



UNIVERSIDAD ESTATAL

PENÍNSULA DE SANTA ELENA

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DE LA SALUD

CARRERA DE COMUNICACIÓN

TRABAJO DE TITULACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO

LICENCIADA EN COMUNICACIÓN

MODALIDAD DE TITULACIÓN

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

TÍTULO

INFORMACIÓN Y ENTRETENIMIENTO EN LA COBERTURA PERIODÍSTICA DE

NOTICIAS EN EL MEDIO DIGITAL EXTRA, 2025

AUTOR(A):

KARINA NALLELY DE LA CRUZ PANCHANA

TUTOR(A):

LIC. PAOLA ELIZABETH CORTEZ CLAVIJO, PHD.

LA LIBERTAD – ECUADOR

2026



FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DE LA SALUD

CARRERA DE COMUNICACIÓN

La Libertad, 20 de julio de 2026

CERTIFICADO DE TUTORÍA

En mi calidad de Profesor Tutor del Trabajo de Investigación de título “INFORMACIÓN Y ENTRETENIMIENTO EN LA COBERTURA PERIODÍSTICA DE NOTICIAS EN EL MEDIO DIGITAL EXTRA, 2025” de autoría del estudiante KARINA NALLELY DE LA CRUZ PANCHANA, previo a la obtención del título de LICENCIADA EN COMUNICACIÓN declaro que luego de haber orientado científica y metodológicamente su desarrollo se encuentra concluido en todas sus partes cumpliendo así con el proceso de acompañamiento determinado en la normativa interna, recomendando se inicien los procesos de evaluación que corresponden.

Lic. Paola Elizabeth Cortez Clavijo, PhD.

PROFESOR TUTOR



FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DE LA SALUD

CARRERA DE COMUNICACIÓN

DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Yo, KARINA NALLELY DE LA CRUZ PANCHANA, portador(a) de la cédula de identidad N.º 0928162262, estudiante de la carrera de Comunicación, declaro bajo juramento que el trabajo de titulación: “INFORMACIÓN Y ENTRETENIMIENTO EN LA COBERTURA PERIODÍSTICA DE NOTICIAS EN EL MEDIO DIGITAL EXTRA, 2025” es de mi autoría, ha sido elaborado de manera personal y cumple con las normas éticas y legales de la investigación académica. Asimismo, certifico que todas las fuentes utilizadas han sido debidamente citadas y referenciadas, respetando los derechos de propiedad intelectual de terceros. En este sentido, manifiesto que no he incurrido en plagio, autoplagio ni en ninguna forma de deshonestidad académica, autorizando a su vez a la Universidad Estatal Península de Santa Elena a utilizar, reproducir, difundir y almacenar este trabajo con fines académicos, investigativos y de consulta.

Firma: Karina De la Cruz P

Cédula de Identidad: 0928162262

Fecha: 20 de julio de 2026

Correo electrónico: karinadelacruzpanchana2262@upse.edu.ec

Teléfono: 0969472700

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN UNIDAD DE INTEGRACIÓN CURRICULAR



Lcdo. Gerzon Cochea Panchana, MSc.
**DIRECTOR DE LA CARRERA DE
COMUNICACIÓN**



Lcda. María Isabel Posligua Quinde, MSc.
**DOCENTE GUÍA DE LA CARRERA DE
COMUNICACIÓN**



Lic. Paola Elizabeth Cortez Clavijo, PhD.
**DOCENTE TUTOR(A) DE LA
CARRERA DE COMUNICACIÓN**



Lcdo. Marlon Iván Ramírez Rodríguez./PhD.
**DOCENTE ESPECIALISTA DE LA
CARRERA DE COMUNICACIÓN**



Ing. Yolanda Paola Limones Borbor, Mgtr.
**ASISTENTE ADMINISTRATIVO
DE LA CARRERA DE
COMUNICACIÓN**



Karina Nallely De La Cruz Panchana
**ESTUDIANTE DE LA
CARRERA DE COMUNICACIÓN**

DEDICATORIA

Con profundo amor, gratitud y emoción, dedico este trabajo de investigación a mis padres, quienes han sido el pilar más importante de mi vida y el ejemplo más grande de esfuerzo, perseverancia y amor incondicional. Gracias por cada sacrificio realizado para brindarme una educación, por confiar siempre en mis capacidades y por enseñarme que, con dedicación, disciplina y honestidad, es posible alcanzar cualquier meta. En los momentos más difíciles estuvieron a mi lado brindándome palabras de aliento, fortaleza y esperanza, motivándome a no rendirme y a seguir adelante hasta culminar este importante logro. Todo lo que soy y cada uno de mis logros llevan el reflejo de los valores y principios que ustedes sembraron en mí. Esta tesis es también el resultado de su esfuerzo, apoyo y amor constante.

A mi novio, por convertirse en mi compañero de vida y en un apoyo incondicional durante todo este proceso académico. Gracias por tu paciencia, comprensión y por permanecer a mi lado en cada etapa de este camino, especialmente en aquellos momentos en los que el cansancio, las preocupaciones y los desafíos parecían superar mis fuerzas. Tus palabras de ánimo, tu confianza en mí y tu cariño fueron un impulso invaluable para continuar trabajando con dedicación y entusiasmo. Gracias por celebrar cada avance, por escucharme cuando lo necesitaba y por recordarme siempre que era capaz de alcanzar este objetivo.

Hoy culmino una etapa muy importante de mi vida profesional, y este logro no habría sido posible sin el amor, la confianza y el respaldo de las personas que más amo. Cada página de esta investigación representa horas de esfuerzo, aprendizaje y perseverancia, pero también el apoyo incondicional que recibí de ustedes. Por ello, les dedico este trabajo con todo mi corazón, como una muestra de mi eterno agradecimiento, admiración y cariño.

Espero que este logro sea motivo de orgullo para ustedes, así como ustedes siempre lo han sido para mí. Que esta tesis simbolice no solo el cumplimiento de una meta académica, sino también el inicio de nuevos sueños y desafíos que enfrentaré con los valores, el amor y las enseñanzas que me han brindado a lo largo de mi vida.

De La Cruz Panchana Karina Nallely

AGRADECIMIENTOS

En primer lugar, agradezco a Dios por ser mi guía, mi fortaleza y mi refugio durante cada etapa de este camino académico. Gracias por concederme la vida, la salud, la sabiduría y la perseverancia necesarias para afrontar cada desafío y por darme la fuerza para no rendirme en los momentos de dificultad. Su infinita bondad y misericordia me permitieron culminar con éxito esta importante meta, recordándome siempre que, con fe, esfuerzo y confianza, todo es posible.

Expreso mi más profundo y sincero agradecimiento a mis padres, quienes han sido el pilar fundamental de mi vida y el mayor ejemplo de amor, sacrificio y dedicación. Gracias por creer en mí incluso cuando yo dudaba de mis capacidades, por impulsarme a seguir adelante y por brindarme siempre su apoyo incondicional. Cada esfuerzo realizado, cada consejo, cada palabra de aliento y cada enseñanza fueron esenciales para mi formación tanto personal como profesional. Este logro también les pertenece porque es el resultado de todos los sacrificios que hicieron para que pudiera cumplir este sueño.

A toda mi familia, le manifiesto mi más profunda gratitud por acompañarme a lo largo de este proceso con cariño, comprensión y motivación. Gracias por estar presentes en cada etapa de mi formación, por confiar en mí, por celebrar mis avances y por darme fuerzas para continuar cuando el camino parecía difícil. Su apoyo, sus oraciones y sus palabras de ánimo fueron un impulso invaluable para alcanzar este objetivo.

Este trabajo representa el esfuerzo, la dedicación y la perseverancia invertidos durante toda mi formación universitaria, pero también refleja el amor y el respaldo de las personas que siempre estuvieron a mi lado. Cada logro alcanzado tiene detrás el apoyo de quienes nunca dejaron de creer en mí y me motivaron a superarme día tras día.

Finalmente, agradezco a Dios y a mi familia por enseñarme que los sueños se alcanzan con fe, constancia, humildad y trabajo. Espero que este logro sea motivo de orgullo para todos ustedes y que represente el inicio de nuevos desafíos y oportunidades. Con todo mi corazón, dedico mi gratitud a quienes hicieron posible que este sueño hoy se convierta en una realidad.

De La Cruz Panchana Karina Nallely

INFORMACIÓN Y ENTRETENIMIENTO EN LA COBERTURA PERIODÍSTICA DE NOTICIAS EN EL MEDIO DIGITAL EXTRA, 2025

De La Cruz Panchana Karina Nallely
Código Orcid (1) 0009-0004-6500-9003
Universidad Estatal Península de Santa Elena-Carrera de Comunicación

RESUMEN

Nuestra investigación tuvo como objetivo analizar la relación entre la información y el entretenimiento en la cobertura periodística de noticias publicadas por el medio digital Extra durante el año 2025. El estudio se desarrolló bajo un enfoque cualitativo, de tipo descriptivo e interpretativo, con un diseño no experimental y de corte transversal. Para la recolección de la información se empleó la técnica de análisis de contenido, mediante una ficha de observación aplicada a una muestra de treinta noticias seleccionadas de manera intencional. Los resultados evidenciaron que el medio digital Extra incorpora de manera recurrente elementos propios del infotainment, tales como titulares llamativos, lenguaje emocional, recursos audiovisuales y narrativas orientadas a captar la atención de la audiencia. Asimismo, se identificó que estas estrategias favorecen la interacción y el consumo de noticias en plataformas digitales; sin embargo, en determinados casos pueden influir en la profundidad del tratamiento informativo y en la percepción de credibilidad por parte de los lectores. Se concluye que el uso equilibrado de recursos informativos y de entretenimiento constituye una estrategia relevante para atraer a las audiencias digitales, siempre que se mantengan los principios éticos, la verificación de los hechos y la calidad periodística en la producción de los contenidos.

Palabras clave: *infotainment, periodismo digital, cobertura periodística, noticias digitales, audiencias digitales.*

INFORMATION AND ENTERTAINMENT IN NEWS COVERAGE IN THE DIGITAL MEDIA EXTRA, 2025

ABSTRACT

The present research aimed to analyze the relationship between information and entertainment in the journalistic coverage of news published by the digital media outlet Extra during 2025. The study was conducted using a qualitative, descriptive, and interpretative approach, with a non-experimental, cross-sectional research design. Data were collected through a content analysis technique using an observation checklist applied to a purposive sample of thirty news articles. The findings revealed that Extra frequently incorporates infotainment elements, including eye-catching headlines, emotional language, audiovisual resources, and narrative strategies designed to capture audience attention. These practices contribute to greater user engagement and news consumption on digital platforms; however, in some cases, they may affect the depth of news coverage and the audience's perception of credibility. The study concludes that a balanced integration of informative and entertainment elements represents an effective strategy for attracting digital audiences, provided that journalistic ethics, fact verification, and information quality are preserved throughout the news production process.

Keywords: *infotainment, digital journalism, news coverage, digital news, digital audiences.*

ÍNDICE

I. PORTADA.....	1
II. CERTIFICADO DEL TUTORÍA.....	2
III. DECLARACIÓN DE AUTORÍA.....	3
IV. TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN UNIDAD DE INTEGRACIÓN CURRICULAR.....	4
V. DEDICATORIA.....	5
VI. AGRADECIMIENTOS	6
VII. RESUMEN	7
VIII. ABSTRAT.....	8
IX. ÍNDICE DE CONTENIDO.....	9
X. ÍNDICE DE TABLAS.....	13
1. INTRODUCCIÓN	14
2. MARCO TEÓRICO	17
2.1. Antecedentes de investigación	17
2.1.1. Antecedentes Internacionales	17
Infotainment en medios digitales.....	17
Espectacularización de noticias	18
Periodismo digital y entretenimiento.....	19
Consumo informativo en plataformas digitales.....	20
2.1.2. Antecedentes Nacionales	21
Periodismo digital en Ecuador.....	21
Medios digitales populares y nativos digitales	22
Cobertura noticiosa en entornos digitales.....	22
Sensacionalismo mediático.....	23
2.1.3. Antecedentes locales.....	23
Consumo de noticias digitales	23
Medios digitales en Ecuador.....	24
Audiencias digitales.....	24

CATEGORÍA 1.....	24
2.2. El periodismo digital como escenario de transformación informativa	24
2.2.1. Conceptualización del periodismo digital: debates y definiciones en tensión.	25
2.2.2. Características del periodismo digital: la hipertextualidad como promesa incumplida.....	26
2.2.3. Ecosistemas mediáticos digitales: convergencia y disputa por la atención....	26
2.2.4. Consumo informativo en plataformas digitales: fragmentación y algoritmos.	27
2.2.5. Narrativas digitales y convergencia mediática	27
2.2.6. Transformación de las rutinas periodísticas: presión y adaptaciones.....	28
Teoría de sociedad red.....	28
CATEGORÍA 2.....	28
2.3. El infotainment en la cobertura periodística contemporánea.....	28
2.3.1. Conceptualización del infotainment: genealogía y debates.....	29
2.3.2. Origen y evolución: del broadcasting al newsworking digital	29
2.3.3. Características del infoentretenimiento: indicadores para el análisis de Extra	30
2.3.4. Estrategias narrativas del infotainment: framing, emoción y espectáculo	31
2.3.5. Emocionalidad y espectacularización: mecanismo y consecuencias.....	31
2.3.6. Sensacionalismo y construcción mediática: el caso ecuatoriano.....	32
2.3.7. Infoentretenimiento en medios digitales: de la televisión a las plataformas ..	33
CATEGORÍA 3.....	33
2.4. Construcción discursiva de las noticias en medios digitales	33
2.4.1. Discurso periodístico: entre la representación y la construcción	34
2.4.2. Narrativas mediáticas: del texto al ecosistema multiplataforma	34
2.4.3. Encuadres informativos: metodología y aplicaciones	35

2.4.4 a 2.4.7. Representación, lenguaje digital, recursos multimedia y construcción de significados: síntesis crítica.....	36
CATEGORÍA 4.....	36
2.5. Audiencias digitales y percepción de la información	36
2.5.1. Audiencias digitales: participación, desigualdad y nuevas exclusiones	37
2.5.2. Consumo de noticias en entornos digitales: incidentalidad y algoritmos.....	37
2.5.3 y 2.5.4. Credibilidad y calidad periodística percibida: el problema de la confianza	38
2.5.5 y 2.5.6 Participación, interacción y recepción del infotainment	38
2.6. Bases conceptuales.....	39
Periodismo digital:.....	39
Infoentretenimiento (infotainment):	39
Encuadre mediático (framing):	40
Espectacularización:	40
Audiencia digital:	40
Sensacionalismo:	40
Credibilidad:	40
Ecosistema mediático digital:	40
2.7. Bases legales	40
Constitución de la República del Ecuador (2008):	41
Ley Orgánica de Comunicación (LOC):.....	41
Código de Ética Periodística:	41
3. METODOLOGÍA	42
3.1. Paradigma interpretativo	42
3.2. Enfoque cualitativo	42
3.3. Tipo y alcance de investigación	42
3.4. Diseño – Tipo de estudio	42
3.5. Método de investigación	43

Analítico y hermenéutico	43
3.6. Técnicas	43
3.6.1. Instrumentos	43
3.7. Población.....	43
3.7.1. Muestra	44
3.7.2. Procedimiento de análisis de la información	44
4. RESULTADOS	45
ANÁLISIS DE LAS NOTICIAS	45
ANÁLISIS DE LAS ENTREVISTAS	53
5. DISCUSIÓN.....	59
6. CONCLUSIÓN	62
7. RECOMENDACIONES	65
8. REFERENTES BIBLIOGRÁFICOS	67
9. ANEXOS.....	76
Anexo 1.....	76
Título del anexo	76
Anexo 2.....	76
Árbol de problema	76
Anexo 3.....	77
Matriz de validación de instrumentos.....	77
Anexos 4	78
Archivo fotográfico de entrevista	78
Entrevista 1	78
Entrevista 2	79
Entrevista 3	79
Entrevista 4	80
Entrevista 5	80

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Límites del corpus	45
Tabla 2. Bloques documentales por sección	46
Tabla 3. Codificación inductiva por entrada	46
Tabla 4. Temas, Subtemas y justificación	49
Tabla 5. Frecuencia de patrones repetitivos	50
Tabla 6. Presencia / ausencia de temas por bloque documental.....	51
Tabla 7. Relaciones jerárquicas.....	52
Tabla 8. Identificación de bloques por participante	53
Tabla 9. Temas inductivos, subtemas, códigos y citas	54
Tabla 10. Reflexión y justificación de temas	55
Tabla 11. Relaciones jerárquicas.....	56

1. INTRODUCCIÓN

El ecosistema mediático de las tecnologías digitales ha transformado profundamente los procesos de producción, distribución y consumo de noticias, configurando ecosistemas comunicacionales en los que la frontera entre información y entretenimiento se vuelve cada vez más difusa. A nivel internacional, la investigación reciente evidencia que las estrategias de infotainment, entendidas como la combinación de recursos informativos y de entretenimiento orientados a captar la atención de las audiencias, inciden de manera creciente en el consumo digital de noticias, al punto de que estudios como el de Silva (2024), documentan que más de la mitad de las piezas informativas con mayor circulación en portales digitales incorporan que menos dos recursos propios de esta lógica. En América Latina, investigaciones como la de Castro (2022) señalan que la mayoría de los usuarios de la región consulta noticias principalmente a través de dispositivos móviles y aplicaciones de mensajería, lo que reconfigura los criterios editoriales de los medios digitales y refuerza la relevancia de recursos narrativos que faciliten la captación inmediata de la atención.

En el contexto ecuatoriano, la digitalización del periodismo ha seguido una trayectoria propia, marcada por el tránsito de medios de origen impreso hacia plataformas digitales y por la coexistencia de medios nativos digitales de reciente aparición. Estudios como el de Morejón y Zamora (2019) documentan que la consolidación de los medios nativos digitales y su convergencia con las redes sociales constituyen una de las etapas más recientes de este proceso, mientras que investigaciones como la de Punín et al. (2014) advierten que buena parte de los cybermedios ecuatorianos de referencia aprovechan de manera limitada las potencialidades hipertextuales e interactivas del entorno digital. En el ámbito local, el ecosistema mediático guayaquileño ilustra con particular claridad esta tensión: mientras algunos medios han apostado por el periodismo de datos y el contenido analítico de largo aliento, otros, como el diario Extra, han consolidado una estrategia editorial orientada al contenido popular, como un uso intensivo de recursos visuales y titulares de fuerte carga emocional, según lo documentado por Terán (2021).

La pertinencia de estudiar este fenómeno en el caso específico de Extra radica en que, pese a su relevancia histórica en el mercado informativo ecuatoriano y a la afinidad que sus audiencias digitales muestran hacia contenidos de crónica roja, farándula y deportes, conforme lo señala Aguirre (2024), el medio ha sido escasamente estudiado desde la academia científica. La revisión de la literatura especializada permite identificar una brecha significativa: la ausencia

de estudios empíricos específicos sobre la plataforma digital de Extra publicados en revistas indexadas, lo que impide comprender con evidencia sistemática cómo se articulan, en su cobertura periodística cotidiana, los criterios de rigor informativo con los recursos propios de infoentretenimiento. Esta ausencia resulta particularmente problemática si se considera que la incorporación creciente de lógicas de entretenimiento en la producción noticiosa no constituye, según la literatura revisada, un fenómeno neutro: mientras algunos autores lo interpretan como una estrategia legítima de accesibilidad y democratización informativa, otros advierten sobre sus riesgos de superficialidad, simplificación y erosión del rigor periodístico, tensión teórica que adquiere una relevancia particular en el caso de un medio cuyo perfil editorial se orienta históricamente hacia públicos populares.

De esta problemática se derivan causas y consecuencias que justifican su abordaje investigativo. Entre las causas se encuentran la presión estructural de las métricas de audiencia y de las lógicas algorítmicas de las plataformas digitales, que, de acuerdo con Skogerbo y Enli (2013) y con la perspectiva de economía política desarrollada por Hardy (2017), condicionan progresivamente las decisiones editoriales de los medios digitales, subordinando parcialmente los criterios clásicos de noticiabilidad a los criterios de atractivo para la audiencia. Entre las consecuencias potenciales se encuentran la disminución de la profundización interpretativa en la cobertura noticiosa y la afectación de la confianza que las audiencias depositan en el contenido difundido, dimensiones ambas que requieren ser documentadas empíricamente en el caso concreto del medio digital Extra antes de poder comprenderse con precisión. Estas consideraciones conciben de manera natural con preguntarse cómo se articula en la práctica periodística cotidiana de Extra. La relación entre información y entretenimiento durante el periodo reciente es la pregunta que orienta el desarrollo de la presente investigación.

En correspondencia con esta pregunta, la investigación tiene como objetivo general analizar la relación entre información y entretenimiento en la cobertura periodística de noticias del medio digital Extra durante el año 2025. Para alcanzar este propósito general, el estudio se orienta como objetivos específicos en primer lugar, identificar y caracterizar los elementos de infoentretenimiento presentes en la cobertura noticiosa del medio, en segundo lugar, evaluar el impacto de dichos elementos en la estructura, la profundidad y el rigor informativo de las noticias publicadas, y, en tercer lugar, estudiar cómo la presencia de infoentretenimiento afecta la confianza de la audiencia en el contenido difundido por el medio, esta última aborda desde la perspectiva de periodistas del ámbito digital. Dado que la investigación se sustenta en un paradigma interpretativo y en un enfoque cualitativo, de alcance descriptivo e interpretativo y

diseño no experiemental y transversal, no se formuló una hipótesis en sentido estadístico, en la medida en que el propósito del estudio no consistió en comprobar relaciones casuales entre variables, sino en comprender e interpretar, mediante análisis de contenido y entrevistas semiestructuradas, las manifestaciones concretas del fenómeno en el corpues documental analizado.

