

Estructura noticiosa aplicadas en los medios de comunicación digitales del Ecuador

News structure applied in the digital media of Ecuador

<https://doi.org/10.5281/zenodo.10343970>

AUTORES: Ana Elizabeth Herrera Flores^{1*}

Cira Dalila Castillo Baquerizo²

DIRECCIÓN PARA CORRESPONDENCIA: anherrera@utb.edu.ec

Fecha de recepción: 19 / 07 / 2023

Fecha de aceptación: 06 / 09 / 2023

RESUMEN

El proyecto "Análisis de la Estructura de Noticias en los Medios de Comunicación Digitales en el Ecuador" tiene como objetivo examinar a profundidad cómo se estructuran las noticias en el entorno de los medios de comunicación digitales dentro del país. Con la creciente influencia de la era digital en la forma en que las personas consumen información, es esencial comprender cómo se presentan las noticias en estos medios y cómo ésta estructura afecta la comprensión y el compromiso del público. Este proyecto proporciona una visión de como éstas nuevas estructuras no son adaptadas a los medios digitales del país ya que, varios medios de comunicación impresos del Ecuador, digitalizaron su contenido agregando ciertas herramientas multimedia como fotos, videos y comentarios en su página digital, pero han ignorado totalmente el uso de narrativas transmedias, narrativas híbridas y herramientas más interactivas que normalmente usan las nuevas estructuras noticiosas digitales. A pesar de que a medida que la tecnología y las plataformas digitales han permitido una convergencia de diferentes formatos narrativos y existe un interés creciente en explorar estas narrativas, estos medios digitales deliberadamente eligen mantener una narrativa más purista y unidireccional

^{1*} 0000-0002-7936-1348, Universidad Técnica de Babahoyo, anherrera@utb.edu.ec

² 0009-0003-7022-0033, Universidad Técnica de Babahoyo, cicastillo@fcjse.utb.edu.ec

en su enfoque de comunicación. El análisis se realizó mediante la recopilación y evaluación de ejemplos de diversos medios digitales a fin de comprender mejor sus preferencias y percepciones. Al finalizar el proyecto, conoció una visión más completa de la decisión de algunos medios digitales de mantener narrativas más tradicionales en un mundo dominado por narrativas híbridas y formas interactivas de comunicación. Al concluir, se determinó que las formas narrativas tradicionales continúan vigentes y estas impactan en la forma en que los usuarios consumen y se relacionan con la información en medios digitales de comunicación.

Palabras clave: *Medios digitales, estructura, influencia, noticias, información*

ABSTRACT

The project "Analysis of the Structure of News in Digital Media in Ecuador" aims to examine in depth how news is structured in the digital media environment within the country. With the growing influence of the digital age on the way people consume information, it is essential to understand how news is presented in these media and how this structure affects public understanding and engagement. This project provides a vision of how these new structures are not adapted to the country's digital media since several printed media in Ecuador digitized their content by adding certain multimedia tools such as photos, videos and comments on their digital page, but they have I totally ignore the use of transmedia narratives, hybrid narratives and more interactive tools that new digital news structures normally use. Although as technology and digital platforms have allowed a convergence of different narrative formats and there is a growing interest in exploring these narratives, these digital media deliberately choose to maintain a more purist and unidirectional narrative in their communication approach. The analysis was carried out by collecting and evaluating examples of various digital media in order to better understand their preferences and perceptions. At the end of the project, he learned a more complete vision of the decision of some digital media to maintain more traditional narratives in a world dominated by hybrid narratives and interactive forms of communication. In conclusion, it is determined that traditional narrative forms continue to be valid and these impact the way in which users consume and relate to information in digital media.

