía</p>	
<p>Veces compartido: 55</p>	<p>Tipo de contenido: Informativo</p>	<p>Lenguaje: Formal Lengua: Español</p>
<p>No. de reacciones</p>	<p>Comentarios: 231</p>	<p>Hashtag: #Deportes, #FuriaVerde, #AscensoNacional2023, #hinchas, #LaPrensaInforma</p>
<p>Me gusta: 205 Me encanta: 5 Me enorgullece: 0 Me divierte: 207 Me Asombra: 20 Me entristece: 278 Me enoja: 22</p>	<p>Tipo de Noticia: Deporte</p>	<p>Interpretación: La imagen detalla la situación deportiva de Centro Deportivo “Olmedo”, al quedarse afuera del ascenso en el último minuto</p>

Nota. Esta Tabla muestra publicaciones de alto impacto en la red social Facebook del Diario “La Prensa” 3° semana de Octubre 2023

Elaborado por: Karolina Arcos

CONTENIDO DE FACEBOOK		
No. 31	Título	Imagen del Post
	<p>⚽ #Deporte #DaquilemaFC logró una importante victoria 1x0 sobre #TorerosFC en su lucha por ascender a la Serie 'B', llenando de ilusiones a su hinchada. Un solitario gol de Romero al 46' mantiene vivo al club Riobambeño en el #Ascenso2023. ¿A quién enfrentará en cuartos de final?</p> <p>➔ #LaPrensaInforma</p>	
<p>Fecha de publicación: 24 de Octubre de 2023</p>	<p>Tipo de Publicación: Fotografía</p>	
<p>Veces compartido: 8</p>	<p>Tipo de contenido: Informativo</p>	<p>Lenguaje: Formal Lengua: Español</p>
<p>No. de reacciones</p>	<p>Comentarios: 16</p>	<p>Hashtag: #LaPrensaInforma, #Deporte, #DaquilemaFC, #Ascenso2023</p>
<p>Me gusta: 210 Me encanta: 15 Me enorgullece: 2 Me divierte: 1 Me Asombra: 1 Me entristece: 0 Me enoja: 0</p>	<p>Tipo de Noticia: Deporte</p>	<p>Interpretación: La imagen muestra a un jugador del Daquilema FC, con sus brazos en alto en señal de triunfo</p>

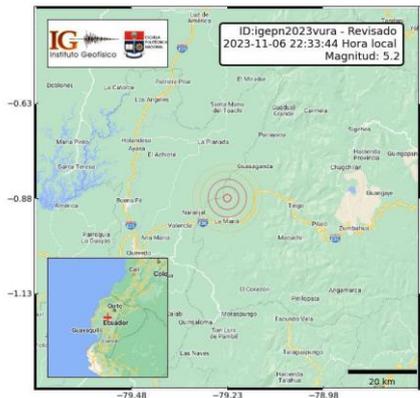
Nota. Esta Tabla muestra publicaciones de alto impacto en la red social Facebook del Diario "La Prensa" 4º semana de Octubre 2023

Elaborado por: Karolina Arcos

CONTENIDO DE FACEBOOK		
No. 32	Título	Imagen del Post
	<p>🏆 #Deporte Después de 120 minutos igualados y una infartante tanda de Penales: Liga Deportiva Universitaria sumó su quinta estrella internacional.</p>	
<p>Fecha de publicación: 28 de Octubre de 2023</p>	<p>Tipo de Publicación: Fotografía</p>	
<p>Veces compartido: 42</p>	<p>Tipo de contenido: Informativo</p>	<p>Lenguaje: Formal Lengua: Español</p>
<p>No. de reacciones</p>	<p>Comentarios: 21</p>	<p>Hashtag: #Deporte, #FortalezaEC, #LDU</p>
<p>Me gusta: 661 Me encanta: 192 Me enorgullece: 8 Me divierte: 4 Me Asombra: 0 Me entristece: 0 Me enoja: 0</p>	<p>Tipo de Noticia: Deporte</p>	<p>Interpretación: La imagen hace referencia al quinto campeonato Internacional de Liga Deportiva Universitaria en representación de Ecuador, ganando la Copa Sudamericana</p>

Nota. Esta Tabla muestra publicaciones de alto impacto en la red social Facebook del Diario “La Prensa” 4° semana de Octubre 2023

Elaborado por: Karolina Arcos

CONTENIDO DE FACEBOOK		
No. 33	Título	Imagen del Post
	<p>● ¿Sintió este sismo?</p> <p>● #Temblor: El Instituto Geofísico EPN - Ecuador reportó un #sismos de Magnitud: 5.2 Profundidad: 21 km, a 6.58 km de La Mana, Cotopaxi, Latitud: -0.88 Longitud: -79.23 Ecuador. #LaPrensaInforma</p>	
<p>Fecha de publicación: 06 de Noviembre de 2023</p>	<p>Tipo de Publicación: Fotografía</p>	
<p>Veces compartido: 33</p>	<p>Tipo de contenido: Informativo</p>	<p>Lenguaje: Formal Lengua: Español</p>
<p>No. de reacciones</p>	<p>Comentarios: 39</p>	<p>Hashtag: #TransportePatria, #ServicioDeEncomiendas</p>
<p>Me gusta: 189 Me encanta: 0 Me enorgullece: 0 Me divierte: 2 Me Asombra: 24 Me entristece: 44 Me enoja: 0</p>	<p>Tipo de Noticia: Informativo</p>	<p>Interpretación: La imagen muestra la ubicación geográfica del epicentro en el Sismo de Magnitud 5.2 en el sector de La Mana- Cotopaxi</p>

Nota. Esta Tabla muestra publicaciones de alto impacto en la red social Facebook del Diario “La Prensa” 1° semana de Noviembre 2023

Elaborado por: Karolina Arcos

CONTENIDO DE FACEBOOK		
No. 34	Título	Imagen del Post
	<p>●● #Urgente: Tres muertos es el saldo de un accidente de tránsito ocurrido en el sector de San Andrés. ●●</p> <p>🔄 Noticia en desarrollo. #LaPrensaInforma</p>	
<p>Fecha de publicación: 13 de Noviembre de 2023</p>	<p>Tipo de Publicación: Fotografía</p>	
<p>Veces compartido: 148</p>	<p>Tipo de contenido: Informativo</p>	<p>Lenguaje: Formal Lengua: Español</p>
<p>No. de reacciones</p>	<p>Comentarios: 48</p>	<p>Hashtag: #Urgente, #LaPrensaInforma</p>
<p>Me gusta: 494 Me encanta: 2 Me enorgullece: 2 Me divierte: 0 Me Asombra: 110 Me entristece: 642 Me enoja: 0</p>	<p>Tipo de Noticia: Crónica</p>	<p>Interpretación: La imagen muestra el choque de un vehículo en el sector “San Andrés”, dejando 3 muertos de saldo</p>

Nota. Esta Tabla muestra publicaciones de alto impacto en la red social Facebook del Diario “La Prensa” 1° semana de Noviembre 2023

Elaborado por: Karolina Arcos

CONTENIDO DE FACEBOOK		
No. 35	Título	Imagen del Post
	<p>● #Riobamba: En las calles Carabobo y Venezuela se registró un siniestro vial entre un camión y un automóvil. Hasta el momento se registran daños materiales. ●</p> <p>🔄 Noticia en desarrollo #LaPrensaInforma</p>	
<p>Fecha de publicación: 16 de Noviembre de 2023</p>	<p>Tipo de Publicación: Fotografía</p>	
<p>Veces compartido: 26</p>	<p>Tipo de contenido: Informativo</p>	<p>Lenguaje: Formal Lengua: Español</p>
<p>No. de reacciones</p>	<p>Comentarios: 34</p>	<p>Hashtag: #Riobamba, #LaPrensaInforma</p>
<p>Me gusta: 183 Me encanta: 0 Me enorgullece: 0 Me divierte: 1 Me Asombra: 53 Me entristece: 48 Me enoja: 1</p>	<p>Tipo de Noticia: Crónica</p>	<p>Interpretación: La imagen muestra el impacto de un camión dentro de un accidente de tránsito en las calles Carabobo y Venezuela</p>

Nota. Esta Tabla muestra publicaciones de alto impacto en la red social Facebook del Diario “La Prensa” 2° semana de Noviembre 2023

Elaborado por: Karolina Arcos

CONTENIDO DE FACEBOOK		
No. 36	Título	Imagen del Post
	<p>📢 #Denuncia Jhoana, #agentetránsito con #discapacidad, cambió a tareas administrativas tras un accidente. Sin embargo, un nuevo director en la #DireccióndeMovilidad la dejó sin funciones definidas. ¿Cómo se abordará este caso a nivel institucional? ➔ https://lc.cx/wJ18L_ #LaPrensaInforma</p>	
<p>Fecha de publicación: 19 de Noviembre de 2023</p>	<p>Tipo de Publicación: Fotografía</p>	
<p>Veces compartido: 62</p>	<p>Tipo de contenido: Informativo</p>	<p>Lenguaje: Formal Lengua: Español</p>
<p>No. de reacciones</p>	<p>Comentarios: 47</p>	<p>Hashtag: #Denuncia Jhoana, #agentetránsito, #discapacidad, #LaPrensaInforma</p>
<p>Me gusta: 109 Me encanta: 0 Me enorgullece: 0 Me divierte: 1 Me Asombra: 17 Me entristece: 40 Me enoja: 32</p>	<p>Tipo de Noticia: Informativo</p>	<p>Interpretación: La imagen muestra el collage de dos imágenes, la agente de tránsito gravemente en una camilla y a la derecha la misma agente rehabilitada</p>

Nota. Esta Tabla muestra publicaciones de alto impacto en la red social Facebook del Diario “La Prensa” 2° semana de Noviembre 2023

Elaborado por: Karolina Arcos

CONTENIDO DE FACEBOOK		
No. 37	Título	Imagen del Post
	<p>● #URGENTE ● #Temblor: Hace pocos minutos el Instituto Geofísico EPN - Ecuador informó sobre un #sismo de Magnitud: 5.1 Profundidad: 38 km, a 90.11 km de Macas, Morona Santiago, Latitud: -2.09 Longitud: -77.34 ¿Sintió este sismo? #LaPrensaInforma</p>	
<p>Fecha de publicación: 22 de Noviembre de 2023</p>	<p>Tipo de Publicación: Fotografía</p>	
<p>Veces compartido: 23</p>	<p>Tipo de contenido: Informativo</p>	<p>Lenguaje: Formal Lengua: Español</p>
<p>No. de reacciones</p>	<p>Comentarios: 14</p>	<p>Hashtag: #URGENTE, #Temblor, #sismo, #LaPrensaInforma</p>
<p>Me gusta: 190 Me encanta: 1 Me enorgullece: 0 Me divierte: 0 Me Asombra: 29 Me entristece: 11 Me enoja: 0</p>	<p>Tipo de Noticia: Informativo</p>	<p>Interpretación: La imagen muestra la ubicación geográfica del epicentro en el Sismo de Magnitud 5.2 en el sector de Macas- Morona Santiago</p>