La presente investigación se justifica, en primer término, desde una perspectiva científica, en tanto contribuye a cerrar la brecha empírica identificada en la literatura respecto al análisis sistemático de la plataforma digital de Extra, aportando evidencia verificable sobre un medio de amplia circulación que hasta el momento ha sido objeto de escasa atención académica indexada. Desde una perspectiva metodológica, el estudio ofrece un instrumento de análisis de contenido y una matriz de codificación aplicables a otros medios digitales de origen impreso en Ecuador, lo que amplía las posibilidades de comparación futura dentro del campo del periodismo digital latinoamericano. Desde una perspectiva social y comunicacional, comprender cómo se articulan la información y el entretenimiento en un medio de amplio alcance popular resulta relevante para las audiencias, los profesionales del periodismo y las instituciones educativas vinculadas a la comunicación, en la medida en que permite reflexionar sobre el equilibrio entre accesibilidad informativa y rigor periodístico en un entorno digital cada vez más condicionado por las lógicas de la atención. En este sentido, el presente estudio aporta un caso concreto y actualizado que enriquece la comprensión de infoentretenimiento en el periodismo digital ecuatoriano, contribuyendo a un campo de investigación que, pese a su creciente relevancia, continúa presentando importantes vacíos empíricos en el contexto local.

2. MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes de investigación

2.1.1. Antecedentes Internacionales

Infotainment en medios digitales

La consolidación del infotainment como práctica periodística en medios digitales ha sido objeto de una línea de investigación sostenida durante la última década. Silva (2024). En un estudio publicado en una revista indexada en Scopus, analizó mediante un análisis de contenidos cuantitativo una muestra de 320 piezas informativas difundidas en portales digitales brasileños y portugueses durante 2022-2023. Su objetivo fue determinar en qué medida las estrategias de infotainment, uso de titulares emocionales, recurso multimedia, personalización narrativa y apelación a la curiosidad inciden en el engagement de las audiencias. Los resultados evidenciaron que el 67% de las noticias más compartidas incorporaban al menos dos recursos propios del infoentretenimiento, lo que confirma la hipótesis de que la combinación de información y entretenimiento actúa como catalizador de consumo informativo digital. Este hallazgo resulta directamente pertinente para la presente investigación porque permite identificar los indicadores concretos del infotainment que serán analizados en la cobertura del medio digital Extra.

Es una dirección complementaria a Palau (2016). En un estudio publicado en Journalism Practice, examinaron mediante un análisis crítico del discurso la transformación de los estándares periodísticos en medios digitales españoles. Con una muestra de 1.200 noticias publicadas en seis cybermedios de referencia, los autores concluyeron que la presión por la inmediatez y el click-through rate ha generado una hibridación entre géneros informativos e interpretativos, con creciente incorporación de elementos propios de entretenimiento. Su contribución teórica radica en la distinción entre infotainment estructural incorporado en el diseño editorial del medio e infotainment coyuntural adoptado según la agenda temática, categorización que resulta operativamente útil para el análisis de Extra.

Desde una perspectiva metodológica diferente, Skogerbo y Enli (2013), en un artículo publicado en Journalism Studies, utilizaron etnografía digital y entrevista en profundidad a periodistas de medios para comprender cómo las lógicas del entretenimiento penetran las rutinas de producción noticiosa. Sus hallazgos revelan que la lógica de la plataforma, las métricas de visualizaciones, el tiempo de permanencia y los patrones de compartición actúan

como factores condicionantes de las decisiones editoriales, lo que produce una subordinación paulatina de los criterios de noticiabilidad clásicos a los criterios de atraktividad para la audiencia. Esta dimensión productiva es un aporte diferencial respecto a los estudios centrados exclusivamente en el análisis del texto producido.

Una discrepancia relevante en este corpus de estudios se produce entre quienes coinciden en que el infotainment es una tendencia inevitablemente degradante del periodismo de calidad (Neil, 1985; Thussu, 2007) y quienes lo analizan como una estrategia legítima de democratización informativa que produce la brecha entre ciudadanos sin formación política y la esfera pública (Baum, 2002; Markus, 2003). Los estudios más recientes indexados en Web of Science tienden a adoptar posturas intermedias que reconocen tanto los riesgos de superficialidad, simplificación, espectacularización como las potencialidades de mayor alcance, accesibilidad, engagement cívico del infotainment en entornos digitales Aalberg et al. (2017), esta tensión teórica es especialmente relevante para el caso del medio Extra, cuyo perfil editorial se orienta históricamente hacia públicos populares, lo que plantea preguntas sobre si el infotainment constituye en este contexto una práctica de inclusión comunicativa o de simplificación informativa.

Espectacularización de noticias

La espectacularización de la información periodística constituye uno de los fenómenos más estudiados en la investigación sobre medios digitales de la última década. Pellisser y Pineda (2014), en la Revista Latina de Comunicación Social, analizaron mediante un análisis comparativo de contenido de los programas informativos y de infoentretenimiento de la televisión española. Con una muestra de 380 piezas, el objetivo fue identificar los indicadores específicos que diferencian el tratamiento espectacularizante del tratamiento informativo convencional. Los autores concluyen que la personalización, la sustitución de actores colectivos por protagonistas individuales con componentes emocionales constituyen el indicador más robusto de espectacularización, seguido de la dramatización y el uso de recursos audiovisuales de alto impacto. Este resultado es transferible al análisis de medios digitales escritos en la medida en que la personalización también opera mediante recursos textuales y fotográficos.

En el ámbito específico de los medios digitales, Costera Meijer (2012), en un trabajo publicado en Journalism Studies, investigó mediante grupos focales y análisis de producción en medios neerlandeses cómo las audiencias jóvenes perciben la espectacularización como degradación del periodismo, y no como una condición de accesibilidad: valoran positivamente los recursos

emotivos y narrativos cuando los consideran funcionales para comprender la realidad. Esta perspectiva desde la recepción introduce una complejidad necesaria que obliga a problematizar la noción de espectacularización como fenómeno exclusivamente negativo.

Desde América Latina, Oller y Chavero (2015), en un estudio publicado en Cuadernos de Información (indexada en Scielo y Latindex Catálogo), analizaron los criterios de noticiabilidad aplicados por periodistas ecuatorianos y colombianos. Mediante encuestas estructuradas a 215 periodistas, se identificó que el entretenimiento y el impacto emocional constituyen criterios emergentes en la selección de noticias, desplazando parcialmente criterios clásicos como la relevancia institucional. Este hallazgo resulta directamente significativo para la presente investigación porque contextualiza el fenómeno de la espectacularización en el marco latinoamericano, espacio geopolítico en el que se sitúa Extra.

Una brecha metodológica identificable en este conjunto de estudios es la escasa utilización de métodos computacionales para el análisis de grandes volúmenes de noticias digitales. Los estudios más robustos metodológicamente, como Palau (2016), mantienen muestras relativamente pequeñas y periodos de análisis cortos. Los estudios basados en análisis de big data aplicado a la espectacularización son aún escasos en bases latinoamericanas como Redalyc y Scielo, lo que representa una limitación del campo que la presente investigación puede contribuir a reducir mediante su análisis focalizado en un medio concreto.

Periodismo digital y entretenimiento

La relación entre periodismo digital y entretenimiento ha sido conceptualizada desde múltiples enfoques teóricos (Salaverría, 2019). Un artículo de revisión publicado en El Profesional de Información sintetizó 25 años de investigación académica sobre periodismo digital mediante el análisis sistemático de 456 artículos publicados entre 1995 y 2019 en revistas indexadas. El autor identifica cuatro etapas evolutivas del periodismo web: traslación, experimentación, consolidación y madurez. Además, destaca que la convergencia entre información y entretenimiento se intensifica en la cuarta etapa, caracterizada por la primacía de las plataformas sociales y las métricas de audiencia como parámetros editoriales.

Por otra parte, Steensen y Ahva (2015), en Journalism Practice, propusieron una tipología de las teorías del periodismo aplicables al entorno digital. Distingue entre teorías normativas que definen lo que el periodismo debería ser, teorías empíricas que describen lo que el periodismo es, y teoría crítica que analiza las relaciones de poder que condicionan la producción periodística. Esta distinción es metodológicamente relevante ya que permite analizar el

infotainment no solo como tendencia descriptiva sino también como una práctica influida por estructuras económicas y tecnológicas específicas.

Desde la perspectiva de la economía política de los medios, Hardy (2017), en un artículo publicado en *Media, Culture & Society*, analiza cómo la concentración del mercado mediático y la dependencia de la publicidad actúan como incentivos estructurales para la adopción de infotainment. El autor argumenta que la tendencia hacia el entretenimiento en los medios informativos no es un fenómeno cultural espontáneo sino el resultado de condicionantes económicos que privilegian el alcance de audiencias sobre la profundidad informativa. Este enfoque estructural introduce una dimensión crítica ausente en estudios más descriptivos y resulta pertinente para analizar las condiciones de producción del medio Extra en el contexto del mercado mediático ecuatoriano.

Consumo informativo en plataformas digitales

Los patrones de consumo informativo en plataformas digitales han experimentado transformaciones profundas documentadas sistemáticamente por la investigación empírica de la última década. (Journalism Reuters Institute for the Study, 2012), Publica anualmente desde el 2012 el Digital News Report, un estudio comparativo de alcance global (más de 90.000 encuestados en 46 países en su edición de 2024) que proporciona datos longitudinales sobre hábitos de consumo, credibilidad percibida y preferencias de formato en medios digitales. Los datos de 2024 señalan que el 60% de los usuarios globales prefiere acceder a las noticias a través de redes sociales, y que los formatos audiovisuales cortos, en especial videos de menos de 60 segundos, han superado al texto escrito como formato preferido entre menores de 35 años.

En el contexto latinoamericano, Castro (2022), en un estudio publicado en *Comunicar*, analizó mediante encuestas en línea a 1.847 usuarios de cuatro países latinoamericanos cómo los smartphones han reconfigurado el consumo informativo. Sus resultados señalan que el 78% de los encuestados accede diariamente a noticias a través del teléfono móvil, y que las aplicaciones de mensajería, especialmente WhatsApp, actúan como intermediarias informales que filtran y amplifican determinados contenidos. Este hallazgo revela la importancia de los algoritmos de recomendación y de las redes de distribución social como condicionantes del consumo informativo, dimensiones directamente relevantes para analizar cómo Extra construye y distribuye sus contenidos.

Una limitación notable del estado de la investigación sobre el consumo informativo digital en Ecuador es la escasez de estudios con muestras representativas a nivel nacional. Los trabajos

disponibles en Redalyc y Scielo se focalizan predominantemente en estudiantes universitarios o en ciudades específicas, como Quito y Guayaquil, lo que limita la generalización de sus hallazgos. Esta brecha representa una oportunidad de contribución científica para la presente investigación.

2.1.2. Antecedentes Nacionales

Periodismo digital en Ecuador

La investigación sobre periodismo digital en Ecuador ha crecido significativamente en la última década, aunque continúa siendo un campo con importantes brechas empíricas (Morejón y Zamora, 2019). En un artículo publicado en la Revista Iberoamericana de Comunicación (indexada en Latindex y MIAR), realizaron una revisión documental y un análisis histórico del desarrollo del periodismo digital ecuatoriano desde la aparición de los primeros sitios web informativos en 1995 hasta 2018. Su objetivo fue caracterizar las etapas de evolución y los principales desafíos estructurales del sector. Los autores identifican tres fases: una primera etapa de experimentación con recursos multimedia (2005-2012) y una tercera etapa de consolidación de medios nativos digitales y convergencia con redes sociales (2012-2019). Este marco histórico resulta indispensable para contextualizar la trayectoria del medio Extra dentro del ecosistema mediático ecuatoriano.

Desde una perspectiva más crítica, Punín y Martínez (2014), en un trabajo publicado en Comunicar, analizaron mediante análisis de contenido las características de los cibermedios ecuatorianos de referencia. Su muestra incluyó los diez portales informativos de mayor tráfico web del país. Los hallazgos revelaron un bajo nivel de aprovechamiento de las posibilidades hipertextuales e interactivas del medio digital: el 82% de las noticias analizadas consistían en textos lineales sin hipervínculos internos o externos, y solo el 23% incorporaba recursos multimedia más allá de fotografías estáticas. Esta situación contrasta con los modelos de referencia europeos y norteamericanos, lo que sugiere que el periodismo digital ecuatoriano se encuentra en una etapa de desarrollo desigual respecto a otros contextos.

En un estudio publicado en Sustainability, Sánchez Santur (2023) examinó el impacto de las transformaciones digitales en las rutinas de trabajo de periodistas latinoamericanos, con una submuestra específica de 38 periodistas ecuatorianos entrevistados mediante entrevistas semiestructuradas. Sus resultados apuntan a que la presión por la inmediatez y la necesidad de generar contenidos optimizados para SEO y redes sociales han modificado los criterios de selección noticiosa, con una tendencia hacia la priorización de temas que generan alto

engagement: conflicto, emocional, curiosidad sobre los de mayor relevancia pública. Este hallazgo es especialmente pertinente para analizar la cobertura de Extra desde una perspectiva de condicionantes laborales y organizacionales.

Medios digitales populares y nativos digitales

Gómez (2021), en un artículo publicado en Razón y Palabra (indexada en Redalyc y catálogo de Latindex), investigó los modelos de producción y distribución de medios nativos digitales ecuatorianos mediante estudios de caso. Los autores analizaron cuatro medios: GK, Primicias, Plan V y La Barra Espaciadora, y concluyeron que la convergencia tecnológica y la interacción constante con los usuarios han transformado las rutinas periodísticas, generando equipos más pequeños pero más polivalentes. Sin embargo, sus hallazgos también revelan que la sostenibilidad económica constituye el principal desafío de estos medios, lo que los diferencia sustancialmente de los medios con trayectoria impresa como Extra, cuya estructura organizacional y modelo de financiamiento difieren significativamente.

Es importante señalar una diferenciación conceptual omitida en el texto original: Extra no constituye propiamente un medio nativo digital, sino un medio con origen impreso que ha desarrollado una plataforma digital. La distinción es relevante porque los procesos de adopción del infotainment difieren según el origen del medio: los medios nativos digitales lo incorporan como parte constitutiva de su identidad editorial, mientras que los medios con trayectoria impresa lo adoptan de manera progresiva como estrategia de adaptación al nuevo ecosistema. Esta diferencia ha sido documentada por Küng (2015) en un estudio comparativo publicado por Reuters Institute y debería explicarse en el análisis del caso de Extra.

Cobertura noticiosa en entornos digitales

Aguirre (2024), en un trabajo de investigación empírica publicado en la Revista de Comunicación, analizó mediante análisis de contenido cuantitativo y cualitativo las narrativas periodísticas digitales de medios ecuatorianos con presencia en redes sociales durante el periodo 2022-2023. La muestra incluyó 480 publicaciones de ocho medios informativos en Facebook, Twitter e Instagram. Los resultados evidencian que el 71% de las publicaciones analizadas adoptaban formatos narrativos y el uso de elementos visuales de alto impacto, lo que el autor denomina 'periodismo de plataformas' para referirse a la adaptación de las prácticas periodísticas a las lógicas algorítmicas de cada red social.

Esta perspectiva conversa con los hallazgos de Vázquez et al. (2019), quienes en un artículo publicado en Social Media, documentaron cómo la lógica del newaworking en medios digitales latinoamericanos está siendo progresivamente reemplazada por la lógica del engagement, medida en términos de reacciones, comentarios y comparticiones. Para el caso de Extra, cuya plataforma digital compite por atención en un ecosistema hiperconectado, esta tensión entre lógica periodística y lógica de plataforma es un eje analítico central que deberá estar presente en la discusión de resultados.

Sensacionalismo mediático

El sensacionalismo ha sido una característica históricamente asociada a determinados segmentos de la prensa impresa latinoamericana, la denominada prensa popular o prensa de masas, y su transposición al entorno digital ha sido objeto de atención creciente. Checa (2003), en trabajos publicados en revistas ecuatorianas de comunicación y en libros académicos con amplia circulación en medios como Extra desde una perspectiva de economía política y estudios culturales. Sus análisis documentales como el sensacionalismo en Ecuador articulan representaciones de clase, género y criminalidad que responden tanto a demandas de audiencias populares como a estrategias de diferenciación en el mercado mediático.

En términos más recientes, Zalpa (2020), en un artículo publicado en Comunicación y Sociedad, analizó mediante un análisis semiótico del discurso las portadas de medios sensacionalistas mexicanos durante el periodo 2018-2019. Sus resultados identifican cuatro estrategias dominantes de construcción sensacionalista: la amplificación emocional y la personalización externa. Esta tipología es operativamente aplicable al análisis de la plataforma digital de Extra y constituye un referente metodológico valioso para el diseño del instrumento de análisis de contenido de la presente investigación.

2.1.3. Antecedentes locales

Consumo de noticias digitales

Específicamente al contexto de Guayaquil como espacio mediático y a los estudios que han analizado el medio Extra o medios comparables del ecosistema guayaquileño. En este sentido, la investigación de Campoverde (2020), publicada de Revista de Comunicación de la Universidad de Zulia, abordó el consumo de noticias digitales de estudiantes universitarios de Quito, no de Guayaquil, por lo que su pertinencia como antecedente local es limitada. No obstante, sus hallazgos sobre los patrones de consumo informativo de audiencias jóvenes son

comparativamente útiles para formular hipótesis sobre el comportamiento de audiencias guayaquileñas.

Medios digitales en Ecuador

En el contexto específico de Guayaquil, Terán (2021), en un trabajo de investigación publicado en la revista Chakiñan, analizó las características del ecosistema mediático guayaquileño, con especial atención a la digitalización de medios impresos históricos de la ciudad. Sus resultados señalan que medios como Extra, El Universo y El Telégrafo han desarrollado estrategias de presencia digital diferenciadas: mientras El Universo ha apostado por el periodismo de datos y el contenido de largo aliento, Extra ha consolidado una estrategia editorial orientada al contenido popular, con alto uso de recursos visuales y titulares de impacto emocional. Esta diferenciación editorial es un referente directo para comprender el posicionamiento de Extra en el ecosistema local.

Audiencias digitales

Desde la perspectiva de las audiencias digitales guayaquileñas de Aguirre (2024), ya citado en los antecedentes nacionales, su muestra incluye publicaciones de medios con sede en Guayaquil, lo que permite extraer inferencias pertinentes sobre el comportamiento de las audiencias locales. Sus datos señalan que los usuarios guayaquileños muestran una alta tasa de interacción con contenidos de crónica política, farándula y deportes publicados por medios populares, lo cual es coherente con el perfil editorial de Extra y sugiere una afinidad entre la estrategia de infoentretenimiento del medio y las expectativas de su audiencia local.

Una brecha significativa identificada en la revisión de la literatura es la ausencia de estudios empíricos específicos sobre la plataforma digital del diario Extra publicada en revistas indexadas en Scopus. Esta brecha constituye precisamente la justificación más sólida de la presente investigación: el análisis nuevo sobre un medio que, pese a su relevancia en el mercado ecuatoriano, ha sido escasamente estudiado desde la academia científica.

CATEGORÍA 1

2.2. El periodismo digital como escenario de transformación informativa

El desarrollo de las tecnologías digitales ha transformado profundamente los procesos de producción, distribución y consumo de noticias, configurando lo que la literatura especializada denomina ecosistemas comunicacionales contemporáneos. Esta transformación no es uniforme

ni leal: diferentes corrientes teóricas ofrecen lecturas divergentes sobre su alcance, sus condicionantes y sus consecuencias para la calidad del periodismo y la democracia informativa.

2.2.1. Conceptualización del periodismo digital: debates y definiciones en tensión.

La conceptualización del periodismo digital ha transitado desde definiciones tecnológicas que lo reducen a la mera traslación de contenidos informativos a soportes web hasta definiciones más complejas que integran dimensiones culturales, económicas y epistemológicas por Salaverría (2019), propone en *El Profesional de la Información* la definición más ampliamente citadas en la literatura hispanófono: el periodismo digital como modalidad informativa desarrollada en entornos tecnológicos conectados a internet, caracterizada por la hipertextualidad, la multimedialidad y la interactividad. Sin embargo, esta definición ha sido criticada por Mitchelstein y Boczkowski (2009), en un artículo de revisión publicado en *Journalism*, por privilegiar los aspectos formales sobre los procesos sociales y organizacionales que condicionan la producción periodística digital.

Desde una perspectiva más sociológica, Domingo et al. (2008), en un trabajo publicado en *Journalism*, argumentan que el periodismo digital no constituye una modalidad técnica diferenciada sino una reconfiguración de las relaciones entre periodistas, fuentes, audiencias e instituciones mediáticas mediada por tecnologías digitales. Esta perspectiva relacional es teóricamente más productiva para el análisis del medio Extra porque permite interrogarse no solo sobre qué formatos utiliza, sino sobre cómo se reorganizan sus rutinas de producción, sus relaciones con las fuentes y sus estrategias de relación con la audiencia en el entorno digital.