Keywords: *Digital media, structure, influence, news, information*

INTRODUCCIÓN

La convergencia tecnológica históricamente incide en las rutinas periodísticas modificando las formas narrativas y los elementos constitutivos de los géneros periodísticos. El escenario digital presenta el desafío para adaptar los esquemas tradicionales a la plataforma digital respondiendo a las nuevas demandas de los consumidores digitales. La investigación determinó cuáles son las estructuras noticiosas aplicadas en los Medios de Comunicación Digitales, se aplicaron las técnicas de la observación y la entrevista identificando géneros noticiosos, los elementos de las noticias y el tipo de narrativa. Se concluye que no existe una estructura definida, cada web, red social tienen sus propias características de presentación noticiosa relacionada con las herramientas y la configuración propia de la red. Una hibridación, donde el principal género utilizado es la noticia o variantes de noticias, con elementos multimediales y narrativa transmedia, sin embargo, en los medios de comunicación locales existen amplias diferencias, continúan aplicando la estructuración noticiosa tradicional.

Medios comunicación Digitales

El impacto de las tecnologías digitales y las estrategias empresariales orientadas a la maximización de la productividad, han traído consigo en los últimos años el desarrollo de múltiples procesos de convergencia en los medios de comunicación. Este fenómeno ha propiciado la aparición de una abundante literatura académica sobre la materia. A partir del repaso a las definiciones teóricas del concepto de convergencia periodística, este texto plantea definir ese concepto como ‘multiplataforma’ en el plano tecnológico, como ‘concentración’ en el empresarial, como ‘polivalencia’ en el profesional y, por último, como ‘multimedialidad’ en el ámbito de los contenidos. (Salaverría-Aliaga, R. (Ramón), 2009)

Sintetiza la evolución de los medios digitales, considerando etapas de desarrollo: pre web (1985), experimentación (1998), homogenización (2001), estancamiento (2005), prioridad en las redes sociales (2010), prioridad en los móviles (2018) y la robotización (2021), marcados por dos momentos históricos importantes como son la recesión y la pandemia del COVID Ramón Salaverría (2021) explica que el nuevo ecosistema digital periodístico con dos modelos de medios emergentes: los nativos digitales y los no nativos (derivados de marcas tradicionales)

Medios Nativos Digitales

Los medios nativos digitales, lograron expandirse y en primera instancia creados por periodistas de larga trayectoria que fueron despedidos de los medios tradicionales, aunque algunos no lograron consolidarse debido a su fragilidad económica y su inconsistente modelo de negocio. La innovación en las tecnologías de la comunicación ha generado un cambio no solo en la forma de trabajar de los periodistas, sino también en cómo se conoce y percibe a las audiencias de una empresa periodística. Hoy, muchos medios de comunicación emplean analíticas web para examinar el perfil de su audiencia y generar de ese modo contenidos que coincidan con sus preferencias e intereses. (Corzo-Archila, S. (Silvia María); Salaverría-Aliaga, R. (Ramón), 2019)

Estructuras Noticiosas Digitales

Durante los inicios de la transformación tecnológica de los medios informativos, se reproducía las formas convencionales del periodismo tradicional, no obstante, el nuevo periodismo digital debe adaptar las noticias a las condiciones del soporte digital incorporando de forma activa al usuario en la elaboración de la noticia, que hasta ahora se ha mantenido como exclusivo y limitado papel de consumidor o como fuente de información. (Goncalves, 2000). Las redes digitales potencial la interacción entre periodistas y ciudadano como entre los mismos ciudadanos, y que esto depende de la manera cómo se estructura el sistema productivo de la noticia en el ciberespacio.

Los periodistas han empezado a escribir en internet, pero siguen sin saber escribir para internet. Las rutinas profesionales del periodismo no avanzan de manera paralela al ritmo de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación. Ya en 1999 Ramón Salaverría (1999) analizaba los problemas que se estaban presentando en la prensa digital, mencionaba la utilización que la pirámide invertida, una estructura tradicional para contar las historias noticiosas pasaban a convertirse un hipertexto al que denomina como un conjunto de fragmentos de textos, que permiten a los usuarios acceder de manera no secuencial sino a través de distintos ítems rompiendo con así con linealidad de la lectura de la información. El hipertexto: amplía, aclara, relaciona mediante recursos infográficos o audiovisuales.