Nota. Esta Tabla muestra publicaciones de alto impacto en la red social Facebook del Diario "La Prensa" 3° semana de Noviembre 2023

Elaborado por: Karolina Arcos

CONTENIDO DE FACEBOOK		
No. 38	Título	Imagen del Post
	<p>▲ #Chimborazo La Fundación 'World Vision Ecuador' fue reconocida en el evento 'Hablemos de cambio' por su proyecto de desarrollo sostenible centrado en la crianza de alpacas en la provincia. El proyecto beneficia a 17 comunidades y cuenta con el apoyo de la Espoch y el MAG.</p> <p>#LaPrensaInforma</p>	
<p>Fecha de publicación: 26 de Noviembre de 2023</p>	<p>Tipo de Publicación: Fotografía</p>	
<p>Veces compartido: 36</p>	<p>Tipo de contenido: Informativo</p>	<p>Lenguaje: Formal Lengua: Español</p>
<p>No. de reacciones</p>	<p>Comentarios: 2</p>	<p>Hashtag: #Chimborazo, #LaPrensaInforma</p>
<p>Me gusta: 231 Me encanta: 5 Me enorgullece: 0 Me divierte: 0 Me Asombra: 0 Me entristece: 0 Me enoja: 0</p>	<p>Tipo de Noticia: Informativa</p>	<p>Interpretación: La imagen muestra cinco llamas en el páramo junto a su dueño</p>

Nota. Esta Tabla muestra publicaciones de alto impacto en la red social Facebook del Diario “La Prensa” 3° semana de Noviembre 2023

Elaborado por: Karolina Arcos

CONTENIDO DE FACEBOOK		
No. 39	Título	Imagen del Post
	<p>🏐 #Deporte 'Ciudad de Guano' se encuentra en las semifinales de la 'Copa Canela' después de superar desafíos y cumplir expectativas. 'Rey' ya se prepara con su equipo para el encuentro que se jugará el 30 de noviembre. Conoce más de este jugador → #LaPrensaInforma</p>	
<p>Fecha de publicación: 29 de Noviembre de 2023</p>	<p>Tipo de Publicación: Fotografía</p>	
<p>Veces compartido: 23</p>	<p>Tipo de contenido: Informativo</p>	<p>Lenguaje: Formal Lengua: Español</p>
<p>No. de reacciones</p>	<p>Comentarios: 3</p>	<p>Hashtag: #Deporte, #LaPrensaInforma</p>
<p>Me gusta: 198 Me encanta: 17 Me enorgullece: 0 Me divierte: 1 Me Asombra: 0 Me entristece: 0 Me enoja: 0</p>	<p>Tipo de Noticia: Deporte</p>	<p>Interpretación: La imagen muestra a un jugador de vóley de seudónimo “Rey” junto a un balón blanco</p>

Nota. Esta Tabla muestra publicaciones de alto impacto en la red social Facebook del Diario “La Prensa” 4° semana de Noviembre 2023

Elaborado por: Karolina Arcos

CONTENIDO DE FACEBOOK		
No. 40	Título	Imagen del Post
	<p>#SomosDiarioLaPrensa </p> <p>☀️ Buenos días queridos lectores, les compartimos la #portadaLP de hoy miércoles 1 de noviembre de 2023.</p> <p>📰 Noticias y más aquí → https://www.laprensa.com.ec</p>	
Fecha de publicación: 27 de Noviembre de 2023	Tipo de Publicación: Fotografía	
Veces compartido: 55	Tipo de contenido: Informativo	Lenguaje: Formal Lengua: Español
No. de reacciones	Comentarios: 17	Hashtag: #SomosDiarioLaPrensa,
Me gusta: 212 Me encanta: 31 Me enorgullece: 1 Me divierte: 1 Me Asombra: 1 Me entristece: 0 Me enoja: 0	Tipo de Noticia: Cultura	Interpretación: La imagen muestra la portada de la novela “En Tinieblas”, escrita por un riobambeño

Nota. Esta Tabla muestra publicaciones de alto impacto en la red social Facebook del Diario “La Prensa” 4° semana de Noviembre 2023

Elaborado por: Karolina Arcos

CONTENIDO DE FACEBOOK		
No. 41	Título	Imagen del Post
	<p>🎬 #Cine Macaulay Culkin, el icónico protagonista de "Mi Pobre Angelito", finalmente tiene su merecida estrella en el Paseo de la Fama. Un merecido reconocimiento a su talento y contribución a la industria cinematográfica, la cual celebró junto a su familia y su "mamá" que tantas veces lo olvidó. ¡Felicidades, Macaulay! 🌟</p> <p>#LaPrensaInforma</p>	
<p>Fecha de publicación: 01 de Diciembre de 2023</p>	<p>Tipo de Publicación: Fotografía</p>	
<p>Veces compartido: 14</p>	<p>Tipo de contenido: Informativo</p>	<p>Lenguaje: Formal Lengua: Español</p>
<p>No. de reacciones</p>	<p>Comentarios: 11</p>	<p>Hashtag: #LaPrensaInforma, #Cine</p>
<p>Me gusta: 524 Me encanta: 134 Me enorgullece: 2 Me divierte: 1 Me Asombra: 2 Me entristece: 0 Me enoja: 1</p>	<p>Tipo de Noticia: Social</p>	<p>Interpretación: La imagen muestra familia de Macaulay Culkin, posando en Hollywood</p>

Nota. Esta Tabla muestra publicaciones de alto impacto en la red social Facebook del Diario "La Prensa" 1º semana de Diciembre 2023

Elaborado por: Karolina Arcos

CONTENIDO DE FACEBOOK		
No. 42	Título	Imagen del Post
	<p>📢 #Importante Siete integrantes de la banda narcodelictiva Los Lobos fueron aprehendidos por la Policía en un enfrentamiento armado en Quevedo, cuando intentaban secuestrar a una persona en la carretera Quevedo - San Carlos, desencadenando una balacera que dejó cinco delincuentes heridos.</p> <p>#LaPrensaInforma</p>	
<p>Fecha de publicación: 10 de Diciembre de 2023</p>	<p>Tipo de Publicación: Fotografía</p>	
<p>Veces compartido: 10</p>	<p>Tipo de contenido: Informativo</p>	<p>Lenguaje: Formal Lengua: Español</p>
<p>No. de reacciones</p>	<p>Comentarios: 22</p>	<p>Hashtag: #LaPrensaInforma, #Importante</p>
<p>Me gusta: 312 Me encanta: 26 Me enorgullece: 2 Me divierte: 2 Me Asombra: 4 Me entristece: 1 Me enoja: 0</p>	<p>Tipo de Noticia: Crónica</p>	<p>Interpretación: La imagen muestra la primera aprehensión de 3 integrantes del grupo narcoterrorista “Los Lobos”</p>

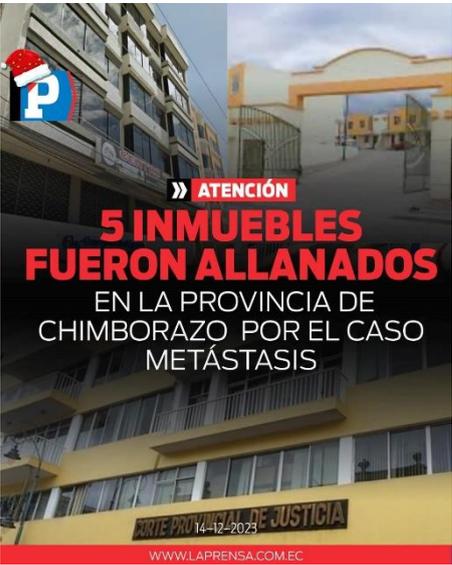
Nota. Esta Tabla muestra publicaciones de alto impacto en la red social Facebook del Diario “La Prensa” 4° semana de Diciembre 2023

Elaborado por: Karolina Arcos

CONTENIDO DE FACEBOOK		
No. 43	Título	Imagen del Post
	<p>●● #Riobamba El colectivo de jóvenes está listo para transformar con una #feria que fusiona #emprendimientos, arte urbano y música independiente, buscando reactivar lugares poco utilizados en la ciudad.</p> <p>#LaPrensaInforma</p>	
<p>Fecha de publicación: 14 de Diciembre de 2023</p>	<p>Tipo de Publicación: Fotografía</p>	
<p>Veces compartido: 7</p>	<p>Tipo de contenido: Informativo</p>	<p>Lenguaje: Formal Lengua: Español</p>
<p>No. de reacciones</p>	<p>Comentarios: 8</p>	<p>Hashtag: #Riobamba, #feria, #emprendimientos</p>
<p>Me gusta: 166 Me encanta: 21 Me enorgullece: 0 Me divierte: 1 Me Asombra: 1 Me entristece: 0 Me enoja: 0</p>	<p>Tipo de Noticia: Cultural</p>	<p>Interpretación: La imagen muestra la rehabilitación de espacios públicos en el sector “Loma de Quito”</p>

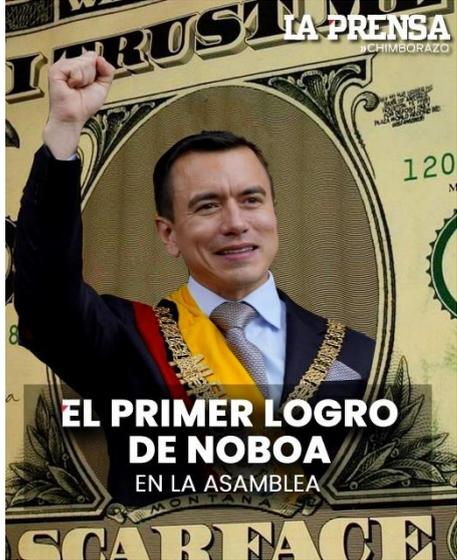
Nota. Esta Tabla muestra publicaciones de alto impacto en la red social Facebook del Diario “La Prensa” 2° semana de Diciembre 2023