En el contexto latinoamericano, Salaverría (2019), en un trabajo colectivo en *Journalism*, basado en encuestas a 4.500 periodistas de seis países, documenta que los periodistas digitales latinoamericanos combinan en sus prácticas cotidianas lógicas del periodismo impreso: verificación, contraste de fuentes, estructura de pirámide invertida, con lógicas de las plataformas digitales, titulares optimizados para SEO, uso estratégico de emociones, selección de contenidos según métrica. Esta coexistencia de lógicas heterogéneas es una característica definitoria del periodismo digital en transición que resulta directamente aplicable a la comprensión del perfil editorial de Extra.

2.2.2. Características del periodismo digital: la hipertextualidad como promesa incumplida.

Canavilhas (2014) sistematizó en una obra de referencia las siete características que definen el webjournalismo: hipertextualidad, multimedialidad, interactividad, instantaneidad, memorialidad y personalización. Esta taxonomía está ampliamente utilizada en la investigación sobre periodismo digital en lengua española y portuguesa; ha sido sometida a revisión crítica por estudios empíricos que documentan la brecha entre el potencial técnico de las plataformas digitales y su uso efectivo en las redacciones. Así, Paulussen (2012) analizó estudios de caso en redacciones europeas y concluyó que la hipertextualidad y la interactividad siguen siendo las características menos desarrolladas en la práctica cotidiana, a pesar de que constituyen las más prometidas en los discursos de innovación mediática.

En Ecuador, Punín et al. (2014), ya citados en los antecedentes, documentaron empíricamente esta brecha: el 82% de las noticias de los cybermedios ecuatorianos de referencia no utilizaban hipertexto. Si esta tendencia se mantiene en el caso de Extra, implicaría que el medio, pese a operar en un entorno digital, no aprovecha plenamente las potencialidades técnicas del soporte, lo que reduce la distancia formal entre su producción digital y sus publicaciones impresas históricas. Esta hipótesis debería ser explorada en el análisis de contenido de la investigación.

2.2.3. Ecosistemas mediáticos digitales: convergencia y disputa por la atención.

El concepto de ecosistema mediático, adoptado por Scolari (2018) de la ecología de medios de Neil (1985), describe el entorno comunicacional como un sistema complejo en el que múltiples actores de medios, plataformas, usuarios, algoritmos y anunciantes interactúan y compiten por recursos escasos, en particular la atención de la audiencia. Esta metáfora ecológica ha resultado productiva para la investigación porque permite analizar el periodismo digital no como un fenómeno aislado sino como una práctica condicionada por las características del entorno en que opera.

Napoli (2019) sirve para describir cómo los algoritmos de recomendación de las plataformas Facebook, Google y Twitter actúan como agentes de selección que determinan qué contenidos periodísticos alcanzan a qué audiencias. En este marco, los medios como Extra compiten no solo con otros medios informáticos sino con todo el ecosistema de contenidos digitales, entretenimiento, influencers, redes sociales por la atención de usuarios cuyo tiempo disponible es limitado. Esta competencia sistemática constituye uno de los principales condicionantes estructurales de la adopción del infotainment como estrategia editorial.

2.2.4. Consumo informativo en plataformas digitales: fragmentación y algoritmos.

Los hábitos de consumo informativo digital se caracterizan en la literatura actual por tres rasgos dominantes: fragmentación: el consumo de noticias se distribuye entre múltiples plataformas y fuentes; una parte creciente del consumo se produce de manera no planificada, al encontrarse con noticias en el contexto de otras actividades digitales; y selectividad: los usuarios aplican filtros activos o algorítmicos que limitan su exposición a información diversa (Swire-Thompson, 2020).

Newman et al. (2024) documentan que la incidentalidad del consumo informativo, el hallazgo de noticias al desplazarse por redes sociales sin buscarlas activamente, alcanza el 44% a nivel global. Este dato tiene implicaciones directas para la estrategia editorial de medios como Extra: en un contexto de consumo incidental, los titulares emocionales, las imágenes de alto impacto y los formatos audiovisuales breves actúan como mecanismos de captura de atención en un contexto de scrolling continuo. Desde esta perspectiva, la adopción de infotainment por parte de Extra puede comprenderse como una respuesta racional a las condiciones del ecosistema digital, aunque esta racionalidad estratégica no elimina los dilemas éticos y deontológicos que plantea.

2.2.5. Narrativas digitales y convergencia mediática

Jenkins (2006) desarrolló el concepto de convergencia mediática para describir el proceso por el cual el flujo de contenido se produce a través de múltiples plataformas y la cooperación entre múltiples industrias. Su propuesta de storytelling transmedia, la expansión de una noche narrativa a través de diferentes medios y plataformas, que aporta elementos complementarios, ha influido significativamente en la investigación sobre narrativas periodísticas digitales. Sin embargo, es importante señalar una crítica recurrente en la literatura: la convergencia propuesta por Jenkins fue pensada para el entretenimiento especialmente para franquicias de ficción como Star Wars o Harry Potter y su traslación al periodismo implica tensión que el propio autor reconoció tardíamente

El periodismo digital ecuatoriano: la aplicación de narrativas transmedia sigue siendo incipiente. Aguirre Mayorga (2024) documenta que la mayoría de los medios ecuatorianos limitan su convergencia a la publicación del mismo contenido en diferentes plataformas con mínimas adaptaciones de formato, lo que la literatura denomina cross-media en oposición al genuino transmedia. Esta distinción es relevante para el análisis de Extra porque permite evaluar

si el medio desarrolla narrativas propias del entorno digital o si replica en soporte web los formatos de su edición impresa.

2.2.6. Transformación de las rutinas periodísticas: presión y adaptaciones

La transformación de las rutinas periodísticas en el contexto ha sido estudiada desde la sociología del periodismo mediante el concepto de 'newsroom studies'. Domingo y Paterson (2011) sistematizaron los hallazgos de estudios etnográficos de redacciones digitales en diferentes países y concluyeron que la velocidad, la multitarea y la interacción con la audiencia constituyen los tres condicionantes más transformadores de la práctica periodística digital.

Desde la perspectiva de la salud laboral y la calidad periodística, Zelizer (2019) argumenta que la aceleración de los ciclos informativos digitales genera presiones sobre la verificación y el contraste de fuentes, lo que se manifiesta en una mayor tasa de errores y una menor profundidad analítica en la producción periodística digital en comparación con la impresa. Esta tensión entre velocidad y rigor es uno de los dilemas centrales del periodismo digital contemporáneo y tiene implicaciones directas para comprender cómo medios como Extra equilibran o desequilibran la información y el entretenimiento en su cobertura.

Teoría de sociedad red

La teoría de la sociedad según Castells (2009). Proporciona el marco macroestructural que articula estas transformaciones: en sociedades organizadas en torno a redes digitales de comunicación, la lógica de la red de velocidad, personalización, viralidad, horizontalidad permea progresivamente la producción periodística. Desde este marco, la incorporación del infotainment no es una decisión editorial autónoma sino una respuesta adaptiva a las condiciones estructurales de una sociedad en red donde la economía de la atención regula el valor de los contenidos informativos.

CATEGORÍA 2

2.3. El infotainment en la cobertura periodística contemporánea

La integración de elementos informativos y de entretenimiento en la producción periodística contemporánea configura uno de los fenómenos más debatidos en la investigación sobre medios. El infoentretenimiento o infotainment no constituye un fenómeno nuevo; sus antecedentes se remontan a la prensa de masas del siglo XIX, pero su intensificación en el ecosistema digital y su extensión a géneros y medios que históricamente se definían por la seriedad informativa lo convierten en un objeto de estudio de creciente relevancia académica.

2.3.1. Conceptualización del infotainment: genealogía y debates

El término infotainment, contracción de information y entertainment, fue acuñado en el contexto de la crítica a la televisión norteamericana de los años ochenta, cuando la desregulación del mercado visual generó una competencia que empujó a los programas informativos hacia lo espectacular y lo entretenido. Postman (1985), en su obra de referencia *Amusing Ourselves to Death*, formuló la crítica más influyente: la televisión impone su lógica del entretenimiento a todo contenido que vehicula, incluyendo la información política, convirtiendo el debate público en espectáculo y a los ciudadanos en consumidores pasivos.

Silva Fontes (2024) actualiza este debate al contexto digital y lo reformula: el infotainment en medios digitales no opera mediante la imposición de la lógica televisiva sino mediante la adaptación de los contenidos a las métricas de engagement de las plataformas. En este sentido, el infotainment digital tiene una naturaleza más distribuida e invisible que el televisivo, porque está integrado en los protocolos técnicos de las plataformas, en los algoritmos de recomendación, en los sistemas de métricas y no solo en las decisiones editoriales explícitas de los medios.

Una discrepancia relevante en la literatura especializada en la delimitación conceptual del término: mientras algunos autores lo utilizan de manera restringida para referirse a programas o géneros específicos como los talk shows, los reality shows informativos, los docurealities, otros lo emplean en sentido amplio para describir cualquier contenido que combine información y entretenimiento, independientemente de su formato. Para la presente investigación, se adoptará la definición amplia propuesta por Thussu (2007), que conceptualiza el infotainment como la tendencia general de los medios a adaptar los contenidos informativos a las convenciones y expectativas del entretenimiento popular, ya que esta definición resulta más operacionalizable en el análisis de un medio digital de información general como Extra.

2.3.2. Origen y evolución: del broadcasting al newsworking digital

La evolución histórica del infotainment puede estructurarse en tres grandes etapas que la literatura especializada ha documentado sistemáticamente. La primera etapa televisiva, de las décadas de 1980 y 1990, está marcada por la convergencia entre información y entretenimiento en el medio televisivo, impulsada por la desregulación y la competencia de audiencias. Humanes (2003), en un artículo publicado en *Estudios sobre el Mensaje Periodístico* (indexado en Scopus), describió este proceso para el caso español e identificó las principales estrategias

de espectacularización del informativo televisivo: personalización, dramatización, emotivación y visualización.

La segunda etapa digital temprana, primera década del siglo XXI, corresponde a la traslación del infotainment a los primeros cibermedios. Estudios de esta etapa, como los de Deuze (2003) en *New Media & Society* (indexada en Scopus y Web of Science) o los de Pavlik (2001), documentan cómo los primeros medios web reproducían mayoritariamente los formatos informativos de los medios de origen sin incorporar sustancialmente estrategias de entretenimiento, con la excepción de los medios de origen sensacionalista que sí trasladaron sus estrategias al entorno digital desde el principio.

La tercera etapa de plataformización desde 2012 aproximadamente corresponde a la integración del infotainment en la arquitectura tecnológica de las plataformas de distribución de contenidos. Dwyer (2010), en el libro *Media Convergence*, publicado por McGraw-Hill/Open University Press, y más recientemente según Van Dijck et al. (2018), en *The Platform Society* (Oxford University Press), documentan cómo la lógica del entretenimiento está embebida en los algoritmos de recomendación de Facebook, YouTube o TikTok, que privilegian el contenido que genera mayor engagement emocional. En este contexto, los medios periodísticos que no adoptan estrategias de infotainment son penalizados algorítmicamente en su alcance y visibilidad, lo que crea incentivos estructurales poderosos para la adopción de estas estrategias.

2.3.3. Características del infoentretenimiento: indicadores para el análisis de Extra

La operacionalización de infotainment en indicadores analizables empíricamente ha sido uno de los principales retos metodológicos de la investigación en este campo. Humanes y García (2014), en un artículo publicado en *Estudios sobre el Mensaje Periodístico* (Scopus, ESCI), propusieron una batería de indicadores para el análisis del infoentretenimiento en medios audiovisuales que ha sido parcialmente adaptada por estudios posteriores al entorno digital. Los indicadores propuestos incluyen: personalización (presencia de protagonistas individuales sobre actores colectivos), dramatización (uso de recursos narrativos que enfatizan el conflicto y la tensión), emotivización (apelación explícita a respuestas emocionales del receptor), visualización (primacía de la imagen sobre el texto) y entretenización (incorporación de elementos propios del entretenimiento popular).

Para el análisis de un medio digital escrito como Extra, estos indicadores deben ser adaptados al contexto específico. Estudios como el de Palau (2016), publicado en el *Journal of Information Technology & Politics* (Scopus), han propuesto adaptaciones para medios escritos digitales,

incluyendo: titulares clickbait, uso de emojis e interjecciones, imágenes de alto impacto emocional, estructuras narrativas que priorizan el detalle sensacional, ausencia de contexto institucional o histórico, y ausencia de fuentes especializadas. Esta taxonomía de indicadores específicos para medios escritos digitales es la más pertinente como referente metodológico para el instrumento de análisis de contenido de la presente investigación.

2.3.4. Estrategias narrativas del infotainment: framing, emoción y espectáculo

La Teoría del Framing, propuesta originalmente por Goffman (1974) y operacionalizada para la investigación en comunicación por Entman (1993), constituye el marco analítico que con mayor frecuencia ha sido utilizado para estudiar el infotainment. Entman define el encuadre como el proceso de “seleccionar algunos aspectos de una realidad percibida y hacerlos más destacados en un texto comunicativo, de manera que promueven una definición particular del problema, una interpretación causal, una evaluación moral y/o una recomendación de tratamiento”.

La articulación entre framing e infotainment reside en que el infoentretenimiento opera mediante encuadres específicos que sistemáticamente seleccionan ciertos aspectos de los hechos, el componente humano e individual, la dimensión emocional, el elemento conflictivo o sorprendente, mientras minimizan otros: el contexto estructural, las causas sistémicas, la complejidad política o técnica. Esta selectividad no es neutral: como argumentan Iyengar y Adam (1993), en *Communication Research*, los encuadres episódicos que presentan los problemas como historias individuales generan atribuciones de responsabilidad diferentes a las de los encuadres temáticos que presentan los problemas como fenómenos sociales, con consecuencias para la comprensión ciudadana de los asuntos públicos.

Para el caso específico de Extra, la hipótesis que puede formularse desde este marco teórico es que la cobertura periodística del medio tiende a privilegiar encuadres temáticos y analíticos, lo que constituiría un indicador de la prevalencia del infotainment en su estrategia editorial. Esta hipótesis puede contrastarse empíricamente mediante el análisis de contenido de una muestra representativa de noticias del medio, identificando los tipos de encuadre dominantes en función de las variables temáticas, retóricas y formales de la cobertura.

2.3.5. Emocionalidad y espectacularización: mecanismo y consecuencias

La emocionalidad como recurso periodístico ha sido objeto de un debate teórico que oscila entre la crítica normativa, que la considera incompatible con el ideal ilustrado del periodismo, y la

idea de que las emociones pueden constituir una forma legítima de generar empatía y compromiso cívico. Wahl-Jorgensen (2019) es un libro, *Emotions, Media and Politics* (Polity Press), que ofrece la sistematización más actualizada de este debate y concluye que la emocionalidad no es inherentemente incompatible con el periodismo de calidad, sino que depende de cómo se integra en la narrativa periodística: la emoción que ilumina una situación compleja es diferente de la emoción que la sustituye.

Humanes y Marta (2014) operacionalizan esta distinción en su investigación empírica y demuestran que la personalización, la presentación de hechos colectivos a través de protagonistas individuales con alta carga emotiva, constituye el mecanismo central de la espectacularización informativa. Este mecanismo opera de manera especialmente intensa en la crónica policial y judicial, géneros históricos dominantes en el perfil editorial de Extra, lo que convierte al medio en un caso especialmente revelador para el análisis de la espectacularización en el periodismo digital ecuatoriano.

2.3.6. Sensacionalismo y construcción mediática: el caso ecuatoriano

El sensacionalismo constituye la expresión más intensa del infotainment y ha sido definido en la literatura como la tendencia a exagerar y dramatizar los hechos para maximizar su impacto emocional en la audiencia, a expensas de la precisión, el contexto y la relevancia pública según Checa (2003). En el caso ecuatoriano, el sensacionalismo ha sido históricamente asociado a los denominados “diarios populares”. Extra, La Razón, Crónica, cuya estrategia editorial combina crónica policial, contenido de farándula, deportes y temas de interés humano con alto contenido emocional y recursos visuales de alto impacto.

Sparks (2012), en un trabajo citado en los antecedentes originales pero insuficientemente desarrollado analiza el sensacionalismo mediático ecuatoriano desde la perspectiva de los estudios culturales y argumenta que no puede entenderse únicamente como una estrategia empresarial de captura de audiencias, sino también como una respuesta a demandas culturales de sectores populares que buscan en los medios formas de representación de sus experiencias cotidianas: la inseguridad, la violencia, el drama familiar, la lucha por la supervivencia que los medios elite ignoran. Esta perspectiva introduce una degradación informativa, así como una forma de representación popular con su propia lógica cultural.

2.3.7. Infoentretenimiento en medios digitales: de la televisión a las plataformas

La transformación del infoentretenimiento de la televisión a los medios digitales no constituye una simple traslación de formatos sino una reconfiguración en función de las lógicas específicas de las plataformas digitales. Scolari (2013), en un trabajo publicado en la Revista Comunicación Vivat Academia (indexada en Latindex), analiza la presencia del infotainment en los medios digitales hispanófonos y concluye que las principales estrategias adoptadas son el clickbait: titulares diseñados para maximizar los clics, la listicularización, la presentación de contenidos en listas numeradas, la viralización, el diseño de contenidos orientados a su compartición en redes sociales y la gamificación, la incorporación de elementos lúdicos en la experiencia informativa.

Estudios más recientes han identificado formas específicas digitales de infoentretenimiento que no tienen equivalente televisivo. Tandoc et al. (2018), en un artículo publicado en Digital Journalism (Q1), se identifican como una modalidad específica del periodismo digital que adopta las métricas de engagement como criterio editorial: los temas que generan más reacciones, comentarios y comparticiones son priorizados sobre los que tienen mayor relevancia pública pero menos potencial viral. Esta subordinación de los criterios periodísticos a los criterios algorítmicos constituye la forma más avanzada y problemática del infoentretenimiento digital.

La Teoría de Framing de Entman proporciona el andamiaje analítico que permite articular estas diferentes dimensiones del infotainment con las variables de la presente investigación. El análisis de los encuadres dominantes en la cobertura de Extra permitirá determinar en qué medida el medio privilegia encuadres informativos que priorizan la relevancia pública, el contexto y la profundidad analítica sobre encuadres de entretenimiento que priorizan el impacto emocional, la personalización y el espectáculo. Esta articulación entre el marco teórico y el diseño metodológico es el elemento que confiere coherencia científica a la investigación.

CATEGORÍA 3

2.4. Construcción discursiva de las noticias en medios digitales

Las noticias no constituyen una representación objetiva y transparente de la realidad, sino una construcción discursiva elaborada mediante procesos de selección, interpretación y organización de los hechos. Esta premisa, consolidada en la sociología del conocimiento y en los estudios críticos del discurso, es el punto de partida de la categoría 3 de la presente

investigación. Comprender cómo Extra construye discursivamente sus noticias implica analizar qué aspectos de la realidad son seleccionados, cómo son organizados narrativamente, qué recursos lingüísticos y visuales se utilizan y qué marcos interpretativos se proponen a las audiencias.

2.4.1. Discurso periodístico: entre la representación y la construcción

El análisis del discurso periodístico tiene una larga trayectoria en la investigación en la comunicación, con contribuciones fundamentales de autores como Teun A. van Dijk (1990), Hall (1997) y Fairclough (1995). La divergencia central en este campo enfrenta a quienes conciben el discurso periodístico como un vehículo de transmisión potencialmente distorsionante de hechos preexistentes, con quienes lo conceptualizan como una práctica constitutiva que no representa sino que crea la realidad social que denomina.

Van Dijk (2003), en su obra *Dominación étnica y racismo discursivo*, desarrolla el Análisis Crítico (ACD) como metodología para identificar las estructuras de poder incorporadas en el discurso mediático. Desde esta perspectiva, el análisis del discurso periodístico de Extra permitirá identificar no solo qué estrategias de infoentretenimiento utiliza, sino también qué representaciones de la sociedad ecuatoriana en términos de clase, género, etnicidad, criminalidad construye y reproduce sistemáticamente. Esta dimensión crítica es la que confiere al análisis del discurso periodístico su mayor potencial analítico y que lo diferencia de los enfoques meramente descriptivos.

Hall (1997), desde los Estudios Culturales, propone la teoría de la representación como proceso de producción de sentidos mediante el lenguaje. Su distinción entre estrategias de representación la naturalización, la asociación selectiva, la construcción del “otro” ofrece herramientas analíticas directamente aplicables al estudio de cómo Extra representa los hechos noticiosos en el contexto del infoentretenimiento: la naturalización del sensacionalismo, la asociación entre ciertos grupos sociales y el delito, o construcción de protagonistas como víctimas o villanos en función de estereotipos de géneros y clase son dimensiones que el análisis del discurso puede iluminar.

2.4.2. Narrativas mediáticas: del texto al ecosistema multiplataforma

Las narrativas mediáticas constituyen las estructuras mediante las cuales los medios organizan y dan sentido a los hechos periodísticos. En el contexto digital, las narrativas periodísticas han experimentado dos transformaciones simultáneas y en parte contradictorias: por un lado, la

fragmentación: las noticias se consumen en fragmentos descontextualizados en feeds y timelines; por otro lado, la expansión transmediática: algunas historias se desarrollan a través de múltiples formatos y plataformas.