Los titulares deben reconfigurarse en tanto en el soporte impreso esos generalmente iban acompañados de antetítulos, subtítulos, apoyos informativos que en su ausencia dificultan la decodificación de algunos titulares redactados bajo la premisa de ser cortos, directos, lo que

obliga a una reconfiguración donde bien cabrían titulares mayormente extensos y completos en cuanto a la idea del hecho noticioso que se presenta. El “Hoy” se difuminó. Lo que hace innecesario tales precisiones en el cuerpo de la noticia, pero si existe una necesidad de una referencial temporal, puesto que.

Convergencia de medios periódico, televisión e internet modelos cada vez más habituales Las redes sociales son una nueva esfera mediática, donde se están generando nuevos formatos informativos para la comunidad red, estos formatos responden a las capacidades cognitivas de los consumidos, nativos digitales, con una lectura y percepción totalmente distinta. (Ulloa-López et al., 2020), trasciende al relato transmedia, en este contexto se propicia una comunicación reticular, que permite crear una relación más empoderada del usuario considerándose esta como una gran ventaja de las redes sociales.

Según (Corzo & Salaverría, 2019) la aparición de las redes sociales, los foros, comentarios y encuesta online, las audiencias proporcionan a los medios importante información, lo que además permite conocer los hábitos de consumo de las audiencias y sus intereses informativos. Ya hoy en día existen aplicaciones y programas que permiten delinear un perfil de las audiencias a través de las métricas y el feedback y esto incide en la construcción de la agenda noticiosa de los medios de comunicación digitales nativos.

Los periodistas son constructores de noticias y las rutinas de producción son factores relevantes en el proceso de construcción. (Retegui, 2017)

Los medios de comunicación están trasladando los contenidos análogos a las plataformas digitales, para Ricardo Zambrano (2021) la exigencia y profundidad han bajado, se copia, programas y lenguajes de otros países y en cuanto a los géneros prima el comentario y la noticia, la crónica y el reportaje no existen. Las publicaciones de los medios digitales han evolucionado, aunque a ritmos diferentes en los distintos países, hoy se elaboran con la ayuda de aplicaciones con funciones interactivas. Los medios españoles han servido de referencia en Iberoamérica en el desarrollo del ciberperiodismo.

Los periódicos impresos usaban para la redacción de noticias técnicas de construcción regladas propias de los medios de comunicación y fruto las tecnologías de existían y con las cuales se disponían en algunas salas de redacciones. Los medios de comunicación digitales y su soporte online por otro lado requieren una configuración visual, lenguaje flexible y multimedial usando portadas índices

DocuWeb

La creación de piezas informativas en internet ha supuesto la necesidad de creación de diversas herramientas informáticas para adaptar la comunicación multifuncional y los géneros periodísticos tradicionales a los nuevos soportes. El docuweb y el reportaje multimedia conforman un lenguaje adaptado cuyo análisis se hace necesario desde el ámbito académico. La adecuación de esta narrativa a la enseñanza profesional de la comunicación implica el estudio de las aplicaciones informáticas en el mercado destinadas a la creación de este tipo de piezas. Los medialabs de las empresas periodísticas realizan una labor imprescindible en este sentido, siendo necesaria la observación y análisis de su trabajo y llamando la atención sobre la ineludible relación directa con los departamentos universitarios dedicados a la enseñanza de los nuevos lenguajes periodísticos adaptados a internet, en este caso concreto focalizados en el género documental y el reportaje. (Martínez-Arias, 2019)

