



Comunicación: Un enfoque desde la academia

VOL.1



- Andrés Carvajal Romero
- Karina Benítez Luzuriaga
- Fernanda Tusa Jumbo

Coordinadores

Colección
de la Facultad
de Ciencias
Sociales

Editorial
UTMACH



Vicerrectorado de
Investigación • Vinculación • Posgrado
Unidad Editorial

Comunicación: un enfoque desde la academia - Vol.1

Andrés Carvajal Romero
Karina Benítez Luzuriaga
Fernanda Tusa Jumbo

Coordinadores



Ediciones UTMACH
180 pág / Formato 17 X 24cm
Título: Comunicación:
un enfoque desde la academia - Vol.1
Primera edición
ISBN electrónico: 978-9942-24-185-6
DOI: <http://doi.org/10.48190/9789942241856>
CDD: 070

Colección de libros de la Facultad de Ciencias Sociales
Convocatoria 2023

Comunicación: un enfoque desde la academia - Vol.1

José Correa Calderón
Decano de la Facultad de Ciencias Sociales
Director de la Colección

Comisión Académica de la Colección

Elida Rivero Rodríguez
María Román Aguilar
Wilson Peñaloza Peñaloza
Yubber Alexander Cedeño
Miguel Cunalata Castillo

Miembro editorial de la publicación (Coordinación técnica - FCS)

José Correa Calderón
María Román Aguilar
Jorge Maza Córdova
Fernanda Tusa Jumbo

Miembro editorial de la publicación (Asistencia editorial - FCS)

Melissa Matamoros Romero
Esther Jumbo Castillo

La Facultad de Ciencias Sociales desea expresar su agradecimiento a todos los que hicieron posible la edición de este libro: Revisores de la facultad, pares especializados externos, comisión académica, técnica y asistencia editorial de la facultad. Agradecemos a la Editorial UTMACH, que se encarga del proceso editorial y a coordinar con la facultad, cada fase del libro. Finalmente, mis sinceras felicitaciones a los autores de la obra.

Autoridades

Jhonny Pérez Rodríguez - **Rector**
Rosemary Samaniego Ocampo - **Vicerrectora Académica**
Luis Brito Gaona - **Vicerrector de Investigación, Vinculación y Posgrado**
Irene Sánchez González - **Vicerrectora administrativa**

© Ediciones UTMACH

Título original:

Comunicación: un enfoque desde la academia - Vol.1

ISBN electrónico: 978-9942-24-185-6

DOI: <http://doi.org/10.48190/9789942241856>

© Autores de capítulos

Libro revisado por pares académicos

Karina Lozano Zambrano
Jefe editor / Edición editorial y diagramación

Edison Mera León - Diseño de cubierta
Jazmany Alvarado Romero - Difusión D-Space
Primera edición
22 de febrero de 2024 - Publicación digital

Universidad Técnica de Machala - UTMACH
Correo: editorial@utmachala.edu.ec
Machala-Ecuador

Licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional (CC BY-NC-SA 4.0).

Presentación de la colección

La Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad Técnica de Machala se enorgullece de presentar una colección de textos que refleja el trabajo de nuestros profesores y estudiantes en los campos de las ciencias sociales, jurídicas y de la educación. Estos textos no solo representan la diversidad de intereses e investigaciones de nuestra comunidad académica, sino que también subrayan nuestro compromiso con la mejora de la calidad de vida en nuestra región y más allá.

Nuestra Facultad es un crisol de conocimientos que abarcan una amplia gama de disciplinas en las ciencias sociales. Desde sociología hasta trabajo social, desde psicología hasta comunicación, nuestros investigadores están comprometidos con la comprensión de la sociedad en todas sus dimensiones. En estos textos, encontrarán investigaciones que exploran la dinámica social, la cultura, la identidad y las transformaciones que enfrenta nuestra sociedad en el siglo XXI.

En el ámbito jurídico, nuestra Facultad se destaca por su profundo compromiso con la justicia y el Estado Constitucional de derechos. Los textos en este ámbito, analizan cuestiones legales cruciales que afectan a nuestra sociedad, desde la protección de los derechos humanos hasta la reforma legal. Nuestros investigadores trabajan incansablemente para contribuir a la construcción de un sistema legal más justo y equitativo.

En el ámbito de las ciencias de la educación y las perspectivas pedagógicas innovadoras, es claro que la educación es el motor del cambio social, y en la Facultad de Ciencias Sociales reconocemos su importancia central. Nuestros textos también incluyen investigaciones sobre

pedagogía, currículo y formación docente. Estamos comprometidos en promover prácticas pedagógicas innovadoras que preparen a nuestros estudiantes para enfrentar los desafíos de la educación del siglo XXI.

La Facultad de Ciencias Sociales se compromete con la dignidad, la excelencia académica, la vinculación comunitaria y la transformación como pilares fundamentales de su labor educativa, social y cultural.

José Correa Calderón, PhD.

DECANO

Rosa Caamaño Zambrano, Mgs.

SUBDECANA

ÍNDICE

Periodismo digital local postpandemia: un análisis de la preferencia
ciudadana barrial en Machala al sur de Ecuador ..15

Lizette Ivonne Lazo Serrano; Juan Andrés Carvajal Romero;
Maira Joanna Jiménez Jiménez

Cuando el periodismo inspira: un análisis de plataformas digitales de
buenas noticias ..59

Tomás Álvarez Benítez; Karina Benítez Luzuriaga

Redes sociales: el impacto de las noticias falsas ..83

Karina Benítez Luzuriaga; Samantha Montesdeoca Ordoñez

La comunicación y la depresión postparto

Estudio de opinión en el subcentro de salud 29 de Noviembre, Cantón
Santa Rosa, 2023. ...121

Joselyn Silva; Fernanda Tusa; Patricia Pacheco; María Román

Adaptación de las radios del cantón pasaje al ecosistema mediático
actual ...143

Doménica Noles; Gabriel Iñiguez; Julissa Vines

Presentación

La pandemia del 2020 cambió las formas de hacer y consumir la comunicación. Se puso de relieve la importancia de la comunicación digital, en todas las esferas de la sociedad. Sobre todo, en comunicación para la salud pública, la lucha contra la desinformación y la búsqueda de un renovado ejercicio profesional. En este libro, a partir de investigaciones académicas, exploraremos cómo estos temas pueden evidenciar relaciones casuísticas y propone el abordaje adecuado en la búsqueda de soluciones para esos problemas de la sociedad actual.

Las redes sociales, los blogs y los sitios web han creado nuevas rutas de comunicación que permiten conectarnos con personas de todo el mundo, al mismo tiempo, en diferentes formatos y canales. Sin embargo, también han surgido nuevos desafíos, como la gestión de la reputación en línea, la lucha contra la desinformación y la búsqueda incesante de calidad en los contenidos de los que se transmite y difunde. A partir de la crisis sanitaria quedó demostrado que la comunicación efectiva puede salvar vidas, pero también puede causar serios problemas en la salud mental de los seres humanos, a causa de la infodemia masiva.

En este libro, se discute sobre las mejores prácticas comunicacionales para la salud pública, y cómo se puede hacer uso de herramientas digitales para llegar a un público más amplio, haciéndole frente a esa infodemia, que dificulta que las personas encontremos fuentes confiables y orientación fidedigna; en uno de los capítulos, por ejemplo, se aborda el caso de la necesaria educomunicación en mujeres y sus familias sobre postparto y cuidados del recién nacido. El texto presenta una investigación sobre este importante tema, en una localidad de Machala.

Además, en ese recorrido cambiante del ejercicio comunicacional, se explora la adaptación del periodismo radial tradicional al ecosiste-

ma digital. La radio ha sido fuente importante de noticias e información durante décadas, pero la era digital ha cambiado la forma en que se produce y se consume el periodismo. En esta obra, discutiremos cómo el periodismo radial tradicional se ha adaptado al ecosistema digital, y cómo se han utilizado las herramientas digitales para mejorar la calidad de los productos radiales.

Por último, exploraremos el periodismo positivo, que es una tendencia emergente en el mundo del ejercicio de la profesión. El periodismo positivo se enfoca en las noticias positivas, y busca inspirar a las personas a través de historias de éxito y superación. Sin voltear la mirada al costado, y buscando el análisis profundo de causas de los graves problemas que afronta la sociedad actual, esta forma de hacer comunicación brinda posibles soluciones a situaciones difíciles, y se convierte en una herramienta poderosa para la transformación social y la búsqueda de mecanismos para reducir las brechas sociales, a nivel local y global.

Tenemos la satisfacción de entregar a la comunidad el libro COMUNICACIÓN: UN ENFOQUE DESDE LA ACADEMIA. Un trabajo de investigación y escritura académica de la Carrera de Comunicación. Un esfuerzo compartido, entre docentes, estudiantes, profesionales y actores sociales. Este es un punto de partida, que promueve la discusión, el debate y la propuesta de nuevas temáticas para seguir haciendo nuestro trabajo académico comunicacional y periodístico. Estamos convencidos de que la construcción colectiva y colaborativa del saber, es la ruta que debemos seguir caminando.

Esta obra no solo motiva la lectura, sino que también invita a la discusión crítica, fomentando una reflexión sobre temáticas cruciales como el periodismo de salud, el periodismo de soluciones, el periodismo radial y el periodismo tecnológico. En un contexto donde la información es un recurso invaluable, este libro se erige como una fuente clave para comprender las intrincadas dinámicas que rigen el periodismo contemporáneo y su interdisciplinariedad.

La iniciativa detrás de esta obra refleja el compromiso con el desarrollo intelectual y la consolidación de una base formativa sólida en la región 7 del país. Es imperativo que se promuevan y respalden continuamente obras de esta índole dentro de la academia orense, ya que son ellas las que forjan un camino hacia la excelencia académica y contribuyen al enriquecimiento del conocimiento en el ámbito de las ciencias de la comunicación.

Finalmente, consideramos que este libro constituye una guía esencial para aquellos lectores que buscan comprender las complejidades de la comunicación en la sociedad de la información y el conocimiento. En su esencia, esta obra es un llamado a la acción y a la promoción de un diálogo informado que impulse la formación académica y humanística en la provincia de El Oro.