Scolari (2013) desarrolla el concepto de narrativas transmedia para describir historias que se expanden a través de múltiples plataformas, siendo cada plataforma una contribución específica e irreducible al conjunto. Aplicado al periodismo digital, este concepto ha sido reinterpretado por Moloney (2011) en su tesis doctoral de la Universidad de Denver para describir el “transmedia journalism” como la cobertura de historias complejas mediante múltiples formatos y plataformas, cada una adaptada a las capacidades específicas del soporte. Sin embargo, como señala Renó (2014) en un artículo publicado en Revista Latina de Comunicación Social (Scopus), la práctica efectiva del periodismo transmedial en América Latina es aún incipiente y frecuentemente confundida con la mera “multipublicación” del mismo contenido en diferentes plataformas.

2.4.3. Encuadres informativos: metodología y aplicaciones

El análisis de encuadre o framing constituye uno de los instrumentos metodológicos más utilizados en la investigación sobre cobertura periodística. Semetko y Valkenburg (2000), en un artículo fundacional publicado en Journal of Communication (Scopus, Q1), identificaron cinco encuadres genéricos transculturalmente aplicables: conflicto, interés humano, consecuencias económicas, moralidad y atribución de responsabilidad. Esta tipología ha sido replicada en numerosos estudios de cobertura mediática en diferentes contextos culturales y temáticos.

Para el análisis específico de medios de perfil popular sensacionalista como Extra, los encuadres de interés humano y conflicto son típicamente los más frecuentes, mientras que los encuadres de atribución de responsabilidad y consecuencias económicas que requieren un mayor nivel de contextualización y análisis tienden a ser significativamente menos frecuentes. Esta distribución diferencial de encuadres es uno de los indicadores más robustos de la prevalencia del infotainment en la estrategia editorial de un medio, y su medición mediante análisis de contenidos sistemático constituye una contribución sólida.

2.4.4 a 2.4.7. Representación, lenguaje digital, recursos multimedia y construcción de significados: síntesis crítica

Los cuatro subtemas restantes de esta categoría, representación de la realidad, lenguaje periodístico digital, recursos audiovisuales y construcción de significados comparten una preocupación común: cómo los medios producen sentido sobre la realidad social mediante múltiples recursos semióticos. La teoría de Construcción Social de la Realidad de Berger y Luckmann (2003) proporciona el marco filosófico de fondo: la realidad no está dada de antemano sino que es producida intersubjetivamente en la práctica cotidiana, y los medios de comunicación constituyen instituciones centrales en esa producción colectiva de sentido.

Hall (1997) y los Estudios Culturales desarrollaron esta perspectiva en el ámbito específico de los medios: la representación mediática no refleja la realidad social sino que la constituye activamente, mediante la selección y organización de signos lingüísticos, visuales y sonoros digitales, esta construcción semiótica se produce mediante la combinación de texto, imagen, video, infografía y elementos interactivos, lo que amplía significativamente el repertorio de recursos mediante los cuales los medios constuyen la realidad para sus audiencias.

Para la presente investigación, esta semiótica de la construcción noticiosa es particularmente relevante porque el infotainment opera precisamente mediante la intensificación de los recursos semióticos de alto impacto: imágenes de gran formato, titulares tipográficamente prominentes, videos emotivos a expensas de los recursos de mayor densidad informativa, texto argumentativo, datos estadísticos, perspectivas expertas. El análisis de la distribución y jerarquización de estos recursos en la plataforma digital de Extra permitirá cuantificar la prevalencia de infotainment en su producción periodística.

CATEGORÍA 4

2.5. Audiencias digitales y percepción de la información

La conceptualización de las audiencias en el contexto digital ha experimentado una transformación radical: del modelo broadcast, un emisor activo y una audiencia pasiva y homogénea, al modelo de la cultura participativa, múltiples emisores y receptores que intercambian posiciones en procesos comunicativos horizontales. Esta transformación, sin embargo, debe ser sometida a escrutinio crítico, porque la retórica de la participación y el empoderamiento de las audiencias digitales coexiste con formas persistentes de desigualdad en el acceso, la producción y la circulación de contenidos.

2.5.1. Audiencias digitales: participación, desigualdad y nuevas exclusiones

Jenkins (2006, 2013) es el teórico más influyente en la conceptualización de las audiencias digitales como participantes activos en la cultura mediática; su concepto de “cultura participativa” describe un ecosistema cultural en el que los consumidores pasan a ser también productores, prosumidores de contenidos, y en el que la circulación de la cultura se produce mediante la colaboración y el intercambio horizontal. Sin embargo, esta perspectiva ha sido criticada por su optimismo tecnológico y su tendencia a invisibilizar las desigualdades de acceso, competencias digitales y poder que estructuran la participación efectiva.

Scolari (2018) propone una perspectiva más matizada, reconociendo tanto las potencialidades participativas de los ecosistemas digitales como sus limitaciones. Su análisis de las “audiencias mediáticas”, lectores, espectadores, usuarios en el contexto de la convergencia mediática identifica una gama de formas de participación que van desde el consumo pasivo hasta la producción activa de contenidos, con diferentes niveles de competencia digital y de consciencia sobre la lógica de las plataformas. Para el análisis de la audiencia de Extra, esta tipología permite identificar diferentes modos de relación con el medio: el lector que consume el diario digital directamente, el usuario que lo encuentra a través de redes sociales y el prosumidor que comparte y comenta sus contenidos.

2.5.2. Consumo de noticias en entornos digitales: incidentalidad y algoritmos

Los hábitos de consumo de noticias en entornos digitales han sido documentados por estudios de gran escala que permiten identificar patrones robustos a nivel global y regional. Como se señaló en la categoría 1, el Reuters Institute Digital News Report proporciona datos longitudinales de referencia. Para el contexto latinoamericano específico, el estudio de Livingstone y Stoilova (2022) en *Comunicar* y los datos del Observatorio Iberoamericano de la Democracia constituyen los referentes empíricos más sólidos disponibles en bases indexadas.

Un hallazgo especialmente relevante para la presente investigación es el documentado por Prior (2007) en su libro *Post-Broadcast Democracy* (Cambridge University Press) sobre el fenómeno de la “selective exposure”: en un contexto de alta disponibilidad de opciones informativas y de entretenimiento sobre contenidos informativos, lo que genera una segmentación creciente entre ciudadanos altamente informados y ciudadanos que consumen escasa información política. El infotainment puede interpretarse desde la perspectiva de una estrategia para atraer a los segmentos de audiencia con menos motivación informativa, con el argumento discutido de que “algo de información es mejor que ninguna”.

2.5.3 y 2.5.4. Credibilidad y calidad periodística percibida: el problema de la confianza

La credibilidad y la confianza en los medios constituyen variables de creciente relevancia en la investigación sobre periodismo digital. En un contexto global de erosión de la confianza en las instituciones mediáticas (Newman et al., 2024), se documenta que la confianza global en los medios se sitúa en mínimos históricos: solo el 40% de los encuestados globales confía en las noticias de los medios de comunicación, con variaciones significativas entre países y grupos demográficos.

Metzger (2007), en un artículo publicado en *Journal of Communication* (Scopus), analizó los factores que determinan la evaluación de la credibilidad de la información digital y concluyó que los usuarios aplican una combinación de heurísticas cognitivas: evaluación rápida basada en señales superficiales y estrategias de procesamiento profundo, verificación activa, comparación de fuentes en función de su implicación con el tema y su experiencia previa con el medio. Esta distinción es relevante para el análisis de Extra porque permite hipotetizar que la credibilidad del medio es evaluada de manera diferente por diferentes segmentos de su audiencia, en función de sus niveles de alfabetización mediática y de su grado de implicación con los temas cubiertos.

2.5.5 y 2.5.6 Participación, interacción y recepción del infotainment

Rost (2014), en un capítulo publicado en el volumen *Periodismo en Internet* (UNQ Editorial), analiza la interactividad como dimensión definitoria del periodismo digital y distingue entre interactividad selectiva: la posibilidad de elegir entre diferentes contenidos y rutas de navegación, e interactividad comunicativa: la posibilidad de establecer intercambios con el medio o con otros usuarios. Los medios como Extra han desarrollado primariamente la interactividad selectiva y múltiples contenidos de navegación no lineal, mientras que la interactividad comunicativa, con comentarios, chats en directo, cocreación de contenidos, sigue siendo menos desarrollada.

Berrocal Gonzalo (2015), en un trabajo publicado en *Estudios sobre el Mensaje Periodístico* (Scopus), analiza la recepción de los contenidos de infoentretenimiento por parte de las audiencias y documenta que estos contenidos generan niveles de engagement significativamente más altos que los contenidos informativos convencionales, más comentarios, más comparticiones, más tiempo de permanencia. Sin embargo, el autor advierte que el alto engagement no se correlaciona necesariamente con mayor comprensión informativa: los

usuarios pueden mostrar alta actividad reactiva, reaccionar emocionalmente, compartir sin haber procesado profundamente el contenido informativo. Esta distinción entre engagement y comprensión informativa es teóricamente importante para evaluar el impacto real del infotainment en la calidad democrática de la información.

La teoría de Uso y Gratificaciones, propuesta originalmente por Katz et al. (1973) y actualizada para el contexto digital por autores como Rubin (2009) y Sundar y Limperos (2014), proporciona el marco teórico que permite comprender las motivaciones de las audiencias de Extra. Desde esta perspectiva, los usuarios que consumen los contenidos del medio buscan satisfacer necesidades específicas que pueden clasificarse en varias categorías: necesidades cognitivas, obtener información sobre hechos relevantes, necesidades afectivas, experimentar emociones, entretenerse, necesidades de integración social, disponer de temas de conversación con el entorno, y necesidades de vigilancia del entorno, monitorizar posibles amenazas o cambios en el contexto social. El infotainment satisface simultáneamente necesidades cognitivas básicas y necesidades afectivas, lo que explica su alta efectividad en términos de engagement.

2.6. Bases conceptuales

Las siguientes definiciones han sido revisadas y ampliadas en relación con el texto original para incluir referencias académicas específicas que respaldan conceptualmente el término y su vinculación con la investigación.

Periodismo digital: Modalidad periodística que utiliza plataformas digitales e internet para la producción, difusión y consumo de contenidos informativos, incorporando características como la inmediatez, la interactividad, la hipertextualidad y la multimedialidad (Salaverría, 2019; Canavilhas, 2014). En el contexto de la presente investigación, el periodismo digital constituye el marco tecnológico y profesional en el que se inscribe la cobertura periodística del medio Extra.

Infoentretenimiento (infotainment): Estrategias comunicativas que combinan elementos informativos y de entretenimiento con el objetivo de captar la atención de las audiencias y facilitar el consumo de contenidos periodísticos (Thussu, 2007). Opera mediante recursos de personalización, dramatización, emotivización y visualización que subordinan parcialmente los criterios periodísticos de relevancia pública a los criterios de atractivo para la audiencia.

Encuadre mediático (framing): Proceso mediante el cual los medios seleccionan y destacan determinados aspectos de una realidad percibida, promoviendo interpretaciones específicas de los problemas, sus causas, las evaluaciones morales pertinentes y las soluciones posibles (Entman, 1993). El análisis de encuadres constituye el principal instrumento metodológico para identificar la prevalencia del infotainment en la cobertura periodística.

Espectacularización: Proceso de presentación de los hechos noticiosos mediante recursos narrativos y visuales que privilegian el impacto emocional, la dramatización y el espectáculo sobre la profundidad informativa y el análisis contextual. Humanes y Marta (2014). Constituye la expresión más intensa del infotainment en la cobertura periodística.

Audiencia digital: Conjunto de usuarios que acceden, consumen e interactúan con contenidos informativos a través de internet y plataformas digitales, participando de manera activa aunque desigual en los procesos comunicativos (Scolari, 2018; Jenkins, 2006). En el contexto de la presente investigación, las audiencias digitales de Extra son las destinatarias de las estrategias de infoentretenimiento analizadas.

Sensacionalismo: práctica mediática que exagera y dramatiza los hechos para maximizar su impacto emocional en la audiencia, priorizando el espectáculo sobre la precisión, el contexto y la relevancia pública (Checa, 2003; Thussu, 2007). Constituye la forma más extrema del infoentretenimiento y ha sido históricamente asociada a la prensa popular latinoamericana.

Credibilidad: percepción de confianza, veracidad y fiabilidad que las audiencias atribuyen a la información difundida por un medio de comunicación o fuente informativa (Metzger, 2007). En el contexto del infotainment, la credibilidad puede verse afectada cuando la búsqueda de atractivo para la audiencia compromete los estándares de verificación y rigor periodístico.

Ecosistema mediático digital: sistema complejo en el que múltiples actores, medios, plataformas, usuarios, algoritmos, anunciantes interactúan y compiten por recursos escasos, especialmente la atención de las audiencias (Scolari, 2018; Napoli, 2019). Los medios como Extra operan dentro de este ecosistema competitivo, lo que condiciona estructuralmente sus decisiones editoriales.

2.7. Bases legales

La presente investigación se sustenta en el marco jurídico ecuatoriano relacionado con el ejercicio de la comunicación, el acceso a la información y la actividad periodística. Estas

normativas garantizan derechos fundamentales y establecen principios que orientan el análisis de la cobertura periodística del medio Extra en el contexto del infoentretenimiento.

Constitución de la República del Ecuador (2008):

El artículo 16 establece el derecho al acceso universal a las tecnologías de la información y la comunicación. El artículo 18 garantiza el derecho al acceso libre a la información de interés colectivo. El artículo 66 reconoce la libertad de expresión como derecho fundamental. Estos derechos establecen el marco normativo que regula tanto la actividad del medio Extra como el derecho de las audiencias a recibir información veraz y de calidad.

Ley Orgánica de Comunicación (LOC): Regula el ejercicio de los derechos a la comunicación, información y libertad de expresión en Ecuador. Establece principios de calidad informativa, responsabilidad social de los medios y protección de los derechos de las audiencias. En el contexto de la presente investigación, la LOC proporciona el marco normativo para evaluar si las prácticas de infoentretenimiento identificadas en Extra se ajustan a los estándares de calidad periodística establecidos por la legislación ecuatoriana.

Código de Ética Periodística: Establece principios deontológicos fundamentales: veracidad, verificación, responsabilidad social, independencia profesional que orientan la práctica periodística. En el análisis del enfoque de entretenimiento en Extra, el Código de Ética proporciona el referente normativo para evaluar en qué medida las estrategias de entretenimiento adoptadas por el medio son compatibles con los principios éticos del periodismo.

3. METODOLOGÍA

3.1. Paradigma interpretativo

La presente investigación se sustenta en el paradigma interpretativo, debido a que busca comprender la forma en que se procede con la información y el entretenimiento dentro de la cobertura periodística que ofrece el medio digital Extra. Según Ricoy (2006), este paradigma se orienta a interpretar la realidad considerando los significados, intenciones y acciones que definen los procesos sociales. Desde esta perspectiva, fue posible analizar cómo se construyen los contenidos periodísticos y qué características comunicacionales presentan.

3.2. Enfoque cualitativo

La investigación de desarrolló bajo el enfoque cualitativo, debido a que permitió comprender e interpretar las características de información y entretenimiento presentes en las noticias publicadas por el medio digital Extra. Según Creswell (2014), este enfoque busca entender los fenómenos sociales desde la visión de quienes participan y dentro de sus contextos naturales. Asimismo, facilitó examinar los contenidos periodísticos y los significados que se construyeron en cada texto informativo.

3.3. Tipo y alcance de investigación

Descriptivo e interpretativo

La descripción fue de tipo descriptivo y de alcance interpretativo. El componente descriptivo permitió identificar y caracterizar los elementos de infoentretenimiento presentes en las noticias publicadas por el medio digital Extra. Por su parte, el alcance interpretativo facilitó comprender los significados y recursos comunicacionales utilizados en la construcción de los contenidos periódicos digitales.

3.4. Diseño – Tipo de estudio

La investigación adoptó un diseño no experimental de corte transversal. Este diseño permitió observar y analizar las noticias publicadas por el medio digital Extra sin intervenir ni modificar las variables de estudio. Asimismo, la información fue recopilada en un periodo específico correspondiente al año 2025. Según Sampieri y Collado (2014), este diseño permitió analizar las características del fenómeno en la cobertura periodística digital en un tiempo determinado. Facilitando así el estudio de la información y el entretenimiento tal como se presentaron en su entorno natural.

3.5. Método de investigación

Analítico y hermenéutico

La investigación empleó los métodos analíticos y hermenéuticos. El método analítico permitió descomponer los contenidos periodísticos en categorías específicas relacionadas con el infoentretenimiento, mientras que el método hermenéutico facilitó la interpretación de los significados presentes en los discursos y narrativas informativas difundidas en el medio digital Extra. Según Beuchot (2005), ambos enfoques se complementaron para examinar detalladamente cómo se construyeron y transmitieron los mensajes en su contexto comunicativo.

3.6. Técnicas

Las técnicas utilizadas fueron el análisis de contenido y la observación documental. Estas permitieron examinar los recursos narrativos y audiovisuales presentes en las noticias publicadas en el medio digital Extra durante el año 2025. Además, se aplicaron entrevistas semiestructuradas a periodistas del medio, una técnica que permitió conocer directamente las perspectivas, criterios y decisiones profesionales que definieron la elaboración de contenidos, ofreciendo una visión más completa de cómo se construyó la información en el entorno digital.

3.6.1. Instrumentos

Como instrumento, se realizó una ficha de análisis de contenido diseñada para registrar categorías relacionadas con la estructura narrativa, los actores, las fuentes informativas y las estrategias comunicacionales en las publicaciones seleccionadas durante el periodo 2025.

3.7. Población

La población de esta investigación se estableció en dos grupos: primero, la población documental, conformada por todas las noticias publicadas por el medio digital Extra durante el año 2025; y segundo, la población de informantes clave, integrada por periodistas vinculados a este medio, quienes aportaron su visión sobre los procesos de creación y difusión de los contenidos. Según Sampieri (2014), la población de estudio corresponde al conjunto de elementos que comparten ciertas características y sobre los cuales se realiza la indagación, por lo que esta selección permitió obtener tanto el análisis de los productos de comunicación como la perspectiva de quienes los elaboraron.

3.7.1. Muestra

La muestra se seleccionó mediante muestreo no probabilístico internacional y estuvo conformada por 30 noticias publicadas por el medio digital Extra durante el año 2025, elegidas por su relevancia informativa y presencia de elementos de infoentretenimiento. Adicionalmente, participaron cinco periodistas vinculados al ámbito del periodismo digital como informantes clave para complementar el análisis.

3.7.2. Procedimiento de análisis de la información

El análisis de la información se realizó mediante la técnica de análisis de contenido cualitativo. En una primera fase se efectuó una lectura exploratoria de las 30 noticias seleccionadas con el propósito de identificar elementos narrativos, recursos comunicacionales y características asociadas al infoentretenimiento. Posteriormente se desarrolló un proceso de codificación inductiva, mediante el cual se generaron códigos emergentes derivados directamente del contenido analizado.

Los códigos obtenidos fueron agrupados en categorías temáticas y subcategorías relacionadas con seguridad y crónica roja, servicio ciudadano, infoentretenimiento, sensibilización social, riesgo y emergencia, cultura local y controversia institucional. Posteriormente se realizó una cuantificación de frecuencias para identificar los temas predominantes y los patrones narrativos recurrentes presentes en el corpus.

Finalmente, las categorías fueron organizadas en estructuras jerárquicas que permitieron interpretar las relaciones existentes entre los distintos temas identificados, siguiendo las recomendaciones metodológicas de Miles, Huberman y Saldaña (2020) para el análisis cualitativo de datos. Este procedimiento permitió comprender cómo el medio digital Extra construye sus narrativas periodísticas mediante la combinación de información y entretenimiento.

4. RESULTADOS

ANÁLISIS DE LAS NOTICIAS

Informe de análisis cualitativo del corpus – Noticias Medio digital “EXTRA”

Tabla 1. Límites del corpus

Criterio	Descripción
Tipo de corpus	Corpus documental periodístico
Fuente	Diario Extra
Número de unidades analizadas	30 noticias digitales
Periodo	febrero a julio de 2025
Participantes	No existen participantes humanos; se trabajan bloques documentales por sección
Unidades de análisis	Cada noticia registrada en la matriz
Alcance	Análisis de contenido. Codificación temática, frecuencia y relaciones jerárquicas

Interpretación:

El corpus analizado está conformado por 30 noticias digitales publicadas por el diario Extra durante el período febrero-julio de 2025. Al tratarse de un corpus documental y no de entrevistas o grupos focales, el análisis se centra en los discursos mediáticos presentes en las publicaciones y no en las percepciones directas de actores sociales. Esta característica permite examinar las estrategias narrativas empleadas por el medio para representar la realidad social. Asimismo, la diversidad temática del corpus proporciona una visión amplia de los contenidos difundidos por el diario, permitiendo identificar patrones narrativos, recursos discursivos y enfoques informativos predominantes.

Tabla 2. Bloques documentales por sección

Bloque documental	Frecuencia	Porcentaje
Actualidad	16	53,3%
Provincias	6	20,0%
Deportes	4	13,3%
Farándula	2	6,7%
Buena Vida	1	3,3%
Entretenimiento	1	3,3%
Total	30	100%

Los resultados muestran que la sección Actualidad concentra el 53,3% de las publicaciones analizadas, seguida de Provincia con el 20%. Esta distribución evidencia que la agenda informativa del diario Extra prioriza contenidos sobre acontecimientos de interés nacional, problemáticas sociales, seguridad ciudadana y temas de utilidad pública. Por otro lado, la presencia de secciones como Deportes, Farándula y Entretenimiento refleja una estrategia editorial orientada a diversificar la oferta informativa mediante contenidos recreativos y de interés masivo. La predominancia de Actualidad sugiere que el medio construye gran parte de su narrativa a partir de hechos vinculados a la vida cotidiana y a la coyuntura nacional.