Elaborado por: Karolina Arcos

CONTENIDO DE FACEBOOK			
No. 44	Título	Imagen del Post	
	<p>#URGENTE La #Fiscalía General del Estado informó que se realizaron 5 allanamientos en la provincia de #Chimborazo, 3 en #Riobamba y 2 en #Guano entorno al caso #Metástasis.</p>		
<p>Fecha de publicación: 14 de Diciembre de 2023</p>	<p>Tipo de Publicación: Fotografía</p>		
<p>Veces compartido: 75</p>	<p>Tipo de contenido: Informativo</p>		<p>Lenguaje: Formal Lengua: Español</p>
<p>No. de reacciones</p>	<p>Comentarios: 68</p>		<p>Hashtag: #Metástasis, #Chimborazo, #Riobamba, #Guano</p>
<p>Me gusta: 331 Me encanta: 9 Me enorgullece: 0 Me divierte: 0 Me Asombra: 61 Me entristece: 1 Me enoja: 2</p>	<p>Tipo de Noticia: Informativo</p>		<p>Interpretación: La imagen muestra la primera plana del diario “La Prensa” de fecha 14 de Diciembre del 2023 en referencia a los 5 inmuebles allanados en la Provincia de Chimborazo por el Caso Metástasis</p>

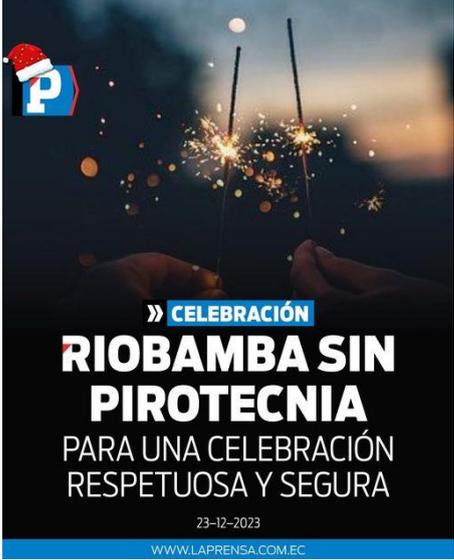
Nota. Esta Tabla muestra publicaciones de alto impacto en la red social Facebook del Diario “La Prensa” 2° semana de Diciembre 2023

Elaborado por: Karolina Arcos

CONTENIDO DE FACEBOOK		
No. 45	Título	Imagen del Post
	<p>💰 #Economía Alrededor de \$832 millones promete que dejará la #Ley de Eficiencia Económica y Generación de Empleo. Aquí te contamos lo que esto implica: #LaPrensaInforma</p>	
<p>Fecha de publicación: 20 de Diciembre de 2023</p>	<p>Tipo de Publicación: Fotografía</p>	
<p>Veces compartido: 54</p>	<p>Tipo de contenido: Informativo</p>	<p>Lenguaje: Formal Lengua: Español</p>
<p>No. de reacciones</p>	<p>Comentarios: 30</p>	<p>Hashtag: #LaPrensaInforma, #Economía</p>
<p>Me gusta: 290 Me encanta: 8 Me enorgullece: 0 Me divierte: 24 Me Asombra: 1 Me entristece: 0 Me enoja: 4</p>	<p>Tipo de Noticia: Política</p>	<p>Interpretación: La imagen muestra al presidente Daniel Noboa y su “Primer logro en la Asamblea Nacional”</p>

Nota. Esta Tabla muestra publicaciones de alto impacto en la red social Facebook del Diario “La Prensa” 3° semana de Diciembre 2023

Elaborado por: Karolina Arcos

CONTENIDO DE FACEBOOK		
No. 46	Título	Imagen del Post
	<p>🎉🎂 #Celebración Ángel Vallejo advierte sobre los riesgos de la pirotecnia, afectando la salud de personas sensibles al ruido. La campaña 'Celebra con Cero Pirotecnia' busca crear conciencia y prevenir accidentes, además de proteger a las mascotas, que sufren ansiedad y otros problemas.</p> <p>Entérate de más detalles en → #LaPrensaInforma</p>	
<p>Fecha de publicación: 23 de Diciembre de 2023</p>	<p>Tipo de Publicación: Fotografía</p>	
<p>Veces compartido: 55</p>	<p>Tipo de contenido: Informativo</p>	<p>Lenguaje: Formal Lengua: Español</p>
<p>No. de reacciones</p>	<p>Comentarios: 45</p>	<p>Hashtag: #Celebración, #LaPrensaInforma</p>
<p>Me gusta: 276 Me encanta: 45 Me enorgullece: 0 Me divierte: 58 Me Asombra: 1 Me entristece: 0 Me enoja: 3</p>	<p>Tipo de Noticia: Cultural</p>	<p>Interpretación: La imagen dos manos sosteniendo pirotecnia decorativa</p>

Nota. Esta Tabla muestra publicaciones de alto impacto en la red social Facebook del Diario "La Prensa" 3° semana de Diciembre 2023

Elaborado por: Karolina Arcos

CONTENIDO DE FACEBOOK		
No. 47	Título	Imagen del Post
	<p>●● #Importante: Un siniestro vial se registró en la vía #Guano - Riobamba, en el sector de la Capilla, que dejó a dos jóvenes heridos. Las autoridades informaron que el vehículo se estrelló contra un poste de alumbrado público. ●●</p> <p>#LaPrensaInforma</p>	 <p>» ATENCIÓN DOS HERIDOS TRAS UN FUERTE ACCIDENTE VÍA A GUANO</p> <p>29-12-2023 WWW.LAPRENSA.COM.EC</p>
<p>Fecha de publicación: 29 de Diciembre de 2023</p>	<p>Tipo de Publicación: Fotografía</p>	
<p>Veces compartido: 29</p>	<p>Tipo de contenido: Informativo</p>	<p>Lenguaje: Formal Lengua: Español</p>
<p>No. de reacciones</p>	<p>Comentarios: 18</p>	<p>Hashtag: #LaPrensaInforma, #Guano, #Importante</p>
<p>Me gusta: 286 Me encanta: 0 Me enorgullece: 1 Me divierte: 0 Me Asombra: 56 Me entristece: 120 Me enoja: 0</p>	<p>Tipo de Noticia: Crónica</p>	<p>Interpretación: La imagen muestra el accidente de tránsito ocurrido en la vía Guano, dejando un saldo de dos heridos</p>

Nota. Esta Tabla muestra publicaciones de alto impacto en la red social Facebook del Diario "La Prensa" 4° semana de Diciembre 2023

Elaborado por: Karolina Arcos

CONTENIDO DE FACEBOOK		
No. 48	Título	Imagen del Post
	<p>#SomosDiarioLaPrensa 🌟 Buenos días queridos lectores, les compartimos la #portadaLP de hoy domingo 31 de Diciembre de 2023.</p>	
<p>Fecha de publicación: 31 de Diciembre de 2023</p>	<p>Tipo de Publicación: Fotografía</p>	
<p>Veces compartido: 0</p>	<p>Tipo de contenido: Informativo</p>	<p>Lenguaje: Formal Lengua: Español</p>
<p>No. de reacciones</p>	<p>Comentarios: 2</p>	<p>Hashtag: #SomosDiarioLaPrensa</p>
<p>Me gusta: 27 Me encanta: 2 Me enorgullece: 0 Me divierte: 12 Me Asombra: 0 Me entristece: 0 Me enoja: 0</p>	<p>Tipo de Noticia: Informativo</p>	<p>Interpretación: La imagen muestra la primera plana del diario “La Prensa” de fecha 31 de Diciembre del 2023 en referencia a los acontecimientos más destacados del año en curso.</p>

Nota. Esta Tabla muestra publicaciones de alto impacto en la red social Facebook del Diario “La Prensa” 4° semana de Diciembre 2023

Elaborado por: Karolina Arcos

4. Anexo 4

Resultados de las Entrevistas

Entrevista 1

Entrevistado: Mgs. Alejandro Lalama/ Director del Diario La Prensa.

Entrevistador: Karolina Arcos

Preguntas	Respuestas Expertos	Análisis/Interpretación
<p>Pregunta1: ¿Cuáles fueron las principales estrategias utilizadas para crear y distribuir contenido en la página de Facebook durante el período mencionado?</p>	<p>Para que diario “La Prensa” genere contenido, primero se utiliza el software de Google Trends, donde realmente buscamos las tendencias, lo que se está diciendo y lo que la gente realmente está buscando; nosotros realmente trabajamos a raíz de nuestra participación en el programa de “Google News Initiative”; nos capacitaron a utilizar los diferentes softwares y herramientas del Journal Studio que tiene Google para literalmente encontrar los nichos.</p> <p>Y sobre todo qué quiere la gente, que está buscando, por lo general el periodismo antiguo, lo que hacía era imponer, si el periodista decía “yo tengo</p>	<p>Es evidente cómo herramientas tecnológicas como “Google Trends” y el programa “Google News Initiative” han cambiado la forma de crear y compartir contenido en páginas de Facebook; vez identificadas las tendencias y los nichos de audiencia, el periódico utiliza la optimización de contenido basada en datos y la inteligencia artificial para garantizar que las publicaciones aborden directamente las necesidades del público.</p> <p>Este enfoque no solo aumenta la interacción en las redes sociales, sino que también garantiza que el contenido sea actual y acorde con los intereses de la audiencia. El periodismo</p>

	<p>el corazón y luchó contra la crónica infantil” se enfocaba en su lucha, pero si a nadie le interesa, no funciona; hoy en día la tecnología ha facilitado determinar lo que está buscando la gente, por ejemplo en Google Trends se puede determinar las temáticas o de que se hablando dentro de las últimas 24 horas, últimos siete días, últimos 15 días o el periodo de tiempo que se determine.</p> <p>Se detalla lo que la gente está buscando, nosotros cambiamos el concepto y así creamos el contenido exactamente. Nuestro objetivo es cubrir una necesidad principalmente, la noticia tiene que cubrir la necesidad; de hecho mi editora Camila les pregunta a nuestros periodistas sobre la necesidad que resuelve sus noticias, si la noticia de un periodista o su temática no está solventando una</p>	<p>moderno, impulsado por la tecnología, también se muestra en el cambio de enfoque editorial, donde las noticias deben abordar una necesidad antes de ser publicadas; la audiencia busca lo que se alinea con cada una de las estrategias de optimización de contenido basadas en IA.</p> <p>En lugar de sugerir temas basados en los intereses del periodista, lo importante es personalizar el contenido y cómo la IA hace más fácil esta optimización, se aumenta el valor y el rendimiento del contenido en plataformas como Facebook.</p>
--	---	---