ISBN: 978-9942-24-185-6

DOI: <http://doi.org/10.48190/9789942241856.1>

Cap.1

Periodismo digital local postpandemia: un análisis de la preferencia ciudadana barrial en Machala al sur de Ecuador

Lizette Ivonne Lazo Serrano

llazo@utmachala.edu.ec

Carrera de Comunicación, Universidad Técnica de Machala, Ecuador.

<https://orcid.org/0000-0002-9991-136X>

Juan Andrés Carvajal Romero

jcarvajal@utmachala.edu.ec

Carrera de Comunicación, Universidad Técnica de Machala, Ecuador.

<https://orcid.org/0009-0005-5256-6086>

Maira Joanna Jiménez Jiménez

mjimenez12@utmachala.edu.ec

Universidad Técnica de Machala, Ecuador.

<https://orcid.org/0009-0008-4028-2088>

Resumen

En este capítulo, se realiza un análisis exhaustivo del periodismo digital en un contexto local postpandemia, con un enfoque especial en la aceptación e impacto que tiene en la ciudadanía de Machala, prestando una atención destacada a la ciudadela Santa Elena como punto de referencia para esta investigación de campo. El objetivo fundamental es determinar las preferencias de las personas de edades comprendidas entre 18 y 65 años que residen en la ciudadela descrita con relación al periodismo digital.

Para comprender plenamente el alcance de este trabajo investigativo, se abordan cuestiones claves, como los orígenes del periodismo digital y su evolución postpandemia del COVID-19, así como las preferencias de la población en cuanto a las plataformas informativas. Además, se analiza la calidad y estructura de los contenidos digitales, identificando cuáles de estos contenidos son los más consumidos en el ámbito de los medios digitales.

La metodología adopta un enfoque mixto, que combina técnicas de análisis cualitativo, como entrevistas a expertos y profesionales, con técnicas de análisis cuantitativo, en las que se incluyen encuestas dirigidas a la población.

Los resultados revelan que, tras la pandemia del COVID-19, los medios de comunicación experimentaron una profunda reconfiguración. Actualmente, las personas prefieren obtener información a través de las redes sociales y medios digitales, valorando la multimedialidad, el hipertexto y la interactividad en estas fuentes de información. Es relevante destacar que los medios de comunicación tradicionales no desaparecen, sino que se adaptan a las nuevas formas de comunicar y de conectarse con sus audiencias. De hecho, las nuevas narrativas

se integran de manera armoniosa en las plataformas tecnológicas, las cuales han transformado de manera significativa los hábitos de consumo de información y entretenimiento.

Palabras clave: periodismo digital, medios digitales, redes sociales, multimedialidad, interactividad, COVID-19.

Introducción

La era digital ha introducido transformaciones de magnitud sin precedentes en el campo del periodismo. La pandemia de COVID-19¹, que irrumpió con fuerza en marzo de 2020, no sólo alteró la realidad social y económica, sino que también ejerció un profundo impacto en el panorama mediático. Estas consecuencias fueron particularmente notorias en Ecuador. En este capítulo, nos adentraremos en un análisis minucioso del periodismo digital en el contexto local posterior a la pandemia, con un énfasis especial en la ciudad de Machala y, más específicamente, en la ciudadela Santa Elena. Esta área se convierte en un microcosmos que refleja las tendencias y preferencias emergentes en el ámbito del periodismo digital.

Como afirman Cárdenas et al. (2021), la pandemia no solo afectó la salud pública, sino también la estabilidad económica y laboral en Ecuador. En este contexto, los medios de comunicación, tanto tradicionales como digitales, se encontraron frente a un dilema: adaptarse

¹ La pandemia de coronavirus COVID-19 es la crisis de salud global que define nuestro tiempo y el mayor desafío que hemos enfrentado desde la Segunda Guerra Mundial.

o perecer. La crisis generada por el COVID-19 exacerbó una situación ya precaria en la industria mediática, llevando a despidos masivos de periodistas y una reevaluación radical de las estrategias editoriales y de distribución.

La investigación de Navarro Sierra y Quevedo Redondo (2020), destacan cómo la saturación informativa durante los meses críticos de la pandemia llevó a un aumento en el consumo de noticias digitales. Los ciudadanos, confinados en sus hogares, recurrieron cada vez más a plataformas digitales para mantenerse informados. Este cambio en los hábitos de consumo de noticias creó un entorno propicio para el florecimiento del periodismo digital, que ofrecía inmediatez, veracidad y, sobre todo, un acceso conveniente a información variada y confiable.

De acuerdo con Iturralde Durán y Duque Romero (2021), la crisis generada por la pandemia del coronavirus no solamente forzó la implantación del teletrabajo como medida para reducir el riesgo de contagios, sino que también impulsó el desarrollo del periodismo independiente. Este nuevo enfoque permitió la entrega inmediata de información verificada a través de una plataforma multimedia, y estos contenidos fueron bien recibidos por la audiencia debido a su atractivo visual, su interés y su naturaleza ligera.

Masip (2016), destaca que, frente a la disminución de lectores y los problemas financieros que aquejaron a los medios, estos adoptaron medidas creativas para retener a sus audiencias. La participación y la interacción en redes sociales se intensificaron, convirtiendo a las plataformas digitales en espacios dinámicos y participativos. Este fenómeno no solo se mantuvo a la audiencia comprometida, sino que también abrió nuevas oportunidades para la narrativa multimedia, fusionando texto, imágenes y videos de manera atractiva y efectiva.

La pandemia marcó el ritmo del trabajo periodístico, y los despidos que afectaron en los medios regionales y nacionales brindaron oportunidades de desarrollo a muchos medios digitales. Según la Or-

ganización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura UNESCO (2020, pág. 12), se presentaron limitaciones durante la pandemia en lo que respecta al acceso a la información y la capacidad de los medios para combatir las noticias falsas. Según el informe, el 42% de los 178 millones de tuits relacionados con el COVID-19 fueron generados por bots, y el 40% de ellos se calificaron como no confiables. Aproximadamente un tercio de los consumidores de redes sociales leyó información falsa sobre el COVID-19.

Cárdenas, et al. (2021), indican que los medios tradicionales y digitales han jugado un papel fundamental para la comunicación masiva, la televisión, la radio y los periódicos digitales que son las principales fuentes de información. En el tiempo de confinamiento los periódicos tradicionales, se vieron afectados en lo económico, estos obtuvieron un porcentaje bajo en ventas, debido a esto tuvieron que migrar obligados a la digitalización, tuvieron aceptación por lo que obtuvieron gran número de vistas. Aquí tenemos el caso de un medio tradicional, la televisión, que a causa de la pandemia del covid-19 los televidentes aumentaron en un 40% siendo el mayor consumidor los adultos mayores de 64 años, también incrementó el uso de consumo del formato de entretenimiento y el deporte en un público de 13 a 24 años.

El confinamiento provocó un éxodo masivo hacia los portales digitales, y los jóvenes espectadores empezaron a consumir cada vez más contenido multimedia transmitido a través de las redes sociales. Hacia finales de 2020, el 53,2% de los hogares ecuatorianos ya tenía acceso a Internet, a nivel nacional, el 70,7% de la audiencia utilizaba este servicio. Además, el 51,5% de la población poseía teléfonos inteligentes. En enero de 2021, el país ya contaba con 14,25 millones de usuarios de Internet y millones de usuarios en redes sociales.

En este contexto, surge la necesidad de explorar a fondo las preferencias y comportamientos de la audiencia en Machala, con un enfoque particular en la ciudadela Santa Elena. Esta investigación se

propuso determinar la aceptación del periodismo digital en personas de 18 a 65 años en esta área específica, evaluando cómo los medios digitales han eclipsado gradualmente a sus contrapartes tradicionales. Para llevar a cabo esta investigación, se utilizó un enfoque metodológico mixto que combina métodos cualitativos, basados en entrevistas con expertos y profesionales de los medios locales, con métodos cuantitativos obtenidos a través de encuestas realizadas a la población objetivo. Se abordaron aspectos como los medios de preferencia para informarse, el tipo de contenidos o noticias que presentan los medios seleccionados, la percepción sobre la calidad de la información periodística producida por los medios locales y, finalmente, se presentan los resultados de la investigación.

En este estudio de caso, se constata la tendencia mundial que indica que las personas ya no se informan principalmente a través de periódicos, televisión o radio, sino que confían en sus teléfonos inteligentes y acceden de manera inmediata a las redes sociales para mantenerse al tanto de las últimas noticias del mundo. Sin embargo, vale la pena destacar que la calidad de la información periodística de estos medios digitales es generalmente valorada como positiva debido a su enfoque en la multimedialidad, el hipertexto y la interactividad.

Al explorar las dinámicas emergentes de consumo de medios en este contexto postpandemia, este estudio buscó arrojar luz sobre las tendencias que podrían definir el futuro del periodismo digital en Ecuador y, por extensión, en el mundo. Estamos en un punto de inflexión en la historia de los medios de comunicación, y comprender las preferencias y comportamientos de la audiencia es fundamental para adaptarse a esta nueva era del periodismo.

Inicios del periodismo digital

En cuanto a la historia del periodismo digital, los inicios de esta transformación se remontan a Estados Unidos en 1993, cuando comenzaron a surgir los primeros periódicos en plataformas virtuales, como lo destaca López García et al. (2022).

Sin embargo, el panorama del periodismo digital en Iberoamérica tuvo su punto de partida en 1995, año en el que varios países de la región se unieron a esta nueva era. Tal como agrega Salaverría (2016), en ese año, Panamá, Perú, El Salvador, Argentina, México, Bolivia, Nicaragua, Uruguay, Costa Rica, Chile y Ecuador experimentaron la digitalización de sus medios. En Venezuela, surgió el diario digital El Universal, en Uruguay Radio El Espectador, en Perú la Revista Caretas, en Paraguay el diario ABC Digital, y en Ecuador, diarios tan reconocidos como El Comercio, El Universo y Expreso se sumaron a la revolución digital en 1995 y 1996.