Tabla 3. Codificación inductiva por entrada

Código único	Bloque	Tema inductivo	Subtema	Justificación
COD-01- INFDEP	Deportes	Infoentretenimien to	Fútbol y expectativa	Presenta el fichaje como noticia deportiva atractiva
COD-02- SEG	Provincias	Seguridad y crónica roja	Muerte accidental/su ceso policial	Relata falta teórica de conocimiento con carga dramática
COD-03- ENTSAL	Farándula	Infoentretenimien to	Salud de famosas	Combina salud, celebridad e interés humano

COD-04-SERV	Actualidad	Servicio ciudadano	Ley seca electoral	Informa normas, fechas y sanciones
COD-05-SERV	Actualidad	Servicio ciudadano	Feriado nacional	Orienta al lector sobre descanso y calendario
COD-06-SENS	Actualidad	Sensacionalismo	Predicción de terremoto	Usa alarma, profecía y expectativa catastrófica
COD-07-INFDEP	deportes	Infoentretenimiento	Crisis deportiva	Usa tensión competitiva y lenguaje emocional
COD-08-INFDEP	Deportes	Espectacularización	Derrotas de Emelec	Dramatiza el fracaso deportivo
COD-09-SOC	Buena vida	Sensibilización social	Bullying	Promueve conciencia educativa y prevención
COD-10-SERV	Actualidad	Servicio ciudadano	Marchas en Guayaquil	Informa rutas, horarios y movilización
COD-11-SERV	Actualidad	Servicio ciudadano	Cierres viales Quito	Prioriza utilidad práctica para la audiencia
COD-12-SERV	Actualidad	Servicio ciudadano	Calendario oficial	Aclara deriados y descanso nacional
COD-13-RIES	Actualidad	Riesgo emergencia	Sismo	Informa magnitus, lugar y percepción social
COD-14-DEN	Actualidad	Denuncia ciudadana	Espacio público deteriorado	Visibilidad problema urbano y abandono
COD-15-HUM	Actualidad	Humsnización	Policia viral	Construye figura heroica y emocional
COD-16-SERV	Actualidad	Servicio legal	Derechos de inquilinos	Explica información jurídica útil
COD-17-ENT	Entretenimiento	Infoentretenimiento	Shakira y fans	Usa celebridad, expectativa y reacción social

COD-18-SEG	Provincias	Crónica roja digital	Ataque en live de TikTok	Una violencia, redes sociales e impacto visual
COD-19-SEG	Actualidad	Crónica policial	Hallazgo de cadáver	Relata muerte e incertidumbre del hecho
COD-20-SEG	Actualidad	Inseguridad ciudadana	Robo en Durán	Expone vulnerabilidad urbana
COD-21-JUD	Actualidad	Institucional/judicial	Juez suspendido	Relata controversia legal e institucional
COD-22-INFDEP	Deportes	Información deportiva	Copa América Femenina	Actualiza datos deportivos y tabla
COD-23-SEG	Provincias	Crónica roja	Doble homicidio	Presenta violencia familiar y ataque armado
COD-24-SEG	Actualidad	Seguridad y conflicto	Disparos policiales	Aborda uso de fuerza y procedimiento
COD-25-SERV	Actualidad	Economía social	Probrea INEC	Usa cidras oficioles con orientación ciudadana
COD-26-CUL	Provincias	Cultura local	Fiestas patronales	Resalta tradición identidad y comunidad
COD-27-ENT	Farándula	Espectáculo	Evento artístico	Informa resultados, sorpresas e incidentes
COD-28-DRAM	Actualidad	Dramatización informativa	Dolor materno por crimen	Centra el relato en sufrimiento familiar
COD-29-SEG	Provincias	Crónica policial	Toriteo y policías heridos	Relata violencia armada y acción policial
COD-30-SEG	Provincias	Seguridad ciudadana	Ola de violencia	Presenta asesinatos múltiples como crisis local

La codificación inductiva permitió categorías emergentes directamente derivadas de los contenidos analizados. Los códigos muestran una fuerte presencia de narrativas asociadas con la seguridad ciudadana, la violencia y la crónica roja, así como contenidos orientados al servicio ciudadano y al entretenimiento. Esta diversidad temática evidencia que el diario combina funciones informativas, orientativas y recreativas. Además, la generación de códigos únicos permitió reconocer cómo cada noticia construye significados específicos mediante distintos recursos narrativos, destacándose el uso de emociones, conflicto, cercanía social y utilidad práctica como mecanismos para captar la atención de la audiencia.

Tabla 4. Temas, Subtemas y justificación

Tema central	Subtemas	Frecuencia	Justificación cualitativa
Seguridad, violencia y crónica roja	Homicidios, robos, tiroteos, ataques armados, muerte.	9	Es el eje más recurrente; presenta la violencia como problema cotidiano y territorial,
Servicio ciudadano	Ley seca, feriados, marchas, cierres viales, derechos legales, pobreza.	7	Orienta al lector con información útil para la vida diaria.
Infoentretenimiento	Deportes, farándula, celebridades, espectáculo.	7	Mezcla información con emoción, curiosidad y atractivo.
Humanización, cultura y comunidad	Bullying, denuncia urbana, policía viral, fiestas patronales.	4	Enfatiza experiencias humanas, valores sociales e identidad local.
Riesgo y emergencia	Sismo, predicción catastrófica.	2	Presenta hechos asociados a amenaza, alarma o incertidumbre.

Judicial/institucional	Suspensión de juez.	3	Visibiliza controversia institucional y presunta conducta irregular.
-------------------------------	---------------------	---	--

Análisis e interpretación

Los resultados evidencian que la temática más recurrente corresponde a seguridad, violencia y crónica roja, seguida por servicio ciudadano e infoentretenimiento. Este hallazgo sugiere que el diario Extra estructura gran parte de su cobertura alrededor de acontecimientos que generan impacto emocional y preocupación social. Al mismo tiempo, la presencia de contenidos de utilidad pública demuestra una función orientadora hacia los lectores. Los temas vinculados con humanización, comunidad y cultura local aparecen con menor frecuencia, aunque cumplen un papel importante en la construcción de cercanía y empatía con la audiencia. En conjunto, estas categorías reflejan una estrategia editorial que combina información, emoción y servicio.

Tabla 5. Frecuencia de patrones repetitivos

Patrón narrativo	Frecuencia	Interpretación
Uso de hechos verificables.	30	Todas las noticias presentan hechos concretos o verificables.
Uso de datos concretos.	30	Predomina la referencia a fechas, cifras, lugares o actores.
Fuentes identificadas.	29	Existe presencia mayoritaria de fuentes reconocibles.
Contraste de versiones.	2	Es una debilidad del corpus; pocas noticias confrontan versiones.
Lenguaje emocional alto o medio.	20	Se usa la emoción como recurso de atracción narrativa.
Titular llamativo, medio o alto.	25	Predomina una estrategia de captación de atención.

Fotografías impactantes.	23	La imagen cumple una función emocional y de evidencia visual.
Predominio informativo.	21	Aunque hay entretenimiento, la base sigue siendo informativa.
Búsqueda de impacto emocional.	18	El medio combina información con dramatización o sensibilidad.

Análisis e interpretación

La identificación de patrones narrativos muestra que todas las noticias presentan hechos verificables y datos concretos, lo que evidencia una base informativa sustentada en acontecimientos reales. Sin embargo, destaca también la alta presencia de lenguaje emocional, titulares llamativos y fotografías impactantes, elementos característicos de una narrativa orientada a captar la atención del lector. Por otra parte, la escasa utilización del contraste de versiones sugiere una limitada profundización interpretativa en algunas noticias. En términos generales, el diario privilegia la inmediatez, el impacto visual y la accesibilidad del mensaje, aspectos que fortalecen su alcance popular.

Tabla 6. Presencia / ausencia de temas por bloque documental

Tema	Actualidad	Provincias	Deportes	Farándula	Buena vida	Entretenimiento
Seguridad y crónica roja.	✓	✓	—	—	—	—
Servicio ciudadano.	✓	—	—	—	—	—
Infoentretenimiento.	—	—	✓	✓	—	✓
Humanización / comunidad.	✓	✓	—	—	✓	—
Riesgo / emergencia.	✓	—	—	—	—	—

Judicial / institucional.	✓	—	—	—	—	—
Cultura local.	—	✓	—	—	—	—

Análisis e interpretación

La matriz de presencia y ausencia permite observar que la sección Actualidad presenta la mayor diversidad temática, incorporando contenidos relacionados con seguridad, servicio ciudadano, justicia, riesgo y problemáticas sociales. Provincias se caracteriza por una mayor concentración de noticias asociadas a la violencia y a los sucesos policiales, mientras que Deportes, Farándula y Entretenimiento muestran una clara orientación hacia el infoentretenimiento. Estos resultados sugieren que cada sección cumple una función específica dentro de la estrategia editorial del medio, contribuyendo a la construcción de diferentes formas de representación de la realidad.

Tabla 7. Relaciones jerárquicas

Nivel superior	Categoría	Subcategorías
Narrativas de impacto.	Seguridad y crónica roja.	Muerte, homicidio, robo, tiroteo, ataque armado.
Narrativas de utilidad.	Servicio ciudadano.	Feridos, ley seca, marchar, cierres viales, derechos, pobreza.
Narrativas de entretenimiento.	Infoentretenimiento.	Fútbol, espectáculo, farándula, celebridades.
Narrativas de sensibilidad.	Humanización y comunidad.	Bullying, denuncia ciudadana, heroísmo, tradición local.
Narrativas de riesgo.	Emergencia y alarma.	Sismo, predicciones, amenaza natural.
Narrativas institucionales.	Judicial.	Suspensión investigación, presunto acoso.

Análisis e interpretación

La organización jerárquica de categorías permite comprender la estructura temática del corpus. Las narrativas de impacto constituyen el eje principal, agrupando contenidos

relacionados con violencia, inseguridad y acontecimientos dramáticos. En un segundo nivel aparecen las narrativas de utilidad, enfocadas en información práctica para la ciudadanía. Por su parte, las narrativas de entretenimiento y sensibilización complementan la oferta informativa mediante contenidos recreativos y de interés humano. Esta estructura demuestra que el diario Extra construye una representación de la realidad basada en la combinación de información, emoción y utilidad social, elementos que favorecen la identificación y participación de la audiencia.

1. Síntesis metodológica para el informe

El corpus del diario Extra evidencia una narrativa periodística marcada por tres ejes: violencia e impacto emocional, servicio ciudadano e infoentretenimiento. La cobertura no solo informa, sino que busca captar atención mediante titulares llamativos, imágenes impactantes y lenguaje emocional. Sin embargo, también cumple una función práctica al orientar a la audiencia sobre feriados, normativa electoral, marchas, pobreza y derechos legales. En conjunto, el medio construye una narrativa popular que combina utilidad, emoción, cercanía territorial y espectacularización informativa.

ANÁLISIS DE LAS ENTREVISTAS

Reconocimiento de los límites del corpus

El corpus analizado corresponde a entrevistas semiestructuradas aplicadas a cinco periodistas expertos, identificados como Experto 1, Experto 2, Experto 3, Experto 4 y Experto 5.

Tabla 8. Identificación de bloques por participante

Participante	Perfil	Experiencia	Bloque temático
Experto 1	Periodista de otros medios	10 años	Infoentretenimiento, rigor, verificación, storytelling.
Experto 2	Periodista de otros medios	30 años	Imparcialidad, lenguaje ciudadano, crítica al amarillismo.
Experto 3	Periodista de otros medios	25 años	Innovación, riesgo periodístico, producción digital.
Experto 4	Periodista de otros medios	Desde los 18 años	Lenguaje, fuente, IA, credibilidad.

Experto 5	Periodista de otros medios	15 años	Imparcialidad, cobertura cruda, protección de afectados.
-----------	----------------------------	---------	--

Tabla 9. Temas inductivos, subtemas, códigos y citas

Participante	Tema	Subtema	Código	Cita
Experto 1	Infoentretenimiento responsable.	Storytelling y claridad.	E1-INFO-STO.	“El entretenimiento debe ser el puente, mas no el fin de la noticia”.
Experto 1	Rigor periodístico	Verificación y contraste.	E1-RIG-VER.	“Ir a las fuentes confiables, contrastar la información”.
Experto 1	Audiencia	Cercanía y confianza.	E1-AUD-CON.	“Generaría mucha cercanía y confianza con nuestra gente”.
Experto 2	Lenguaje ciudadano.	Léxico accesible.	E2-LEN-CIU.	“Buscarle el mismo léxico entendible a la sociedad”.
Experto 2	Ética periodística.	Imparcialidad.	E2-ETI-IMP-	“El periodista debe ser imparcial”.
Experto 2	Crítica al amarillismo .	Imágenes fuertes.	E2-AMA-IMG.	“Se ha caracterizado por tener imágenes fuertes”.
Entrevista 3	Innovación de formatos.	Revista familiar y utilidad social.	E3-INN-FOR.	“Una revista familiar que se enfoca principalmente en salud”.
Entrevista 3	Periodismo investigativo.	Documentación.	E3-INV-DOC.	“El de nosotros es investigativo, con documentos en mano”.
Entrevista 3	Riesgo profesional.	Amenazas e intimidación.	E3-RIE-AME	“Dejan panfletos, dejan con balas y con eso te intimidan”.

Experto 4	Enganche informativo.	Uso correcto del lenguaje.	E4-ENG-LEN	“Utilizar las palabras correctas para no descontextualizar”. “Tengo que hacer un
Experto 4	Rigor periodismo.	Multiplicidad de fuentes.	E4-RIG-FUE	compilado, una evaluación de esas cuatro fuentes”. “La inteligencia artificial
Experto 4	Innovación digital.	Inteligencia artificial.	E4-INN-IA	puede ser una herramienta muy importante”.
Entrevista 5	Cobertura equilibrada.	Imparcialidad 50-50.	E5-COB-EQU	“Tenemos que mantener el equilibrio de 50-50”.
Entrevista 5	Ética visual	Protección de menores y afectos.	E5-ETI-PRO	“Las redes sociales también van para menores de 18 años”.
Entrevista 5	Audiencia.	Credibilidad por imparcialidad.	E5-AUD-CRETE	“Mientras seas imparcial...vas a tener credibilidad”.

Tabla 10. Reflexión y justificación de temas

Tema	Subtemas	Justificación
Infoentretenimiento responsable.	Storytelling, lenguaje sencillo, imágenes de apoyo.	Se clasifica así porque los participantes reconocen que los recursos atractivos son válidos solo si ayudan a comprender la noticia.
Rigor periodismo.	Fuentes, contraste, documentación, datos.	Aparece como eje central porque los expertos insisten en verificar antes de publicar.

Ética periodística.	Imparcialidad, respeto, protección de víctimas.	Se evidencia en la preocupación por no exagerar, no afectar a menores y respetar a los involucrados.
Audiencia y credibilidad.	Cercanía, confianza, aceptación.	Los testimonios relacionan la forma de cubrir con la percepción que construye el público.
Crítica al amarillismo.	Imágenes fuertes, noticia cruda, sensacionalismo.	Surge por las referencias al estilo tradicional de Extra y a los riesgos de usar lo impactante como estrategia.
Innovación digital.	IA, redes sociales, nuevos formatos.	Se vincula con la adaptación del periodismo al ecosistema digital actual.
Riesgo periodístico.	Amenazas, persecución, inseguridad	Aparece con fuerza en la Entrevista 3, asociada al periodismo investigativo.

Tabla 11. Relaciones jerárquicas



1. Interpretación visual del gráfico

Tema central: Información y entretenimiento en la cobertura periodística de Extra.

Categorías principales:

- Infoentretenimiento responsable.
- Rigor periodístico.
- Ética periodística.
- Audiencia.

Transformación digital.

Categoría articuladora: credibilidad, porque aparece vinculada simultáneamente con el rigor periodístico, la ética y la percepción de la audiencia, convirtiéndose en el eje explicativo principal del fenómeno analizado. Esto sugiere que los periodistas aceptan el uso del infoentretenimiento siempre que no comprometa la veracidad ni la confianza del público.

Interpretación de los resultados de la entrevista

Interpretando las entrevistas realizadas a periodistas de diferentes medios, se pudo observar que el infoentretenimiento suele verse como una alternativa útil para acercar las noticias a las personas, siempre y cuando no termine afectando los principios básicos del ejercicio periodístico. En general, los participantes comentaban que recursos como el storytelling, un lenguaje más próximo al público, los recursos visuales y las plataformas digitales ayudan bastante a que la gente entienda mejor la información y se sienta más conectada con ella. Aun así, insistían en que estas herramientas deberían funcionar como apoyo y no reemplazar el contenido informativo propiamente dicho.

Los resultados también mostraron que la rigurosidad periodística seguía siendo el punto más importante dentro de la profesión. Aspectos como la comprobación de fuentes, la comparación de distintas versiones, la investigación documental y la recopilación de información aparecieron constantemente en los testimonios como procedimientos necesarios para sostener la confianza en las noticias. En ese contexto, varios expertos señalaban que la velocidad con la que hoy circula la información en los entornos digitales se ha convertido en uno de los retos más complejos para mantener estándares de calidad.

Además, surgió una preocupación bastante marcada por la ética profesional. Los entrevistados resaltaban la necesidad de actuar con la imparcialidad, respetar a las víctimas, proteger a los

sectores más sensibles de la población y evitar prácticas sensacionalistas que pudieran alterar la realidad o influir negativamente en la opinión pública. De alguna manera, estas reflexiones dejaban ver una postura crítica frente al uso excesivo de contenidos impactantes que, a veces, se observan en ciertos medios digitales.

Por otro lado, la audiencia apareció como un elemento clave dentro de todo el proceso comunicativo; los participantes relacionaban de forma directa la confianza, la credibilidad, la cercanía y la aprobación social con la calidad de la cobertura informativa, señalando que el público cada vez valoraba más aquellos contenidos respaldados por procesos serios de investigación y validación. O sea, no basta con informar rápido; también importa cómo se construye esa información.

Finalmente, la transformación digital fue identificada como un componente que atraviesa todas las dinámicas actuales de producción y consumo de noticias. El empleo de redes sociales, inteligencia artificial, producción multimedia y formatos periodísticos más recientes era visto como una oportunidad para llegar a más personas. Sin embargo, los expertos coincidían en que estos avances tecnológicos tendrían sentido únicamente si estuvieran acompañados de principios éticos y profesionales que mantuvieran viva la esencia del periodismo.

En conjunto, los hallazgos permiten entender que encontrar un equilibrio entre informar y entretener sigue siendo uno de los mayores desafíos para los medios digitales actuales. La credibilidad, que apareció una y otra vez en los discursos, terminó por posicionarse como el elemento que articula todo el fenómeno, ya que depende tanto de la rigurosidad periodística como de la ética profesional, de la adaptación tecnológica y de la confianza que la audiencia deposita en los medios de comunicación.

5. DISCUSIÓN

En el presente capítulo se discuten los resultados en el análisis de contenido de treinta noticias digitales publicadas por el medio Extra entre febrero y julio de 2025, así como en las entrevistas semiestructuradas realizadas a cinco periodistas ecuatorianos, relacionándolos con el marco teórico y los antecedentes de la investigación. Dado el enfoque cualitativo, el paradigma interpretativo y el diseño no experimental transversal que sustenta esta tesis, las relaciones que se plantean a continuación constituyen interpretaciones comprensivas del fenómeno estudiado y no comprobaciones de causalidad.

En relación con el primer objetivo, orientado a identificar y caracterizar los elementos de infoentretenimiento presentes en la cobertura periodística del medio digital Extra, los resultados evidencian que dichos elementos no se concentran en las secciones tradicionalmente asociadas al espectáculo, sino que atraviesan también coberturas deportivas y de actualidad, manifestándose en recursos como la dramatización de derrotas deportivas, la combinación de salud y celebridad en notas de farándula, y un tomo alarmista en coberturas sobre riesgos naturales. Los resultados obtenidos coinciden con lo planteado por Thussu (2007), quien sostiene que el infoentretenimiento constituye una lógica transversal de producción noticiosa orientada a captar la atención mediante recursos emocionales y espectaculares, y son consistentes con Salaverría (2019) y Canavilhas (2014), en cuanto a que la convergencia y la multimedialidad digital favorecen la hibridación de géneros periodísticos. Asimismo, respaldan lo señalado por Aguirre (2024), cuyo estudio en medios digitales ecuatorianos identificó una dispersión similar del infoentretenimiento entre distintas secciones informativas. Sin embargo, este hallazgo difiere de investigaciones internacionales en las que el infoentretenimiento aparece concentrado mayoritariamente en secciones de espectáculo, constituyendo allí la categoría dominante del corpus; en el caso de Extra, la categoría temática con mayor frecuencia corresponde a la seguridad y la crónica roja, por la coyuntura de inseguridad ciudadana propia del período analizado. Desde la perspectiva de la investigación, este hallazgo amplía la comprensión del fenómeno al mostrar que, en Extra, el infoentretenimiento opera como un recurso narrativo transversal que se combina con la crónica roja y el servicio ciudadano, antes que como un género periodístico autónomo, lo que integra fenómenos que la literatura ecuatoriana ha tendido a estudiar por separado. En síntesis, los resultados permiten comprender que los elementos de infoentretenimiento identificados en Extra se manifiestan de forma dispersa y combinada con otras lógicas narrativas del medio.