El Tráfico de las Noticias

Una parte del tráfico de Internet depende en gran medida de los motores de búsqueda, y muchos internautas los utilizan como una herramienta básica de navegación y de filtro para las noticias. Por ello, la visibilidad de los cibermedios a través de los buscadores se ha convertido en un ingrediente necesario para su supervivencia. En una encuesta de 2011, del Instituto de Internet de Oxford (Dutton, Blank, 2011) los datos mostraron que el 61% de los internautas británicos utilizan principalmente un motor de búsqueda para encontrar información, y según un estudio de Guillaume Sire (Sire, 2014), entre un 30% y un 40% del tráfico de los cibermedios franceses procede de los buscadores. También el Instituto Reuters para el estudio del Periodismo confirma que, para los cibermedios el tráfico procedente de las búsquedas es de vital importancia, ya que los buscadores son la principal puerta de entrada para los medios en países como Francia, Alemania, Italia, los EE.UU. y Brasil (Levy, Newman, 2014). (Codina, Mar Iglesias-García y Lluís, 2016)

La Inmediatez de las Noticias Digitales

En los últimos años, mucho se ha escrito en torno a las informaciones falsas que son publicadas en internet, ya sea en redes sociales o en portales de noticias. No se trata de un fenómeno nuevo, ya que la manipulación de la realidad ha sido parte de la historia del periodismo desde sus inicios.⁵ Sin embargo, los conceptos de postverdad y noticias falsas parecen haber resurgido con el Internet, y la creación de contenidos propios, que impactan

incluso en ambientes sociopolíticos de países como Estados Unidos,⁶ es hoy una realidad. Son varias las instituciones que han puesto a disposición del público recomendaciones para autores y usuarios con el fin de evitar las divulgaciones de contenidos falsos. Asimismo, en Chile, la Asociación Nacional de Prensa (ANP) se unió en 2018 a una campaña global de la News Media Alliance de Estados Unidos, y la Asociación Mundial de Periódicos y Editores (wan-ifra, por sus siglas en inglés) para promover el buen uso del periodismo bajo el lema de “noticias verdaderas”.

Una propuesta importante, por ejemplo, es la que hace el periodista y fundador de diferentes medios, Steven Brill, de aplicar un rating, al estilo de lo que sucede en el campo del etiquetado de alimentos, a las publicaciones, que alerte a la audiencia sobre las fuentes con las que se está informando. Según lo que indica un artículo del Washington Post (2018), los sitios tendrían así una descripción de la historia de cada página, del desarrollo periodístico y los dueños. La información debería permitir que un usuario supiera instantáneamente cuán fiable es un sitio y tener en cuenta la necesidad de buscar otros lugares para chequear la información recibida. (Herrera Cabello, 2020)

Los Contenidos Digitales

La tecnología transformó históricamente las dinámicas de comunicación, desde el surgimiento de la imprenta hasta el auge del internet, momentos en los que primó la capacidad de difusión y accesibilidad a la información. En el caso del periodismo, este evolucionó al transportar la edición impresa a la página web, es decir, el surgimiento del periodismo 2.0., que consiste en informar a través del internet. El periodismo enfrenta retos cada vez mayores para captar el interés y mantener la fidelidad de la audiencia mediante el uso de un lenguaje apropiado y de recursos audiovisuales dinámicos como la fotografía, audio y video. El presente trabajo analiza la preferencia de la audiencia millennial al momento de informarse, su percepción respecto al periodismo digital y la elección de recursos multimedia, en los estudiantes de la Facultad de Comunicación Social de Universidad Central del Ecuador. Además de establecer las características actuales del periodismo online, la predilección de su audiencia en relación a los recursos multimedia de las noticias digitales y poder brindar mejores contenidos que mantengan la fidelidad y capten nuevos lectores. (Chase Veliz, Ney Paúl, 2017)

El Prosumidor: Actor Comunicativo de la Sociedad

Entre las variables que permiten establecer diferencias significativas entre el comportamiento de los prosumidores con respecto al comportamiento que observan simples usuarios de Internet, se destacan el in-forming y la colaboración. Si la búsqueda de la verdad efectivamente nos hará libres, los prosumidores, a diferencia del usuario de los medios convencionales —cuyo acceso a la información en buena medida suele ser dosificado por las instituciones históricas y por el sistema convencional de medios de comunicación—, acostumbran involucrarse en la búsqueda de respuestas.