	<p>necesidad literalmente no se publica.</p>	
<p>Pregunta 2: ¿Hubo cambios específicos en la estrategia de contenidos de IA para adaptarse a la nueva propuesta del Diario?</p>	<p>Sí, totalmente; Chat GPT lo utilizamos para analizar los datos, antes lo que uno hacía era abrir una hojita de Excel y uno analizaba y veía poco a poco, toma mucho tiempo, en cambio ahora con chat GTP o Yemen o Anex data, simplemente metes los datos y haces las preguntas, actualmente creo que la estrategia que ha cambiado este campo es la mentalidad del periodista, saber la manera en que se debe realizar las preguntas correctas a la máquina para que me dé los resultados que yo quiera.</p> <p>Porque a la máquina le puedes decir un montón de cosas y te las va a realizar sin ningún problema, la capacidad que tenga el periodismo del periodista de realmente preguntar o</p>	<p>Respondiendo a la propuesta de los nuevos medios, hay un cambio significativo en la estrategia de contenidos de IA; el proceso de análisis de datos ha cambiado debido al uso de herramientas como “ChatGPT, Yemen y Anex Data”, que toman menos tiempo que hacerlo a mano en archivos de Excel. Este enfoque no sólo agiliza la toma de decisiones, sino que también pone de relieve la importancia de las indicaciones adecuadamente formuladas (instrucciones o preguntas al AI) para producir resultados precisos y útiles.</p> <p>Se resalta cómo la optimización de contenido con IA depende tanto de la tecnología como de la</p>

	<p>hacer un pront correcto es diferente; actualmente se cambió el mecanismo, antes analizábamos, escuchábamos y todo, actualmente se adjunta el link de lo que se está hablando con los siguientes Trends.</p> <p>Se solicita a la IA que analice lo requerido para este tipo de temáticas usando solo pront. Nosotros hemos desarrollado un glosario de palabras clave donde vamos introduciendo a la audiencia a que también empieza a conocer; en el contexto online que no todo es verificado, actualmente si uno desea un periodismo de calidad, tiene que tener un buen periodismo y eso tiene que estar contrastado, las estrategias que nosotros hemos tomado desde cero es poseer amistad con la máquina, no enemigos de la misma.</p>	<p>capacidad del periodista para interactuar con ella, cambiando su rol de productor. Al principio, los considerados como “periodistas más experimentados” se mostraban incrédulos y escépticos ante el uso de IA.</p> <p>Sin embargo al transitar por el tiempo concluyeron que la capacidad de IA para emitir diversos “contenidos” es superior en muchos aspectos de carácter técnico; su capacidad de “humanizar” cada uno de los datos producidos por la IA, direccionando al contenido a zonas emocionales y contextualmente relevante para la audiencia es elevado; el cambio de perspectiva, en el que el periodista ahora ve a la IA como un aliado en lugar de un rival, resalta la importancia de la colaboración entre humanos y máquinas en las</p>
--	---	--

	<p>Como anécdota interesante te puedo comentar que mis periodistas más antiguos eran recelosos, mencionando escriben mejor que Chat GPT, siempre mi respuesta fue que la IA te puede escribir mil veces mejor; la verdadera capacidad del periodista se encuentra en su habilidad para adquirir diversos tipos de datos emitidos por la IA y humanizarlos.</p>	<p>estrategias de optimización de contenido.</p>
--	--	--

<p>Pregunta 3: ¿Se implementaron o herramientas o algoritmos de inteligencia artificial para optimizar el contenido en la página de Facebook durante este período?</p>	<p>Sí, sabes que la página de Facebook es muy controlada porque no es nuestra, todos los usuarios deberían saber que ninguna página es suya por más que tenga su código, su correo, su contraseña, los dueños son Facebook. Un día deciden cerrar Facebook y todo se termina, ni siquiera es tu data tampoco, ese es el principal factor que nosotros tenemos que identificar que en meta; hablemos de Instagram,</p>	<p>Se presenta una visión realista y estratégica de cada una de las limitaciones y desafíos de trabajar con plataformas como Facebook; un punto crucial que muchas empresas y medios de comunicación pasan por alto es que las “redes sociales” no son de su “propiedad”, lo que impone limitaciones significativas al todo el control y acceso a distintos tipos de los datos. Este</p>
---	---	--

	<p>Facebook, WhatsApp, dichas apps no son tuyas, tú las puedes tener en tu teléfono, puedes subir tus cosas, pero no es tuyo a diferencia de una página web que tú pagas un dominio, tú compras el dominio, el hosting es tuyo es tuyo porque el Internet está en todo lado, pero en cambio en una red social, no.</p> <p>Entonces los algoritmos que nosotros implementamos realmente van con las tendencias que existen, si en este caso el algoritmo contra el cual nosotros luchamos es la pugna de Facebook hacia los medios de comunicación, mientras tú eres más informativo menos alcance te dá. Zuckerberg dijo en una entrevista que Facebook está informando mucho de buenas y malas cosas, mencionando que Facebook busca ser un país de utopía, por ello empezó a crear meta, sin embargo esa no es la realidad.</p>	<p>punto de vista es esencial para entender y comprender cómo se controlan y regulan las reglas del juego, las entidades tecnológicas dominan los algoritmos, mismo hecho pueden afectar directamente el “éxito o el fracaso” de una estrategia de contenido.</p> <p>Sin embargo, me parece intrigante el enfoque proactivo de "jugar con el algoritmo", donde todo el contenido se adapta y ajusta para impedir ser penalizado como un aviso tradicional; si bien esto podría aumentar la visibilidad, también sugiere la necesidad de lograr todo un equilibrio entre cada una de las demandas de la plataforma que favorece el contenido de caracter menos informativo.</p> <p>La decisión de utilizar herramientas de inteligencia artificial con la finalidad de mejorar esta “adaptación” determina y muestra un enfoque</p>
--	---	--

	<p>Su algoritmo identifica el contenido como una noticia y no otorga el alcance, ante ello se trata de que el contenido subido no se vea como noticia, sino que exista un post mucho más informativo y mucho más comunitario, en vez de poner un titular sobre la falta de agua, se ubica el titula “Rosita directora del barrio tal, se quedó sin agua”; jugando con el algoritmo, ante ello muchas herramientas de Inteligencia Artificial te ayudan, pero igual te segmentan mucho, es saber leer los términos y condiciones de las páginas.</p>	<p>“sofisticado y reflexivo”, resaltando la constante y continua dependencia de cada una de las plataformas y sus cambios; este enfoque pragmático es necesario en el entorno de carácter mediático en la actualidad , pero también resalta cada uno de los conflictos entre la “misión informativa” de un medio de comunicación y cada uno de los distintos intereses comerciales de una “red social”.</p>
<p>Pregunta 4: ¿Podría proporcionar detalles sobre cómo se integraron y utilizaron estas herramientas de IA?</p>	<p>Con mi equipo hemos probado muchas veces el hashtag, el hashtag es el algoritmo más efectivo, si tú realmente quieres canalizar cierto tipo de información o cierto tipo de tópicos, el hashtag funciona muy bien, entonces nosotros tenemos hashtags específicos para ciertas cosas, pero al mismo tiempo cuando queremos cuando</p>	<p>Existe una clara comprensión del poder de los hashtags como herramienta clave para ampliar y extender la optimización de cada uno de los contenidos en las plataformas. Los “hashtags” se rigen como un algoritmo de carácter simple y eficiente, logra canalizar información y visibilidad relacionada con diversos temas específicos;</p>

	<p>queremos ser tendencia o hay algo que tiene que ser tendencia generamos un hashtag, especialmente si es en nuestro territorio, si existe una alguna muerte de algún personaje o algún accidente o algo que haya sucedido en nuestra localidad, nosotros tratamos de implementar aquello e imponer tendencia</p>	<p>lo cual es trascendental y esencial para generar todo tipo de interacción, en algunos casos.</p> <p>Otorgando “viralidad” y “visibilidad” anexada con temas específicos; queda claro que han identificado los “hashtags” como una de las “herramientas” y “sistemas” más útiles para orientar el alcance de sus contenidos,</p> <p>particularmente cuando se trata de temas relacionados con cada uno de los eventos locales o acontecimientos de carácter significativo que impactan directamente a la audiencia.</p> <p>Sin embargo, encuentro una limitación en la respuesta ya que, si bien el uso de “hashtags” es una buena estrategia, no parece examinar realmente y a fondo cómo se pueden anexar e incluir otras herramientas de inteligencia artificial con la finalidad de mejorar proporcionalmente la optimización de cada uno de los contenidos.</p>
--	--	--

		<p>Los algoritmos de las redes usan los hashtags como un componente de carácter básico; sería interesante que se utilizaran en sinergia y conjunto con diversas técnicas de IA más avanzadas, como el “análisis de tendencias” o la “personalización automatizada de contenido”. En general, el énfasis en los hashtags refleja un buen dominio de una herramienta tradicional, pero también podría robustecerse y reforzarse con una visión más completa e integral del potencial de la IA en este campo.</p>
<p>Pregunta 5: ¿Cómo se gestionó la interacción con la audiencia en la página de Facebook? ¿Hubo alguna estrategia específica para fomentar la participación de los seguidores?</p>	<p>El engagement es muy importante, es súper importante especialmente en Facebook, el engagement hace que tus publicaciones tengan un mayor alcance, el promedio del engagement a través del alcance nos da un CTR mucho más importante, el promedio de que la gente te hizo clic, te vio te comento, etc.</p>	<p>Proporciona una comprensión sólida de la importancia del compromiso (interacción) en Facebook y cómo afecta de manera directa a cada parte de la audiencia u objetivo de la publicación; centrarse en aumentar el CTR o en otras palabras “tasa de clics” garantiza que cada</p>

	<p>Nuestra estrategia es utilizar tres cosas bien importantes, uno es un titular atractivo, otro es debe tener una muy buena foto y el tercero es que tiene que llamarte, o sea, tiene que llamarte la atención hacer clic; no te doy todo, pero te doy algo que te haga hacer clic para que al final lo que buscamos es que la gente haga clic, esa es la estrategia final.</p>	<p>uno de los distintos usuarios interactúen con él mismo, mostrando una estrategia planificada y exitosa.</p> <p>El requerir elementos esenciales como un título llamativo, una imagen que llame a la acción y tiente al usuario a hacer clic y un gráfico orientado a la acción detalla que la estrategia se basa en maximizar esa “primera impresión” para forjar y fortalecer la interacción; cada uno de estos elementos son de carácter esencial para cautivar y captar la atención en una plataforma extensa y rica en contenido.</p> <p>Si bien el presente enfoque es eficaz, podría mejorarse con estrategias más interactivas que se centre no sólo en los “clics” sino también en el compromiso de la audiencia a largo plazo; como la formulación y creación de diversos</p>
--	--	---