En cuanto al segundo objetivo específico, referido a evaluar cómo dichos elementos indican en la estructura, la profundidad y el rigor informativo de las noticias publicadas, el análisis de los patrones narrativos evidenció que la totalidad de las noticias del corpus presenta hechos verificables y datos concretos, y que en veintinueve de las treinta se identifican fuentes reconocibles, no obstante, únicamente dos noticias presentan contrastes de versiones, pese a que veinte muestran un uso medio o alto de lenguaje emocional y veintitrés incluyen fotografías de fuerte carga emocional. Este hallazgo es consistente con lo planeado por Humanes y García (2014), quienes sostienen que la incorporación de recursos del entretenimiento no implica necesariamente la desaparición del rigor informativo, sino una transformación en su forma de presentación, y respalda lo señalado por Entman (1993) respecto a que el encuadre emocional orienta la relevancia de ciertos elementos sin anular la base fáctica de la noticia; asimismo, es consistente con Silva (2024) sobre la posibilidad de un infoentretenimiento que integra criterios de verificación. En contraste, este resultado difiere de lo documentado por Punín et al. (2014), quienes asocian el sensacionalismo en medios ecuatorianos a un debilitamiento generalizado del rigor periodístico, incluida la escasa verificación de fuentes; en el corpus analizado, la debilidad estructural se localiza específicamente en la falta de contraste de versiones y no en la ausencia de fuentes o datos, diferencia que puede explicarse por el tipo de noticias analizadas, que incluyen numeroso contenido de servicio ciudadano, y por la naturaleza cualitativa del instrumento empleado. El presente estudio implica la comprensión del fenómeno al mostrar que el infoentretenimiento y el rigor informativo no constituyen necesariamente polos opuestos, sino que pueden coexistir dentro de una misma pieza periodística, incidiendo principalmente en la forma de presentación antes que en la sustancia informativa de base. En conjunto, los hallazgos evidencian que la presencia de elementos de infoentretenimiento en Extra convive con un nivel considerable de rigor factual, pero limita específicamente la confrontación de distintas versiones sobre un mismo hecho.

Respecto al tercer objetivo específico orientado a analizar cómo la presencia del infoentretenimiento influye en la confianza que los periodistas atribuyen al contenido difundido por Extra, las entrevistas semiestructuradas permitieron identificar categorías relacionadas con el infoentretenimiento responsable, el rigor periodístico, la ética profesional, la relación entre audiencia y credibilidad, la imparcialidad y el equilibrio informativo. Los resultados obtenidos coinciden con lo señalado por Terán (2021), para quien la credibilidad periodística en el contexto ecuatoriano se contribuye principalmente a partir de la percepción de imparcialidad y de la cercanía con la audiencia, y con Silva (2024), en la medida en que los periodistas coinciden

el infoentretenimiento como un recurso subordinado a la función informativa, asimismo, respaldan lo planeado por Scolari (2018) respecto a la adaptación de las narrativas periodísticas al entorno digital sin abandonar el propósito informativo. Sin embargo, este resultado defiere de una parte de la literatura internacional que tiende a describir la incorporación de recursos de entretenimiento como una estrategia orientada principalmente al engagement de audiencias, sin profundizar en la tensión ética que en ellos genera en los propios periodistas; en contraste, en las entrevistas realizadas se identificó una postura crítica explícita hacia el uso histórico de imágenes fuertes por parte de Extra, diferencia que puede explicarse un análisis de contenido puro. El presente estudio amplía la comprensión de fenómeno al incorporar la perspectiva de los propios periodistas sobre la relación entre infoentretenimiento y confianza, evidenciando que dicha confianza depende de la intencionalidad percibida detrás del uso de recursos de entretenimiento y no de su sola presencia; se incorporan además evidencias contextuales no contempladas explícitamente en el marco teórico revisado, referida al riesgo profesional derivado de amenazas e intimidación hacia periodistas, mencionado por uno de los entrevistados en relación con la cobertura investigativa. En síntesis, los resultados permiten comprender que la confianza que los periodistas atribuyen al contenido difundido por Extra no se determina exclusivamente por la presencia de los elementos de infoentretenimiento, sino por su articulación con principios de imparcialidad, verificación y responsabilidad ética, en un entorno profesional marcado por condiciones de riesgo propias del contexto ecuatoriano.

Finalmente, cabe señalar que la literatura científica revisada fue utilizada a lo largo de este capítulo para contextualizar e interpretar los resultados obtenidos, y que la comparación con investigaciones previas permitió identificar coincidencias, diferencias y aportes propios de este estudio. Debido al enfoque cualitativo de la investigación, el propósito de la discusión no fue comprobar hipótesis ni establecer relaciones causales entre variables, sino comprender e interpretar el fenómeno del infoentretenimiento tal como se manifiesta en un caso específico del periodismo digital ecuatoriano. Las diferencias encontradas respecto a otros estudios pueden explicarse por las características propias del contexto ecuatoriano, por la identidad editorial del medio digital Extra, por el tipo de noticias que integraron el corpus analizado, por las particularidades de los periodistas entrevistados y por los instrumentos cualitativos empleados para la recolección y el análisis de la información.

6. CONCLUSIÓN

Los hallazgos obtenidos en relación con el primer objetivo permiten comprender que el infoentretenimiento en la cobertura periodística del medio digital Extra no constituye un fenómeno acotado a secciones tradicionalmente asociadas al espectáculo, sino que se manifiesta de manera transversal en distintos ámbitos de la agenda informativa. Se identificó que estos elementos aparecen combinados con narrativas propias de la seguridad ciudadana y la crónica roja, categoría con mayor frecuencia de aparición dentro del corpus, así como con contenidos de servicio ciudadano, configurando una estructura editorial que integra información, emoción y utilidad social. Entre las características predominantes se evidenciaron el uso de titulares llamativos, fotografías de fuerte carga emocional y recursos narrativos orientados a captar la atención del lector, sin que ello implique la ausencia de hechos verificables o datos concretos. La interpretación de estos resultados permite inferir que, en el caso específico de Extra, el infoentretenimiento opera como un recurso narrativo integrado a la lógica editorial general del medio, antes que como un género periodístico independiente o restringido a la farándula. Este hallazgo aporta al conocimiento sobre el fenómeno al evidenciar una configuración particular dentro del periodismo digital ecuatoriano, en la que la espectacularización convive con funciones informativas y orientadoras, matizando las lecturas que tienden a asociar el infoentretenimiento exclusivamente con la superficialidad temática.

Respecto al segundo objetivo específico, los hallazgos permiten comprender que la presencia de elementos de infoentretenimiento no compromete de manera generalizada el rigor informativo de las noticias analizadas. La evidencia obtenida muestra que la totalidad del corpus presenta hechos verificables y datos concretos, y que la mayoría de las publicaciones identifica fuentes reconocibles, pese al uso frecuente de lenguaje emocional y de imágenes con fuerte carga efectiva. Se identificó, sin embargo, que la debilidad estructural más consistente se concentra en la escasa presencia de contraste de versiones, lo que sugiere una limitación específica en la profundidad interpretativa antes que en la base factual de las noticias. La interpretación realizada permite inferir que el infoentretenimiento y el rigor periodístico no se comportan como categorías mutuamente excluyentes dentro del corpus estudiado, sino que pueden coexistir en una misma pieza informativa, incidiendo principalmente en la forma de presentación del contenido. Esta lectura matiza posturas que asocian de manera generalizada la incorporación de recursos de entretenimiento con un debilitamiento del periodismo de calidad y aporta evidencia empírica sobre un caso concreto del contexto ecuatoriano. Las implicaciones

de este hallazgo para el periodismo digital remiten a la necesidad de fortalecer específicamente aquello que facilite la conexión con la audiencia.

En relación con el tercer objetivo específico, la evidencia obtenida a partir de las entrevistas semiestructuradas permite comprender que los periodistas consultados perciben el infoentretenimiento como un recurso potencialmente útil para acercar la información a las audiencias, siempre que no sustituya los principios fundamentales del ejercicio periodístico. Se identificaron coincidencias importantes entre los entrevistados respecto a la centralidad de la rigurosidad, comprobación de fuentes, contraste de versiones e investigación documental y de la ética profesional, particularmente en lo referido al trato hacia las víctimas y a la prevención del sensacionalismo. La credibilidad emergió como categoría articuladora del fenómeno, al vincularse simultáneamente con el rigor, la ética y la percepción de la audiencia. Asimismo, se evidenciaron matices en torno a la transformación digital, entendida como una oportunidad condicionada al mantenimiento de principios profesionales. La interpretación de estos hallazgos permite inferir que la confianza que los periodistas atribuyen a la cobertura de Extra no depende exclusivamente de la presencia de recursos de entretenimiento, sino de la intencionalidad percibida detrás de su uso. Esta lectura posee implicaciones relevantes para la práctica periodística, en tanto sugiere que la legitimidad del infoentretenimiento ante los propios profesionales del medio se sostiene en una articulación con la imparcialidad y la responsabilidad ética, en un contexto profesional marcado además por condiciones de riesgo propias del ejercicio periodístico en Ecuador.

La síntesis de los hallazgos obtenidos permite responder a la pregunta de investigación que orientó este estudio, referida a cómo se relacionan la información y el entretenimiento dentro de la cobertura periodística del medio digital Extra durante el año 2025. La evidencia recopilada permite comprender que dicha relación no se configura como una oposición excluyente entre ambos componentes, sino como una articulación compleja en la que el infoentretenimiento se distribuye de manera transversal por distintas secciones del medio, convive con un nivel considerable de rigor factual y se legitima, desde la perspectiva de los propios periodistas, en la medida en que se subordina a principios de veracidad, imparcialidad y responsabilidad ética. La credibilidad se identificó como el eje que articula estas dimensiones, al condensar simultáneamente expectativas de rigor profesional, comportamiento ético y confianza de la audiencia. Esta investigación contribuye científicamente a comprender el infoentretenimiento no como una categoría fija o unívoca, sino como un fenómeno situado, cuya configuración específica en Extra responde a las particularidades del contexto ecuatoriano, a la identidad

editorial del medio y a la coyuntura social del periodismo analizado. En este sentido, el estudio aporta una interpretación matizada del fenómeno que trasciende las lecturas dicotómicas entre información seria y contenido de entretenimiento, evidenciando la coexistencia posible, aunque tensa, entre ambas lógicas dentro de la cobertura periodística digital contemporánea.

Esta investigación aporta al campo de la comunicación y del periodismo digital al ofrecer una caracterización empírica del infoentretenimiento en un medio digital ecuatoriano específico, contribuyendo a reducir el vacío científico identificado en la literatura respecto a la ausencia de estudios sistemáticos sobre la plataforma digital del diario Extra. Al integrar el análisis de contenido documental con la perspectiva directa de periodistas mediante entrevistas semiestructuradas, el estudio evidencia una comprensión más completa del fenómeno, que articula tanto las manifestaciones textuales del infoentretenimiento como su valoración desde la práctica profesional, dimensión con frecuencia abordada de manera separada en investigaciones previas. Los hallazgos pueden servir como punto de partida para futuras investigaciones que profundicen, mediante diseños complementarios, en la relación entre infoentretenimiento, credibilidad y confianza de la audiencia en otros medios digitales ecuatorianos, así como en estudios comparativos entre distintos contextos latinoamericanos. En un plano práctico, esta investigación resulta de utilidad para periodistas y medios digitales interesados en reflexionar sobre el equilibrio entre estrategias de captación de audiencia y el sostenimiento del rigor informativo, así como para instancias académicas dedicadas a la formación en periodismo digital. En definitiva, comprender el equilibrio entre información y entretenimiento en los medios digitales constituye una tarea necesaria para fortalecer un periodismo que, sin renunciar a la conexión con sus audiencias, preserve su función social de informar con veracidad y responsabilidad.

7. RECOMENDACIONES

Las recomendaciones que se presentan a continuación se derivan directamente de los resultados, la discusión y las conclusiones expuestos en los capítulos procedentes, sin incorporar información ajena al proceso investigativo desarrollado, y guardan coherencia con el paradigma interpretativo, el enfoque cualitativo, el método analítico-hermenéutico y las técnicas de análisis de contenido y entrevistas semiestructuradas que sustentaron el estudio. Cada propuesta indica el actor llamado a implementarla, la forma en que podría ejecutarse, los criterios para evaluar su efectividad y los mecanismos que permitirían asegurar su pertenencia en el tiempo, de manera que ninguna quede reducida a una formulación meramente teórica.

En el plano teórico, se recomienda fortalecer las líneas de investigación sobre el infoentretenimiento como recurso narrativo transversal en los medios digitales ecuatorianos, en la medida en que los hallazgos evidenciaron que dicho fenómeno no se concentra en secciones asociadas al espectáculo, sino que atraviesa coberturas de seguridad, deportes y actualidad; esta tarea corresponde a universidades y grupos de investigación en comunicación, mediante su incorporación en agendas de posgrado, y su sostenibilidad dependerá de que se integre en programas académicos permanentes, como seguimiento periódico a través de estados del arte actualizados. Asimismo conviene profundizar en la conceptualización teórica de la coexistencia entre infoentretenimiento y rigor periodístico observada en el corpus analizado, y ampliar el conocimiento sobre la credibilidad como categoría articuladora, incorporando la perspectiva de las audiencias además de la de los periodistas; ambas líneas resultan pertinentes para los centros de investigación y programas de posgrado en comunicación, cuya eficacia podría valorarse por la capacidad explicativa de los marcos generados y por la publicación sostenida de estudios que abordan dicha articulación. Se recomienda, finalmente, examinar teóricamente la influencia de las lógicas algorítmicas y de las plataformas digitales en la construcción discursiva de medios de perfil popular, incorporando esta discusión como componente permanente de la formación de posgrado en comunicación digital, de modo que su impacto se refleje en la calidad de las investigaciones futuras.

En el plano metodológico, se recomienda ampliar la muestra hacia otros medios digitales nacionales e incorporar diseños comparativos entre medios de perfil popular y medios de trayectoria más tradicional, como continuidad natural de un estudio cuyos hallazgos se circunscribieron en un caso específico, esta tarea corresponde a futuros investigadores en coordinación con la universidad que dirigen procesos de titulación, y su factibilidad dependerá

de la disponibilidad de corpus documentales accesibles y de acuerdo de colaboración interinstitucional. Se sugiere igualmente incorporar metodologías mixtas que combinen el análisis cualitativo con procedimientos cuantitativos, así como herramientas de análisis computacional de contenido de publicaciones que se complementan con el procesamiento de grandes volúmenes de publicaciones como complemento de hermenéuticas; la sostenibilidad de esta línea se vincula con la disponibilidad de captación técnica en los programas de posgrado. Del mismo mundo, convive con incluir a la audiencia como infamante directos en fdiselosdíselos, complementando la perspectiva de los periodistas recabada en este estudio, mediante entrevistas o grupos focales cuya aceptabilidad dependerá de la disposición de los lectores a participar y de los resguardos éticos aplicados. Finalmente se recomienda desarrollar y validar instrumentos estandarizados para medir el infoentretenimiento y la calidad periodística, tomando como referencia la ficha de análisis de contenido empleada en este estudio, cuya publicación en revista indexada permitiría su perfeccionamiento colaborativo y su seguimiento periódico por parte de la comunidad académica.

8. REFERENTES BIBLIOGRÁFICOS

- Aalberg, T., Esser, F., Reinemann, C., Strömbäck, J., y de Vreese, C. (2017). Comunicación política, populismo y mediatización del discurso público. En *Populist Political Communication in Europe*. Routledge. <https://www.routledge.com/Populist-Political-Communication-in-Europe/Aalberg-Esser-Reinemann-Stromback-de-Vreese/p/book/9781138654780>.
- Aguirre. (2024). Convergencia mediática, transmedia, cross-media, periodismo digital ecuatoriano y plataformas sociales. En *Revista de Comunicación*. <https://revistadecomunicacion.com/>
- Aguirre Mayorga, A. (2024). Narrativas periodísticas digitales y adaptación a las lógicas de las plataformas sociales. *Revista de Comunicación*. <https://revistadecomunicacion.com/>
- Aguirre, A. (2024). Narrativas periodísticas digitales y adaptación a las lógicas de las plataformas sociales. *Revista de Comunicación*. <https://revistadecomunicacion.com/>
- Aguirre, E. (2024). Narrativas periodísticas digitales en redes sociales: adaptación de los medios ecuatorianos a las plataformas digitales. *URU: Revista de Comunicación y Cultura*, 4, 81-101. <https://doi.org/https://doi.org/10.32719/26312514.2024.9.5>
- Baum, M. (2002). “Sex, Lies, and War: How Soft News Brings Foreign Policy to the Inattentive Public”. *American Political Science Review.*, 96, 91-109. <https://doi.org/10.1017/S0003055402004252>
- Berger, P. L., y Luckmann, T. (2003). La construcción social de la realidad. Amorrortu Editores. <https://www.amorrortueditores.com/>
- Berrocal Gonzalo. (2015). El infoentretenimiento político: un estudio sobre los nuevos formatos televisivos. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*. <https://revistas.ucm.es/index.php/ESMP>
- Beuchot, M. (2005). Método hermenéutico. En *Tratado de hermenéutica analógica* (pág. 18). <https://doi.org/https://doi.org/10.22201/iifs.9786070207716e.2005>
- Campoverde, C. (2020). Consumo de noticias digitales en estudiantes universitarios ecuatorianos. *Revista de Comunicación de la Universidad del Zulia*. <https://produccioncientificaluz.org/index.php/rcs>

- Canavilhas. (2014). Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença. En *Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença* (págs. 3-24). Livros LabCom.IFP. http://www.livroslabcom.ubi.pt/pdfs/20141204-201404_webjornalismo_jcanavilhas.pdf
- Canavilhas, J. (2014). Webperiodismo, hipertextualidad, multimedialidad, interactividad, instantaneidad. En *Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença*. LabCom Books. <https://labcom.ubi.pt/>
- Castells, M. (2009). Sociedad red, comunicación digital, poder, redes de información, personalización, viralidad y transformaciones de la comunicación contemporánea. En *Communication Power* (pág. 608). Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/acprof/9780199567046.001.0001>
- Castro, M. d. (2022). Mobile news consumption and digital information practices among Latin American audiences. *Comunicar*, 30(71), 71-82. <https://doi.org/10.3916/C71-2022-06>
- Checa Montúfar, F. (2003). El Extra: Las marcas de la infamia. En *El Extra: Las marcas de la infamia* (págs. 31-95). Universidad Andina Simón Bolívar – Abya-Yala. <https://repositorio.uasb.edu.ec/>
- Checa Montúfar, F. (2003). El Extra: las marcas de la infamia. Aproximaciones a la prensa sensacionalista ecuatoriana. 266. Repositorio de la Universidad Andina Simón Bolívar: <https://repositorio.uasb.edu.ec/>
- Checa Montúfar, F. (2003). El Extra: las marcas de la infamia. Aproximaciones a la prensa sensacionalista ecuatoriana. En *Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación* (pág. 273). Universidad Andina Simón Bolívar, Sede Ecuador; Corporación Editora Nacional. <https://repositorio.uasb.edu.ec/handle/10644/557>
- Checa Montúfar, F. (2012). La comunicación y los medios en Ecuador: entre la memoria y la crítica. Universidad Andina Simón Bolívar. <https://repositorio.uasb.edu.ec/>
- Checa Montúfar, F. (2012). Sensacionalismo, cultura popular y prensa ecuatoriana. CIESPAL. <https://ciespal.org/>
- Checa, F. (2003). En *El Extra: Las marcas de la infamia* (págs. 31-95). Universidad Andina Simón Bolívar / Abya-Yala. <https://repositorio.uasb.edu.ec/>

- Costera Meijer, I. (2012). Valuable Journalism: Measuring News Quality from a User's Perspective. *Journalism*, 13(6), 754-770. <https://doi.org/10.1177/1464884912455899>
- Creswell. (2014). Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches. <https://doi.org/10.4135/9781506335193>
- Deuze, M. (2003). Periodismo digital, cibermedios, evolución del periodismo online y adaptación de los medios tradicionales. *New Media & Society*, 5(2), 203-230. <https://doi.org/10.1177/1461444803005002004>
- Domingo, D., Quandt, T., Heinonen, A., Paulussen, S., Singer, J., y Vujnovic, M. (2008). Participatory Journalism Practices in the Media and Beyond: An International Comparative Study of Initiatives in Online Newspapers. *Journalism Practice*, 2(3), 326-342. <https://doi.org/10.1080/17512780802281065>
- Domingo, D., y Paterson, C. (2011). Periodismo digital, estudios de redacción (newsroom studies), etnografía de medios, rutinas periodísticas y producción de noticias en línea. En *Making Online News: The Ethnography of New Media Production* (pág. 320). Peter Lang. <https://www.peterlang.com/document/1050893>
- Domingo, D., y Paterson, C. (2011). Rutinas periodísticas en medios digitales. En *Making Online News: The Ethnography of New Media Production* (págs. 1-68). Peter Lang. <https://www.peterlang.com/document/1052163>
- Dwyer, T. (2010). Media Convergence. 232. <https://www.mheducation.co.uk/media-convergence-9780335228732-emea-group>
- Ecuador, A. C. (2008). Derechos a la comunicación, libertad de expresión, acceso a la información y tecnologías de la información y comunicación. En *Constitución de la República del Ecuador* (págs. 13-17). <https://www.asambleanacional.gob.ec/es/constitucion-de-la-republica-del-ecuador>
- Entman. (1993). Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm. *Journal of Communication*, 43(4), 51-58. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1993.tb01304.x>
- Entman, R. M. (1993). Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm. *Journal of Communication*, 43(4), 51-58. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1993.tb01304.x>
- Fairclough, N. (1995). Media Discourse. <https://www.routledge.com/>