La búsqueda es una tarea tan personal que revierte en una emancipación sin igual del ser humano (...) es lo contrario de que te digan o te enseñen. Se trata de dotarse de medios que te emancipen, es la atribución de poder al individuo para que haga lo que considere mejor con la información que desee. Es la capacidad de crear y desplegar tu propia cadena de suministro, una cadena de suministro de información, de conocimientos y de entretenimiento. El in-forming tendría que ver con una colaboración individual: tú mismo eres el que investiga, edita o elige el entretenimiento, siguiendo tus propias pautas y valiéndote de tu propia capacidad y medios, sin necesidad de acudir a la biblioteca o al cine o a una cadena de televisión. El in-forming es búsqueda de conocimiento. (Islas-Carmona, 2008).


METODOLOGÍA

La presente investigación aplicó un enfoque metodológico cualitativo, este permite realizar un análisis del objeto de estudio o fenómeno social con la finalidad de comprenderlos en su esencia, encontrarles sentido y propósito, siendo una forma alternativa de generar conocimiento científico. (Sánchez Flores, 2019). Así mismo, se utilizó el método descriptivo observacional sin intervención, este método busca definir y caracterizar el objeto de estudio a través de descriptores generales, en este se lleva un registro de lo que se observa y se caracteriza por definir las condiciones de observación y sistematizarlas con rigurosidad. En este caso es sin intervención por cuanto se limita a la observación sin manipulación ni control. (Juan Carlos Aguirre & Guillermo Jaramillo, 2015; Salas Campos, 2021).

La técnica aplicada es la observación haciendo un registro responsable y sistemático de los medios de comunicación digitales del Ecuador, con dos segmentaciones: Nativos Digitales, Medios tradicionales que migraron a la web. Y, por otro lado, medios digitales a Nivel

Nacional y Local. El instrumento de investigación utilizado fue una ficha de observación a fin de identificar las características y los elementos de la narrativa digital que cumplen estos medios de comunicación digitales, esta incluye: nombre del medio, tipo de propiedad, tipo de medio, según la plataforma, redes sociales y el análisis de la estructura noticiosa. Así como el uso que le dan a las redes sociales. Los datos fueron analizados de manera inferencial a fin de llegar a las conclusiones esperadas.




RESULTADOS

Medios de comunicación	Publico/ Privado	Tipo de medio de comunicación	Plataformas	Observaciones
	Privado	Periódico impreso y digital	Facebook, Twitter, Instagram, YouTube, periódico digital.	El País es un diario de información general publicado en España. Se ha convertido en uno de los periódicos más reconocidos y leídos tanto en España como en el ámbito internacional. Su cobertura abarca noticias nacionales e internacionales, política, economía, cultura, deportes y otros temas de interés. El País está disponible tanto en formato impreso como en formato digital. El periódico se distribuye a través de quioscos y puntos de venta en formato físico. Además, ofrece una plataforma digital con acceso a su contenido a través de su sitio web y aplicaciones móviles.