		<p>espacios para la comunicación directa con cada uno de los seguidores, donde los comentarios sean atendidos y escuchados. El elemento técnico de obtener clics es importante, pero en términos de “participación de la audiencia”, sería interesante apreciar una estrategia que se define y también se centre en elaborar, construir una comunidad de características más activas y transparentes, si bien el “CTR” es crucial, una interacción de dinámicas auténticas fomenta una conexión de carácter emocional más fuerte y permanente con la audiencia en relación al contenido</p>
--	--	---

<p>Pregunta 6: ¿Qué métricas se utilizaron para medir el rendimiento de las publicaciones en Facebook? ¿Hubo indicadores clave de</p>	<p>Para hacer imágenes usamos Chat GPT pagado o Gama, hicimos una prueba súper interesante, utilizamos imágenes hechas en inteligencia artificial versus imágenes o</p>	<p>Se muestra un fascinante paralelismo entre la fotografía del “mundo real” y cada una de las imágenes creadas y originadas por inteligencia artificial o “IA”; si bien la tecnología</p>
--	---	--

<p>rendimiento específicos relacionados con la IA?</p>	<p>fotos reales y el engagement que tiene la inteligencia artificial es mucho más bajo que la foto real entonces nosotros probamos con fotografías de perritos porque aunque no lo creas nuestras noticias más importantes hace referencia a perritos en este orden de prioridad perritos, noticias religiosas y en tercer lugar accidentes o muertos.</p> <p>Nosotros probamos con un perrito atropellado contra un niño atropellado, tuvo mucha más interacción alcance y sensación lo del perrito que lo del niño; de esta manera testamos a nuestra audiencia. La herramienta digital funcionó determinar el tipo de noticia y las imágenes que impactan; aunque no lo creas nuestro mercado, nuestra ciudad de Riobamba y en nuestra audiencia todavía tiene un sesgo tradicional.</p>	<p>produce y reproduce cada imagen de alta calidad, al realizarse distintas pruebas se demostró que cada usuario de Facebook, especialmente en Riobamba, responden y aprecian mejor a las imágenes genuinas, sin importar que las mismas sean de “menor calidad”.</p> <p>Se interpreta que el público objetivo se enfoca en el contexto de la información visual más que en detalles y mejores visuales, dejando de lado el valor de producción de las imágenes, concluyendo que es innecesario invertir tiempo, recurso y esfuerzos en producir imágenes de alta calidad, se define la importancia del análisis de mercado y el tipo de público según la región y zona, pues la estrategia de optimización debe abarcar el sesgo cultural y social del lugar para que tenga éxito.</p> <p>Esto refleja una práctica de carácter tradicional y</p>
--	---	--

	<p>Si nosotros hacemos un mega carrusel explicativo bonito con inteligencia artificial y con imágenes de alta calidad en comparación de una foto borrosa, media movida tiene mucho más alcance la audiencia y el mensaje va en su dirección. De esa manera venimos midiendo, tratando de interpretar la audiencia de Facebook, la de Instagram tiene mayor criterio, digamos o apreciación al momento de la parte gráfica.</p>	<p>cotidiana en el consumo de contenido visual, considerándola comunitaria o local; es digno de destacar que todas las imágenes cargadas de contenido emocional, como las de “mascotas”, ocasionan y generan mucha más interacción que niños; esto no solo permite comprender el impacto en cada una de las métricas técnicas, sino también todas las preferencias de carácter emocional que audiencia selecciona.</p> <p>Si bien la IA puede ser útil para varias actividades, como la “creación de contenido gráfico”, es importante tener en cuenta cada uno de los valores “culturales y emocionales” de la audiencia objetivo como lo mencionamos anteriormente, que en este caso favorece lo auténtico, local y familiar. El uso de IA no siempre produce los mejores resultados, lo que indica mejores resultados es la comprensión de</p>
--	--	---

		<p>carácter profunda de las cualidades y el comportamiento de la audiencia; se debe considerar que cada una de las estrategias deben adecuarse a cada plataforma, cada una maneja algoritmos diferenciados con dinámicas similares pero no exactamente iguales.</p>
<p>Pregunta 7: ¿Enfrentaron desafíos específicos al implementar estrategias de optimización de contenidos con IA en Facebook?</p>	<p>Los leads fue lo más duro, lo más complejo que tuvimos nosotros fueron los leads, porque antes se trataba de hacer leads super largos, nos dimos cuenta que el propósito de esto es hacer clic, porque el clic es de lo que llegas a monetizar. Nosotros poníamos un resumen de la noticia utilizando herramientas de Inteligencia Artificial, pondríamos el resumen y pero la gente ya no hacía clic, incrementamos nuestra interacción porque la gente empezó a compartir mucho más empezó a interactuar mucho más a compartir a</p>	<p>La “monetización de contenidos” se direcciona y revela como uno de los principales problemas y retos a los que se enfrentan cada uno de los medios en la “era digital”. La optimización mediante la incorporación de IA puede incrementar y aumentar toda la interacción en diversos términos de “me gusta”, “comentarios” y “compartidos”, pero no siempre se traslada y traduce en “clicks” hacia el sitio web, que es donde se otorgan y generan los ingresos reales; el verdadero problema y conflicto entre fomentar la</p>

	<p>comentar a poner likes, pero dejaban de entrar y eso a nosotros no nos conviene porque al final el enlace es lo que monetizas.</p> <p>Facebook no te paga absolutamente nada y como les he dicho a todos todo mi equipo de redacción su noticia es un producto, eso tienen que tener en mente, la noticia es un producto. Lo que escribes es un producto, por ejemplo el “New York Times” le paga al periodista por la cantidad de views que tiene dentro de su nota obviamente de la web, no de Facebook. El concepto del periodismo cambia, ahora ya no son periodistas, sino contenido son creadores de contenido. La inteligencia artificial es una herramienta, no es que va a hacer todo el trabajo, es una herramienta que nos ayuda.</p>	<p>interacción dentro de toda la plataforma de Facebook y atraer tráfico al sitio web para generar clientes potenciales debe ser considerado.</p> <p>Demostrando que el uso de “IA” puede ser usado como un arma de doble filo al manejarse de manera inadecuada.</p> <p>Por el contrario, la noción de que los artículos de noticias actualmente se consideran “productos”, redirige un cambio de enfoque en cuanto al periodismo tradicional nos acostumbró; los periodistas de hoy no solo deben informar, al considerar cómo utilizar mejor su contenido para generar tráfico e ingresos, dan importancia al enfoque de creación de contenido, otorgando dinamismo y creatividad a su trabajo; el aprovechar para generar tráfico a su contenido es importante. Las exigencias de carácter comercial hacen trascendental una</p>
--	---	--

		<p>mayor presión; la IA es una herramienta y sistema de uso práctico, más que una solución completa en integral; su aplicación debe alinearse con una estrategia clara sin sacrificar la rentabilidad en favor de la llamada “interacción a nivel superficial”.</p>
--	--	---

<p>Pregunta 8: ¿Hubo colaboración de expertos en inteligencia artificial o profesionales especializados en tecnología para implementar estas estrategias?</p>	<p>Claro que sí, como te había mencionado al comienzo, nosotros participamos en el programa de Google; tuvimos capacitaciones, toda el area de redacción conjuntamente con los técnicos de Google, nos capacitaron en el sentido de cómo, cuándo y por qué utilizar inteligencia artificial y en qué momento, a comparación con la página web, que es realmente donde nos estamos enfocando.</p> <p>Tuvimos de igual forma interacción con la agencia Audax, trabajamos en conjunto ellos, otorgándonos ideas especialmente en la parte gráfica sobre la implementación de la inteligencia artificial, fueron como tres meses de capacitación con expertos de Google que obviamente ayuda a que todo sea online, la convivencia con el personal de Google y sus diferentes periodistas o generadores de contenido fue un plus, fueron algunos delegados y fueron todos</p>	<p>La respuesta asignada enfatiza el valor del “trabajo en equipo” y la capacitación en la adecuada aplicación de la inteligencia artificial o IA, con la finalidad de maximizar el contenido; el programa de la empresa “Google” y las diversas sesiones de capacitación redirigidas por cada uno de los expertos demostraron un enfoque de carácter proactivo para analizar y comprender no solo el funcionamiento de las herramientas disponibles sino también el mecanismo filosófico detrás de su aplicación.</p> <p>La mencionada interacción con cada uno de los profesionales de la industria es crucial, pues permite al equipo de capacitación no solo “aprender” sobre toda la tecnología en cuestión sino también obtener una comprensión más profunda sobre la manera más efectiva de su uso en su contexto particular. El trabajar con una</p>
--	--	--

	<p>alrededor del equipo de redacción respecto a la capacitación.</p>	<p>organización y entidad como Audax para obtener asesoría e ideas gráficas destacada la seriedad con la que el diario gestiona su optimización; un enfoque de carácter multidisciplinario impulsa la implementación de toda la estrategia. En un entorno digital en constante, este tipo de colaboración entre el equipo interno y expertos externos es esencial.</p> <p>Al aprender directamente de aquellos que están a la vanguardia de la tecnología, el equipo no solo desarrolla cada una de sus habilidades, sino que también incrementa la seguridad y habilidades técnicas, con la finalidad de crear nuevas estrategias que incorporen IA.</p> <p>Esta capacitación y la correspondiente colaboración son de carácter esencial para cambiar totalmente la mentalidad del “periodismo tradicional”, hacia un enfoque</p>
--	--	--

		<p>“contemporáneo” y adaptado a cada una de las necesidades de la audiencia en la actualidad, lo que sin duda aportara al diario “La Prensa” a alcanzar el éxito en su determinada estrategia de contenidos.</p>
<p>Pregunta 9: ¿Cómo evolucionaron las estrategias de IA a lo largo del tiempo? ¿Hubo ajustes continuos durante el período julio a diciembre de 2023?</p>	<p>Desde el inicio, durante y después seguimos evolucionando, siempre tenemos que probar, en Diario “La Prensa” utilizamos las notas online junto al análisis de contenido. Determinamos que funciona y que no, cambiamos lo que le gusta a la gente y que no, nuestros datos los analizamos de esta manera, analizamos cierto periodo de tiempo y la cantidad de views, alcance e interacción a comparación de épocas anteriores. Si bien los prompts fueron utilizados con inteligencia artificial, estos fueron humanizados, nos dimos cuenta que los titulares humanos son mucho más</p>	<p>Es importante señalar “la adaptabilidad” y la correspondiente “evolución continua” de cada una de las estrategias de inteligencia artificial aplicadas en el Diario "La Prensa"; la disposición y asertividad para ajustar cada una de las estrategias a través del tiempo consolida un enfoque de carácter fundamental en todo entorno y contexto digital de la actualidad; donde cada una de las preferencias que escoge la audiencia pueden varias constantemente; la combinación y sinergia del respectivo “análisis de contenido”.</p> <p>Junto al uso de “notas online” son necesaria para</p>