Ramiro Morejón Vallejo (2019) destaca que Ecuador no se quedó atrás en esta transición hacia el mundo digital. El primer periódico que se publicó en formato digital fue “Diario Hoy” en 1995, seguido por El Comercio y El Universo en 1996, que decidió dar el paso hacia la web. Poco después, en 1998, el diario “La Hora” también se lanzó en Internet. Además, los periódicos Expreso y Extra, aparecen en el año 2007, desde ese momento los medios de comunicación tradicionales de Ecuador se vieron obligados a migrar los contenidos de la versión física a la versión digital.

La transformación no se limitó a la prensa, ya que las emisoras de radio y canales de televisión se adaptaron al entorno digital. A finales de la década de los 90, Teleamazonas se convirtió en el primer canal de televisión ecuatoriano en tener presencia en línea en 1998, seguido por Ecuavisa en 1999, TC Televisión en 2001 y RTS en 2005. Posteriormente, en 2010, Ecuador inició la transición de la televisión analógica a la digital.

En cuanto a la radio, la presencia en línea comenzó a tomar forma en Ecuador en 2006, cuando Radio Play Internacional en la ciudad de Quito se convirtió en la primera emisora web. Para el año 2014, el panorama de la radio en línea experimentó un crecimiento significativo, con 96 emisoras, de las cuales 80 eran estaciones de radio FM y 16 eran exclusivas de la web.

Los medios digitales en Ecuador se han adaptado a esta nueva plataforma en línea y han logrado atraer a una audiencia más amplia gracias a la inmediatez de su contenido, como lo menciona Carrión Campoverde (2021). En la provincia de El Oro, por ejemplo, se pueden identificar 22 canales, de los cuales 19 ofrecen señal por cable, alcanzando al 91% de la población, mientras que 3 canales emiten en señal abierta con una cobertura del 9%. En este contexto, OK TV se destaca como el primer canal de la provincia de El Oro con cobertura a nivel provincial a través de señal abierta. Asimismo, existen canales como Orovisión en Machala y Piñas que también cuentan con señal abierta. Los canales con mayor contribución tecnológica en esta provincia son Arena TV, Orovisión, Multicanal y OK TV, y son los responsables de mantener a la audiencia informada con noticias actualizadas y relevantes.

La incorporación de los medios digitales y la adaptación de las estaciones de radio y canales de televisión a plataformas en línea han marcado una nueva era en el periodismo ecuatoriano, proporcionando un acceso más rápido y conveniente a la información para el público. Estos desarrollos tecnológicos continuarán influyendo en la forma en que las personas consumen noticias y contenidos mediáticos en el futuro.

El periodismo digital y sus impulsos post pandemia

El periodismo digital, también conocido como ciberperiodismo, ha surgido como una forma de comunicación e información que aprovecha todas las posibilidades que ofrece Internet, incluyendo prensa, radio y televisión. Este tipo de periodismo se caracteriza por su capacidad para generar noticias constantes y actualizadas, haciendo uso de los recursos tecnológicos y multimedia que ofrece la era digital (Educativo, sf).

Romero Echevarría y Estrada Polar (2020) enfatizan la importancia de la actualización constante en los medios digitales. La audiencia contemporánea exige noticias en tiempo real, acompañadas de contenido audiovisual para garantizar autenticidad, credibilidad, interactividad e hipertextualidad. La necesidad de adaptarse a esta dinámica ha llevado a una transformación significativa en la forma en que se producen y consumen noticias.

Desde hace aproximadamente dos décadas, la prensa ha experimentado una revolución sin precedentes con la llegada de los medios digitales, lo que ha llevado a una pérdida progresiva de lectores en los periódicos impresos. En este contexto, los periódicos tradicionales se han visto desafiados a migrar hacia plataformas digitales para mantenerse relevantes en un mundo cada vez más digitalizado, expone Espinoza, (2017).

La generación X², ha tenido que afrontar el desafío de integrarse a la era digital para no quedar excluida de los medios digitales. Mientras tanto, el público joven ha crecido con Internet y ha adoptado de manera natural las nuevas tecnologías de comunicación. A pesar de

² Término que se emplea para referirse a la generación de personas nacidas, aproximadamente, a mediados de los años 1965 y 1980.

estos cambios, existen aún adultos mayores que no utilizan dispositivos electrónicos, ya sea por desconocimiento o falta de acceso a ellos, nos indica Olea Cunalata, (2020).

Dávila (2017) señala que los periodistas ya no son los únicos responsables de adaptarse a los cambios tecnológicos; las audiencias también han comenzado a crear contenido digital y compartir información en plataformas web. En este contexto, las preferencias de las audiencias han evolucionado hacia productos periodísticos multimedia, buscando información eficiente con títulos dinámicos y elementos tipográficos llamativos, Puente Martínez (2019).

La pandemia de COVID-19 ha acelerado aún más la transformación del periodismo, especialmente en los medios tradicionales. Los periodistas se han vuelto multifuncionales, y los medios han tenido que transformarse y adaptarse a la versión digital para sobrevivir en un entorno económico incierto, en palabras de Suárez Ruíz (2021).

Fundamedios (2020) da a conocer que, en Ecuador, la crisis económica causada por la pandemia ha llevado a la disminución significativa de las impresiones de periódicos de circulación nacional, obligando a muchos de ellos a dejar de circular en su versión impresa y migrar hacia plataformas digitales. Esto se constata con los datos que presenta la investigación de Fundamedios³ sobre algunos periódicos de circulación nacional y el descenso de su tiraje, por ejemplo, en diario Extra, acreditado como el periódico de mayor circulación nacional, sus impresiones descendieron en un 70%; en Diario Expreso la baja fue de un 55%. En el caso del Diario El Norte, de la ciudad de Ibarra, se derrumbaron por la venta de sus ejemplares, puesto que dejaron de imprimir y se lo procedió a entrega virtual en Telegram, también siguió manteniendo el digital de 24 páginas y su red social de Facebook.

³ Fundación Andina para la Observación y Estudio de Medios (Fundamedios) es una organización no gubernamental creada en 2007, con el fin de apoyar a medios de comunicación y periodistas.

En la provincia de El Oro, Ecuador, existen tres diarios de circulación provincial: Diario Correo, El Nacional, Opinión; y el Semanario La Verdad. De estos, Diario Correo quien tiene mayor cobertura en la provincia de El Oro con un tiraje de 13116 ejemplares, El Nacional con una impresión de 9626 ejemplares, Opinión con 8457 y Semanario La Verdad 1500. Los cuatro medios informativos disponen de página web, en donde tienen la sección de: noticias y deportes; lo expresan Gonzáles et al. (2021).

De acuerdo con la investigación de Llanos Arévalo (2021), representantes de Diario El Nacional y Semanario La Verdad de la provincia de El Oro, concuerdan, que, pese al Decreto Nacional de confinamiento, la parte la producción, impresión y las ventas de los ejemplares se redujo eminentemente teniendo que enfrentar dificultades económicas, personal y profesional. Sin embargo, aún siguen realizando versiones impresas, pero hubo la necesidad de migrar de lo tradicional a lo digital para seguir siendo relevantes en la era digital. Han utilizado plataformas como Facebook, Instagram y YouTube para llegar a su audiencia, adaptándose a las preferencias de los usuarios

En este contexto, el periodismo digital ha demostrado ser una herramienta crucial para la adquisición de información en tiempo real. Aprovechando los recursos tecnológicos disponibles, los medios digitales han creado contenido atractivo y han logrado mantenerse relevantes para las audiencias contemporáneas, como lo expone León y Rivera (2018). Esta evolución continúa moldeando el paisaje mediático, y el periodismo digital seguirá siendo fundamental en el futuro de la comunicación y la información.

Preferencia de plataformas informativas

En la era digital actual, el periodismo ha experimentado una transformación radical, dando lugar a una creciente importancia del periodismo digital en comparación con los medios de prensa tradicionales. Según Ávalos Torres (2020), esta transición ha sido motivada por las nuevas tecnologías y el cambio en los hábitos de consumo de noticias. Las audiencias contemporáneas, cada vez más exigentes, prefieren consumir información a través de plataformas digitales, donde la inmediatez y la variedad de contenidos son características destacadas.

Yuste (2015) observa una marcada preferencia por las redes sociales como fuente principal de información, especialmente entre las generaciones más jóvenes. Este fenómeno se traduce en una disminución en el tiempo dedicado a la lectura de periódicos impresos. Las generaciones X, Y (o Millennials) y Z⁴, que abarcan diferentes grupos de edades, muestran una tendencia hacia la rapidez y diversidad que ofrecen los medios digitales. La adaptación a las nuevas plataformas se ha convertido en una necesidad para los medios tradicionales, quienes han tenido que ajustar sus estrategias para mantenerse relevantes.

Chase Veliz (2017) subraya la importancia de la credibilidad en el periodismo digital. La redacción periodística debe ser llamativa y participativa para captar la atención del usuario moderno. La interacción del usuario se ha vuelto esencial en el entorno digital, lo que implica la necesidad de enriquecer los contenidos con textos, fotos y vídeos. Esta interactividad contribuye a aumentar el prestigio del medio, permitiendo que los usuarios se involucren activamente en el proceso informativo.

⁴ Generación X: nacidos entre 1965 y 1980. Generación Y o Millennials: nacidos entre 1981 y 1996. Generación Z: nacidos entre 1997 y 2012

Como lo manifiesta García (2019), los contenidos en medios digitales comprenden algunos componentes estructurados cada uno de ellos mensajes con carácter comunicativo que se dispersan en Social Media.

Según Martínez y Navarro (2019), luego de la radio, el cine y la televisión, los productos periodísticos cambiaron a una forma más creativa en video, fotografía y contenido interactivo que hace que se diferencie del periodismo tradicional, en una noticia impresa la lectura de esta tiene un límite, en cambio en lo digital no tiene límites, el lector puede reproducir y replicar los contenidos que encuentra en cualquier sitio web, este puede comentar, compartir en plataformas digitales y redes sociales que fluyen de manera más rápida.