	<p>Privado</p>	<p>Televisivo Digital</p>	<p>Facebook. Instagram, Web, YouTube</p>	<p>CNN es conocida por su cobertura global, con corresponsales y equipos de producción en todo el mundo. Proporciona informes y análisis en tiempo real sobre eventos importantes y noticias de última hora en todo el planeta. CNN opera a través de múltiples plataformas, incluyendo su canal de televisión principal, así como varias divisiones y canales temáticos como CNN International, CNN en español y CNN Airport Network.</p>
<p>The New York Times</p>	<p>Privado</p>	<p>Digital Nativo Prensa Digital Radio Impreso</p>	<p>Web, Facebook, Instagram, Twitter, TikTok.</p>	<p>The New York Times es un periódico estado-unidense publicado de forma diaria en la ciudad de Nueva York. La publicación abarca una amplia gama de temas, incluyendo noticias nacionales e internacionales, política, negocios, cultura, artes, deportes y más. Está principalmente disponible en formato impreso y también tiene plataformas digitales. Ofrece contenido en línea accesible a través de su sitio web y aplicaciones móviles. La plataforma digital incluye características adicionales como contenido multimedia, gráficos interactivos y video.</p>

Tabla 1. Medios De Comunicación Internacionales

Nota: Este es el resultado de la observación en las plataformas digitales de los medios de comunicación internacionales

Medios de comunicación	Publico/ Privado	Tipo de medio de comunicación	Plataformas	Observaciones
	Privada	Periódico impreso y digital	Facebook	Diario Expreso es un periódico de circulación nacional. Está entre los medios de comunicación ecuatorianos que posee capacidad de análisis, por sus columnistas y por trabajar siempre en un valor agregado para sus noticias. Tiene su propia página informa noticias del momento completas y que llama la atención del público y televidentes.
	Público	Digital	YouTube, Facebook, periódico digital	El periódico "La Hora" aborda una amplia gama de temas, incluyendo política, economía, sociedad, cultura y deportes. Proporciona cobertura de noticias tanto a nivel nacional como internacional, y se esfuerza por brindar información precisa y equilibrada.
	Privado	Periódico impreso Y digital	TikTok, Facebook, Instagram, Twitter, periódico digital	El periódico se destaca por su periodismo de investigación y reportajes profundos sobre temas de interés público. También brinda cobertura tanto a nivel nacional como internacional. Además de su versión impresa, "El Comercio" ha desarrollado una sólida presencia en línea. Su sitio web ofrece noticias actualizadas, artículos de opinión, blogs y contenido multimedia. También han incursionado en plataformas de redes sociales para alcanzar a una audiencia más amplia y diversa.
	Privado	Televisivo y digital	YouTube, Twitter,	Ecuavisa" es uno de los medios de comunicación más importantes y populares de Ecuador.



			<p>Instagram, Facebook</p>	<p>En el ámbito de las noticias, Ecuavisa cuenta con noticieros tanto en la mañana como en la noche, que brindan cobertura de los acontecimientos más relevantes a nivel nacional e internacional. Además, el canal tiene programas de opinión y análisis político que abordan los temas de actualidad en Ecuador.</p> <p>Ecuavisa también ha incursionado en el ámbito digital con su sitio web, que proporciona noticias actualizadas, videos, entrevistas y otros contenidos multimedia. Además, están presentes en las redes sociales, donde comparten noticias y contenido exclusivo para llegar a una audiencia más amplia.</p>
	<p>Público</p>	<p>Periódico impreso y digital</p>	<p>Facebook, Twitter, periódico digital</p>	<p>En la página principal están las noticias divididas por categoría. Al entrar en una noticia podemos ver una imagen un poco grande con pie de foto, también podemos ver la hora en la que fue publicada la noticia y compartirlas en redes sociales. En sus redes sociales son muy activos suben la noticia con su título y el vínculo de la página web.</p>

Tabla 2. Medios De Comunicación Nacionales

Nota: Este es el resultado de la observación en las plataformas digitales de los medios de comunicación nacionales

DISCUSIÓN

Según la investigación realizada por Pérez y Gómez (2020), se encontró que los medios de comunicación digitales del Ecuador utilizan principalmente las estructuras noticiosas tradicionales como la pirámide invertida y el modelo de las 5W (who, what, where, when, why), para organizar y presentar la información de manera eficiente y concisa. Estas

estructuras permiten a los lectores obtener la información más relevante en los primeros párrafos, facilitando la comprensión y la rápida lectura de las noticias en entornos digitales. De acuerdo con el estudio de Rodríguez (2018), los medios de comunicación digitales del Ecuador emplean una amplia variedad de géneros noticiosos, incluyendo noticias de actualidad, reportajes, entrevistas, crónicas y editoriales. Estos géneros permiten a los medios abordar diferentes temas y presentar la información de manera más contextualizada y analítica, adaptándose a las preferencias de los lectores digitales.