	<p>eficientes que los titulares mecanizados.</p>	<p>la constante retroalimentación de la empresa, siendo esencial determinar el tipo de contenido que más resuena con la ciudadanía; esto no solo impulsa y optimiza el “alcance” y la “interacción”, sino que aporta a la construcción de la relación cercana con cada uno de los seguidores al solventar sus necesidades.</p> <p>El acierto sobre la importancia de los “titulares humanizados” y su efectividad frente a los mecanizados destaca un aspecto determinante y clave, a pesar de la constante sofisticación de la IA; la intervención y toque humano a pesar del avance constante de la tecnología aun insustituible en la actualidad del periodismo. Este necesario equilibrio entre la utilización de cada una de las distintas herramientas de carácter tecnológico y la “creatividad humana” forman verdadera utilidad de la IA, pues es dirigir o</p>
--	--	--

		<p>solicitar cierta tarea necesita de especificaciones precisas y concisas para obtener el resultado deseado; la habilidad para “humanizar” el contenido asegura y garantiza que las automatizaciones usadas, junto a la voz, conexión emocional con la audiencia y demás herramientas no se pierdan; este enfoque busca ser integral, sugiriendo que la evolución de las diversas estrategias no solo se fundamentan en la tecnología, sino en su sinergia con la “naturaleza humana” y la importancia de comunicar de manera efectiva y precisa en un mundo digital considerado como “saturado”.</p>
<p>Pregunta 10: ¿Cómo influyeron las herramientas de IA en la capacidad del Diario La Prensa de Riobamba para personalizar la experiencia del usuario en Facebook?</p>	<p>Nuestra audiencia todavía no está capacitada lo suficiente para dar ese valor agregado a cierto tipo de contenido, a ellos les importa poco que hayamos hecho un vídeo con tres horas de producción a diferencia de uno con 30 segundos de producción,</p>	<p>Se evidencia una frustración justificada en el contexto y la realidad actual del periodismo, en el ámbito de aplicación en diversas plataformas digitales como lo es Facebook; de análisis a la audiencia y su baja capacitada para valorar de</p>

	<p>realmente no les interesa, lamentablemente y lo digo muy frontalmente aquí y lo he dicho en varias entrevistas que me han hecho chévere los estudiantes.</p> <p>Otra cuestión son los medios digitales que dañan el mercado, es decir no ponen un estándar y lamentablemente no hacen periodismo. Existe personas que con un celular se hace llamar periodista, tenemos jóvenes que se están sacando el aire de 4 años y están poniéndole ganas para ser periodistas para que venga una persona x diciendo cuatro preguntas sensacionalistas, amarillistas y ya cree poseer experiencia, no está bien ese hecho, se debe entrenar a la audiencia que se otorgue valor por una información de calidad en general.</p>	<p>manera justa y objetiva el contenido de valor es un punto considerado como crítico, dicha realidad se evidencia en muchos medios en comunicación el día de hoy.</p> <p>Este fenómeno se debe, en gran parte, a la excesiva “saturación de información”, junto al desmesurado “clickbait”, donde el contenido de carácter “superficial” y “sensacionalista” obtiene mayor alcance y visualizaciones que el periodismo adecuadamente “investigado” y “profesional”; la falta de un adecuado estándar en el mercado cobraba todo el esfuerzo de los profesionales que otorgan un periodismo de alta calidad.</p> <p>Junto a ello se destaca la trascendencia de la educación dentro de la audiencia; si cada uno de los consumidores de noticias y público en general no aprenden a diferenciar entre el</p>
--	---	--

		<p>contenido de alta calidad y contenido de carácter trivial, el periodismo como tal enfrentará mayores desafíos en su búsqueda de la “credibilidad” y la posterior “sostenibilidad”.</p> <p>La necesidad de preparar cada vez más a la audiencia con la finalidad de que aprecie la “calidad del contenido” jugar un papel trascendental para que el Diario "La Prensa" pueda optimizar la experiencia del cliente y usuario de manera eficiente, eficaz y efectiva, mediante un público conocedor que valore y expanda la “información de calidad” se podrá alcanzar una correlación significativa entre el medio en cuestión y cada uno de sus seguidores, permitiendo una mejor interacción junto a un impacto social a gran escala.</p>
--	--	--

Entrevista 2

Entrevistado: Dr. Gabriel Pérez/ Especialista en IA. Entrevistador

Entrevistador: Karolina Arcos

Preguntas	Respuestas Expertos	Análisis/Interpretación
<p>Pregunta1: ¿Cuáles son las principales estrategias utilizadas para crear y distribuir contenido utilizando la IA en medios impresos?</p>	<p>Los medios impresos concretamente los periódicos están recurriendo a la inteligencia artificial de distintas maneras por un lado en lo que tiene que ver con la recolección el procesamiento de las fuentes de información de este flujo constante que se está dando de cables de actualizaciones de cuentas, etcétera, etcétera.</p> <p>Estos recursos permiten entonces hacer una integración a ser una síntesis y algunos están ya incluso aplicando algunos modelos de Inteligencia Artificial generativa para la redacción de notas que usualmente tienen salida inmediata en las plataformas, socio digitales de estos periódicos y posiblemente después en la versión impresa.</p>	<p>Los medios impresos y diversos periódicos han acudido al uso de la inteligencia artificial como una almanaque y herramienta trascendental para potencializar y optimizar la creación y redistribución del diverso contenido presente en Facebook</p> <p>Por un lado, es importante utilizar IA con el fin de recolectar y tratar información de varas fuentes en tiempo real, permitiendo incorporar y analizar cada uno de los datos de manera eficaz. Es sustancial a la incorporación de distintos modelos de IA de carácter “generativa”, con la finalidad de redactar material como notas que se transmiten rápidamente en cada una de las plataformas de carácter digital y, en</p>

	<p>Otros usos que se hacen tienen que ver con la medición de los niveles de involucramiento, que en inglés se conoce como el engagement de las audiencias, entonces permite hacer una identificación de determinados contenidos replicados, comentados por las audiencias.</p> <p>Eso permite que la identificación de patrones de modelos que pueden ser más eficaces en las respuestas hacia las audiencias buscando siempre maximizar los impactos y el alcance de estas notas, entonces son muchas las aplicaciones que en términos generales los periódicos están haciendo, pero sobre todo en esta conjunción del periódico entendido en su versión constante extensa en presencia digital no solamente la versión impresa.</p>	<p>algunos casos, después en la versión impresa.</p> <p>Es necesario aprovechar la IA para medir parámetros del “engagement” de la audiencias en cuestión, examinando cada una de las interacciones como los diversos comentarios y número de compartidos; facilitando la identificación de distintos patrones y “modelos de contenido” con el objetivo de ocasionar mayor impacto; con la aplicación de dichas estrategias, cada uno de los periódicos ostentan maximizar todo el alcance y la eficiencia de su contenido, robusteciendo su presencia en el entorno digital como una extensión permanente y en relación directa con su versión impresa.</p>
<p>Pregunta 2: ¿Cómo ha evolucionado la estrategia de contenidos de IA para</p>	<p>Creo que uno de los principales de las principales líneas tiene que</p>	<p>Es importante destacar cada uno de los progresos más significativos en el</p>

<p>adaptarse a nuevas propuestas o enfoques en la industria?</p>	<p>ver con la personalización la inteligencia artificial es capaz de identificar cuáles son los contenidos los las estructuras que son más consumidas por usuarios por personas particulares y de esta manera pudiera presentar un modelo una evolución en el tratamiento de la información que se personalice que sea ajuste que se adapte a los patrones de consumo de cada una de las personas tal manera, que si alguien tiene un principal interés, no sé en notas de carácter financiero por ejemplo y mucho menos en las deportivas, la inteligencia artificial puede detectar esto y entonces ajustar la presentación de los contenidos a estas audiencias de tal forma que sean muy experiencias mucho más personalizadas</p>	<p>desarrollo y evolución de la inteligencia artificial en el desarrollo de contenidos como lo es “la personalización”; la capacidad de la IA para determinar cada uno de los patrones que determinan el consumo de información de todos los usuarios otorga una adaptación de todo el contenido de forma individual, adaptándose a los diversos intereses y particularidades de cada persona.</p> <p>Ese direccionamiento no solo impulsa la relevancia e importancia de la información presentada, sino que potencializa y optimiza la experiencia de cada usuario, causando que el consumo de todo el contenido sea más atractivo y eficiente.</p> <p>Sin embargo, aunque “la personalización” es considerada como una ventaja, la misma puede ocasionar una burbuja de filtros, donde cada uno de los usuarios solo absorben información que robustece</p>
--	--	--

		<p>sus intereses y preferencias previas, limitando la vision y diversificación general de contenido, atentando plenamente en la objetividad informativa; por lo tanto, aunque “la personalización” es considerada como una herramienta eficiente y poderosa, debe incorporarse cuidadosamente para evitar estos sesgos negativos.</p>
<p>Pregunta 3: ¿Se utilizan herramientas o algoritmos de inteligencia artificial para optimizar el contenido en plataformas de redes sociales específicamente en Facebook?</p>	<p>Sí, claro que sí, esto se hace desde hace muchos años cuando se empezaron a utilizar estos los llamados en los últimos 10 años más o menos, pero en realidad son piezas de inteligencia artificial que lo que hacen es identificar aquello a lo que le dedicamos una mayor atención y entonces van privilegiando la presencia de esos contenidos a los cuales le hemos dedicado más tiempo con los que hemos reaccionado y también tiene una lógica relacional, es decir no es solamente lo que hago yo, sino también</p>	<p>Cada uno de los algoritmos de inteligencia artificial usados en diversas plataformas como la red social Facebook han progresado con la finalidad de optimizar todo el contenido distribuido para los usuarios. Cada uno de estos algoritmos, añadidos hace más de diez años, se establecen principalmente por el análisis de las conductas de cada uno de los usuarios, mediante el analysis de su tiempo empleado en cierto tipo de contenido, es importante considerar cada una de las interacciones directas</p>