- Goffman, E. (1974). *Frame Analysis: An Essay on the Organization of Experience*. Harvard University Press. <https://www.hup.harvard.edu/books/9780674316565>
- Gómez. (2021). Modelos de producción y distribución de medios nativos digitales ecuatorianos. *Razón y Palabra*. <https://revistarazonypalabra.org/>
- Gómez Chávez, J., Mendoza Bravo, P., y Zambrano Vélez, L. (2022). Los medios nativos digitales en Ecuador: desafíos y oportunidades en el ecosistema digital. *Revista San Gregorio*(48), 120-138. <https://doi.org/https://doi.org/10.36097/rsan.v0i48.1968>
- Hall, S. (1997). Representación mediática y construcción de significados. En *Representation: Cultural Representations and Signifying Practices* (págs. 13-74). SAGE Publications. <https://uk.sagepub.com/en-gb/eur/representation/book234567>
- Hall, S. (1997). *Representation: Cultural Representations and Signifying Practices*. SAGE Publications. <https://uk.sagepub.com/en-gb/eur/representation/book234567>
- Hardy. (2017). Media, Power and the Political Economy. En *Media, Power and the Political Economy*. Routledge. <https://www.routledge.com/Media-Power-and-the-Political-Economy/Hardy/p/book/9781138665823>
- Hardy, J. (2017). Money, Media and the Public Interest. En *Economía política de los medios y comunicación digital*. (págs. 31-112). Routledge. <https://doi.org/https://doi.org/10.4324/9781315884385>
- Humanes Humanes. (2003). Infotainment, televisión, espectacularización, personalización de las noticias y periodismo televisivo. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 9, 67-81. <https://revistas.ucm.es/index.php/ESMP>
- Humanes, M., y Marta, R. G. (2014). El infoentretenimiento en los informativos televisivos españoles. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 20(1), 49-66. https://doi.org/10.5209/rev_ESMP.2014.v20.n1.45224
- Humanes, y García. (2014). El infoentretenimiento en los informativos televisivos españoles. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 20(1), 49-66. https://doi.org/10.5209/rev_ESMP.2014.v20.n1.45224
- Iyengar, S., y Adam, S. (1993). News Coverage of the Gulf Crisis and Public Opinion: A Study of Agenda-Setting, Priming, and Framing. *Communication Research*, 20(3), 365-383. <https://doi.org/10.1177/009365093020003002>

- Jenkins. (2006). Convergencia mediática, cultura participativa, audiencias digitales, prosumidores. En *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. New York University Press. <https://nyupress.org/>
- Jenkins, H. (2006). Convergencia mediática, cultura participativa, audiencias digitales, prosumidores y comunicación digital. En *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide* (pág. 357). New York University Press. <https://nyupress.org/9780814742957/convergence-culture/>
- Jenkins, H. (2008). Convergencia mediática, cultura participativa, narrativas transmedia, industrias culturales y circulación de contenidos. En *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide* (pág. 357). New York University Press. <https://nyupress.org/9780814742810/convergence-culture/>
- Jenkins, H., Ford, S., y Green, J. (2013). Cultura participativa, circulación de contenidos, redes sociales, audiencias digitales y medios convergentes. En *Spreadable Media: Creating Value and Meaning in a Networked Culture* (pág. 352). New York University Press. <https://doi.org/https://doi.org/10.18574/nyu/9780814743503.001.0001>
- Journalism Reuters Institute for the Study, 2. (2012). Digital News Report 2024. En *Consumo informativo digital, hábitos de audiencia, redes sociales, confianza en las noticias y tendencias globales de consumo mediático*. (pág. 168). <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2024>
- Katz, E., Blumler, J., y Gurevitch, M. (1973). Uses and Gratifications Research. *The Public Opinion Quarterly*, 37(4), 509-523. <https://doi.org/https://doi.org/10.1086/268109>
- Küng, L. (2015). Innovators in Digital News. En *Reuters Institute for the Study of Journalism*. University of Oxford. <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/our-research/innovators-digital-news>
- Livingstone, S., y Stoilova, M. (2022). *The 4Cs: Classifying online risk to children*.
- Markus, P. (2003). “Any Good News in Soft News? The Impact of Soft News Preference on Political Knowledge”. *Political Communication.*, 20, 149-171. <https://doi.org/10.1080/10584600390211172>

- Metzger, M. (2007). Credibilidad digital, evaluación de información, confianza en medios digitales. *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, 58(13), 2078-2091. <https://doi.org/https://doi.org/10.1002/asi.20672>
- Metzger, M. (2007). Making Sense of Credibility on the Web: Models for Evaluating Online Information and Recommendations for Future Research. *Journal of the American Society for Information Science and Technology (JASIST)*, 58(13), 2078-2091. <https://doi.org/https://doi.org/10.1002/asi.20672>
- Mitchelstein, E., y Boczkowski, P. (2009). Between Tradition and Change: A Review of Recent Research on Online News Production. *Journalism*, 10(5), 562-586. <https://doi.org/10.1177/1464884909106533>
- Moloney, K. (2011). Porting Transmedia Storytelling to Journalism. En *University of Denver*. <https://digitalcommons.du.edu/etd/62/>
- Montúfar, C. (2012). La prensa sensacionalista en Ecuador: entre la representación y el mercado. *Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación*. <https://revistachasqui.org/index.php/chasqui>
- Morejón, M. F., y Zamora, C. A. (2019). Evolución del periodismo digital en Ecuador: transformaciones, desafíos y perspectivas. *Revista Iberoamericana de Comunicación*.
- Napoli. (2019). Plataformas digitales, algoritmos, audiencias, regulación y ecosistema mediático. En *Social Media and the Public Interest: Media Regulation in the Disinformation Age*. Columbia University Press. <https://cup.columbia.edu/>
- Napoli, P. (2019). Ecología de audiencias, algoritmos de recomendación, plataformas digitales, desinformación y consumo mediático. En *Social Media and the Public Interest: Media Regulation in the Disinformation Age* (pág. 352). Columbia University Press. <https://doi.org/10.7312/napo18480>
- Neil Postman, N. (1985). *Amusing Ourselves to Death: Public Discourse in the Age of Show Business*. Penguin Books.
- Neil, P. (1985). Crítica a la transformación del discurso público en entretenimiento. En *Amusing Ourselves to Death: Public Discourse in the Age of Show Business*. (págs. 1-3). Viking Penguin. <https://archive.org/details/amusingourselves0000po>

- Newman, N., Fletcher, R., Eddy, K., Robertson, C., y Kleis Nielsen, R. (2024). Digital News Report 2024. En *Reuters Institute for the Study of Journalism* (pág. 168). University of Oxford. <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2024>
- Newman, N., Fletcher, R., Robertson, C., Eddy, K., y Nielsen, R. K. (2024). Consumo de noticias digitales, confianza en los medios, credibilidad periodística, plataformas digitales y hábitos informativos. En *Reuters Institute Digital News Report 2024*. Reuters Institute for the Study of Journalism. <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2024>
- Oller Alonso, M., y Chavero Ramírez, P. (2015). La percepción de los periodistas sobre los factores que condicionan el ejercicio profesional en Ecuador. *Cuadernos.info*, 27-41. <https://doi.org/10.7764/cdi.37.823>
- Oller, M., y Chavero, P. (2015). La percepción de los periodistas sobre los criterios de noticiabilidad en Ecuador y Colombia. *Cuadernos.info*, 37. <https://doi.org/10.7764/cdi.37.823>
- Palau. (2016). Metamorfosis de la prensa de referencia en el contexto digital: clickbait y calidad periodística. *El Profesional de la Información*, 25(6), 944-951. <https://doi.org/10.3145/epi.2016.nov.11>
- Palau, D. (2016). El periodismo interpretativo en la era digital: transformaciones y desafíos. *El Profesional de la Información*. <https://doi.org/10.3145/epi.2016.sep.04>
- Palau, S., y Gómez, M. (2017). "Quality journalism and social media: a difficult relationship". *Journalism Practice*., 865-881. <https://doi.org/10.1080/17512786.2016.1243987>
- Paulussen, S. (2012). Technology and the Transformation of News Work: Are Labor Conditions in (Online) Journalism Changing? En *Handbook of Global Online Journalism* (págs. 192-208). Wiley-Blackwell. <https://doi.org/10.1002/9781118313973.ch13>
- Pavlik, J. V. (2001). Journalism and New Media. 256. <https://cup.columbia.edu/book/journalism-and-new-media/9780231110247>
- Pellisser, R., y Pineda, A. (2014). Información política televisiva y espectacularización: un análisis comparativo de programas informativos y de infoentretenimiento. *Estudios*

sobre el Mensaje Periodístico, 821-839.
https://doi.org/10.5209/rev_ESMP.2014.v20.n2.47036

- Postman, N. (1985). Crítica al infotainment, televisión, espectáculo mediático, comunicación política y cultura audiovisual. En *Amusing Ourselves to Death: Public Discourse in the Age of Show Business* (pág. 184). Penguin Books.
<https://www.penguinrandomhouse.com/books/298989/amusing-ourselves-to-death-by-neil-postman/>
- Prior, M. (2007). Exposición selectiva, consumo de noticias, democracia, comportamiento político y medios digitales. En *Post-Broadcast Democracy: How Media Choice Increases Inequality in Political Involvement and Polarizes Elections* (pág. 344). Cambridge University Press.
<https://doi.org/https://doi.org/10.1017/CBO9780511619453>
- Punín Larrea, M. I. (2014). Los cybermedios en Ecuador: evolución, estructura y desarrollo. *Comunicar*, 21(42). <https://doi.org/10.3916/C42-2014-14>
- Punín, M. I., Martínez-Haro, M., y Rencoret-Quezada, N. (2014). La organización de los cybermedios ecuatorianos: estado de la cuestión y perspectivas. *Comunicar: Revista Científica de Comunicación y Educación*, 22(44), 79-86. <https://doi.org/10.3916/C44-2015-08>
- Punín, y Martínez. (2014). La organización de los cybermedios ecuatorianos: estado de la cuestión y perspectivas. *Comunicar: Revista Científica de Comunicación y Educación*, 22(44), 79-86. <https://doi.org/10.3916/C44-2015-08>
- Renó, D. (2014). Narrativas transmedia y periodismo: desafíos para la comunicación contemporánea. En *Transmedia Archaeology*. Palgrave Macmillan.
<https://doi.org/10.1057/9781137340394>
- Ricoy. (2006). Contribución sobre los paradigmas de investigación.
<https://doi.org/10.15304/rie.14.0.802>
- Rost, A. (2014). Interactividad: definiciones, taxonomías y evaluación. *Periodismo en Internet: La comunicación digital en América Latina*, 53-88. <https://editorial.unq.edu.ar/>
- Rubin, A. (2009). Uses-and-Gratifications Perspective on Media Effects. En *Media Effects: Advances in Theory and Research*. Routledge. <https://www.routledge.com/>

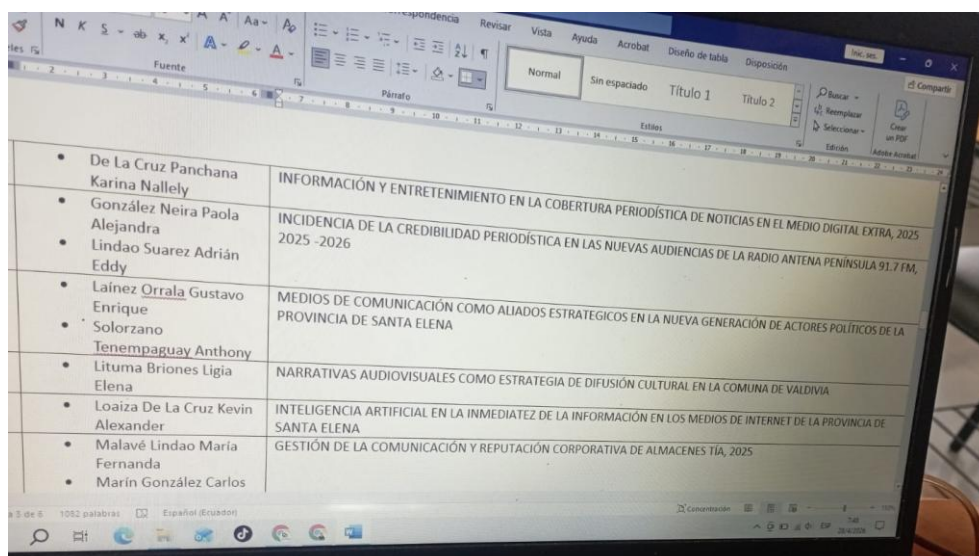
- Salaverría. (2019). Digital Journalism: 25 years of research. Review article. *El Profesional de la Información*. <https://doi.org/https://doi.org/10.3145/epi.2019.sep.01>
- Salaverría. (2019). Periodismo digital: 25 años de investigación. *El Profesional de la Información*, 28(1), e280101. <https://doi.org/10.3145/epi.2019.ene.01>
- Salaverría. (2019). Periodismo digital: 25 años de investigación. Artículo de revisión. *El Profesional de la Información*, 28, e280101. <https://doi.org/10.3145/epi.2019.ene.01>
- Salaverría, R. (2019). Digital Journalism: 25 Years of Research. Review Article. *El Profesional de la Información*. <https://doi.org/10.3145/epi.2019.ene.01>
- Salaverría, R. (2019). Evolución del periodismo digital, convergencia digital y cibermedios. *El Profesional de la Información*, 28(1). <https://doi.org/https://doi.org/10.3145/epi.2019.ene.01>
- Salaverría, R. (2021). Periodismo digital latinoamericano, rutinas periodísticas y adaptación a plataformas digitales. *Journalism*. <https://journals.sagepub.com/home/jou>
- Sampieri, H. (2014). Muestreo no probabilístico intencional. En *Metodología de la investigación* (pág. 174). <https://doi.org/https://doi.org/10.35362/rie5922013>
- Sampieri, H., y Collado, F. (2014). Diseño no experimental y corte transversal. En *Metodología de la investigación* (págs. 152-154). <https://doi.org/https://doi.org/10.35362/rie5922013>
- Sánchez Santur, M. (2023). Digital Transformation and Journalistic Routines in Latin America. *Sustainability*, 15. <https://www.mdpi.com/journal/sustainability>
- Scolari. (2018). Ecología de medios, interfaces digitales, convergencia, plataformas digitales, usuarios y audiencias. En *Las leyes de la interfaz. Diseño, ecología, evolución, tecnología*. Gedisa. <https://gedisa.com/>
- Scolari, C. (2013). Narrativas transmedia: Cuando todos los medios cuentan. <https://www.planetadelibros.com/libro-narrativas-transmedia/113063>
- Scolari, C. A. (2018). Ecología de los medios, ecosistemas digitales, audiencias digitales, plataformas digitales e interacción de usuarios. En *Las leyes de la interfaz: Diseño, ecología, evolución, tecnología* (págs. 17-45). Gedisa. <https://gedisa.com/>

9. ANEXOS

Anexo 1

Título del anexo

INFORMACIÓN Y ENTRETENIMIENTO EN LA COBERTURA PERIODÍSTICA DE NOTICIAS EN EL MEDIO DIGITAL EXTRA, 2025.



De La Cruz Panchana Karina Nallely	INFORMACIÓN Y ENTRETENIMIENTO EN LA COBERTURA PERIODÍSTICA DE NOTICIAS EN EL MEDIO DIGITAL EXTRA, 2025 -2026
González Neira Paola Alejandra	INCIDENCIA DE LA CREDIBILIDAD PERIODÍSTICA EN LAS NUEVAS AUDIENCIAS DE LA RADIO ANTENA PENINSULA 91.7 FM,
Lindao Suarez Adrián Eddy	
Lainez Orrala Gustavo Enrique	MEDIOS DE COMUNICACIÓN COMO ALIADOS ESTRATEGICOS EN LA NUEVA GENERACIÓN DE ACTORES POLÍTICOS DE LA PROVINCIA DE SANTA ELENA
Solorzano Tenempaguay Anthony	
Lituma Briones Ligia Elena	NARRATIVAS AUDIOVISUALES COMO ESTRATEGIA DE DIFUSIÓN CULTURAL EN LA COMUNA DE VALDIVIA
Loaiza De La Cruz Kevin Alexander	INTELIGENCIA ARTIFICIAL EN LA INMEDIATEZ DE LA INFORMACIÓN EN LOS MEDIOS DE INTERNET DE LA PROVINCIA DE SANTA ELENA
Malavé Lindao Maria Fernanda	GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN Y REPUTACIÓN CORPORATIVA DE ALMACENES TÍA, 2025
Marín González Carlos	

Anexo 2

Árbol de problema



Anexo 3

Matriz de validación de instrumentos

Barra de fórmulas						
B	C	D	E	F	G	
N°	Título de la noticia	Fecha	Sección	Categoría predominante	Tema Principal	
1	Liga de Quito va con todo por Álvaro Madrid	7 de febrero de 2025	Deportes	Infotratamiento deportivo	Interés de Liga de Quito en contratar al volante chileno Álvaro Madrid para reforzar su plantilla en la temporada 2025.	
2	Hombre muerto ahogado tras el desbordamiento del río Nagaitza	01 de febrero de 2025	Provincias	Suceso policial	Fallecimiento de un hombre que intentó rescatar su ganado durante el desbordamiento del río Nagaitza en Zamora Chindipe.	
3	Famosos ecuatorianos que padecían de Hashimoto: ¿De qué se trata?	01 de febrero de 2025	Farsúdelo	Salud y entretenimiento	Testimonios de figuras públicas ecuatorianas diagnosticadas con la enfermedad de Hashimoto y explicación general sobre esta afección autoinmune.	
4	Elecciones Ecuador 2025: ¿Cuándo termina la Ley Seca?	01 de febrero de 2025	Actualidad	Servicio informativo	Información sobre la vigencia, finalización y sanciones relacionadas con la Ley Seca durante las Elecciones Generales de Ecuador 2025.	
5	Feriado de mayo 2025: ¿Habrá pascua? Conozca si se trasladó la fecha de suceso en Ecuador	23 de abril de 2025	Actualidad	Servicio ciudadano	Información sobre el feriado nacional del 1 de mayo de 2025 y la posibilidad de traslado del día de descanso para conformar un puente vacacional en Ecuador.	
6	Predicción alarmante en julio 2025: Magma profetiza terrible terremoto en el Pacífico	25 de mayo de 2025	Actualidad	Sesquicentenario informativo	Difusión de una predicción atribuida a Baba Vanga sobre un posible terremoto o tsunami en el océano Pacífico en julio de 2025.	
7	Emelec en crisis: libre pierde 2-0, juego con neere y zigue en el fondo	25 de mayo de 2025	Deportes	Infotratamiento deportivo	Crítica deportiva del Club Sport Emelec tras una nueva derrota en LigaPro y preocupación por el descenso.	
8	Jorge Cállico no lo puede creer: Emelec se autodestruyó y así quedó en la tabla	25 de mayo de 2025	Deportes	Espectacularización deportiva	Reacciones del director técnico Jorge Cállico ante la derrota de Emelec y el bajo rendimiento del equipo.	
9	2 de mayo: Día contra el Bullying, un llamado urgente a erradicar el acoso escolar	02 de mayo de 2025	Bases Vida	Información educativa	Reflexión y concientización sobre el acoso escolar en el marco del Día Internacional contra el Bullying.	
10	Marchas del 1 de mayo en Guayaquil: citas con las movilizaciones hoy	01 de mayo de 2025	Actualidad	Información de servicio	Convocatorias y desarrollo de marchas por el Día del Trabajo en la ciudad de Guayaquil.	
11	¿A qué hora y dónde serán las marchas del 1 de mayo en Quito? Habrá 58 cierres viales	01 de mayo de 2025	Actualidad	Información ciudadana	Información sobre cierres viales y movilizaciones previstas en Quito por el Día Internacional del Trabajo.	
12	¿Habrá feriado largo en mayo? Esto dice el calendario oficial en Ecuador	21 de abril de 2025	Actualidad	Servicio ciudadano	Explicación del calendario oficial de feriados en Ecuador y aclaración sobre los días de descanso de mayo de 2025.	
13	Tumbler en Ecuador hoy: Frente sísmico se sintió este sábado 10 de mayo	10 de mayo de 2025	Actualidad	Cobertura de emergencia	Reporte de un sismo registrado en Ecuador y detalles de su magnitud y localización.	
14	Así fue un pasante extrajudicialmente radó en Guayaquil, a metros del Municipio	27 de mayo de 2025	Actualidad	Dinámica ciudadana	Denuncia ciudadana sobre la scamificación de basura y el mal estado de un puente peatonal en Guayaquil.	
15	Karla López: La jueza política viral por su valentía contra delincuentes en Quito	04 de julio de 2025	Actualidad	Humanización de la noticia	Reconocimiento a una política ecuatoriana que se volvió viral por valentía a una ciudadana durante una emergencia.	
16	¿Puede un inquilino reclamar como suya una casa tras 20 años de arriendo en Ecuador?	04 de julio de 2025	Actualidad	Información legal	Explicación legal sobre las condiciones en las que un inquilino puede adquirir derechos sobre una propiedad en Ecuador.	
17	Shakira en Ecuador 2025: ¿Fue quéhacer celebraron el concierto ¿Qué hicieron?	04 de julio de 2025	Entretenimiento	Cultura y espectáculo	Reacciones y expectativas de los fanáticos ecuatorianos ante el posible concierto de Shakira en Ecuador.	
18	Dos amigos fueron baleados mientras uno de ellos hacía un live en TikTok	03 de julio de 2025	Provincias	Crónica roja digital	Ataque armado contra dos jóvenes mientras realizaban una transmisión en vivo en TikTok.	
19	Una mujer quedó traidita en la calle luego de robar en Quito: ¿Qué le sucedió?	03 de julio de 2025	Actualidad	Crónica policial	Investigación sobre el hallazgo de un hombre sin vida en el centro de Guayaquil.	
20	¿A qué hora quedé traidita en la calle luego de robar en Quito: ¿Qué le sucedió?	04 de julio de 2025	Actualidad	Insurgencia ciudadana	Caso de inseguridad en Durán donde una mujer fue atacada durante un robo.	
21	Juez nacional fue suspendido por investigación penal de presunto suceso sexual	21 de julio de 2025	Actualidad	Justicia	Suspensión de un juez nacional investigado por presunto suceso sexual.	
22	Así quedó la tabla de posiciones de la Copa América Femenina 2025 tras Ecuador vs Chile	21 de julio de 2025	Deportes	Infotratamiento deportivo	Actualización de la tabla de posiciones de la Copa América Femenina tras el partido Ecuador vs Chile.	
23	Doble homicidio en Babahoyo: Lo que se sabe de ataque a padre e hijo	21 de julio de 2025	Provincias	Crónica roja	Asesinato de padre e hijo durante un ataque armado registrado en Babahoyo.	
24	Los disparos que recibió el carro del operativo balizado por policías en Guayaquil	21 de julio de 2025	Actualidad	Seguridad y conflicto	Investigación sobre un operativo que recibió disparos de policías durante un procedimiento.	
25	¿Cuántos pobres hay en Ecuador y cómo saber si uno es de ellos? El INEC lo dijo	21 de julio de 2025	Actualidad	Economía social	Presentación de cifras oficiales sobre pobreza y pobreza extrema en Ecuador según el INEC.	
26	Fiestas patronales: Samborombón, Tradición y devoción a Santa Ana y San Joaquín	21 de julio de 2025	Provincias	Cultura local	Actividades religiosas, culturales y festivales organizados por las fiestas patronales de Samborombón.	
27	Los Niños del Año Guayaquil: resultados, comparecencias e incidentes	25 de julio de 2025	Farsúdelo	Espectáculo	Desarrollo y resultados del evento artístico "Los Niños del Año" realizado en Guayaquil.	
28	"Dolores, matorras a la vida": el dolor de una madre tras el asesinato de su hijo en un colegio de Durán	21 de julio de 2025	Actualidad	Dramatización informativa	Relato del dolor de una madre tras el asesinato de su hijo en un colegio de Durán.	
29	Tiroteo en Saltillo: Indagados en que dos policías resultaron heridos	24 de julio de 2025	Provincias	Crónica policial	Investigación de un enfrentamiento armado en Saltillo donde varios policías resultaron heridos.	
30	Nueva ola de violencia en Portoviejo dejó cinco víctimas en menos de seis horas	24 de julio de 2025	Provincias	Seguridad ciudadana	Cinco personas fueron asesinadas en distintos ataques armados registrados en Portoviejo en menos de seis horas, entre ellas un niño de cuatro años y su hijo de un año, situación que es	