Las redes sociales se han convertido en un medio de comunicación por derecho propio, donde los usuarios participan activamente compartiendo y creando contenido a través de los servicios que ofrece Internet, esto nos indica la investigación de Morales Ruiz y Romo Jiménez (2017).

Para Domínguez Domínguez (2015), la audiencia consume una alta cantidad de conexión en línea, hablar de redes resulta muy extenso, sin embargo, las más populares son sin duda Facebook, líder de redes, luego le sigue Twitter con un gran número de usuarios en todo el mundo. Posteriormente surgen nuevas muy populares como es Instagram, que tiene múltiples funcionalidades que permiten la interacción entre usuarios.

Para Meso Ayerdi (2003, pág. 5), en este panorama cambiante, los periodistas se enfrentan a desafíos significativos. La necesidad de formación constante se ha vuelto imperativa en un mundo cada vez más audiovisual. El uso de ordenadores y herramientas tecnológicas se ha convertido en una parte integral del proceso comunicativo, y la adaptación a estas nuevas dinámicas es esencial para mantenerse relevante en el campo periodístico.

En síntesis, el periodismo digital se erige como el pilar fundamental para la adquisición de información en tiempo real. La preferencia por plataformas digitales, la interactividad del usuario y la constante evolución tecnológica han transformado la forma en que consumimos noticias. Estos cambios continúan redefiniendo el paisaje mediático y consolidando el papel central del periodismo digital en la comunicación y la información del futuro.

Calidad y estructura de contenidos digitales periodísticos

Según Fernández Lombao (2020), hablar de calidad de contenidos periodísticos es hablar de ética, criterio profesional, responsabilidad, investigación, contenidos con otros recursos ya sea imágenes, videos que sean transparentes y relevantes con el propósito de atraer y comprometer a la audiencia.

Por su parte, Navarro Zamora (2010) asegura que los medios digitales cuentan con varios puntos clave de redacción periodística, cuentan con frases cortas y una estructura gramatical muy sencilla, opinión, contextualización, valoración e interpretación para poder informar de manera correcta al lector, la tarea más importante para el corresponsal online es la jerarquización de la información, el Internet es una red global la que permite el intercambio libre de información periodística al usuario a cualquier parte del mundo. “Los géneros periodísticos con el paso del tiempo se han transformado en géneros multimedia, ya que es una nueva forma de comunicación que se usa de diferentes medios como: imagen, música, texto, voz, gráficos, animación”. Estos géneros multimedia representan una fusión de los tres principales medios de comunicación (prensa, radio y televisión) y deben cumplir con ciertas demandas para ganar aceptación significativa en el entorno digital.

Entre las exigencias para fortalecer las redes sociales y llegar a la audiencia, se destacan:

- a) Conectividad:** Generar confianza con los usuarios.
- b) Servicio:** Ofrecer un contenido interesante, informativo.
- c) Participación:** Establecer canales donde los usuarios puedan interactuar con medios y audiencia.
- d) Orientar y dinamizar:** Guiar a la audiencia a través del contenido.
- e) Gestión del conocimiento:** Crear contenido de calidad para la comunidad.

En cuanto a los géneros periodísticos, en el ámbito de la noticia, la crónica y el reportaje, se han comenzado a presentar contenidos enriquecidos con imágenes animadas, audio, infografías, encuestas, mapas y foros. La innovación más destacada es que el público ya no necesita descargar y luego visualizar el vídeo, sino que “lo va representando a medida que lo toma” Navarro Zamora (2010).

El periodismo se expresa a través de varios géneros, siendo el género informativo uno de los más notables:

- **Noticia:** Su objetivo principal es informar de manera clara y objetiva sobre eventos actuales de interés.
- **Reportaje:** Este género se extiende y profundiza más que una noticia, buscando proporcionar información detallada sobre un tema específico.
- **Entrevista:** Es un encuentro entre dos personas, el entrevistador y el entrevistado, donde se recopila información relevante sobre un tema de interés.
- **Crónica:** Se utiliza para narrar de manera cronológica un evento o acontecimiento específico.

Contenidos que más se consumen en medios digitales

Según Bajaña Saldaña (2018), los medios digitales se han convertido en un medio de información que ofrece herramientas únicas y fomenta una mayor interacción con la audiencia. El consumo de medios digitales informativos ocupa un impresionante 65% del tiempo de los usuarios. No solo fomenta la reacción o la interacción personal de la audiencia, sino que también impulsan el consumo de información. Esto es especialmente evidente entre la tercera parte de la audiencia, comprendida entre los 18 y los 45 años, que prefiere consumir noticias en línea. Los usuarios son atraídos en gran medida por la diversidad de contenidos que ofrecen los medios digitales.

Entre los tipos de medios digitales más populares se incluyen:

Libro Electrónico: Estos textos facilitan la lectura de documentos digitales y emula la experiencia de lectura de un libro físico.

Revista Electrónica: Ofrecen artículos e investigaciones en formato electrónico, lo que facilita el acceso a información de calidad.

Repositorios Institucionales: Estas plataformas albergan publicaciones académicas con acceso abierto, incluyendo investigaciones en diversas áreas del conocimiento, proporcionando a los académicos un espacio para compartir sus propias investigaciones.

Redes Sociales: Plataformas como YouTube, Twitter, Facebook e Instagram representan los medios de comunicación de interactividad masiva de la actualidad. Ofrecen a la audiencia la oportunidad de participar, compartir y comentar sobre una amplia variedad de contenidos.

Estos tipos de medios digitales han transformado la forma en que las personas consumen información, ofreciendo una experiencia enriquecedora y atractiva para un público diverso y en constante crecimiento.

Metodología

El estudio se llevó a cabo utilizando una metodología mixta que permitió alcanzar los objetivos de la investigación. Esta metodología combinó una revisión bibliográfica exhaustiva con la aplicación de técnicas de encuestas a la población residente en la ciudadela Santa Elena del cantón Machala, así como entrevistas con expertos y periodistas de diversos medios digitales de la provincia de El Oro.

El propósito de aplicar encuestas a la audiencia y entrevistas a periodistas de medios digitales fue identificar la percepción y aceptación de los medios digitales en comparación con los medios tradicionales, incluyendo la radio, la televisión y la prensa, por parte de la ciudadanía en el área de estudio.

Para determinar el tamaño de la muestra de la población a encuestar, se consideran los habitantes de la ciudadela Santa Elena, que se encuentra al norte del cantón Machala y cuyas edades oscilan entre los 18 y 65 años. El cálculo de la muestra se realizó con un margen de error del 8% y un nivel de confianza del 90% sobre una población de 5.600 personas, según datos proporcionados por el presidente del sector, Ing. Luis Caiminagua.

Además, se aplicaron entrevistas semiestructuradas a ocho periodistas que cuentan con más de 10 años de experiencia en medios de comunicación, tanto tradicionales como digitales. También se entrevistó a un experto en periodismo digital, que además es profesor con más de 20 años de experiencia en la formación de coberturas digitales y especializado en la cátedra de narrativa móvil y crisis online.

Para la elaboración de los instrumentos de recopilación de información, se toman en cuenta variables provenientes de investigaciones previas relacionadas con el tema. Para analizar el primer objetivo específico de la investigación, que se enfocó en determinar la aceptación

de los medios informativos digitales en comparación con los medios tradicionales y sus contenidos, se desarrollaron variables de investigación basadas en datos recopilados de artículos científicos de Domínguez Domínguez (2015).

Las variables correspondientes al segundo objetivo específico, que se centró evaluar en la percepción sobre la calidad de los contenidos digitales periodísticos producidos por comunicadores profesionales locales, se basaron en datos de artículos científicos y tesis de autores como Chase Veliz (2017), Ruiz (2018), Fernández Lombao (2020), Odriozola Chené et. al. (2016), y Navarro Zamora (2010).

En cuanto a las variables relacionadas con el tercer objetivo específico, que consistió en identificar los contenidos y formatos periodísticos digitales preferidos por las audiencias para informarse, se recopilaron datos de resultados de investigaciones previas realizadas por varios autores, como Navarro Zamora (2010) y Chase Véliz (2017).

A continuación, se detallan las variables utilizadas en este estudio:

Tabla 1. Variables de varios autores

<p>Características del periodismo y de medios digitales Ruiz (2018) Fernández Lombao (2020), Navarro Zamora (2010), (Educativo, s.f.)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Información actualizada. • Autenticidad • Credibilidad • Interactividad • Hipertextualidad. • Conectividad. • Multimedia • Versión electrónica de los tradicionales • Redacción periodística llamativa y participativa • Integración de los tres medios masivos: prensa, radio y televisión
--	--

<p>Características de contenidos noticiosos digitales Navarro Zamora (2010) Chase Veliz (2017)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Criterio profesional • Responsabilidad • Investigación • Contenidos con titulares, imágenes, videos relevantes • Transparente • Jerarquización/orden de la información • Contenido interactivo • Estructura gramatical sencilla
<p>Plataformas preferidas para consumo contenidos periodísticos Cabral Vargas (2019)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Redes sociales: • Facebook • Twitter • YouTube • Instagram
<p>Características de redacción periodística Navarro Zamora (2010)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Frases cortas • Estructura gramatical sencilla • Interpretación • Claridad
<p>Características de interacción con contenidos Domínguez Domínguez (2015)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Hashtags • Compartir • Etiquetar las noticias • Likes o “Me Gusta” • Comentarios
<p>Formatos periodísticos Navarro Zamora (2010)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Imágenes animadas • Audio • Videos en vivo • Infografías • Encuestas • Mapas • Foros • Noticia • Reportaje • Entrevista • Crónica

Elaboración: Propia

Resultados

1. Entrevistas a profesionales del periodismo

Se llevaron a cabo entrevistas semiestructuradas con ocho periodistas profesionales, quienes acumulan más de 10 años de experiencia en medios de comunicación, tanto tradicionales como digitales. Estos periodistas fueron seleccionados debido a su experiencia en el campo periodístico y se les realizó preguntas relacionadas con los siguientes aspectos:

a) Nivel de aceptación de los medios informativos digitales frente a los medios tradicionales en la actualidad