	<p>lo que hacen mis contactos y aquellos contactos con los que tengo una mayor interacción, cuáles han sido sus reacciones y sus niveles de engagement con esos contenidos; de tal manera que me he mostrado aquello de todo lo que publican todos mis contactos en Facebook, me has mostrado.</p>	<p>como por ejemplo reacciones, cada uno de los comentarios, número de veces que el contenido ha sido compartido, considerando a la lógica relacional como parte importante de dicho contexto, es decir se considera lo realizado por cada uno de los contactos más cercanos del usuario.</p> <p>La denominada personalización, otorga preferencia al contenido que ocasiona mayor interacción o retención, ayudando a que cada uno de los usuarios mantengan su atención en contenido similar al de tu interés, de esta manera se mejorando la experiencia y como consecuencia el engagement aumenta; sin embargo, la presente estrategia también posee diversas implicaciones o dificultades en cuanto a la interacción con la “burbuja de filtro”, donde cada uno de los usuarios adquieren contenido alimentado únicamente por sus intereses, limitando la</p>
--	--	--

		<p>objetividad de información y promoviendo la polarización latente.</p> <p>Aunque cada uno de los algoritmos de IA poseen efectividad para acrecentar la interacción y el tiempo del usuario dentro de la plataforma, del mismo modo sería importante considera un “enfoque equilibrado” para salvaguardar una exposición del contenido apegada a la religada general.</p>
--	--	---

<p>Pregunta 4: ¿Cómo se aplican las herramientas de inteligencia artificial para optimizar el contenido en plataformas de redes sociales?</p>	<p>Este algoritmo, es una pieza de inteligencia artificial que resuelve precisamente este problema y es aprovechado también desde el punto de vista comercial, del modelo comercial de estas plataformas y entonces los anuncios que se me muestran son el resultado de ello, más un seguimiento activo que realizan estas plataformas; que yo en otras aplicaciones estoy haciendo es registrar por todo esto, no solo en Facebook. Facebook hace un procesamiento bastante eficaz, pero el más eficaz es el de TikTok, es el algoritmo que tiene los mayores índices de retención desde esta perspectiva.</p>	<p>Cada una de las herramientas de inteligencia artificial son trascendentales para potencializar todo el contenido en las distintas redes sociales, enfatizando los fines comerciales como la facultad de personalización de cada uno de los algoritmos; la presente tecnología no solo utiliza procesamiento de datos en plataformas como Facebook, sino que otorgan un seguimiento de cada una de las actividades del usuario en las demás aplicaciones, con el objetivo de ofrecer anuncios especializados y personalizados.</p> <p>Por su parte TikTok mantiene el liderato respecto a efectividad y eficacia, gracias a la incorporación de su algoritmo, la aplicación otorga mayores índices de retención; transformándose en un modelo eficiente en la adquisición de engagement.</p>
--	---	--

		<p>Aunque se destaca la efectividad de cada una de estas herramientas, se excluye la importancia de la ética y respectiva privacidad relacionadas con todo el seguimiento de carácter activo de cada uno de los usuarios al exterior de las plataformas; generando inquietudes a considerar sobre el uso de cada uno de los datos personales de los ciudadanos; este enfoque de carácter comercial es eficaz, sin embargo debería mantener el equilibrio con cada una de las medidas que salvaguarden y protejan todos los derechos del usuario, fomentando “la transparencia” en la administración de la información.</p>
<p>Pregunta 5: ¿Cómo se gestiona la interacción con la audiencia en la red social Facebook? ¿Existen estrategias específicas para fomentar la participación de los seguidores mediante el uso de inteligencia artificial?</p>	<p>Generalmente los medios informativos y las organizaciones informativas tienen a una persona encargada de gestionar estas audiencias, puedes recibir varios nombres, a veces se le llama Community Manager otra vez ahí hay</p>	<p>La denominada como “gestión de la interacción con la audiencia” en la red social de Facebook es considerada como un proceso de carácter dinámico, que posee diversos sistemas estratégicos que armonizan los análisis de datos junto a</p>

	<p>varias funciones, hay varios puestos que dependiendo del tipo de organización y sus recursos y sus estrategias están involucradas, lo que hacen es crear contenidos adecuados tanto al perfil del medio como al perfil del periódico, cómo aquellos patrones de consumo que las audiencias han demostrado en el pasado.</p> <p>Facebook concretamente tiene una herramienta de análisis, que cuando uno tiene una página comercial le da una gran cantidad de información en términos de aquellos contenidos que han resultado más exitosos; se hacen muchos análisis, se muestran mucha información; por ejemplo, si subiste un video se muestra donde estuvo tu curva de retención, cuánto tiempo mantuviste la atención de las audiencias, cuando subió, cuando bajó, el especialista interpreta esa información y hace un ajuste para que se potencie dentro del involucramiento</p>	<p>la creación de contenido, es importante que dicho contenido se encuentre en constante análisis con las diversas reacciones de cada uno de los seguidores; los llamados “Community Managers” son considerados como expertos en redes sociales y su manejo, manejan herramientas avanzadas que otorga la plataforma, entre las cuales se destacan las métricas de retención de cada video, junto a ellas se debe considerar los patrones de consumo con la finalidad de identificar la estrategia de publicación más efectiva en un determinado tiempo y acordar cada una de las estrategias de manera progresiva.</p> <p>Del mismo modo se impulsa la participación mediante temáticas de interés a todo el público, con la finalidad de que incitar a cada uno de los usuarios a generar interacción, como por ejemplo, la generación de reportes de distintos</p>
--	---	---

	<p>de las audiencias, hay muchas estrategias que se aplican, en este sentido no solamente la medición estadística.</p> <p>Las respuestas de la ciudadanía sobre cuestiones de interés popular es un indicador, como por ejemplo arreglar baches en las calles, reportar algún semáforo que se descompuesto y distintas profesiones que llevan a la gente a generar contenidos, subir videos fotografías etcétera, que nos permiten tener por un lado el engagement de la audiencia y cumplir una función social que enlace con las autoridades que pueden ser las encargadas de resolver este tipo de asuntos.</p> <p>Entonces son muchas las estrategias que se plantean, a veces es que en conjunción también con algunos patrocinadores y algunos anunciantes en los medios a partir de las cuales se hacen campañas que permiten capturar esta</p>	<p>problemas en la comunidad, es una estrategia novedosa el uso de diversas alianzas con sponsors y patrocinadores para crear campañas innovadoras y efectivas, con incentivos al usuario se fomenta la interactividad constante en las diversas redes. Sin embargo, sigue siendo importante el comprender que este sistema no es “estático”; siempre está en constante cambio, en busca de mejorar progresivamente todo el engagement con la finalidad de solventar cada una de las necesidades que posee la audiencia.</p>
--	--	--

	<p>audiencia y mantener la atención de la audiencia, pero el asunto es siempre estar evolucionando y siempre estar al pendiente de la reacción de las audiencias y que si funciona; poner atención en estos factores que están funcionando y que no está funcionando en lograr esta atención y ajustar la estrategia todo el tiempo, no puede ser algo estático siempre es algo que está en constante transformación.</p>	
--	---	--

<p>Pregunta 6: ¿Qué métricas se utilizan para evaluar el rendimiento de las publicaciones en la red social Facebook? ¿Existen indicadores clave de rendimiento específicos asociados al uso de inteligencia artificial?</p>	<p>Con la finalidad de evaluar el efectivo rendimiento de cada una de las publicaciones en la red social de Facebook, la incorporación de métricas de diverso tipo es indiscutible, como por ejemplo el alcance, misma métrica se encarga de medir la cantidad de individuos que aprecian la publicación, otro dato a destacar es el número de impresiones, que</p>	<p>La utilización de métricas en Facebook en combinación con la incorporación de inteligencia artificial es considerado como un avance trascendental en la manera en que se calcula y potencializa todo el contenido en cada una de las redes sociales; herramientas y sistemas como el “análisis de alcance”, junto al número de impresiones e</p>
--	---	---

	<p>exterioriza el número de veces que se muestra, determinado incluso si es repetido para un mismo individuo.</p> <p>Tenemos cada una de las interacciones, donde se anexan las reacciones, número de comentarios, junto a la cantidad compartidos; también son fundamentales para calcular el nivel de compromiso.</p> <p>Al incorporar inteligencia artificial, entre los indicadores primordiales se encuentra la llamada tasa de conversión, relacionada al contenido que es personalizado, también influye el incremento en el alcance mediante la segmentación avanzada; además del impacto de diversos algoritmos predictivos con la finalidad de optimizar el aprovechamiento de horarios, mejorando la eficacia de cada una de las campañas interpuestas.</p>	<p>interacciones juegan un papel esencial; sin embargo, lo que efectivamente enmarca la diferencia es la manera en que la inteligencia artificial se encuentra en constante adaptación y transformación mediante la identificación de “patrones de comportamiento”, con la finalidad de personalizar la experiencia de cada uno de los usuarios.</p> <p>Sin embargo, el presente enfoque debe mantener el equilibrio con la ética, ya que la segmentación de carácter avanzado y cada uno de los algoritmos predictivos ocasionan fragmentación y riesgo sobre la privacidad, abriendo la puerta a la posible manipulación del contenido; es necesario que cada una de estas tecnologías se manejen con total transparencia y a favor de cada uno de los creadores de contenido pensando en lo mejor para</p>
--	--	---

		<p>su audiencias, obviando prácticas de carácter intrusivas o con fines excesivamente egoístas y comerciales; las métricas generadas e impulsadas por IA son efectivas, pero demandan un uso comprometido con la ética y optimización de la seguridad y privacidad</p>
<p>Pregunta 7: ¿Qué desafíos existen al implementar estrategias de optimización de contenidos con IA en redes sociales?</p>	<p>El riesgo es que se desvirtúe de algún modo la esencia de la información periodística, las audiencias no necesariamente consume siempre aquellos contenidos que en términos de la teoría clásica del periodismo pudieran ser lo más adecuado en función de una discusión o de un debate público; se dice que los medios informativos los periódicos de manera muy importante, proporcionan un espacio de debate para para la ciudad la ciudadanía, en términos de aquellos factores y de aquellos asuntos que les</p>	<p>El desafío principal al incorporar diversas estrategias y sistemas de “optimización de contenido” mediante la aplicación de inteligencia artificial en cada una de las redes sociales habita en la discrepancia entre los intereses de carácter comercial y la completa responsabilidad social que deben considerar los medios de comunicación. Si bien es cierto que los algoritmos pueden impulsar el aumento del alcance y engagement de una publicación al personalizar el contenido</p>