	H	I	J	K	L	M	N	
	Descripción / Extensión	URL	Autor	Presencia hechos	Incluye datos	Utiliza fuentes	Contra esta	
3	Noticia digital escrita de extensión media, compuesta por aproximadamente 1 párrafo informativo, dos fotografías y subtítulos internos.	https://www.extra.escuela/digital/ligu-quito-avanza-madrid-10076.html	Miguel Canales	Si	Si	Si	No	Si
5	Noticia digital de extensión media, conformada por aproximadamente 10 párrafos informativos, un subtítulo interno y dos fotografías.	https://www.extra.escuela/provincias/hombre-muerto-ahogado-desbordamiento-rio-nagaitza-10074.html	Freddy Irujo	Si	Si	Si	No	No
6	Noticia digital de extensión media, integrada por aproximadamente 11 párrafos, dos fotografías, un subtítulo interno y subtítulos internos.	https://www.extra.escuela/farsu/delos-famosos-ecuatorianos-padecian-hashimoto-10074.html	Gisela Chávez	Si	Si	Si	No	No
7	Noticia digital de extensión media, compuesta por aproximadamente 4 párrafos, una fotografía principal, un subtítulo interno y subtítulos internos.	https://www.extra.escuela/actualidad/elecciones-ecuador-2025-termina-ley-seca-10072.html	Karla Mesa Calvafra	Si	Si	Si	No	No
8	Noticia digital de extensión corta-media, integrada por aproximadamente 6 párrafos, una fotografía principal y un subtítulo interno.	https://www.extra.escuela/actualidad/feriado-mayo-2025-habrá-pascua-trasladado-fecha-suceso-ecuador-10066.html	No consta	Si	Si	Si	No	No
9	Noticia digital de extensión media, conformada por aproximadamente 12 párrafos, dos imágenes ilustrativas y subtítulos internos.	https://www.extra.escuela/actualidad/prediccion-alarmante-julio-2025-magma-profetiza-terrible-terremoto-pacifico-10067.html	Redacción EXTRA	Si	Si	Si	No	No
10	Noticia digital de extensión media, conformada por aproximadamente 12 párrafos, una fotografía principal, un subtítulo interno y subtítulos internos.	https://www.extra.escuela/deportes/emelec-derrota-2-0-libre-pierde-minuto-suceso-10060.html	Jerson Ruiz	Si	Si	Si	No	No
11	Noticia digital de extensión media, compuesta por aproximadamente 13 párrafos, dos fotografías, un subtítulo interno y subtítulos internos.	https://www.extra.escuela/deportes/jorge-callico-creo-emelec-autodestruyo-18-minutos-tabla-posiciones-10063.html	Jerson Ruiz	Si	Si	Si	No	No
12	Noticia digital de extensión media, conformada por aproximadamente 14 párrafos, dos fotografías ilustrativas, un subtítulo interno y subtítulos internos.	https://www.extra.escuela/bases-vida/2-mayo-dia-bullying-bando-urgente-erradicar-acoso-10065.html	Sabrina Elizabeth	Si	Si	Si	No	No
13	Noticia digital de extensión media, compuesta por aproximadamente 12 párrafos, dos fotografías, un subtítulo interno y subtítulos internos.	https://www.extra.escuela/actualidad/digital/ligu-quito-avanza-madrid-10076.html	María Fernanda Pérez	Si	Si	Si	No	Si
14	Noticia digital de extensión media, conformada por aproximadamente 13 párrafos, dos fotografías, un subtítulo interno y subtítulos internos.	https://www.extra.escuela/actualidad/digital/ligu-quito-avanza-madrid-10076.html	No consta	Si	Si	Si	No	No
15	Noticia digital de extensión media, integrada por aproximadamente 14 párrafos, dos imágenes ilustrativas, un subtítulo interno y subtítulos internos.	https://www.extra.escuela/actualidad/digital/ligu-quito-avanza-madrid-10076.html	Unidigital Digital	Si	Si	Si	No	No
16	Noticia digital de extensión media, conformada por aproximadamente 16 párrafos, dos imágenes ilustrativas, un subtítulo interno y subtítulos internos.	https://www.extra.escuela/actualidad/digital/ligu-quito-avanza-madrid-10076.html	Unidigital Digital	Si	Si	Si	No	Si
17	Noticia digital de extensión media, compuesta por aproximadamente 16 párrafos, una fotografía principal, un subtítulo interno y subtítulos internos.	https://www.extra.escuela/actualidad/digital/ligu-quito-avanza-madrid-10076.html	Unidigital Digital	Si	Si	Si	No	No
18	Noticia digital de extensión media, integrada por aproximadamente 16 párrafos, una fotografía principal, un subtítulo interno y subtítulos internos.	https://www.extra.escuela/actualidad/digital/ligu-quito-avanza-madrid-10076.html	Daniela Moles	Si	Si	Si	No	No
19	Noticia digital de extensión media, compuesta por aproximadamente 15 párrafos, una fotografía principal ilustrativa, un subtítulo interno y subtítulos internos.	https://www.extra.escuela/actualidad/digital/ligu-quito-avanza-madrid-10076.html	Unidigital Digital	Si	Si	Si	No	Si
20	Noticia digital de extensión media, compuesta por aproximadamente 16 párrafos, fotografías, publicaciones de redes sociales incrustadas y subtítulos internos.	https://www.extra.escuela/farsu/delos-famosos-ecuatorianos-padecian-hashimoto-10074.html	Unidigital Digital	Si	Si	Si	No	No
21	Noticia digital de extensión media, conformada por aproximadamente 17 párrafos, una fotografía principal, subtítulos internos y subtítulos internos.	https://www.extra.escuela/provincias/dos-empresarios-ecuatorianos-son-los-ricos-10069.html	Tatiana Ortiz	Si	Si	Si	No	No
22	Noticia digital de extensión media, integrada por aproximadamente 16 párrafos, dos fotografías, un subtítulo interno y subtítulos internos.	https://www.extra.escuela/actualidad/digital/ligu-quito-avanza-madrid-10076.html	Milits Franco	Si	Si	Si	No	No
23	Noticia digital de extensión media, integrada por aproximadamente 16 párrafos, fotografías del lugar de los hechos, un subtítulo interno y subtítulos internos.	https://www.extra.escuela/actualidad/digital/ligu-quito-avanza-madrid-10076.html	Milits Franco	Si	Si	Si	No	No
24	Noticia digital de extensión media, conformada por aproximadamente 14 párrafos, fotografías principal, subtítulos internos y subtítulos internos.	https://www.extra.escuela/actualidad/digital/ligu-quito-avanza-madrid-10076.html	Unidigital Digital	Si	Si	Si	No	No
25	Noticia digital de extensión media, conformada por aproximadamente 14 párrafos, fotografías principal, subtítulos internos y subtítulos internos.	https://www.extra.escuela/actualidad/digital/ligu-quito-avanza-madrid-10076.html	Gino Zembrano	Si	Si	Si	No	No
26	Noticia digital de extensión media, integrada por aproximadamente 16 párrafos, dos fotografías, un subtítulo interno y subtítulos internos.	https://www.extra.escuela/actualidad/digital/ligu-quito-avanza-madrid-10076.html	Gino Zembrano	Si	Si	Si	No	No
27	Noticia digital de extensión media, compuesta por aproximadamente 17 párrafos, cuatro fotografías, un subtítulo interno y subtítulos internos.	https://www.extra.escuela/provincias/dos-empresarios-ecuatorianos-son-los-ricos-10069.html	Tatiana Ortiz	Si	Si	Si	No	No
28	Noticia digital de extensión media, conformada por aproximadamente 14 párrafos, una fotografía principal, un subtítulo interno y subtítulos internos.	https://www.extra.escuela/actualidad/digital/ligu-quito-avanza-madrid-10076.html	Any Benítez	Si	Si	Si	No	No
29	Noticia digital de extensión media, compuesta por aproximadamente 22 párrafos, varias fotografías, un subtítulo interno y subtítulos internos.	https://www.extra.escuela/actualidad/digital/ligu-quito-avanza-madrid-10076.html	Unidigital Digital	Si	Si	Si	No	No
30	Noticia digital de extensión media, integrada por aproximadamente 18 párrafos, fotografías del lugar de los hechos, un subtítulo interno y subtítulos internos.	https://www.extra.escuela/actualidad/digital/ligu-quito-avanza-madrid-10076.html	Unidigital Digital	Si	Si	Si	No	No
31	Noticia digital de extensión media, integrada por aproximadamente 20 párrafos, fotografías del lugar de los hechos, testimonios ilustrativos y subtítulos internos.	https://www.extra.escuela/actualidad/digital/ligu-quito-avanza-madrid-10076.html	Jeffrey Flores	Si	Si	Si	No	No
32	Noticia digital de extensión media, conformada por 17 párrafos, dos subtítulos internos, una fotografía principal y subtítulos internos.	https://www.extra.escuela/provincias/dos-empresarios-ecuatorianos-son-los-ricos-10069.html	Edgar Romero	Si	Si	Si	No	No
33	Noticia digital de extensión media, conformada por aproximadamente 16 párrafos, una fotografía principal, un subtítulo interno y subtítulos internos.	https://www.extra.escuela/provincias/dos-empresarios-ecuatorianos-son-los-ricos-10069.html	Aljondra Giler	Si	Si	Si	No	No

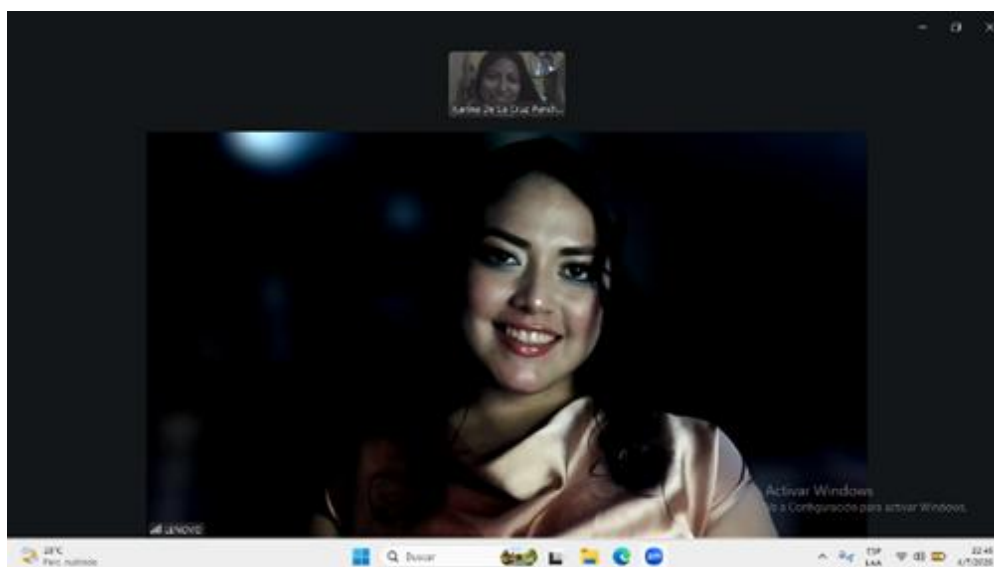
	AB	AC	AD	AE	AF	AG	AH	AI	AJ	AK	AL	AM	AN	AO	AP	AQ	AR	AS	AT	AU	AV
	Lenguaje	Lenguaje	Lenguaje	Lenguaje	Lenguaje	Predomina	Predomina	Existe	Se busca	Se prioriza	Claridad	Rigor	Profundidad	Transparencia	Valor	Mejor	Bajo	Medio	Alto	Mejor	Hallazgos
	e	e	e	sesacional	persuasivo	a la	el	equilibrio	generar	el	de la	periodista	dad	de	informativo	Bajo				Alto	
3																					
4	Alto	Medio	Medio	Bajo	Medio	SI	No	SI	SI	SI	Alto	Medio	Medio	Medio	Alto						Uso de lenguaje estructro y cafoes emocional sobre fichajes deportivos.
5	Medio	Medio	Alto	Medio	Medio	SI	No	SI	SI	SI	Alto	Medio	Medio	Medio	Alto			X			Predomina la dramatizaci3n del hecho mediante recursos emocionales.
6	Medio	Medio	Alto	Bajo	Medio	SI	No	SI	SI	SI	Alto	Medio	Medio	Medio	Alto			X			Combina informaci3n m3dica con inter3s por celebridades.
7	Alto	Bajo	Bajo	Bajo	Bajo	SI	No	No	No	SI	Alto	Alto	Medio	Alto	Alto				X		Predomina la utilidad p3blica con lenguaje acorde.
8	Alto	Bajo	Bajo	Bajo	Bajo	SI	No	No	No	SI	Alto	Alto	Medio	Medio	Alto			X			Titular diseado para generar curiosidad e inter3s inmediato.
9	Alto	Medio	Medio	Alto	Medio	No	SI	SI	SI	SI	Alto	Medio	Medio	Alto	Medio				X		Uso de palabras slmestras para captar atenci3n.
10	Medio	Medio	Alto	Medio	Medio	SI	SI	SI	SI	SI	Alto	Medio	Medio	Medio	Medio				X		Narrativa emocional contrada en el fracaso deportivo.
11	Medio	Medio	Alto	Alto	Medio	SI	SI	SI	SI	SI	Alto	Medio	Medio	Medio	Alto				X		Titular emocional y cafoes dramatizado.
12	Alto	Bajo	Medio		Medio	SI	No	SI	SI	SI	Alto	Alto	Medio	Alto	Alto			X			Equilibrio entre contenido informativo y psicabilizaci3n social.
13	Alto	Bajo	Bajo	Bajo	Bajo	SI	No	No	No	SI	Alto	Alto	Medio	Medio	Alto				X		Predomina la utilidad pr3ctica para el lector.
14	Alto	Bajo	Bajo	Bajo	Bajo	SI	No	No	No	SI	Alto	Alto	Medio	Medio	Alto				X		Uso de datos concretos y orientaci3n informativa.
15	Alto	Bajo	Bajo	Bajo	Bajo	SI	No	No	No	SI	Alto	Alto	Medio	Medio	Alto				X		Titular estructro con finalidad informativa.
16	Alto	Bajo	Medio	Bajo	Bajo	SI	No	SI	No	SI	Alto	Alto	Medio	Alto	Alto						Recursos de inmediatez e impacto emocional.
17	Medio	Medio	Alto	Medio	Medio	SI	No	SI	SI	SI	Alto	Medio	Medio	Medio	Alto						Uso de im3genes y lenguaje visual para generar reacci3n.
18																					
19	Medio	Medio	Alto	Medio	Medio	No	No	SI	SI	SI	Alto	Medio	Medio	Medio	Alto			X			Construcci3n narrativa contrada en un personaje.
20	Alto	Bajo	Bajo	Bajo	Bajo	SI	No	No	No	SI	Alto	Alto	Medio	Medio	Alto				X		Contenido explicativo con estratagemas de curiosidad.
21	Medio	Medio	Alto	Medio	Medio	SI	SI	No	SI	SI	Alto	Medio	Medio	Medio	Medio				X		Predomina el inter3s emocional y la identificaci3n con el fae.
22	Medio	Medio	Alto	Medio	Bajo	SI	No	SI	SI	SI	Alto	Medio	Medio	Medio	Alto						Combina violencia con referencia a redes sociales.
23	Alto	Bajo	Medio	Medio	Bajo	SI	No	SI	SI	SI	Alto	Medio	Medio	Alto	Alto				X		Titular interrogativo para incitar a la lectura.
24	Alto	Bajo	Medio	Medio	Bajo	SI	No	SI	SI	SI	Alto	Medio	Medio	Alto	Alto						Enfatiza el impacto emocional del hecho.
25	Alto	Bajo	Bajo	Bajo	Bajo	SI	No	No	No	SI	Alto	Alto	Medio	Alto	Alto			X			Predomina el inter3s p3blico con elementos de controversia.
26	Alto	Bajo	Bajo	Bajo	Bajo	SI	No	No	No	SI	Alto	Alto	Medio	Alto	Alto			X			Predomina la actualizaci3n de resultados.
27	Medio	Medio	Alto	Medio	Bajo	SI	No	SI	SI	SI	Alto	Alto	Medio	Medio	Alto				X		Narrativa contrada en la violencia y el impacto social.
28	Alto	Bajo	Medio	Bajo	Bajo	SI	No	SI	No	SI	Alto	Alto	Medio	Alto	Alto						Uso de elementos de tensi3n y conflicto narrativo.
29	Alto	Bajo	Bajo	Bajo	Bajo	SI	No	No	No	SI	Alto	Alto	Medio	Alto	Alto				X		Titular orientado a la identificaci3n personal del lector.
30	Alto	Medio	Medio	Bajo	Bajo	SI	No	SI	No	SI	Alto	Alto	Medio	Alto	Alto				X		Cobertura informativa con cafoes conmativo.
31	Medio	Medio	Alto	Medio	Bajo	No	SI	SI	SI	No	Alto	Medio	Bajo	Medio	Medio					X	Predomina el estrechamiento y la curiosidad social.
32	Medio	Medio	Alto	Alto	Bajo	No	SI	SI	SI	SI	Alto	Medio	Medio	Medio	Alto				X		Alto carga emocional y personalizaci3n de la tragedia.
33	Alto	Medio	Medio	Medio	Medio	SI	No	SI	No	SI	Alto	Alto	Medio	Alto	Alto				X		Predomina la tensi3n narrativo y el impacto sociol3gico.
34	Alto	Bajo	Medio	Medio	Bajo	SI	No	SI	SI	SI	Alto	Medio	Medio	Alto	Alto				X		Construcci3n de pregunta de sltema social.

Anexos 4

Archivo fotográfico de entrevista

Entrevista 1

Señorita Jessenia Castillo – Licenciada en Comunicación Social – con especialización en marketing electoral y comunicación política.



Entrevista 2

Señor Pedro González – Licenciado en Comunicación Social, y especialista en Locución.



Entrevista 3

Señor Luis De La Cruz Tómalá – Licenciado en Comunicación Social



Entrevista 4

Señor Gaby Rojas Tigrero – Licenciado en Comunicación Social.



Entrevista 5

Señor Ángel Javier Bejarano Delgado – Licenciado en Comunicación Social.