La mayoría de los periodistas entrevistados (7 de 8) coinciden en que los medios informativos digitales han alcanzado un alto nivel de aceptación en la sociedad actual. Destacan la inmediata que ofrecen en comparación con los medios tradicionales. Un periodista menciona que el nivel de aceptación es del 60%, y todos (8) enfatizan que la pandemia de COVID-19 ha acelerado la transición hacia el periodismo digital, con Facebook como una herramienta crucial para la emisión de contenidos.

b) Plataformas preferidas para el consumo de contenidos periodísticos

Los ocho periodistas entrevistados coinciden en que Facebook es la plataforma líder para el consumo de contenidos periodísticos. Resaltan su gran número de usuarios y la interacción en publicaciones de carácter noticioso. Sin embargo, estos mencionan que Twitter también es popular, especialmente para un público más profesional, y fomenta la interacción mediante retuits, “me gusta” y comentarios; por debajo de esas dos redes principales encontramos otras como Instagram que

tiene muy poca acogida, también esta YouTube, WhatsApp se utiliza para la rápida difusión de información. Además, uno de ellos dice que el correo electrónico se emplea con menos frecuencia.

c) Calidad de información periodística de medios digitales locales

La mayoría de los entrevistados (5 de 8) opinan que la calidad de la información periodística en medios digitales es baja. Resaltan la necesidad de contar con imágenes de alta calidad, redacción de noticias bien estructurada. Uno de ellos menciona que el uso de hipertextos es otro factor de calidad con los enlaces, imágenes en movimiento o estáticas, sonido y videos para hacer que el contenido sea más atractivo y comunicativo. Un periodista destaca la importancia de la verificación de fuentes y la contrastación de información. Algunos (2) mencionan que medios como MP Noticias, Machala Móvil y Diario Correo han logrado ofrecer contenido de buena calidad y han ganado aceptación.

d) Formatos o contenidos noticiosos periodísticos que más se consumen en la ciudadanía del cantón Machala

Un periodista también menciona que el contenido noticioso más consumido por la audiencia es la política, otro asegura que las noticias del día y las locales tienen gran aceptación por parte del público, finalmente la mitad (4) concuerdan también que los temas deportivos tienen muy poca acogida y solamente las audiencias se interesan cuando la juegan los equipos de fútbol como Emelec, Barcelona y Orense a nivel local, en Política, Economía, Farándula mencionan que tienen muy poca acogida.

Los ocho periodistas coinciden en que la crónica en temas judiciales es el formato más preferido por la audiencia. También destacan la popularidad de las transmisiones en vivo, especialmente porque hace que las personas estén conectadas informándose del suceso en el preciso instante que se está dando la noticia; en especial en casos de situaciones de eventos violentos o de alto interés público. Un periodista

expresa que la política es el contenido noticioso más consumido por la audiencia; otro asegura que las noticias del día y noticias locales y eventos deportivos, como los partidos de Emelec, Barcelona y Orense, son otros contenidos consumidos. En contraste, los temas deportivos en general, política, economía y farándula tienen menos aceptación.

e) Reacción o interacción de la ciudadanía del cantón Machala en medios digitales

Todos los periodistas (8) coinciden en que la ciudadanía es muy activa en redes sociales. La audiencia muestra su interés al compartir, comentar y dar “me gusta” a las publicaciones, y es capaz de viralizar contenidos de interés.

f) Características de redacción periodística de un medio digital informativo

Los ocho periodistas concuerdan en que, aunque cada periodista tiene su estilo de redacción, en los medios digitales es fundamental una redacción con gramática sencilla, fragmentos cortos y claros que facilitan la lectura y comprensión del contenido.

g) Recomendaciones a periodistas de medios digitales

Todos los periodistas (8) coinciden en que los periodistas deben ser profesionales con sólidos principios éticos, competentes en tecnología y multimedia. Deben dominar aspectos como la fotografía, el sonido y la edición. Valores como la verdad y la responsabilidad son fundamentales. Además, recomiendan la imparcialidad y la verificación de la información. Tres periodistas señalan que mantenerse posicionado en el entorno digital es un desafío, uno de ellos menciona que la preparación continua y la creatividad son esenciales, otro periodista indica que el mayor reto es la obtención de recursos económicos para la producción y difusión de contenidos.

2. Entrevista a experto

La entrevista semiestructurada realizada al experto en periodismo digital, Christian Espinosa Baquero⁵, proporcionó valiosas percepciones sobre diversos aspectos clave del panorama mediático actual. Se indagó en los siguientes temas:

1. Nivel de aceptación de los medios informativos digitales frente a los medios tradicionales:

Según el experto, mientras los medios tradicionales tienen credibilidad de marca, que a través de los años ha obtenido conocimiento, mientras que en el entorno digital hay información que no es contrastada, he allí la ventaja de tener un medio tradicional “más que medio una marca”.

2. Interactividad en medios digitales:

Espinosa subraya que la interactividad en medios digitales, especialmente a través de redes sociales, se manifiesta a través de comentarios, encuestas y chats, evidenciando un dinamismo participativo de la audiencia.

3. Plataformas preferidas para consumir contenidos periodísticos:

En el contexto ecuatoriano, Facebook lidera como la red social con mayor rating para contenido periodístico. Sin embargo, el experto señala que las preferencias pueden variar según las generaciones, destacando si es contenido periodístico para los Millennials de 30 a 45

⁵ Licenciado en Comunicación Social, Máster en Tecnologías de la Información y de la Comunicación Aplicada a la Educación. Director de la Consultora Cobertura Digital, con más de 20 años de experiencia profesional en el área de la docencia en Comunicación Online a profesionales de la comunicación como a empresas del sector público y privado.

años utilizan Twitter e inclusive TikTok, este último emergente como un nuevo formato narrativo Multimedia (combinado audio, animaciones, fotografías y videos).

4. Características de redacción periodística en medios digitales:

Espinosa enfatiza la necesidad de una redacción hipertextual e hipermedia en medios digitales. Se destaca la importancia de utilizar enlaces, hashtags y el formato de escáner (mayor velocidad de búsqueda mediante códigos de barras y QR), para agilizar la búsqueda de información, resaltando la jerarquización de la información como tarea fundamental del corresponsal online.

5. Formatos preferidos por la audiencia:

Las transmisiones en vivo, especialmente en temas de crónica roja, son identificados como los formatos más consumidos por la audiencia. Se señala que la cultura del costeño despierta un interés significativo al morbo, a los hechos violentos y sicariatos.

6. Calidad de contenidos digitales periodísticos locales:

El experto indica que la calidad de los contenidos digitales periodísticos locales varía según los medios. Advierte sobre la práctica de algunos sitios que se limitan a copiar y pegar información, subrayando la necesidad de implementar un periodismo de precisión.

7. Recomendaciones y necesidad de innovación:

Se destaca la importancia de la innovación constante y la actualización permanente para los profesionales de medios digitales. El experto sugiere que la atención de calidad en algunos medios se debe a problemas como mala redacción, cruce de fuentes y falta de verificación, instando a implementar prácticas periodísticas más precisas.

Las entrevistas como profesionales y expertos en periodismo digital, como Christian Espinosa Baquero, proporcionaron valiosas perspectivas sobre la evolución del panorama mediático. De manera evidente,

se observa una preferencia marcada por el periodismo digital, especialmente entre las audiencias Millennials y Centennial. Este cambio de preferencias refleja la importancia atribuida a la inmediatez y accesibilidad que caracterizan a los medios digitales en la actualidad.

Los medios digitales se consolidan como el espacio donde la noticia se genera al instante. La velocidad con la que se pueden publicar y compartir noticias en plataformas digitales, como Facebook, destaca la adaptación del periodismo a la era digital. No obstante, a pesar de este cambio positivo, se identificó una carencia de calidad en muchos medios digitales locales. Problemas como la mala redacción, el cruce de fuentes y la falta de verificación surgieron como desafíos fundamentales que requieren una atención inmediata.

En este sentido, se subraya la necesidad urgente de implementar prácticas periodísticas precisas y rigurosas. La conclusión principal resalta la importancia de un periodismo de precisión, que no solo se base en fuentes contrastadas y verificadas, sino que también busque la mejora continua. La adaptación constante a la innovación se destaca como una estrategia crucial para mantener la relevancia y la calidad en un entorno mediático dinámico.

En cuanto a los formatos preferidos por la audiencia, la crónica roja y las transmisiones en vivo emergen como los más populares. Este interés se extiende también al contenido de política, reflejando la relevancia que tiene para la ciudadanía el acceso a información relacionada con el gobierno y las gestiones públicas. Estos hallazgos ofrecen una visión integral de la transición hacia el periodismo digital, subrayando tanto sus desafíos como sus oportunidades de mejora y evolución en la era actual de la comunicación.

3. Encuestas a habitantes de la ciudadela Santa Elena

Los resultados de la encuesta revelan patrones significativos en las preferencias de los habitantes de la ciudadela Santa Elena en cuanto a los medios de comunicación.

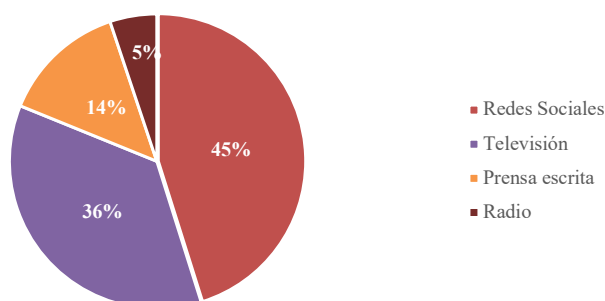


Figura 1. Medios que prefieren para informarse

Fuente: Encuesta

Elaboración: Propia

Un notable 45% de la ciudadanía prefiere informarse a través de las redes sociales, evidenciando un cambio marcado en la forma en que las personas acceden a la información. La televisión mantiene su relevancia, siendo la elección del 36% de la población, mientras que la prensa y la radio cuentan con un 14% y un 5%, respectivamente.