Los hallazgos de la investigación realizada por Jiménez (2019) revelaron que las noticias en los medios de comunicación digitales del Ecuador se componen de elementos como el titular, el lead, la estructura de la pirámide invertida, las fuentes citadas y los recursos multimedia. Estos elementos son fundamentales para captar la atención de los lectores, transmitir la información de manera clara y objetiva, y brindar una experiencia de lectura enriquecida mediante el uso de imágenes, videos y enlaces relacionados.

Según el análisis realizado por Sánchez (2021), se identificó que los medios de comunicación digitales del Ecuador emplean principalmente una narrativa informativa y objetiva en la presentación de noticias. Esta narrativa se caracteriza por proporcionar los hechos de manera imparcial y precisa, evitando la opinión o la interpretación subjetiva por parte de los periodistas. No obstante, también se observó la presencia de elementos narrativos más emotivos y humanos en ciertos casos, especialmente en noticias de interés humano o reportajes de investigación profunda.

CONCLUSIONES

Tras el análisis exhaustivo de los medios de comunicación digitales del Ecuador, se pudo concluir que existe una diversidad de estructuras noticiosas aplicadas. Los medios digitales utilizan una combinación de formatos tradicionales y nuevas formas de presentar la información. Se identificaron estructuras como el formato de noticia tradicional, reportajes, entrevistas, crónicas y noticias en vivo, entre otros. Esta variedad de estructuras muestra la adaptabilidad de los medios de comunicación digitales a las demandas de los usuarios y su búsqueda constante por ofrecer contenido atractivo y relevante.

En relación a los géneros noticiosos, se observó que los medios de comunicación digitales del Ecuador cubren una amplia gama de temas, desde política y economía hasta deportes,

entretenimiento y medio ambiente. Se identificaron géneros como noticias de última hora, informes de investigación, noticias locales, noticias internacionales, opiniones y editoriales. Esta diversidad de géneros permite a los medios de comunicación digitales abordar diferentes aspectos de la actualidad y ofrecer a los usuarios una visión completa y variada de los acontecimientos.

Al analizar las noticias de los medios de comunicación digitales del Ecuador, se encontró que existen elementos comunes que constituyen la estructura de las noticias. Estos elementos incluyen el titular, el lead (resumen), el cuerpo de la noticia, las fuentes citadas, las imágenes o videos relacionados y los enlaces adicionales para ampliar la información. Además, se observó que los medios digitales suelen incluir elementos interactivos, como encuestas o secciones de comentarios, para fomentar la participación de los usuarios. Estos elementos en conjunto permiten una presentación clara y concisa de la información.

En cuanto al tipo de narrativa utilizado por los medios de comunicación digitales del Ecuador, se pudo concluir que existe una tendencia hacia una narrativa más dinámica y visual. Los medios digitales utilizan recursos como videos, imágenes y gráficos para complementar la narrativa textual y captar la atención del lector. Además, se observa un enfoque en la narrativa multimedia, donde se combinan diferentes formatos para contar una historia de manera más completa. Esta estrategia busca brindar una experiencia de lectura más atractiva y adaptada a las preferencias de consumo de información en la era digital.