	<p>son relevantes como asuntos públicos, entonces se supone desde esa teoría que los medios deberían proporcionar información fidedigna, importante y relevante para mantener esa discusión y entonces que la ciudadanía en los las autoridades, el gobierno debatan.</p> <p>Sin embargo, sabemos que las audiencias no funcionan con estas lógicas, hay contenidos que captan más la atención que los de importancia pública. Como la farándula y el espectáculo. La gente lo demanda y consume por esa relación, no es la óptima sobre la responsabilidad de los medios</p>	<p>según cada uno de los intereses de la audiencia, esta situación puede alterar por completo toda la esencia del periodismo en cuestión, misma disciplina que debería concentrarse en relatar temáticas de interés público, impulsando el debate.</p> <p>La IA, al priorizar noticias con mayor enfoque de atención como el entretenimiento deportivo o la farándula, ha desplazado temas notables y cruciales para el desarrollo de la sociedad, como por ejemplo “la salud”, “bienestar ciudadano”; este enfoque, aunque práctico en términos de captación de views o audiencia, puede favorecer la completa polarización y respectiva desinformación, generando dilemas éticos considerables. Si bien la IA posee el potencial de optimizar y mejorar toda la interacción con cada una de las audiencias, es</p>
--	---	--

		fundamental que los medios de comunicación mantengan y preserven su integridad, priorizando todo tipo de contenido que realmente impulsen una sociedad crítica y en desarrollo
--	--	--

<p>Pregunta 8: ¿En qué medida considera que la colaboración con expertos en IA es fundamental para la implementación efectiva de estrategias en proyectos de optimización de contenidos?</p>	<p>Hay que distinguir entre muchos tipos de inteligencia artificial, no todo es chat GPT, hay muchos otros algoritmos y muchos otros modelos, cuando se está hablando de Inteligencia Artificial hay que precisarlo en términos de a qué nos estamos refiriendo, sobre todo en la aplicación de estas tecnologías en los ámbitos periodísticos, por ejemplo, los modelos de optimización de los timeline y de la retención de audiencias no son los mismos que operan en la inteligencia artificial generativa como medio y entonces te ayuda a tomar la decisión de cuál será la mejor aplicación de qué tipo de inteligencia artificial es la más adecuada para cada una de las de los objetivos.</p> <p>En términos de la inteligencia artificial generativa se tienen siempre dos consideraciones muy</p>	<p>La colaboración con cada uno de los expertos en inteligencia artificial es autoritariamente crucial para la ejecución de carácter efectiva de diversas estrategias en proyectos de desarrollo y optimización de contenidos, principalmente cuando se habla de aplicaciones con características complejas dentro del ámbito periodístico; la IA no es considerado como un “bloque homogéneo”, y como bien se manifiesta existen distintos tipos, clases y modelos, entre los cuales se encuentran sistemas de optimización de timelines y los de estructura generativa.</p> <p>Cada sistema de IA tiene su propósito y, por consecuencia, demanda un enfoque detallado y específico; los expertos en IA fungen un papel fundamental para concluir cuál es el sistema y herramienta efectivo para</p>
---	---	--

	<p>importantes por un lado los sesgos que ocurren a partir de los procesos de entrenamiento, que son sesgos que tienden a ser representaciones sesgadas estereotipadas de algunos grupos sociales en función de nacionalidad, género, etnia, etc.; son muchos factores y por el otro las alucinaciones, que son la generación de contenidos que no tienen un valor de verdad y que el algoritmo genera cuando no hay suficiente datos de entrenamiento, entonces un experto te debe decir que no puedes dejar a la inteligencia artificial sola, debes verificar los contenidos porque de repente puede alucinar.</p>	<p>cada una de las metas y objetivos, pero también para manipular todos los riesgos congénitos a estas nuevas tecnologías, como la incorporación de fallas, sesgos y las alucinaciones que posiblemente experimente la IA si no se encuentra bien direccionada, causando distorsionar la calidad y la ética de todo el contenido.</p> <p>Sin la supervisión esencial y adecuada, la IA puede forjar resultados ineficientes, imprecisos o estereotipados atentando la calidad de toda la información recolectada, sino que al mismo tiempo pueden favorecer a la desinformación; por consecuencia, considero que una ejecución efectiva y aplicación responsable de la IA en la “optimización de contenido” debe ir acompañada de la orientación y respectiva supervisión, misma supervisión debe ser constante y realizada por</p>
--	---	---

		<p>expertos que avalen la eficiencia, la imparcialidad y la completa ética de todo el proceso.</p>
<p>Pregunta 9: ¿Cómo han evolucionado las estrategias de inteligencia artificial a lo largo del tiempo? ¿Cuáles considera que son los factores clave para realizar ajustes continuos en su implementación?</p>	<p>Por ejemplo en el caso concreto de los LM, se trata de modelos fundacionales que están evolucionando muy rápidamente, es decir, las versiones de chat GPT que fueron puestas a disposición de las personas usuarias, el 30 de noviembre de 2022 son muy diferentes y eran mucho más limitadas de lo que actualmente tenemos a nuestra disposición, incluso en las modalidades gratuitas y en los modelos de paga; en la actualidad tenemos el modelo O1 en la versión de paga, siendo un modelo sumamente potente, mucho más refinado y con muchos más parámetros en su</p>	<p>El desarrollo de la inteligencia artificial, principalmente con cada uno de los modelos de lenguaje como por ejemplo “ChatGPT”, han sido un fenómeno de características fascinantes, con ello se manifiesta tanto los avances de carácter tecnológico como exponencial demanda de diversas herramientas, mismas que con el tiempo se vuelven más potentes y adaptables. El hecho de que diversos modelos como el O1 de la empresa Open IA hayan trascendido y evolucionado desde versiones más simples y limitadas a ser idóneas para</p>

	<p>entrenamiento y en la constitución de su red neuronal de lo que eran las versiones anteriores como la 4o y no se diga la 3.5.</p> <p>Ese es el proceso de evolución que ha ocurrido y las personas que están encargadas de esta aplicación, de estas tecnologías deben estar al tanto de cuáles son las modificaciones en los modelos, qué es lo que está cambiando y cuáles son las nuevas potencialidades, por ejemplo, antes no podían procesar más que texto y desde hace ya prácticamente todo 2024 se sumaron las posibilidades de procesamiento multimedia; de tal forma, que ahora estos modelos son capaces de procesar contenido audio, video, imágenes.</p>	<p>procesar diverso contenido multimedia ejemplifica el increíble crecimiento que la IA posee para transformar y potencializar la manera en que con relacionamos con la información.</p> <p>Creo que el reto, y al mismo tiempo la principal oportunidad, está en determinar el modo en que las organizaciones producen este poder de modo continuo y adaptable. Dado que la IA prospera ágilmente, mantenerse a la vanguardia con las nuevas características y actualizaciones de todos estos modelos es importante; sin embargo, no solo se trata de componer nuevas funcionalidades, sino se busca ajustar todas las estrategias de implementación para garantizar que la IA esté concatenada con cada una de las necesidades de los usuarios y del mismo modo</p>
--	---	---

		<p>cumpla todos los objetivos comerciales, todo mientras se opera de manera ética y legal; la clave es tener una mentalidad en busca de constante evolución y mejora, sin perder la flexibilidad, entendiendo que la IA no es un recurso estática, sino mucho más, siendo una herramienta y almanaque con características dinámicas en constante adaptabilidad y crecimiento exponencial, considerando a esta revolución digital como la revolución industrial de la nueva época, en donde la IA no ha parado de crecer en busca de un futuro utópico de optimización y automatización de diversos criterios.</p>
<p>Pregunta 10: ¿Cómo influye el uso de herramientas de inteligencia artificial en la personalización de la experiencia del usuario en plataformas como</p>	<p>Vamos a dividirlo en los dos ámbitos, concretamente en la plataforma de Facebook está lo que consumen las audiencias, eso lo personaliza la inteligencia</p>	<p>Se diseña una distinción primordial entre “la personalización” que prometen las plataformas y redes sociales como Facebook y la que cada uno de los medios pueden</p>

<p>Facebook de un medio impreso?</p>	<p>artificial de la plataforma, no el del medio y por otro lado está la oferta del medio, la oferta del medio lleva una personalización no a través de Facebook, eso es muy importante decirlo; la hiperpersonalización no ocurre en esta plataforma porque no es posible hacerlo, es decir, no está en el control, ni del Community Manager, ni del social manager de una empresa, se encuentra solo en el control de quienes gestionan Facebook, eso puede ocurrir en otras plataformas y en una relación directa, por ejemplo en una suscripción directa de la persona con ese medio impreso o con ese periódico en particular.</p> <p>Entonces sí puede haber una construcción de una selección de noticias, de notas o de temas de acuerdo al consumo particular de cada una de las personas suscriptoras</p>	<p>brindar mediante sus propios canales; “la personalización” en la red social de Facebook está completamente inspeccionada por cada uno de los algoritmos de la plataforma, limitando la capacidad de cada uno de los medios al adaptar su contenido de manera directa a todas las preferencias de cada uno de los usuarios en esa red social; esto causa que el uso de Facebook sea más superficial y general.</p> <p>Dependiendo de cada una de las interacciones del usuario con cada uno de los contenidos expuestos por respectivo el algoritmo; sin embargo, cada uno de los medios poseen la oportunidad de brindar una experiencia cada vez más personalizada y detallada, si cuentan y poseen aplicaciones propias, donde pueden manejar inteligencia artificial con el objetivo de ajustar todo el</p>
--------------------------------------	--	---

	<p>de ese medio, pero en esa otra plataforma, no en Facebook; eso es muy importante, es una limitación que tiene las estrategias de engagement y de retención de usuarios, de personalización en Facebook, tú no puedes personalizar la experiencia desde tu oferta como medio porque no está en tus manos, eso está en manos de los algoritmos de la plataforma, es una pieza de programación en la que se alimenta con estos contenidos generados.</p> <p>El periódico en una versión digital que es capaz de incorporar una pieza de inteligencia artificial, la app de ese medio o periódico le pueda brindar una experiencia única a la persona, identificando contenidos en los que les dedican más tiempo, a lo que le da likes, a lo que le da una reacción, siendo una app del medio no es no es necesariamente la</p>	<p>contenido de modo más detallado y en dirección a cada uno de los intereses y comportamientos de sus respectivos usuarios; esta diferenciación destaca una completa limitación de cada una de las plataformas como por ejemplo Facebook, restringiendo a los medios en “términos de control” sobre la completa experiencia del usuario en cuestión, mientras que si se utilizan aplicaciones propias se brinda mayores posibilidades de optimización y personalización.</p>
--	---	---

	<p>plataforma web, porque la plataforma web tiende a ser más bien generalista, es para una audiencia amplia y no hay una personalización necesariamente, sino más bien a partir de las apps, esa es la tendencia actual, el desarrollo de apps que permitan esa personalización a partir de la incorporación de estas tecnologías.</p>	
--	--	--

Anexo 5

Entrevista a experto en IA - Dr. Gabriel Pérez



Anexo 6

Entrevista a Director del Diario "La Prensa"- Mgs. Alejandro Lalama