Estos datos concuerdan con las conclusiones de Sánchez et al. (2022), quienes sostienen que el tiempo dedicado a los medios, ya sean tradicionales o digitales, varía de manera significativa entre las distintas generaciones. La dinámica cambiante del consumo de medios resalta la importancia de comprender las preferencias específicas de la audiencia y adaptarse a las tendencias emergentes en el panorama mediático actual.

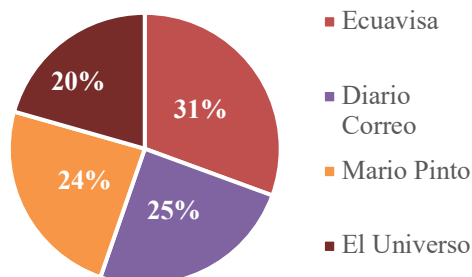


Figura 2. Nombre del medio que prefieren

Fuente: Encuesta

Elaboración: Propia

Los resultados arrojados por la encuesta indican que, Ecuavisa se posiciona como el medio favorito con un 31%, destacando por la actualización constante de sus canales digitales. Le sigue Diario Correo con un 25%, reconocido por su edición impresa diaria de circulación provincial y su presencia en plataformas digitales y redes sociales.

En tercer lugar, con un 24% de preferencia, se encuentra el medio local Mario Pinto (MP Noticias), el cual se distingue por ser totalmente digital, operando exclusivamente en redes sociales como Facebook, YouTube y Twitter. Finalmente, Diario El Universo cuenta con el 20% de audiencia, ofreciendo tanto versiones impresas como digitales a través de su página web y perfiles en redes sociales.

En resumen, los medios tradicionales que han incursionado en el ámbito digital, adaptándose con presencia en páginas web y diversas plataformas de redes sociales, son los más preferidos por la comunidad encuestada. Este patrón sugiere una combinación de medios que ofrecen tanto la familiaridad de lo tradicional como la accesibilidad y dinamismo de lo digital.

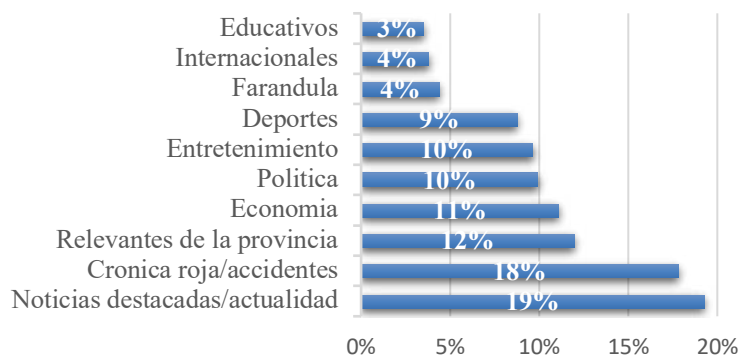


Figura 3. Noticias de su preferencia

Fuente: Encuesta

Elaboración: Propia

Según la encuesta, las preferencias de la audiencia se distribuyen de la siguiente manera: el 19% muestra interés en noticias destacadas y de actualidad, mientras que el 18% prefiere información relacionada con crónica roja y accidentes. Un 12% elige informarse sobre temas relevantes de la provincia, y un 11% se inclina por noticias de índole económico. El 10% de los encuestados opta por noticias de política y entretenimiento por igual, y el 9% muestra interés en noticias deportivas. En menor medida, el 4% se interesa por noticias de farándula e internacionales, y solo un 3% prefiere contenido educativo.

Estos resultados reflejan la preferencia de la audiencia por mantenerse informada sobre eventos recientes y destacados. Las noticias de actualidad ocupan un lugar destacado, seguidas de cerca por la crónica roja, lo que indica un interés significativo por sucesos impactantes.

Periodismo digital local postpandemia:
un análisis de la preferencia ciudadana barrial en Machala al sur de Ecuador

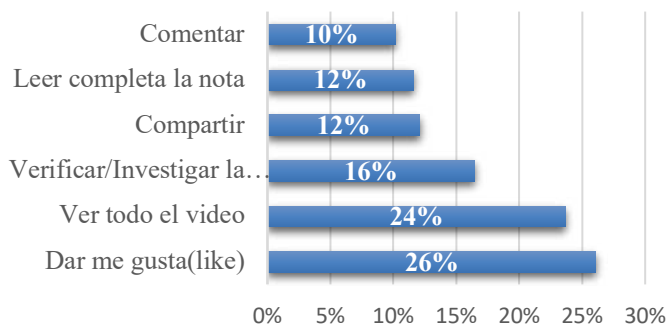


Figura 4. Reacciones ante información de medios digitales
Fuente: Encuesta
Elaboración: Propia

Los resultados de la encuesta revelan que las interacciones de la audiencia en las redes sociales varían: un 26% demuestra interés al dar “Likes”, un 23% prefiere ver todo el video, el 17% se dedica a verificar e investigar la veracidad de la información, mientras que un 12% opta por compartir y leer la nota completa. Por último, el 10% restante prefiere expresar sus opiniones y comentarios sobre la noticia.

Estos datos indican que la audiencia utiliza las redes sociales como un medio para expresar su aprobación mediante “Likes” y también muestra un interés activo al dedicar tiempo a verificar la información. Además, el hecho de que un porcentaje significativo opta por ver videos completos sugiere un deseo de comprender más a fondo las noticias que les resultan interesantes, respaldando así la idea presentada por Ladino et al. (2021)



Figura 5. Preferencia de presentación de noticias digitales

Fuente: Encuesta

Elaboración: Propia

El análisis de la encuesta revela que el 24% de los encuestados prefiere que las noticias sean presentadas de manera clara y concisa. Por otro lado, el 23% muestra una inclinación hacia las transmisiones en vivo, mientras que un 16% prefiere consumir información en formato de videos. Un 10% de la audiencia valora que la noticia esté completa, el 7% se decanta por titulares e imágenes llamativas, y un 5% muestra interés en observar reportajes. Sorprendentemente, solo un 3% prefiere información o noticias interpretadas.

Estos resultados sugieren que la audiencia tiene una preferencia marcada por noticias que presenten una redacción clara y concisa, combinada con elementos visuales. La popularidad de las transmisiones en vivo respalda la afirmación de Echeverría Jaramillo (2019) sobre la atracción de los usuarios hacia eventos inmediatos, como tragedias y crímenes, transmitidos en tiempo real. Además, se destaca la importancia de titulares llamativos para captar la atención del lector. Por otro lado, los reportajes y noticias interpretadas muestran una baja aceptación, representando menos del 5% de preferencia entre la audiencia.

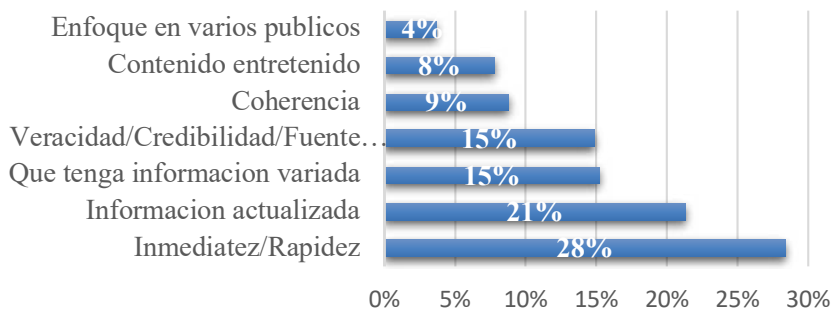


Figura 6. Características de un medio digital informativo

Fuente: Encuesta

Elaboración: Propia

El 28% de los encuestados destaca la inmediatez como la característica principal que debe tener un medio digital informativo, evidenciando la ventaja del periodismo digital sobre el medio tradicional. La rapidez con la que se puede acceder a la información en los portales web permite a los usuarios enterarse de los eventos en tiempo real, mientras que en el medio impreso se debe esperar al día siguiente para obtener las noticias del día anterior.

Asimismo, el 21% de la audiencia valora la actualización constante de la información, lo cual refuerza la importancia de mantener al público informado sobre los eventos más recientes. El 15% destaca la necesidad de contar con información variada, mientras que otro 15% considera crucial la veracidad de la información. Un 9% aprecia la coherencia en el contenido, el 8% prefiere que sea entretenido, y el 4% opina que el contenido debe estar enfocado a varios públicos.

Estos resultados respaldan la afirmación de León Valle y Vélez Bermello (2021) sobre la inmediatez como una característica fundamental del periodismo, subrayando su importancia para ofrecer información actualizada al instante.

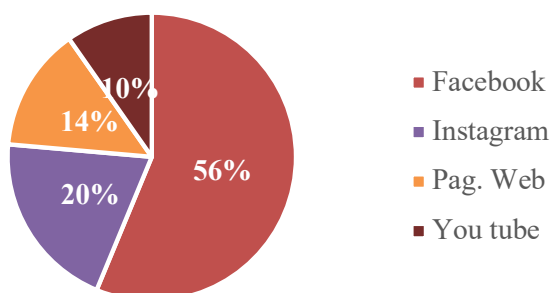


Figura 7. Preferencia de plataformas o medios digitales nacionales e internacionales

Fuente: Encuesta
Elaboración: Propia

El 56% de los encuestados manifiestan su preferencia por mantenerse informados sobre noticias nacionales e internacionales a través de la red social Facebook, consolidándose como la plataforma más popular para la circulación de una amplia variedad de información. El 20% utiliza Instagram, mientras que un 14% prefiere las páginas web y el 10% opta por YouTube.

Estos resultados respaldan parcialmente la afirmación de Cuenca et al. (2020), quienes señalan que, en Ecuador, Instagram ocupa el segundo lugar como red social más utilizada, con un total de 3.9 millones de usuarios activos hasta enero de 2019. Según estudios anteriores, aproximadamente el 55% de estos usuarios pertenece al género femenino, y el 45% al masculino, con edades comprendidas entre los 18 y 34 años. Este dato sugiere un mayor interés por parte de las mujeres en la plataforma visual de Instagram, que permite compartir imágenes nítidas y videos de corta duración, con un límite de 15 segundos.