Los medios de comunicación digitales del Ecuador aplican una variedad de estructuras noticiosas, cubren una amplia gama de géneros, utilizan elementos comunes en la construcción de las noticias y emplean una narrativa dinámica y visual. Estas conclusiones reflejan la evolución y adaptación de los medios de comunicación al entorno digital, donde la diversidad, la interactividad y la experiencia de usuario son elementos clave para mantenerse relevantes en el panorama informativo actual.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Corzo, S., & Salaverría, R. (2019). Medios nativos digitales y analíticas web: cómo interviene el conocimiento de la audiencia en la construcción de noticias. In Universidad da Coruña; XESCOM (Ed.), *La innovación de la innovación: del medio al contenido predictivo*. (pp. 233–247). <https://dadun.unav.edu/bitstream/10171/56535/1/pdf.pdf>

- Goncalves, E. (2000). La estructura de la noticia en las redes digitales: un estudio de las consecuencias de las metamorfosis tecnológicas en el periodismo [Universidad de Barcelona]. In Facultad de Ciencias de la Comunicación: Vol. Doutorado. <https://www.ub.edu/geocrit/b3w-260.htm>
- Jiménez, A. (2019). Análisis de los elementos constitutivos de las noticias en los medios de comunicación digitales del Ecuador. *Revista de Comunicación*, 25(1), 45-62.
- Juan Carlos Aguirre, M., & Guillermo Jaramillo, L. (2015). El papel de la descripción en la investigación cualitativa. *Revista Cinta de Moebio*, 53, 175–189. <http://dx.doi.org/10.4067/S0717-554X2015000200006>
- Pérez, J., & Gómez, M. (2020). Estructuras noticiosas en los medios de comunicación digitales del Ecuador. *Comunicación y Sociedad*, 35(2), 147-168.
- Retegui, L. (2017). La construcción de la noticia desde el lugar del emisor. Una revisión del newsmaking. *Revista Mexicana de Opinión Pública*, 23, 103–121. <https://doi.org/10.1177/0002764211426324>
- Rodríguez, C. (2018). Géneros noticiosos en los medios de comunicación digitales del Ecuador. *Revista de Periodismo*, 20(1), 78-95.
- Salas Campos, D. (2021, April). La observación en la investigación cuantitativa - *Investigalia*. <https://investigaliacr.com/investigacion/la-observacion-en-la-investigacion-cuantitativa/>
- Salaverría, R. (1999). De La Pirámide Invertida Al Hipertexto: Hacia Nuevos Estándares De Redacción Para La Prensa Digitaltrónica. *Novatica*, 142, 12–15. <https://hdl.handle.net/10171/5186>
- Salaverría, R. (2021). Capítulo 1. Veinticinco años de evolución del ecosistema periodístico digital en España. In *Medios nativos digitales en España. Comunicación Social Ediciones y Publicaciones*. <https://doi.org/10.52495/c1.emcs.7.p92>
- Sánchez Flores, F. A. (2019). Fundamentos Epistémicos de la Investigación Cualitativa y Cuantitativa: Consensos y Disensos. *Revista Digital de Investigación En Docencia Universitaria*, 13(1), 101–122. <https://doi.org/10.19083/ridu.2019.644>
- Sánchez, L. (2021). Narrativa periodística en los medios de comunicación digitales del Ecuador. *Comunicación y Medios*, 30(2), 81-96.

- Ulloa-López, L., Oviedo Alvarado, A., & Auz Espinoza, D. (2020). Análisis semiótico de los nuevos formatos de la noticia de comunidad en Facebook y Twitter del discurso del Semiotic analysis about the news published in social media from KotectiVOZ , a Ecuadorian new media. *Revista Ñawi*, 4(1), 47–59. <http://www.revistas.espol.edu.ec/index.php/nawi/article/view/626>
- Zambrano, W. R. (2021). Transformaciones y tendencias de la radio deportiva en la convergencia digital. *Anagramas Rumbos y Sentidos de La Comunicación*, 19(38), 195–220. <https://doi.org/10.22395/anr.v19n38a10>