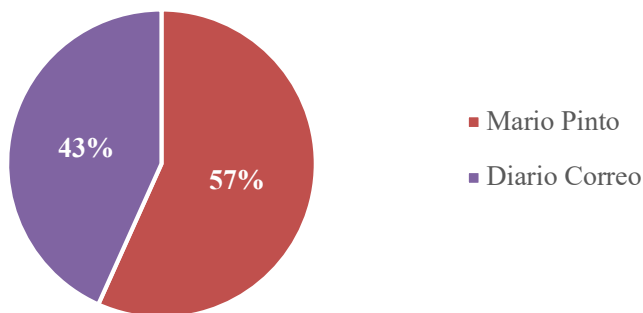


Figura 8. Nombre del medio digital de su preferencia a nivel local o provincial
Fuente: Encuesta
Elaboración: Propia

El 57% de los encuestados señala que el medio que más utiliza para informarse sobre noticias locales y provinciales es Mario Pinto, mientras que un 43% prefiere el diario Correo.

Estos resultados reflejan que Mario Pinto ha logrado posicionarse como el medio más destacado a nivel local y provincial. A pesar de contar únicamente con un soporte digital, este medio se distingue por proporcionar información relevante sobre los acontecimientos en Machala y la provincia de El Oro. La fortaleza de Mario Pinto en la cobertura de temas locales ha generado una preferencia significativa entre los encuestados, superando la elección del diario Correo en esta categoría.

Conclusiones y discusiones finales

La investigación realizada en la ciudadela Santa Elena, dirigida a un público de 18 a 65 años, proporciona conclusiones y reflexiones valiosas sobre las preferencias y patrones de consumo de información en el ámbito del periodismo digital. La ciudadanía del cantón Machala muestra una clara inclinación hacia el periodismo digital, aunque se identifica una variación en estas preferencias según las generaciones. Los Millennials (1981-1996), por ejemplo, se inclinan hacia los medios online y las redes sociales, mientras que la generación X (1965-1980) combina medios digitales con prensa y televisión, mientras que los Baby Boomers (1946-1964) muestran una tendencia persistente por la radio.

Los profesionales en periodismo digital concuerdan que los usuarios se inclinan por los productos audiovisuales al momento de acceder a los medios digitales, considerándolos más atractivos especialmente por la inmediatez de sus publicaciones. Esto corrobora lo que manifiesta Cobo (2021), tanto para las ventas como en el consumo de noticias, los medios tradicionales han tenido que reestructurar su modelo de negocio, creando nuevas tácticas para enfrentar a la nueva era digital y potenciar su reputación como medio de comunicación honesto y confiable. Además, como señalan Paico Zumaeta (2021), en tiempo de pandemia, el periodismo digital tuvo un mayor auge, esto afectó a todos los medios que emitían contenido periodístico tradicional, debido a que los periodistas tuvieron que ajustarse a procesos de periodismo digital para cubrir las noticias y publicarlas.

En cuanto al nivel de aceptación de los medios digitales frente a los tradicionales, se destaca que Ecuavisa es el medio nacional preferido, aprovechando su presencia en redes sociales. Según Siles et al. (2018), Facebook es la plataforma más utilizada por el público para ac-

ceder a noticias en tiempo real. Esto corrobora lo que menciona Suing et al (2021), que los medios tradicionales, prensa y radio aprovechando la expansión social de Internet, abrieron sus sitios web para ofrecer información en línea; mientras que los nuevos medios del ciberespacio aprovechan la accesibilidad de la red para combinar la presentación de noticias, crear contenidos y además ser difusores de la prensa digital. A nivel local y provincial, el medio con mayor aceptación es Mario Pinto, medio completamente digital que empezó manejando únicamente redes sociales, según Rodríguez et al. (2022) son videos renovados a la nueva fase del contenido periodístico móvil volviéndose predominante en la producción, distribución y consumo de la información normalizando la orientación y el formato vertical, acortando la duración de los videos, y Twitter confirmando lo que menciona Domínguez, et al (2019), que Twitter es una de las redes más utilizadas para consumir noticias momentáneas existe un gran porcentaje de usuarios que solamente se dedican a informarse y mirar contenidos de su interés.

En contenidos o formatos periodísticos digitales, los resultados de las encuestas muestran que las audiencias prefieren contenidos de actualidad y noticias destacadas por el contrario los profesionales y experto en periodismo digital mencionan que el formato más consumido por la audiencia es la crónica roja, se comprueba lo mencionado por Yépez Jijón (2018), que en su mayoría muestran interés por la crónica roja, es el que cuenta con mayor difusión para impartir noticias sobre la violencia, especialmente en el caso de las redes sociales, ya que goza de gran simpatía y credibilidad por la inmediatez del mensaje y la variedad de imágenes que presenta, según Levoyer (2019) esta situación ha provocado la excesiva difusión de la crónica roja en las redes sociales, lo que afecta la convivencia pacífica y la calidad de vida del pueblo ecuatoriano.

Con relación a las características deseables en un medio digital informativo, se destaca la importancia de contar con profesionales que dirijan los medios, la necesidad de veracidad en la información, la

producción de contenido propio y una mayor cobertura de noticias en la provincia de El Oro. Se constata lo que menciona Cruz (2020), el perfil del periodista, donde este debe tener la capacidad de reconocer una información verídica, además el periodista debe adaptarse a la estructura y estilo del medio digital para el cual trabaja. También se corrobora lo que añade Pérez Moncada (2021) que, el perfil periodista debe ser multimedia, donde procede a realizar contenidos informativos acoplando lenguajes del periodismo tales como prensa, televisión y radio.

En conclusión, la investigación pone de manifiesto la complejidad del panorama mediático digital, donde las preferencias y comportamientos de la audiencia varían según las generaciones y la naturaleza de los contenidos. Además, destaca la necesidad de adaptación de los medios tradicionales al entorno digital, enfocándose en la veracidad y la producción de contenido propio para mantener su relevancia en un mundo cada vez más digitalizado.

Recomendaciones

La investigación revela aspectos fundamentales para el desarrollo y la adaptación de los medios informativos en el escenario digital actual. En primera instancia, se destaca la necesidad de aprender de que los medios tradicionales deben abordar una profunda innovación. La adaptación de sus contenidos al entorno digital y la activa participación en redes sociales se erigen como estrategias indispensables para asegurar su relevancia y atractivo para la audiencia contemporánea.

En lo que respecta a la calidad de la información periodística, se destaca la importancia del compromiso con la verdad. La veracidad de la información debe ser la piedra angular, respaldada por prácticas

como la contrastación de datos y el uso de fuentes confiables. Esta rigurosidad no solo fortalece la integridad de los medios, sino que también contribuye a consolidar la confianza del público en la información ofrecida.

La capacitación de los periodistas surge como otro punto crucial. En un contexto digital en constante evolución, la formación de los profesionales en aspectos teóricos y prácticos es esencial. Esta capacitación no solo implica comprender las dinámicas de las plataformas digitales, sino también construir propuestas de comunicación efectivas que abarquen tanto los entornos digitales como los tradicionales.

La diversificación de contenidos se constituye como una estrategia sugerida para satisfacer las cambiantes necesidades e intereses de la audiencia. Más allá de la crónica roja, se recomienda incluir notas educativas, de emprendimiento y otros temas que enriquezcan la oferta informativa y atraigan a un público más amplio.

Finalmente, se resalta la importancia de continuar promoviendo las transmisiones en vivo. Estas han demostrado ser populares y ofrecen una plataforma interactiva que permite a los ciudadanos expresar libremente sus opiniones. Mantener y promover este formato contribuirá a fortalecer la conexión entre los medios y su audiencia, consolidando así una relación más dinámica y participativa.

Referencias bibliográficas

- Alvaro, M. L., y Calderón, B. G. (2021). Crónica de internacional y su adaptación al entorno periodístico digital: los casos de El País y El Confidencial (España).
- Antunish Cárdenas, A. (2021). Periodismo digital y emprendimiento en pandemia: mapeo del surgimiento de medios en Ecuador. #PerDebate, 290.
- Ávalos Torres, M. B. (2020). Medios tradicionales vs. medios digitales: impacto de la sociedad digital en los hábitos de consumo de jóvenes universitarios. *GIGAPP Estudios Working Papers*,, 718.
- Bajaña Saldaña, K. L. (2018). Medios digitales, responsabilidad social e impacto en la opinión pública de los babahoyenses. *Universidad Técnica de Babahoyo*. <http://dspace.utb.edu.ec/bitstream/handle/49000/4958/P-UTB-FCJSE-CSOCIAL-000066.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Barceló Hidalgo, M. (2020). Competencias informacionales en el contexto del periodismo. *Revista Caribeña de Ciencias Sociales*.
- Cabral Vargas, B. (2019). Recursos y medios digitales de información. Elementos teóricos y su uso desde la Bibliotecología. *Universidad Nacional Autónoma de México*. http://ru.iibi.unam.mx/jspui/bitstream/IIBI_UNAM/L219/5/L224.pdf
- Cardenas Arichabala, B., Avila Carranza, I., y Tenesaca, S. (2021). Medios de comunicación en pandemia. Investigación mediática estudiantil - Paper Series. *Revista Neuronum*, 2.
- Carrión Campoverde, J. M. (2021). *Universidad Central del Ecuador*. <http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/26607/1/FAC-SO-CCS-CARRION%20JULIO.pdf>

- Chase Veliz, N. (2017). *Repositotio de la Universidad Central del Ecuador*. <http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/9002/1/T-UCE-0009-667.pdf>
- Cobo, T. L. (2021). Medios noticiosos y audiencias: una exploración al consumo y a la credibilidad y confianza en estos durante la cuarentena por covid-19 en Colombia. *Revista de Comunicación versión impresa* ISSN 1684-0933versión On-line ISSN 2227-1465.
- Cruz Borbor, H. D. (2022). *La profesionalización de los comunicadores y su influencia en la calidad de contenidos del medio digital b.G. Noticias*. <https://repositorio.upse.edu.ec/bitstream/46000/8158/1/UPSE-MCO-2022-0003.pdf>
- Dávila, A. G. (2017). *Análisis sobre los derechos a la comunicación, ética y reto en el periodismo en los medios nativos digitales ecuatorianos*. <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/13611/1/UPS-QT11367.pdf>
- Domínguez Domínguez, O. (2015). *El periodismo y los formatos digitales. Caso: diario el comercio*. <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/9082/1/UPS-QT06790.pdf>
- Echeverria Jaramillo, M. (2019). *Modernidad líquida: La Deshumanización en la esfera de las redes sociales a partir de los suicidios transmitidos en vivo por Facebook*. <chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/http://201.159.222.35/bitstream/handle/22000/16513/Modernidad%20L%c3%adqui-da%2c%20La%20deshumanizaci%c3%b3n%20en%20la%20esfera%20de%20las%20redes%20sociales%20a%20partir%20de%20los%20suicidi.pdf?sequence>
- Echezarreta, V. S., y Campos, B. G. (2018). Estudio exploratorio de la calidad en el periodismo digital en Castilla-La Mancha. *Castellano-Manchega de Ciencias Sociales*, num.24, 173-189.

- Educativo, F. (s.f.). ¿Qué es el periodismo digital? *Educativo.net*. <https://www.educativo.net/articulos/que-es-el-periodismo-digital-784.html>
- Fernández Lombao, T. (2020). Retroceso de la RSC en los PSM europeos en el último lustro: el compromiso periodístico. *Revista Ibérica de Sistemas e Tecnologías de Información*, 34.
- FUNDAMEDIOS. (2020). Ante la pandemia, decenas de medios de comunicación pueden extinguirse. <https://www.fundamedios.org.ec/medios-ecuador-crisis-pandemia-covid19/>
- García, M. M. (2019). Contenidos digitales: aporte a la definición del concepto. *Revista Kepes*, 259.
- Herrero, J. V., Neira, A. G., y Froufe, N. Q. (2019). La audiencia activa en la ficción transmedia: plataformas, interactividad y medición. *Revista Latina de Comunicación Social*, 73-93.
- Iturralde Durán, C. A., y Duque Romero, L. E. (2021). Precarización del teletrabajo en Ecuador en contexto de COVID-19: variables de análisis desde el enfoque marxista. *Revista De Ciencias Sociales y Humanidades*, 1.
- Ladino Marín, P. C., Prada Paganos, R., y Adán Díaz, O. E. (2021). Lineamientos para el uso de la hipermedialidad, multimedialidad e interactividad en el ejercicio periodístico digital comunitario para redes sociales (Facebook). *Caso de análisis de la Red de Reporteros Comunitarios de Colombia* (RRC). Anagramas Rumbos y Sentidos de la Comunicación, 66.
- León Valle, W. B., y Vélez Bermello, G. L. (2021). Inmediatez y veracidad de los hechos, un compromiso desdibujado desde el periodismo Sección Diálogo de saberes. Chasqui. *Revista Latinoamericana de Comunicación*, 303.

- León, L., y Rivera, D. (2018). *Influencia del periodismo digital en nuestra sociedad actual*. <http://repositorio.unemi.edu.ec/bitstream/123456789/4351/1/INFLUENCIA%20DEL%20PERIODISMO%20DIGITAL%20EN%20NUESTRA%20SOCIEDAD%20ACTUAL.pdf>
- Levoyer, S. (2019). Los desafíos de la cobertura del crimen organizado en el periodismo ecuatoriano. *PerDebate*, 72.
- Llanos Arevalo, E. (2021). *Migración a entornos digitales por parte de medios tradicionales frente a la pandemia de covid-19 ciudad de machala año 2020*. http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/17166/1/E-12109_LLANOS%20AREVALO%20ERIKA%20SHIRLEY.pdf
- López García, X., Díaz Noci, J., Palomo, B., Salaverría, R., y Meso Aywedi, K. (2022). Pasado, presente y futuro de la enseñanza universitaria del ciberperiodismo: métodos y tendencias. *Revista Profesional de la información*.
- Márquez, I., y Peñarín, C. (2020). CTXT: hacia un modelo de negocio posible para el periodismo digital independiente. *Profesional de la información*.
- Martínez García, L., y Navarro Bosch, C. (2019). Características de los periodistas online españoles: consolidación de una profesión en un contexto de crisis económica. *Revista Latina de Comunicación Social*, 1017.
- Masip, P. (2016). Investigar el periodismo desde la perspectiva de las audiencias. *Revista internacional de Información y Comunicación*, 324.
- Meso Ayerdi, K. (2003). La formación del periodista digital. *Revista Iberoamericana de Comunicación Chasqui*, 5.
- Morales Ruiz, E. I., y Romo Jiménez, A. M. (2017). Las redes sociales como medio de comunicación política. *Revista STATUS*, 37.

- Morales Vargas, A., Pedraza Jiménez, R., y Codina, L. (2022). Calidad web en medios digitales: revisión bibliográfica sobre métodos e indicadores de evaluación general y atributos de confianza. *Revista Latina de Comunicación Social*, 42.
- Moran Vera, K. A. (2022). Periodismo digital y su influencia en la formación profesional de los periodistas del cantón Quevedo, año 2022. *Universidad Técnica de Babahoyo*. <http://dspace.utb.edu.ec/handle/49000/12344>
- Navarro Sierra, N., y Quevedo Redondo, R. (2020). Ludificación informativa en tiempos de pandemia: newsgames y la Covid-19. *Revista ComHumanitas*, 11(3), 56-74., 59.
- Navarro Zamora, L. (2010). *Contenidos y retórica del periodismo digital*. http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/34063/Documento_completo.pdf?sequence=1
- Odriozola Chené, J., Aguirre Mayorga, C., y Bernal Suárez, J. (2016). “Condicionantes en la calidad de los contenidos de los cybermedios ecuatorianos: convergencia periodística, agenda temática e inmediatez”. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 1016.
- Olea Cunalata, T. N. (2020). Periodismo digital y su aceptación en el público mayor a 45 años, Cantón Montalvo. *Universidad Técnica de Babahoyo*. <http://dspace.utb.edu.ec/bitstream/handle/49000/8848/E-UTB-FCJSE-CSOCIAL-000340.pdf?sequence=-1&isAllowed=y>
- Organización de las Naciones Unidas para la Educación, l. C. (2020). *Programa Multidonante para la libertad de expresión y la seguridad de los periodistas*. https://en.unesco.org/sites/default/files/unesco_covid_brief_es.pdf
- Paico Zumaeta, E. (2021). *Transformación digital del periodismo impreso en el Peru en tiempos de pandemia*. <https://doi.org/10.20453/ah.v64i1.3910>

- Pérez Moncada, B. S. (2021). *Retos en el perfil profesional del periodista ante la transformación digital*. http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/17037/1/T-8689_PEREZ%20MONCADA%20BRIGETTE%20STEFANIA.pdf
- Puente Martínez, G. S. (2019). *El periodista en la era digital: transformaciones y cambios del oficio periodístico en la prensa escrita*. <http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/16497/EI%20periodista%20en%20la%20era%20digital%20transformaciones%20y%20cambios%20d.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Ramiro Morejón Vallejo, B. Z. (2019). Historia, evolución y desafíos del periodismo digital en el Ecuador. *Revista Textos y Contextos*, 12-14.
- Renedo Farpón, C. (2019). La implantación del periodismo 'Open Source' como un nuevo modelo de comunicación en Internet. *Revista de Comunicación Digital*, 12.
- Rivas de Roca, R., García Gordillo, M., y Caro Gonzáles, F. J. (2020). La construcción del periodismo "localizado" en medios digitales europeos. Estudio de casos. *Revista Latina de Comunicación Social*, 18.
- Rodríguez, A. S., Vázquez Herrero, J., y Negreira Rey, M. C. (2022). Actualización de las fases del contenido periodístico para dispositivos móviles. *Revista de Comunicación* versión impresa ISSN 1684-0933 versión On-line ISSN 2227-1465.
- Romero Echevarría, M. A., y Estrada Polar, M. J. (2020). El periodista emprendedor: asumiendo retos en la nueva normalidad. *Revista Cultura*, 98.
- Ruiz, M. (2018). QDR Comunicación. <https://qdrcomunicacion.com/caracteristicas-de-los-medios-digitales/>

- Salaverría, R. (2016). Ciberperiodismo en Iberoamérica. En S. Ramón, Ciberperiodismo en Iberoamérica . Madrid: Fundación Telefónica: Ariel.
- Sánchez Gonzáles, I., Benítez Luzuriaga, K., y Benítez Luzuriaga, F. (2017). Mapa de Comunicación de la Provincia de El Oro ¿Cuántos son, dónde están y cómo ofrecen sus productos?greso Internacional Ciencia Tecnología, 423. *II congreso Internacional Ciencia Tecnología*, 423.
- Sánchez González, M., Sánchez Gonzales, H., y Martos Moreno, J. (2022). Innovación editorial en redes sociales de los verificadores hispanos de la #CoronavirusFactCheck Alliance: contenidos y visión de sus responsables. *Revista Latina de Comunicación Social*, 155.
- Siles González, I., Campos Acuña, P., y Segura Castillo, A. (2018). Sitios costarricenses de noticias en facebook: ¿qué “likean”, comentan y comparten sus usuarios?. *Revista Ciencias Sociales* 160: 37-55 ISSN: 0482-5276, 53.
- Suárez Ruíz, E. J. (2021). Medio ambiente, medios de comunicación y psicología moral. Sobre el potencial de la convergencia disciplinaria en una bioética animal post-pandemia. *Revista de Bioética y Derecho*.
- Suing, A., Arrobo Agila, J. P., y González Rentarías, V. (2021). Formación de comunicadores frente a la transición digital: Caso UTPL. RISTI . *Revista Ibérica de Sistemas e Tecnologías de Informação*, 217.
- Yépez Jijón, D. (2018). *Crónica Roja en doble pantalla: Análisis de la información judicial en TC Televisión y en sus redes sociales*. <https://repositorio.usfq.edu.ec/bitstream/23000/7305/1/137853.pdf>
- Yuste, B. (2015). Las nuevas formas de consumir información de los jóvenes. *Revista Estudios de Juventud*.